

## **P R E S S E M I T T E I L U N G**

### **Studie Flugportale 2012**

#### **Preise sind nicht transparent und oft teurer als bei Fluggesellschaften – Fly.de ist Testsieger**

**Hamburg, 16.11.2012** – Eine Flugbuchung über das Internet ist bequem und praktisch. Auf der Suche nach dem günstigsten Angebot versprechen Flugportale Hilfe. Webseiten wie Flüge.de oder Flug24.de werben teils aggressiv mit besonders niedrigen Preisen. Doch wie günstig sind die Angebote? Erhalten Verbraucher tatsächlich eine gute Übersicht? Und bieten die Portale bei Problemen oder Fragen einen kundenfreundlichen Service? Das Deutsche Institut für Service-Qualität testete im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv zehn Flugportale mit Buchungsmöglichkeit.

Größtes Defizit der Flugportale: Die Transparenz. Statt Orientierung zu bieten, machen es die Unternehmen den Nutzern schwer, das tatsächlich günstigste Angebot zu finden. So entstanden bei allen untersuchten Flugportalen im Rahmen der Buchung zusätzliche Kosten wie etwa Servicegebühren, die am Anfang nicht ersichtlich waren. „Das Portal mit den niedrigsten Anfangspreisen für eine Flugverbindung gehörte oft am Ende der Buchung zu den teuersten Anbietern“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Marktforschungsinstituts. „Darüber hinaus waren bei der Hälfte der Flugportale Reiseversicherungen oder kostenpflichtige Umbuchungsservices bereits voraktiviert. Kunden müssen darauf achten, diese abzuwählen, sonst zahlen sie für unerwünschte Leistungen.“

Die Flugpreise der Vergleichsportale waren nach Buchungsabschluss in 96 von 100 Testfällen höher als bei der Fluggesellschaft direkt. Dabei lagen die Endpreise der Portale weit auseinander: Durch die Wahl des günstigsten statt des teuersten Anbieters konnte eine Preisersparnis von durchschnittlich 19 Prozent erzielt werden.

Mehr als die Hälfte der Flugportale boten zudem einen nur befriedigenden oder ausreichenden Kundenservice. „Bei den telefonischen Hotlines wurden häufig hohe Entgelte fällig und die Wartezeiten auf einen Ansprechpartner waren lang“, bemängelt Serviceexpertin Möller. „Auf E-Mail-Anfragen wurde zwar schnell geantwortet, allerdings ließ die Qualität der Antworten teilweise zu wünschen übrig. Einige Anbieter beschränkten sich auf wenig hilfreiche Standardschreiben, die nicht auf die Fragen der Kunden eingingen.“

Testsieger der Studie und damit „Bestes Flugportal 2012“ wurde Fly.de mit einem transparenten Buchungsprozess, günstigen Flügen und der höchsten Servicequalität am Telefon und per E-Mail. Billigflug.de erreichte den zweiten Platz und punktete mit einer guten Webseite und attraktiven Konditionen. Den besten und transparentesten Internetauftritt hatte AirlineDirekt – die Preise hielten allerdings nicht mit. Die günstigsten Konditionen bot Flugladen.de, hier war jedoch der Abschluss einer Reiserücktrittsversicherung voreingestellt.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Freizeit & Fitness, Freitag, den 16.11.2012 um 18:35 Uhr

Geschäftsführung:  
Bianca Möller, Markus Hamer,  
Marcus Schad  
Beirat:  
Gunnar Uldall (Vors.), Jochen Dietrich,  
Johann C. Lindenberg  
Ust.-Id.-Nr. DE249603922  
Amtsgericht Hamburg HRA 104009  
Persönlich haftende Gesellschafterin:  
buscha Verwaltungsgesellschaft mbH,  
Amtsgericht Hamburg HRB 97297

Insgesamt wurden von August bis Oktober zehn Flugportale mit Buchungsmöglichkeit analysiert. Im Fokus der Studie mit 300 verdeckten Testkontakten standen der Kundenservice am Telefon und per E-Mail sowie die Qualität des Internetauftritts einschließlich der Transparenz des Buchungsvorgangs. Darüber hinaus erfolgte im Zeitraum vom 4. bis zum 11. September eine Preisanalyse, die zehn konkrete Flugabfragen pro Anbieter umfasste. Als Abflug- oder Zielorte wurden die großen Flughäfen in Deutschland, Europa sowie weltweit gewählt.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Institut prüft unabhängig anhand von mehrdimensionalen Analysen die Dienstleistungsqualität von Unternehmen und Branchen. Dem Verbraucher liefert das Institut bedeutende Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement.

Veröffentlichung nur unter Nennung der Quelle:  
Deutsches Institut für Service-Qualität im Auftrag von n-tv.

**Ansprechpartnerin:**

Bianca Möller  
Telefon: 040 / 27 88 91 48 12  
Mobil: 0170/ 29 33 85 7  
E-Mail: [b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)  
[www.disq.de](http://www.disq.de)