

# Internet hat den Reisemarkt immer fester im Griff

**REISEPORTALE** Die Umsätze im Online-Reisemarkt wachsen weiterhin rasant, und Flüge wurden erstmals mehr übers Internet gebucht als in Reisebüros. Online Reisen buchen boomt – trotz oder gerade wegen der Wirtschaftskrise. Fazit: Wenn einer eine Reise tut – dann hat er diese oft online gebucht.

VON THOMAS LANG\*

■ Wir sind mitten in der Ferienzeit, und die Schweizer haben auch in diesem Jahr vermehrt ihren Urlaub online gebucht. Gerade in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten kommt dem Internet als Vertriebskanal eine noch grössere Bedeutung zu.

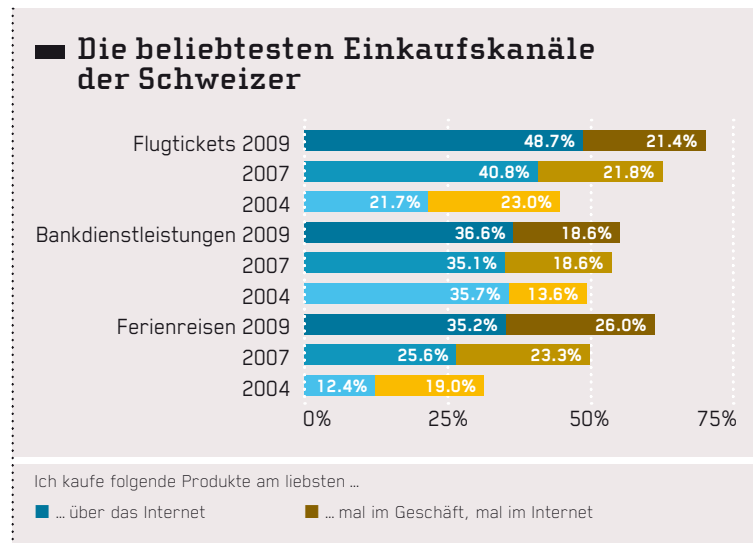
## Wichtigster Absatzkanal für Flüge und Reisen

Laut einer aktuellen Studie der GfK halten die Schweizer trotz Wirtschaftskrise an ihren Ferienplänen fest. Reisen bleibt wichtig. Die wirtschaftliche Situation hinterlässt zwar Spuren in den Ferienbudgets und sorgt für Anpassungen. Sie ist jedoch auch treibende Kraft, dass noch mehr auf den Preis geachtet wird. Die Buchung von Reiseprodukten verlagert sich auch dadurch vermehrt in den E-Commerce. Gemäss der aktuellen Studie der HSG zum Onlinehandel (www.internet-tag.ch) in der Schweiz ist bei Flugtickets das Internet gar zum stärksten Absatzkanal geworden, mit einem Anteil von 49%. Die Verkaufsstellen haben mit 28% deutlich an Relevanz verloren. 21% der Befragten gehen situativ vor, kaufen Flugscheine sowohl im Online- wie auch im stationären

Handel. Flugtickets führen denn auch die Rangliste der beliebtesten online gekauften Produkte in der Schweiz an. Und unter den Top 10 Schweizer Onlinehändlern finden sich die beiden Airlines easyJet und Swiss. Es werden jedoch nicht nur Flüge über's Web gebucht. Bereits an dritter Stelle der St.Galler Beliebtheitsskala figurieren die Ferienreisen, die zu gut einem Drittel rein online oder zu 26% situativ gebucht werden. Der reine Verkauf über Verkaufsstellen beläuft sich hier nur noch auf 36%. Die HSG spricht denn hier auch von einem «gigantischen Wachstum von 10% der Kunden, die ins Internet abwandern».

## Mehr Informationen online

Es sind jedoch nicht ausschliesslich die oft günstigeren Preise, welche die Kunden zusehends ins Internet locken. Obwohl im Web v.a. auch kurzfristig Sonderangebote regelrecht verschleudert werden. Es ist aber v.a. auch das umfassende Angebot sowie der Umfang der verfügbaren Informationen, Fotos, Karten und weitere Dienstleistungen wie detaillierte Hotelbeschreibungen und -bewertungen. Während man früher dem Reiseprospekt und dem -berater



Glauben schenken musste, steht heute eine Fülle an Informationen bereit. Auch die Verknüpfung zu Meta-Plattformen, Webcam-Sites oder Destination-Pages schafft zusätzliche Anreize, sich nicht nur online zu informieren, sondern auch gleich dort zu buchen.

Dank hochauflösenden Kartenapplikationen und Google Earth ist heute jeder in der Lage, die im Prospekt verschwiegene Hotellage direkt an der Autobahn, die Raffinerie neben dem Sandstrand oder die Anflugschneise über dem Naherholungsgebiet zu erkennen. Urlaubsfotos von Dritten oder Webcam-Bilder in Echtzeit, die auf Karten aggregiert werden, runden das Bild und damit auch die Kaufentscheidung ab. Die Demokratie des Internets macht's möglich.

## Rekordumsätze bei Schweizer Online-Reiseanbietern

Unter den Topreiseadressen im Internet finden sich nicht nur die beiden erwähnten Airlines easyJet und Swiss, sondern auch Air Berlin. Nebst den traditionellen Reiseanbietern Hotelplan, Kuoni und TUI liegen auch aktuelle Besucherzahlen der beiden führenden Reisemärkte ebookers.ch und travel.ch vor. Während den

ersten drei Monaten dieses Jahres konnte gemäss aktuellen Zahlen von NET-Matrix v.a. ebookers.ch seine Besucherzahlen gegenüber dem Vorjahresquartal um stolze 9% steigern (262 000 Unique Audience im 1. Quartal 2009) während die anderen Plattformen stagnierten oder gar Einbussen in der Besucherfrequenz in Kauf nehmen mussten. Ganz anders sieht es aus, wenn man auf die Umsätze blickt: Während ebookers.ch auf Vorjahresniveau bleibt, konnte travel.ch zwischen November und April seinen Umsatz gegenüber dem Vorjahr um fast 100% steigern. Auch Portale wie hotelplan.ch und tui.ch vermelden ein Wachstum im zweistelligen Bereich.

## Bewertungen werden immer wichtiger

ebookers.ch ist klar die Nummer eins in der Schweiz mit dem grössten Angebot. Vom funktionalen Aspekt her gefällt von den Reisemärkten travel.ch am besten, das auch in Sachen Usability punktet. Ende April kündigte ebookers.ch die Lancierung eines neuen Hotel-Bewertungstools an. Bereits seien rund 19 000 Hotels in aller Welt von ebookers.ch-Kunden unter die Lupe genommen worden, woraus 222 500



Gut bewertete Hotels werden als Empfehlungen prominent gelistet.



Nützliche Informationen von Reisenden auf dem Reiseblog von ebookers.ch.

Bewertungen resultierten. Diese grosse Menge resultiert nicht zuletzt darauf, dass ebookers in 13 europäischen Ländern aktiv ist und mit dem amerikanischen Mutterhaus travelport in weiteren 130 Ländern Präsenz markiert.

Bewertungen haben sich nicht nur in der Reiseindustrie als enorm effiziente und Vertrauen steigende Massnahme etabliert. Die dem Bereich Social Commerce zuzuordnende Methode kennt man schon lange bei internationalen Versandhändlern wie Amazon & Co. Eigentlicher Pionier in der Schweiz bei den Bewertungen ist jedoch travel.ch. Das zum Migros-Konzern gehörende unabhängige Reiseportal führte bereits Mitte 2006 Bewertungen ein. Heute bestimmen diese Kundenfeedbacks zu einem bedeutenden Teil die Benutzerführung auf der Site. Nebst branchenüblichen Kriterien wie Hotelkategorie, Preise u.a. lassen sich die Angebote auch aufgrund der zahlreich verfügbaren Kundenkriterien filtern. Von der Schwei-

zer Kundschaft werden denn auch über 4500 Hotels bewertet. Aktuell sind bei travel.ch 10500 Bewertungen online abrufbar.

Bei travel.ch können nur Kunden ihre gebuchten Leistungen bewerten – 80% von diesen empfehlen übrigens ihr Hotel weiter. Die Aufforderung zur Bewertung erfolgt in der Regel nach Rückkehr per E-Mail und die Rücklaufquote beträgt erstaunliche 42%. Jede einzelne Bewertung wird manuell geprüft und freigeschaltet. Bei negativen Feedbacks wird schon mal beim Kunden zurückgefragt und die Reklamation behandelt. Mit travelfeedback.com hat man sich bei travel.ch ein zweites Standbein geschaffen. Dort werden Restaurantempfehlungen, Ausflugstipps und ähnliches ausgetauscht. Aufgefordert werden auch hier Kunden, für die besuchten Destinationen entsprechende Informationen zu hinterlassen. Den Passagieren präsentiert travel.ch solche wertvollen Tipps vor Antritt der Reise per E-Mail. Wie kürzlich selber

bei einem Trip nach Hamburg erlebt, kommt man so in den Genuss wertvoller Insidertipps, die man gerne nach Abschluss der Reise auch weitergibt oder ergänzt. Community-Pflege at its best. Einen anderen Weg wählt neuerdings ebookers.ch. Auf dem eigenen Blog (blog.ebookers.ch) berichten Reisende von ihren Erfahrungen, verraten Insidertipps oder empfehlen Reiseliteratur.

### Steigender Marktanteil des Onlinevertriebs

In der Reisebranche kommt dem E-Commerce, der die Branche nachhaltig verändert, eine immer bedeutendere Rolle zu. Hotels, Autovermieter und Transportgesellschaften treten vermehrt in direkten Kontakt mit dem Endkunden. Neue Plattformen etablieren sich, wie die erwähnten Reisemärkte. V.a. Einzelprodukte wie Flüge, Hotelübernachtungen oder Mietautos eignen sich besonders gut für den Onlinevertrieb, während der stationäre Handel v.a. bei komplexeren Produkten und Paketen mit der Beratung punkten kann. Bei den klassischen Reiseveranstaltern wie Kuoni, Hotelplan und Tui macht das Onlinegeschäft derzeit einen Anteil von 10% des Umsatzes aus. Gemäss dem erstmals erschienenen E-Commerce Report 2009 der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) geht man davon aus, dass sich dieser Anteil in den nächsten fünf Jahren auf 25% erhöhen wird. Die Vorzeichen stehen also klar auf Online. ■



\* Thomas Lang ist Geschäftsführer und Unternehmensberater für E-Business und E-Commerce bei der Carpathia Consulting GmbH in Zürich. www.carpathia.ch

## NEWS

### Das beste Wetter der Schweiz

Der Schweizer Online-Wetterbericht meteo.search.ch bietet erstmals für jede Schweizer Ortschaft eine Lokalprognose an. Der Schweizer Such- und Informationsdienst [search.ch] hat seinen Online-Wetterdienst meteo.search.ch generalüberholt: Der neue Wetterbericht bietet Wetterprognosen in bisher ungekannter Genauigkeit. Mit den Daten von MeteoSchweiz (Bundesamt für Meteorologie und Klimatologie) sind sehr detaillierte Lokalprognosen möglich. Die Berichte und Prognosen sind ab sofort im bekannten Kleid von search.ch schnell, einfach und selbstverständlich kostenlos im Internet abrufbar. Erstmals sind Lokalprognosen zu **3000 Orten** in der Schweiz verfügbar. Für



jede der über 3000 Ortschaften der Schweiz kann ein lokaler

Wetterbericht abgefragt werden. Als Neuheit zeigt meteo.search.ch für die nächsten zwölf Stunden in einer übersichtlichen Grafik an, ob es regnet und wie warm es ist, und zwar auf zehn Minuten genau. Muss ich einen Schirm mitnehmen? Reicht es noch vor dem Gewitter nach Hause? Lohnt es sich zu warten, bis der Regen nachlässt? Auf diese Fragen gibt die neue Lokalprognose erstaunlich detaillierte Antworten. Die lokalen Messdaten (Temperatur, Sonnenschein, Niederschläge, Wind, Luftfeuchtigkeit und Luftdruck) werden laufend eingespeist.

Anzeige

← → http://www.topin.travel/ ▶

**20'000 Ideen für Ausflug & Ferien.**

**Topin.travel™**  
Freizeit in Klickwelt.