

PRESSEMITTEILUNG

Studie: Reiseportale 2014

Lohnender Preisvergleich, Schwächen beim Service – Testsieger wurden Start.de und Tropo

Hamburg, 10.07.2014 – Klick und weg – bis Anfang des Jahres hatte hierzulande mehr als jeder Dritte schon einmal einen Städtetrip oder Pauschalurlaub im Internet gebucht. Zahlreiche Online-Reiseportale buhlen um die Gunst der Kunden, aber ist wirklich alles einfach und alles günstig? Und welchen Service bieten die Portale? Sind Internetauftritt und Buchungsprozess immer bedienungs- und kundenfreundlich? Antworten liefert das Deutsche Institut für Service-Qualität, das im Auftrag des Nachrichtensenders n-tv insgesamt 26 Online-Reiseportale, darunter 17 Reisevermittler und neun Reiseveranstalter, analysierte.

Ein Ergebnis der Studie: Bei den Reisevermittlern, die Angebote zahlreicher Veranstalter führen, gab es deutliche Preisunterschiede – obwohl gleiche Reisedaten und sogar dasselbe Hotel zugrunde lagen. Im Schnitt konnte der Kunde fast zehn Prozent sparen, wenn er bei den geprüften Reisen statt des teuersten Anbieters den jeweils günstigsten gewählt hätte. In der Spitze – bei einer Familienreise nach Gran Canaria – lag das Einsparpotenzial sogar bei 17 Prozent. Bei geprüften Testreisen auf Portalen der Reiseveranstalter – hier war nur die Hotelkategorie, nicht aber das konkrete Hotel festgelegt – fielen die Preisunterschiede noch drastischer aus. Bei der Wahl des jeweils günstigsten anstelle des für die Pauschalreise teuersten Angebots konnten im Schnitt fast 30 Prozent der Kosten eingespart werden. Der Rat für den Verbraucher: Nur über einen Vergleich bei mehreren Portalen hat der Kunde gute Chancen, das günstigste Angebot für seine Wunschreise aufzuspüren.

Der Service der Reiseportale war insgesamt befriedigend und damit etwas schwächer als im Vorjahr, wo die Branche noch eine gute Note erreichte (2014: 69,6 Punkte; 2013: 72,2 Punkte). Defizite zeigten sich beim Service am Telefon und per E-Mail. Unter anderem konnten die Mitarbeiter nicht immer durch Kompetenz überzeugen, da sie häufiger nur oberflächlich Auskunft gaben. „An den Hotlines waren die Antworten in fast jedem fünften Fall unvollständig, bei Anfragen per E-Mail lag der Anteil sogar deutlich über einem Drittel“, kritisiert Bianca Möller, Geschäftsführerin des Deutschen Instituts für Service-Qualität.

Aber die Portale ließen auch im Internet noch Wünsche offen und zeigten einige Schwächen. So war der Buchungsvorgang für den Kunden teilweise nicht transparent: Auf Platz eins der Suchergebnisliste wurde nicht immer das günstigste Angebot angezeigt und vermeintliche Schnäppchen entpuppten sich später als bereits ausgebucht. „Besonders ärgerlich waren plötzliche Preisänderungen der Reisen im Buchungsverlauf – zumal nur die Hälfte der Portale direkt darauf hinwies. Hier heißt es: Aufpassen und besser noch weitere Angebote prüfen“, so Marktforschungsexpertin Bianca Möller.

Mehr dazu: n-tv Ratgeber – Test, Donnerstag, 10.07.2014, um 18:35 Uhr.

Testsieger der Studie in der Kategorie Reisevermittler wurde Start.de. Das Unternehmen bewies zudem den besten Service aller 26 getesteten Reiseportale (Qualitätsurteil: „gut“). Anfragen per E-Mail wurden schnell und fachkundig beantwortet. Telefonisch war das Portal jeden Tag 15 Stunden unter einer kostenfreien Hotline erreichbar. Die Mitarbeiter zeigten sich auch hier

DISQ Deutsches Institut für
Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48-0
Fax: +49 (0)40 / 27 88 91 48-91
info@disq.de, www.disq.de

Geschäftsführung:
Bianca Möller, Markus Hamer
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

kompetent und freundlich. Bei der Preisanalyse bot Start.de die Hälfte der Testreisen mit zum günstigsten Tarif an, auch die restlichen Reisen waren vergleichsweise preiswert. Auf den Rängen zwei und drei der Reisevermittler platzierten sich Travelscout24 und Expedia. In der Kategorie Reiseveranstalter ging der Testsieg wie im Vorjahr an Tropo. Das Portal profilierte sich vor allem mit attraktiven Konditionen – bei vier von neun verfügbaren Reiseangeboten waren die Preise hier alleinig oder mit am günstigsten; auch in den übrigen Fällen fielen die Angebote überdurchschnittlich preiswert aus. Dank kompetenter Mitarbeiter verliefen auch die Beratungen an der Servicehotline insgesamt gut. Neckermann-Reisen nahm Rang zwei ein; auf dem dritten Platz folgte ITS.

Das Deutsche Institut für Service-Qualität analysierte 26 Reiseportale, darunter 17 Reisevermittler und neun Reiseveranstalter. Die Servicequalität wurde bei jedem Anbieter anhand von jeweils zehn Prüfungen der Internetauftritte durch geschulte Testnutzer und eine detaillierte Inhaltsanalyse der Websites eines jeden Unternehmens ermittelt. Darüber hinaus analysierten die Marktforscher den telefonischen Service sowie die Qualität der E-Mail-Bearbeitung durch jeweils zehn Kundenanfragen. Insgesamt flossen somit 796 Servicekontakte in die Analyse ein. Im Rahmen einer Konditionenanalyse wurden die Unternehmen darüber hinaus auf der Grundlage definierter Reisen hinsichtlich Preis und Angebotsverfügbarkeit verglichen und bewertet.

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

Ansprechpartnerin:

Bianca Möller
Fon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 12
Mobil: +49 (0)170 / 29 33 857
E-Mail: b.moeller@disq.de
www.disq.de

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen, B2B-Studien und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.