

DOKUMENTATION – Zusammenfassung

Test: Hotelportale-Apps 2022



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“
Hamburg, 25. Oktober 2022

UNTERNEHMEN KONTAKT

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 11
Fax: 040 27 88 91 48 91
m.hamer@disq.de
www.disq.de

Markus Hamer
Geschäftsführender
Gesellschafter

DEUTSCHES INSTITUT
FÜR SERVICE-QUALITÄT



Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg
Fon: 040 27 88 91 48 12
Fax: 040 27 88 91 48 91
b.moeller@disqmedia.de
www.disq.de

Bianca Möller
Geschäftsführerin
DISQ Media

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

Fotoquellen: Oliver Görnandt-Schade (2), Getty Images/Wavebreakmedia

Sitz	Hamburg
Gründung	Juni 2006
Ziele	Transparenz schaffen; Verbesserung der Servicequalität in Deutschland
Status	Privatwirtschaftliches Institut (ohne öffentliche Zuschüsse), verbraucherorientiert, unabhängig (keine Studien im Auftrag von Unternehmen)
Ausrichtung	Mediendienstleister für TV-Sender sowie Publikums- und Fachpresse
Aufgabenfeld	Durchführung von Mystery-Shopping-Studien, Tests und Kundenbefragungen auf Basis standardisierter, objektiver und aktueller Marktforschungsmethodik
Mitarbeiter	Expertenteam aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen sowie über 2.000 geschulte Testerinnen und Tester in ganz Deutschland
Beirat	Vorsitz: Brigitte Zypries / Bundesministerin a. D. (Wirtschaft und Justiz) Jochen Dietrich / Journalist, Experte ntv Wirtschaftsmagazine Marianne Voigt / Unternehmerin, Aufsichtsrätin
Verantwortung	Partnerschaft mit myclimate, Auszeichnung für Klimaneutralität

Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 400 Euro (zzgl. MwSt.).

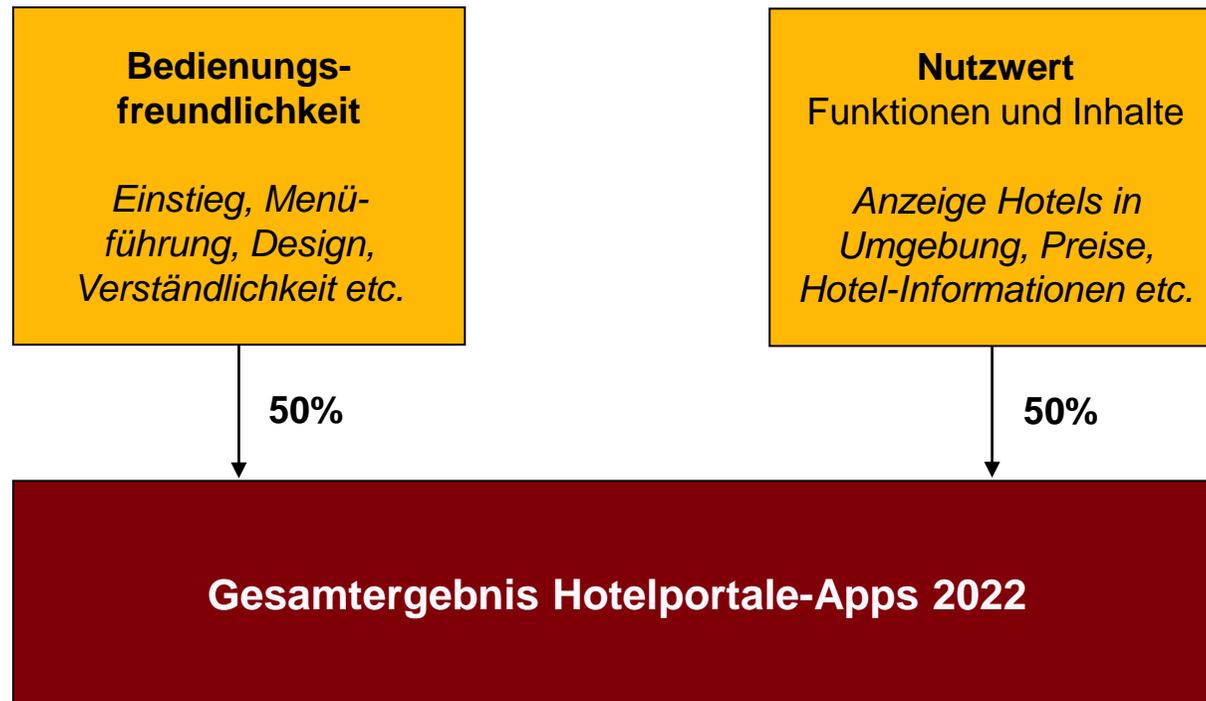
	Seite
1. Zahlen und Fakten zur Studie	5
2. Fazit	7
3. Gesamtergebnis	8
4. Die besten Apps	10
5. Stärken und Schwächen der Apps	11
6. Methodik	13
7. Test-Erlebnisse	19
8. Allgemeine Methodik	21
9. Klimaneutralität	23

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Studienumfang	6 Hotelportale-Apps
Studienzeitraum	August bis Oktober 2022
Analysebereiche	Bedienungsfreundlichkeit der App, Nutzwert der App Insgesamt 42 Mystery-Test-Kontakte (7 je Anwendung) <ul style="list-style-type: none">■ 30 Betrachtungen der Apps durch geschulte Nutzerinnen und Nutzer (5 je Anwendung)■ 12 Experten-Analysen des Nutzwerts – Funktionen und Inhalte (2 je Anwendung)
Testbedingungen	<ul style="list-style-type: none">■ Android- und iOS-Geräte, identische Testverteilung je Anwendung■ Alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet■ Registrierung, sofern für Nutzung der Funktionen erforderlich

1. Zahlen und Fakten zur Studie

Bewertungskriterien und Gewichtungen



3. Gesamtergebnis

Gesamtergebnis Hotelportale-Apps			
Rang	Unternehmen	Punkte*	Qualitätsurteil
1	Check24 Reisen	78,8	gut
2	Booking.com	78,4	gut
3	Agoda	75,4	gut
4	Trip.com	73,0	gut
5	Hotels.com	70,4	gut
6	HRS	62,3	befriedigend
	Branche (Mittelwert)	73,1	

100,0 - 80,0 Punkte = sehr gut; 79,9 - 70,0 Punkte = gut; 69,9 - 60,0 Punkte = befriedigend; 59,9 - 40,0 Punkte = ausreichend; 39,9 - 0,0 Punkte = mangelhaft

* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

6. Methodik

Untersuchungsumfang

Der Gegenstand dieser Untersuchung waren die führenden sechs Anwendungen für die Suche von Hotels in Deutschland. Alle untersuchten Anwendungen wiesen mehr als 500.000 Downloads im Google Play-Store auf. Der Fokus der Studie lag darauf, welche Unterstützung die Anwendung dem Verbraucher beim Suchen eines Hotels und Vergleichen von Hotelpreisen bietet.

Die Untersuchung umfasste folgende sechs Hotelportale-Apps (in alphabetischer Reihenfolge):

- Agoda
- Booking.com
- Check24 Reisen
- Hotels.com
- HRS
- Trip.com

6. Methodik

Vorgehensweise

Im Rahmen eines umfassenden Tests wurden die Bereiche Bedienungsfreundlichkeit der App sowie der Nutzwert (Funktionen und Inhalte) der App untersucht.

Ein Usability-Test in Form einer Nutzerbetrachtung gab Aufschluss über die Bedienungsfreundlichkeit der App. Anhand eines festen Kriterienkatalogs wurde ermittelt, wie einfach der Einstieg in die App gestaltet ist, wie intuitiv und komfortabel die Nutzung der App ist, ob die Informationen gut aufbereitet sind und inwiefern das Design überzeugt. Pro Anwendung wurden fünf umfassende Nutzerbetrachtungen durchgeführt. Um die Anwendungen möglichst präzise beurteilen zu können, führten die geschulten Testnutzer themenspezifische Aufgaben durch, wie etwa das Suchen von Hotels unter bestimmten Filtern und das Anzeigen der Ergebnisse auf einer Karte. Die Analyse der Apps erfolgte sowohl auf Android- als auch auf iOS-Geräten, dabei lag jeder App eine identische Testverteilung zugrunde.

Im Zuge einer Nutzwert-Analyse betrachteten Experten aus der Perspektive von App-Nutzern die themenbezogenen Informationen und Funktionen. Die Erhebung/Validierung der Kriterien erfolgte ebenfalls in zwei Betriebssystemen: Android und iOS.

Eine Registrierung war bei keiner App nötig. Den Apps wurden alle notwendigen Zugriffsberechtigungen gestattet, wie etwa die Standortfreigabe, um eine optimale Funktionalität zu ermöglichen.

6. Methodik

Untersuchungskriterien

App-Test	100,0%
Bedienungsfreundlichkeit	50,0%
Nutzwert - Funktionen und Inhalte	50,0%

Bedienungsfreundlichkeit	100,0%
Kundenfreundlicher Einstiegsprozess	20,0%
Intuitive Menüführung	20,0%
Ansprechendes Design	20,0%
Bedarfsgerechte Funktionalitäten	15,0%
Umfang und Verständlichkeit der Inhalte	15,0%
Erlebnissfaktor	10,0%

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte	100,0%
Anzeige Hotels in Umgebung (Standortbestimmung)	2,0%
Suchoptionen	
Anzahl Reisende	2,0%
Reiseort	2,0%
Reisezeitraum	2,0%
Hotelname	2,0%
Filter-/Sortierfunktionen	
Preisspanne	2,0%
Hotelkategorie/Sterne	2,0%
Verpflegung (Halb-, Vollpension, mit/ohne Frühstück)	2,0%
Anzahl Zimmer	2,0%
Kostenlos stornierbar	2,0%
Preis	1,0%
Gästebewertung	1,0%
Auf der Karte	1,0%
Informationen zum Hotel	
Fotos zum Hotel (mindestens drei)	2,0%
Gästebewertungen	2,0%
Übersicht verfügbare Zimmerkategorien	2,0%
Adresse	2,0%
Telefonnummer	2,0%
Lageplan/Karte	2,0%
Hotelausstattung	2,0%
Check-In & Check-Out Zeiten	2,0%
Hinweise zur Anreise (Parkmöglichkeiten, Anbindung an ÖPNV)	1,0%

6. Methodik

Untersuchungskriterien

Nutzwert - Funktionen und Inhalte (Fortsetzung)	
Letzte Suchanfrage vollständig anzeigen lassen/fortsetzen	4,0%
Teilen/Einladungsfunktion (z.B. WhatsApp)	4,0%
Preise in verschiedenen Währungen	3,0%
Informationen zu Covid-19 (Hinweis auf mögliche Reisebeschränkungen)	3,0%
Prämien/Treueprogramm	2,0%
Merklste/Favoriten	2,0%
Zahlungsarten	
Lastschrift (Bankeinzug)	3,0%
Kreditkarte (Mastercard, Visa)	3,0%
Paypal	3,0%
Online-Direktüberweisung	3,0%
Spezielle Online-Zahlungen (Apple Pay, Google Pay, Amazon Pay)	3,0%
FAQ/Hilfereich	3,0%
Explizite Zusage zur Datenschutzerklärung bei Anmeldung/Registrierung	3,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Datenschutzerklärung	7,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Hotelsuche	7,0%
Anzahl Tipps/Wischen bis Informationen Zimmerausstattung	7,0%

6. Methodik

Getestete Apps

Anwendung	Anbieter	Bezeichnung im App-Store (iOS/Apple)	Bezeichnung im Google Play-Store (Android)
Agoda	Agoda.com	Agoda.com – Reiseangebote	Agoda – Hotelangebote weltweit
Booking.com	Booking.com	Booking.com: Hotel Angebote	Booking.com: Hotels
Check24 Reisen	Check24 Vergleichsportal	Check24 Reisen	Check24 Reisen
Hotels.com	Hotels.com	Hotels.com: Urlaub & Hotels	Hotels.com: Urlaub & Hotels
HRS	HRS Hotel Reservation Service	HRS Hotel Suche – Top Hotels	Hotels Suchen HRS
Trip.com	Trip.com Travel	Trip.com: Flug, Hotel & Zug	Trip.com: Flug, Hotel & Zug

Testzeitraum: 29. August - 02. September 2022

8. Allgemeine Methodik

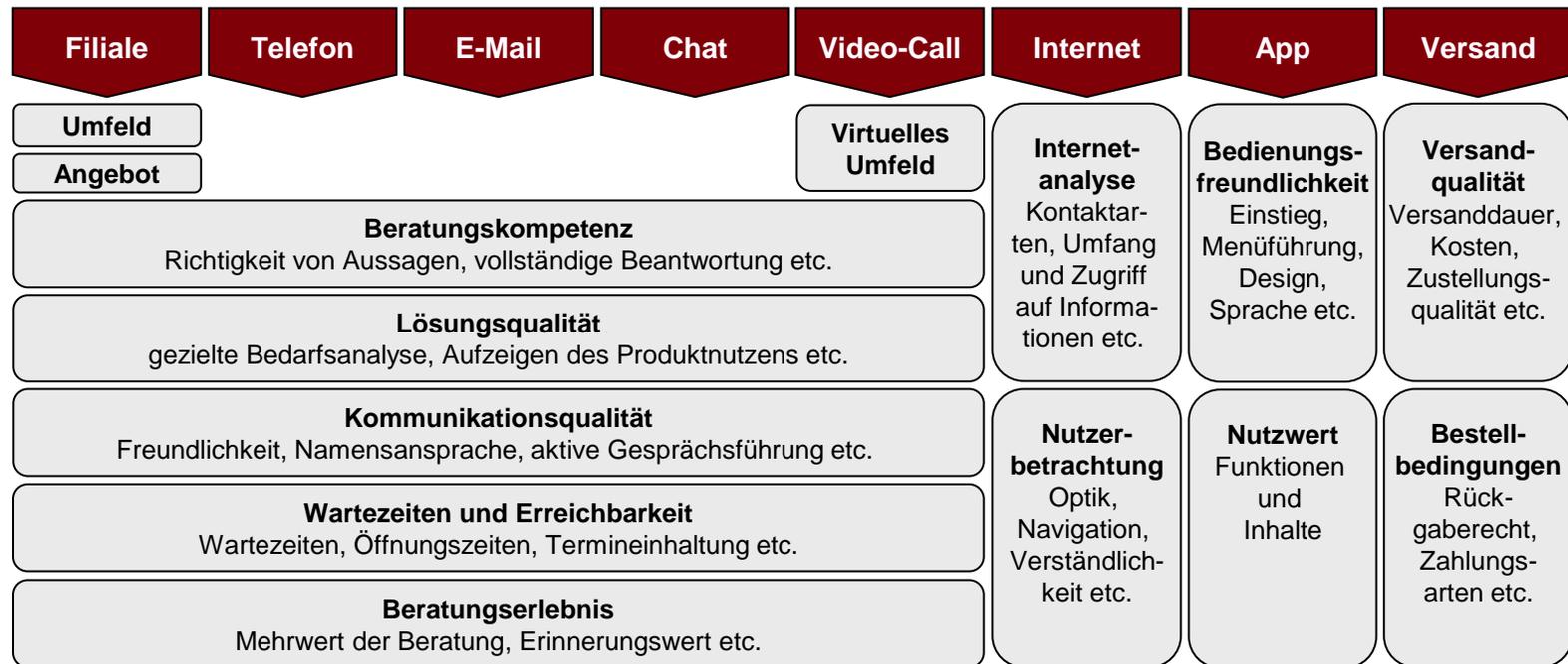
Service-tests

- **Ziel:** Analyse des Services und der Leistungen von Unternehmen aus Verbrauchersicht
- **Basis:** Standardisierte, objektiv nachprüfbarere Messverfahren der SERVQUAL/SERVPERF-Methodik, Erweiterung des Modells um Erkenntnisse aus der Verhaltensökonomie
- **Analyse:** Mehrdimensionaler Ansatz; Berücksichtigung der für Kundinnen und Kunden relevanten Kontaktkanäle (Filiale vor Ort, Telefon, E-Mail und Kontaktformular, Online-Chat, App, Video-Call, Internetpräsenz der Unternehmen, Versand)
- **Verfahren:** Datenerhebung mithilfe von Mystery-Tests (= aktive, verdeckte Beobachtung durch geschulte Testerinnen und Tester, die als Kunden auftreten und nach einem festgelegten und standardisierten Kriterienkatalog vorgehen)
- **Mystery-Aktivitäten:** Testkäufe, Testberatungen, Testanrufe, Test-E-Mails, Test-Chats, Test-Video-Calls, Test-App-Analysen auf Basis streng definierter, branchenübergreifender Vorgaben hinsichtlich Fragebögen, Rollenspiele und Kundenprofile
- **Online-Service:** Qualitätsmessung anhand quantitativer Internetanalysen durch Expertenteam sowie Nutzerbetrachtungen durch geschulte Testerinnen und Tester

8. Allgemeine Methodik

Service-tests

Die Abbildung zeigt die Hauptkriterien der Servicetests mit wesentlichen Unterkriterien:



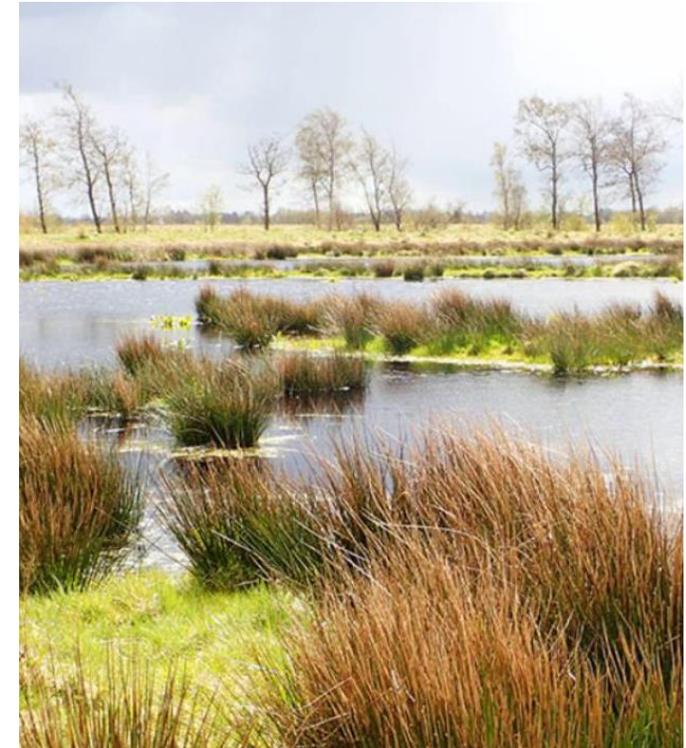
- Bewertungen basieren auf standardisierter Likert-Skala mit fünf Ausprägungen
- Einheitliche Überführung ermittelter Daten in ein Punktesystem (0 bis 100 Punkte)
- Einordnung der Werte in Qualitätssurteilsschema von „sehr gut“ bis „mangelhaft“

9. Klimaneutralität

Auszeichnung durch myclimate



- Jährliche Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des DISQ durch Umweltexperten von myclimate
- Regelmäßige Prüfung und Umsetzung weiterer CO₂-Reduktionsmaßnahmen
- Kompensation aller aktuell unvermeidbaren CO₂-Emissionen in einem Projekt zur Renaturierung des Königsmoores in Schleswig-Holstein
- Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmenskultur
- Mehr dazu online unter: disq.de/klima



Aktuelles Projekt: Wiedervernässung von Hochmoorgrünland im Königsmoor in Schleswig-Holstein