

Nachhaltigkeitsaspekte bei der Hotelauswahl

- 23% in der deutschen Zielgruppe sind bereit, signifikant mehr Geld für ein nachhaltiges Übernachtungsangebot eines Urlaubshotels auszugeben.
- Die Art des Urlaubs spielt dabei keine Rolle, das Interesse der Nachhaltigkeits-Affinen beschränkt sich nicht auf bestimmte Urlaubsarten oder -formen.
- Grundsätzlich findet man Nachhaltigkeits-Affine und zahlungsbereite Konsumenten in allen Gesellschaftsschichten, unabhängig von Alter, Geschlecht oder Herkunft. Geringfügig häufiger sind besser gebildete Personen mit einem etwas überdurchschnittlichen Haushaltseinkommen in der Zielgruppe vertreten, sowie Familien mit Kindern.
- Die Zahlungsbereitschaft der besonders Nachhaltigkeits-Affinen liegt deutlich über dem Durchschnitt der Gesamtzielgruppe.

Quelle: Conjoint Studie: Nachhaltigkeitsaspekte bei der Hotelauswahl, Österreich Werbung



Die vollständige Studie kann direkt bei der [Österreich Werbung](#) angefordert werden.