

HM 6

Leitfaden für Einzelinterviews mit Gästen

Ziel der Nachfrageanalyse

Für die Analyse der Nachfrage nach Souvenirs in der Destination/ des Unternehmens werden im Rahmen von Einzelinterviews Gäste nach ihren Präferenzen bezüglich Souvenirs befragt, um darauf basierend neue Souvenirs zu entwickeln. Mit dieser Befragung vor Ort sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche Produkte sind am meisten/am wenigsten gewünscht?
- Für welchen Zweck werden Souvenirs typischerweise gekauft (für sich selbst oder für eine andere Person)?
- Wie hoch ist die Zahlungsbereitschaft für Souvenirs/für nachhaltige Souvenirs?
- Wird auf nachhaltige Souvenirs besonderern Wert gelegt? Also welchen Stellenwert hat die regionale Verankerung durch Herkunft der Materialien, Produktion, Saisonalität, Aufträge an lokale Künstler etc.?
- Wie werden die Rahmenbedingungen der Produktpräsentation beim Kauf von Souvenirs bewertet?

Rahmenbedingungen zu Einzelinterviews

Durch die Befragung in Form eines Einzelinterviews können die persönlichen Einschätzungen einzelner Gäste abgefragt werden, dies unter dem Ausschluss der Einwirkung einer Gruppe.

Die zum Interview eingeladenen Gesprächspartner sind Tages- oder Übernachtungsgäste in der Destination/im Tourismusunternehmen und haben typischerweise bereits ein Souvenir vor Ort gekauft oder beabsichtigen dies zu tun. Aber auch diejenigen Gäste, die noch kein Souvenir gekauft haben oder dies auch nicht beabsichtigen, sollen zum Gespräch eingeladen werden. Von dieser Gästegruppe könnten ggf. die wertvollsten Aussagen gemacht werden.

Details zur Durchführung der Einzelinterviews

- Das Interview dauert ca. 15 – 20 Minuten.
- Das Gespräch wird zur besseren Dokumentation aufgezeichnet. Vor Gesprächsstart wird der Gesprächspartner hierfür um Einwilligung gebeten. Die Aussagen werden anonymisiert.
- Ort des Interviews ist typischerweise in der Destination/beim Unternehmen.
- Als Motivation/Incentive zur Teilnahme am Interview sollte ein Geschenk oder ein Gutschein zur Verfügung gestellt werden. (z.B. Getränkegutschein oder Wertgutschein für den Souvenir-Shop etc.).

Fragen an die Gesprächspartner

1. Erfahrungen/Erlebnisse/Wertschätzung zu Souvenirs

1A.

Was ist Ihr schönstes/liebstes Souvenir? Warum?

1B.

Wofür kaufen Sie Souvenirs?

1C.

Gegebenenfalls folgende Frage nachschieben, wenn bisher schnell geantwortet:
Welche Bedeutung messen Sie einem Souvenir bei?

2. Begriff «Souvenir»

Spielt für Sie der Begriff «Souvenir» beim Kauf eine Rolle?

Mögliche Antworten als Hilfestellung:

– Nein, ich kaufe ein Produkt, weil es mir gefällt!

– Ja, wenn «Souvenir» draufsteht, dann löst dies bei mir negative Gefühle aus.

3. Produktkategorie des Souvenirs

Welche Art Souvenir (Produktkategorie) kaufen Sie am liebsten? Und warum?
(Die folgenden 5 Produktkategorien nennen, Mehrfachantworten möglich)

1.

Lebensmittel – wie Honig, Wein, Essig, Käse, Gebäck oder Süßigkeiten

2.

Kleidungsstück – wie T-Shirt, Hut oder Schuhe

3.

Hausrat – wie Küchenutensilien, Accessoires für Wohnraum oder Büro

4.

Handwerk/Dekorationsgegenstand – wie Schnitzerei, Miniaturen oder Pins/Magnete

5.

Heimtextilien – wie Decken oder Tücher

4. Nachhaltigkeit von Souvenirs

4A.

Inwiefern ist für Sie die ökologische und lokale Herstellung der Souvenirs wichtig?

Alternativformulierung: Wie wichtig ist es für Sie, dass für die Herstellung des Souvenirs regionale Materialien verwendet werden und dass einheimische Produzenten und Händler unterstützt werden?

4B.

Achten Sie beim Kauf von Souvenirs auf allfällige Labels wie FSC, Fair Trade, MaxHavelaar etc.?

4C.

Wünschen Sie bei allfälligen Labels mehr Details zu deren Kriterien zu erfahren (z.B. lokale Materialien/Produktion) – schriftlich durch Aushänge oder mündlich durch das Verkaufspersonal?

5. Zahlungsbereitschaft beim Kauf von Souvenirs

5A.

Wieviel Geld geben Sie in der Regel für ein Souvenir für sich selbst aus?

5B.

Wieviel Geld geben Sie in der Regel für ein Souvenir für eine andere Person aus?

5C.

Unter welchen Bedingungen würden Sie einen höheren Verkaufspreis bei Souvenirs akzeptieren? Wieviel höher könnte dieser Verkaufspreis liegen: 1%, 2%, 5%, 10%, 15% oder 20% ?

Die nachfolgenden Fragen sind von nachgelagerter Priorität und können bei grossem verbleibendem Zeitbudget und bei weiterhin anhaltendem Interesse des Interviewteilnehmers gestellt werden.

6. Motivation zum Kauf von Souvenirs

6A.

Wenn Sie ein Souvenir für sich selbst kaufen, welchen Zweck soll dann das Souvenir erfüllen? {per se ist ein Souvenir ein Erinnerungsstück, daneben sind Souvenirs Gebrauchsgegenstand (T-Shirt, Schmuck, Zeitungsständer, Briefbeschwerer etc.), Verbrauchsgegenstand/Lebensmittel (Weihrauch, Wein etc.), Dekoration (Schnitzerei, Poster etc.) oder anderes}

6B.

Wenn Sie ein Souvenir für eine andere Person kaufen, welchen Zweck soll das Souvenir dann erfüllen? (Details siehe oben)

7. Ort des Souvenirkaufs

Wo kaufen Sie ein Souvenir am liebsten ein? (Nachfolgende 6 Punkte zur Auswahl nennen, Mehrfachantworten möglich)

- Im jeweiligen Fachgeschäft vor Ort (Textilboutique, Schnitzerei, Weinkeller, Lebensmittel-, Feinkostgeschäft etc.)
- In irgendeinem Supermarkt (z.B. für Wein, Honig und sonstiges aus der Region)
- In einem Souvenirgeschäft (wegen der grossen Auswahl, guten Öffnungszeiten, Beratung und Annahmen von Fremdwährung etc.)
- Auf dem Wochen- oder Erzeugermarkt (weil ich dann davon ausgehen kann, dass die Qualität/Frische am besten ist und der Erlös zum grössten Teil beim Produzenten bleibt)
- Im Museums-Shop (weil es dort zumeist eine originelle und geschmackvolle Auswahl an Produkten gibt)
- Am Bahnhof/Flughafen (weil vorher keine Zeit war, kein Interesse war, man nicht mit schwerem Gepäck reisen wollte)

8. Zeitpunkt des Souvenirkaufs

Wann kaufen Sie typischerweise ein Souvenir? (Nachfolgende 4 Punkte zur Auswahl nennen, Mehrfachantworten möglich)

- Bereits zu Beginn des Aufenthalts (vielleicht um es auf sicher zu haben, weil ein späterer Kauf zeitlich ungünstig ist)
- Irgendwann während des Aufenthalts, wenn es sich anbietet
- Erst zum Schluss/beim Auschecken (vielleicht weil man vorher nicht daran gedacht hat oder sich damit nicht belasten wollte (Zeit, Geld und Gewicht))
- Sogar erst nach der Reise via Online-Shop (vielleicht weil es am bequemsten ist, weil man keine Spontankäufe mag, weil man keine Öffnungszeiten beachten muss und die Produkte nach Hause geschickt werden)

9. Präsentation der Souvenirs

Ist für Sie die Präsentation des Souvenirs von (kaufentscheidender) Bedeutung? Mögliche Antworten als Hilfestellung:

- Ja, ohne schöne Präsentation habe ich keine Lust zum Kauf.
- Nein, ich lasse mich von der Präsentation nicht beeinflussen.

Wünschen Sie sich eine Beratung beim Souvenirkauf?

- Ja (Eine professionelle Beratung wird gerne entgegen genommen)
- Nein (Mir ist es lieber ohne Beratung, so kann ich mich ungestört umschauen)