

Inklusion und Vielfalt werden beim Buchungsentscheid wichtiger

Jüngere Reisende wählen mit grösserer Wahrscheinlichkeit Unterkünfte mit integrativen Richtlinien. Zu diesem Schluss kommt eine Studie der Buchungsplattform Expedia.



Das Thema Diversität findet in Unternehmen immer mehr Beachtung.

Bild: Toys 4 / Wikimedia Commons

Die gesellschaftliche Debatte über Diskriminierung und Gleichstellung prägt auch die Reiseentscheidungen der Menschen. Zumindest legt dies eine Studie der Expedia Group nahe, aus der das Unternehmen am Dienstag erste Ergebnisse veröffentlicht hat.

Vollumfänglich veröffentlicht wird die Studie voraussichtlich erst im Juli. Wie viele Menschen daran teilgenommen haben, ist bis jetzt genauso wenig bekannt wie Details zur Methodik. Schenkt man den Vorabergebnissen dennoch Glauben, dann beabsichtigen fast zwei Drittel der Reisenden eher Unterkünfte zu buchen, deren Richtlinien auf Vielfalt und Integration ausgerichtet sind. Dazu gehören Unterkünfte, die von Frauen und/oder farbigen Personen geführt werden, sowie Unterkünfte, die die LGBTQIA-Gemeinschaft (LGBTQIA = Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, Intersex, Asexual) und Menschen mit Behinderungen willkommen heissen.

Kluft zwischen den Generationen

Die Studie offenbart laut Expedia eine signifikante Kluft zwischen den Generationen, wenn es darum geht, wie sehr die Buchungsentscheidungen von der Positionierung der Unterkünfte hinsichtlich Inklusion abhängen: 57 Prozent der Befragten über 40 Jahren gaben an, dass sie «wahrscheinlich» inklusive Unterkünfte buchen würden. Bei den unter 40-Jährigen liegt dieser Anteil bei 77 Prozent. Dies deutet darauf hin, so Expedia, dass jüngere Generationen eher wertebasierte Entscheidungen treffen. Für Reiseunternehmen sei das von Bedeutung, da die Kaufkraft der unter 40-Jährigen im nächsten Jahrzehnt an Bedeutung gewinnen wird.

«Die sozialen Ungerechtigkeiten des letzten Jahres haben ein Schlaglicht auf Gleichberechtigung und Inklusion geworfen, und der anhaltende Diskurs hat die Vorstellungen, das Verhalten und die Erwartungen der Menschen in Bezug auf Reisen verändert», sagt Melissa Maher, Senior Vice President, Marketing & Industry Engagement, Expedia Group.

«Mehr als je zuvor betrachten die Menschen das Reisen als ein Spiegelbild ihrer persönlichen Ansichten und sie sprechen mit ihrem Geld.» Melissa Maher, Expedia

Buchungsentscheidungen, die auf integrativen Richtlinien und Praktiken basieren, sind laut Expedia ein globaler Trend. Die Befragten in allen untersuchten Märkten, einschliesslich Australien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Japan, Mexiko, Grossbritannien und den Vereinigten Staaten, wollten demnach auf inklusive Richtlinien achten, bevor sie auf den Bestätigungsknopf drückten. Spitzenreiter sind Mexiko und Deutschland, wo 82 bzw. 71 Prozent der Befragten angaben, Unterkünfte mit Richtlinien für Inklusion und Diversität (I&D) auszuwählen. Keinen grossen Unterschied gibt es in dieser Hinsicht zwischen den Geschlechtern (62 Prozent der Männer gegenüber 67 Prozent der Frauen).

[IMG 2]

«Inclusivity Pledge» als Signal

Viele Unternehmen hätten bereits erkannt, dass dies eine Gelegenheit sei, mit potenziellen Gästen über gemeinsame Werte in Kontakt zu treten, ist man bei Expedia überzeugt. Orbitz, ein Unternehmen der Expedia Group, hat vor kurzem eine [neue Funktion \(https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/More-than-35K-Hotel-Partners-Sign-Orbitz-Pledge-to-Provide-LGBTQ-Welcoming-Lodging/default.aspx\)](https://www.expediagroup.com/media/media-details/2021/More-than-35K-Hotel-Partners-Sign-Orbitz-Pledge-to-Provide-LGBTQ-Welcoming-Lodging/default.aspx) eingeführt, die den Zugang zu Unterkunftspartnern verbessern soll, die einen «Inclusivity Pledge» gegen Diskriminierung aufgrund von Geschlecht oder sexueller Identität unterzeichnet haben. Mehr als 35'000 Boutique- und Markenhotels hätten diese bereits genutzt, was die Funktion zu einem leistungsstarken Suchwerkzeug für LGBTQIA-Reisende mache.

Als Minimum verpflichten sich die Hotels, eine Null-Toleranz-Politik gegenüber diskriminierendem Verhalten durchzusetzen. Andere Häuser gehen noch einen Schritt weiter, indem sie ihre Mitarbeitenden über geschlechtliche Identitäten schulen und geschlechtsneutrale Sprache verwenden.

«Die Daten zeichnen ein klares Bild, dass Reisende zunehmend nach Unterkünften suchen, die klare I&D-Richtlinien und -Praktiken haben. Unternehmen, die ein echtes Bemühen zeigen, inklusiv und einladend für alle Reisenden zu sein, werden sich an die Spitze setzen», ist Maher überzeugt. (htr/pt)

Publiziert am Mittwoch, 30. Juni 2021