

STARKES STUDIUM.  
PRIMA ZUKUNFT.



HHN

HOCHSCHULE HEILBRONN

TECHNIK

WIRTSCHAFT

INFORMATIK

Campus Heilbronn

**HiNFAM**  
HEILBRONNER INSTITUT  
FÜR ANGEWANDTE MARKTFORSCHUNG

Internet-Reiseportale

Prof. Dr. Christian Buer

Dr. Joachim Allhoff

Rebecca Hagendorn

**vit** VERBAND  
INTERNET  
REISEVERTRIEB  
[www.v-i-r.de](http://www.v-i-r.de)

# Studiendesign

## Konsumenten-Umfrage:

Methode: - Online-Befragung über ein Online-Access-Panel  
- Konsumenten, die in den letzten zwölf Monaten über Internet-Reiseportale eine (Hotel-)Buchung vorgenommen haben

Feldphase: 5.-11. Juli 2016

Stichprobe: 1.013 Befragte

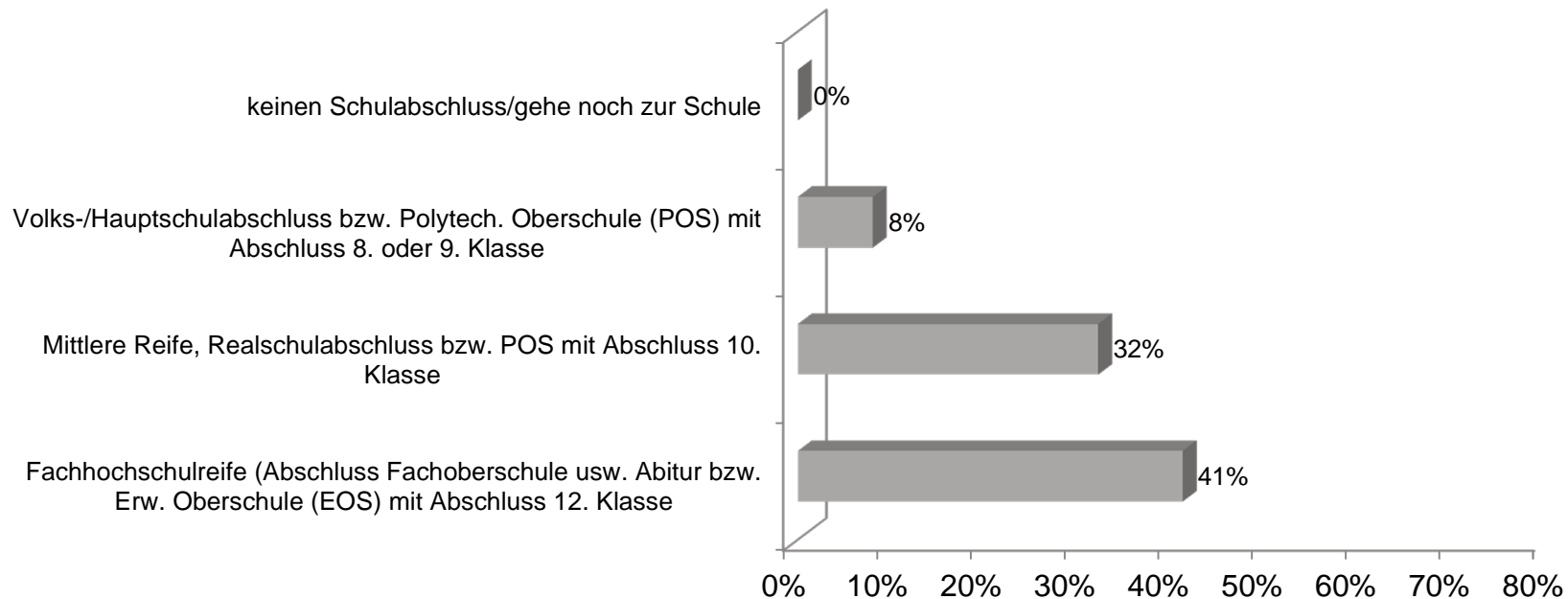
## Stichprobe: Geschlecht, Alter

- **Die Nutzer von Internet-Reiseportalen verteilen sich über alle Altersgruppen.**
- **In der Stichprobe sind Männer leicht überdurchschnittlich vertreten.**

Kategorien		
Geschlecht	männlich	53%
	weiblich	47%
Alter	18 bis 24 Jahre	9%
	25 bis 34 Jahre	15%
	35 bis 44 Jahre	15%
	45 bis 54 Jahre	23%
	55 bis 64 Jahre	17%
	65 Jahre und älter	22%

# Stichprobe: Bildungsabschluss

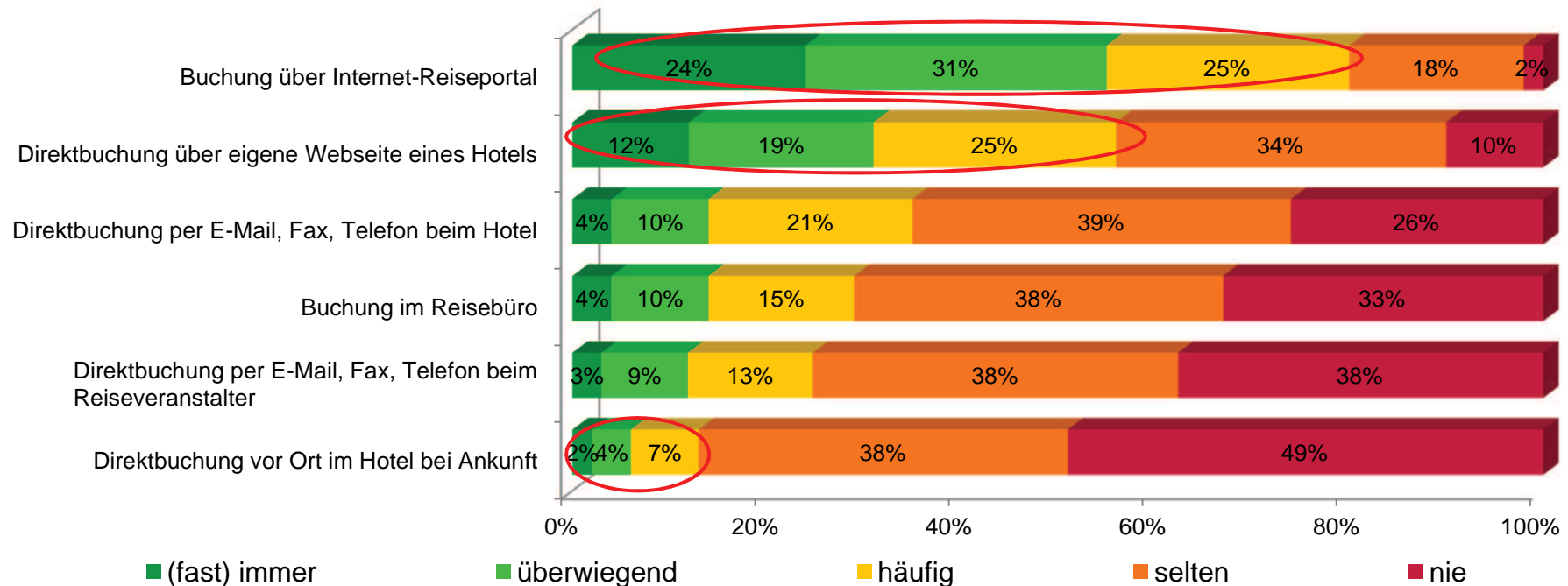
- Mehr als 40% der Befragten besitzen einen höheren Bildungsabschluss.**



*Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?*

# Nutzung von Hotelbuchungskanälen

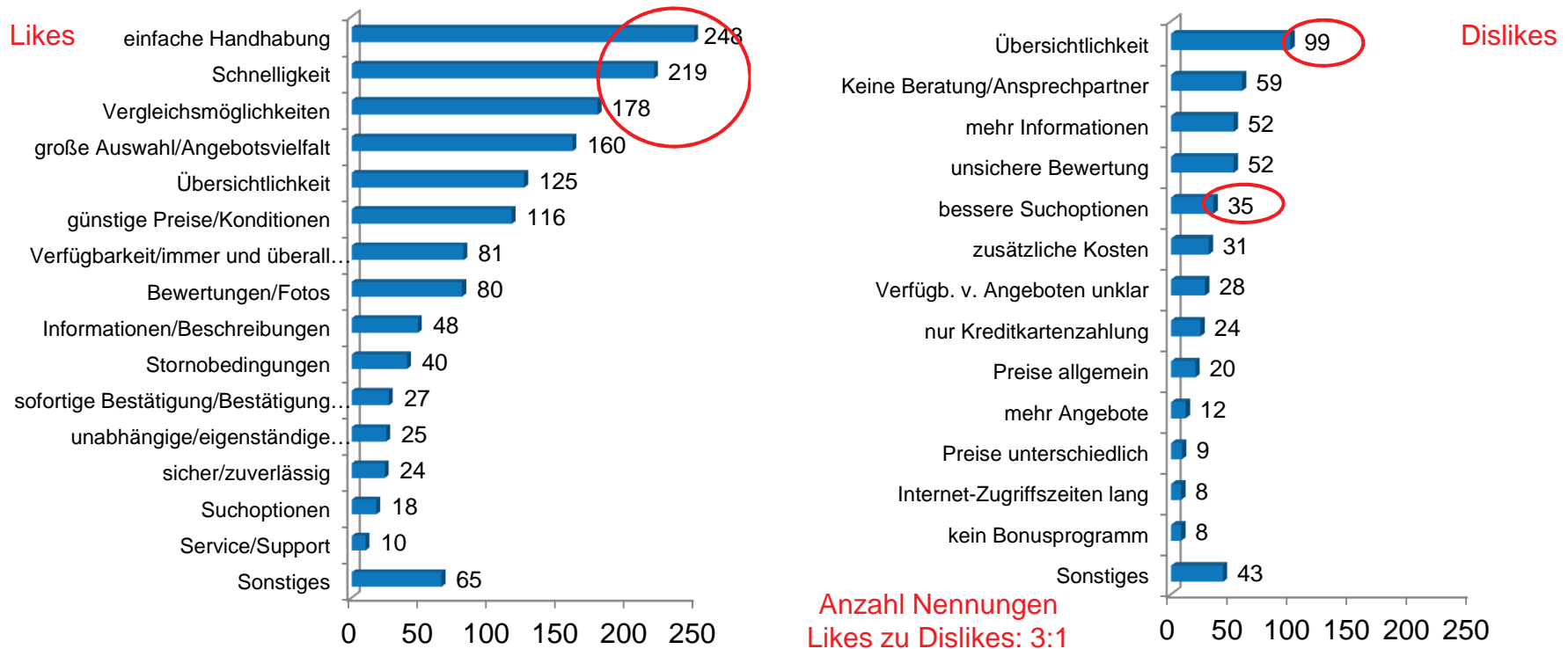
- **Häufigste Buchungsform ist das Internet-Reiseportal.**
- **Etwa 70 % der Befragten buchen selten oder nie im Reisebüro.**
- **Drei Viertel buchen selten oder nie beim Reiseveranstalter; und etwa 90 % der Befragten selten/nie vor Ort (Walk-in).**



*Wie häufig nutzen Sie die folgenden Möglichkeiten zur Hotel-Buchung?*

# Allgemeine Bewertung Internet-Reiseportale

- **Positive Aspekte werden dreimal so oft genannt wie negative. Besonders positiv bewertet werden in den offenen Nennungen die einfache Handhabung, die Schnelligkeit sowie die Vergleichsmöglichkeiten.**
- **Negativ bewertet werden die mangelnde Übersichtlichkeit der Internet-Reiseportale. Damit zusammenhängend werden auch bessere Suchoptionen gewünscht.**

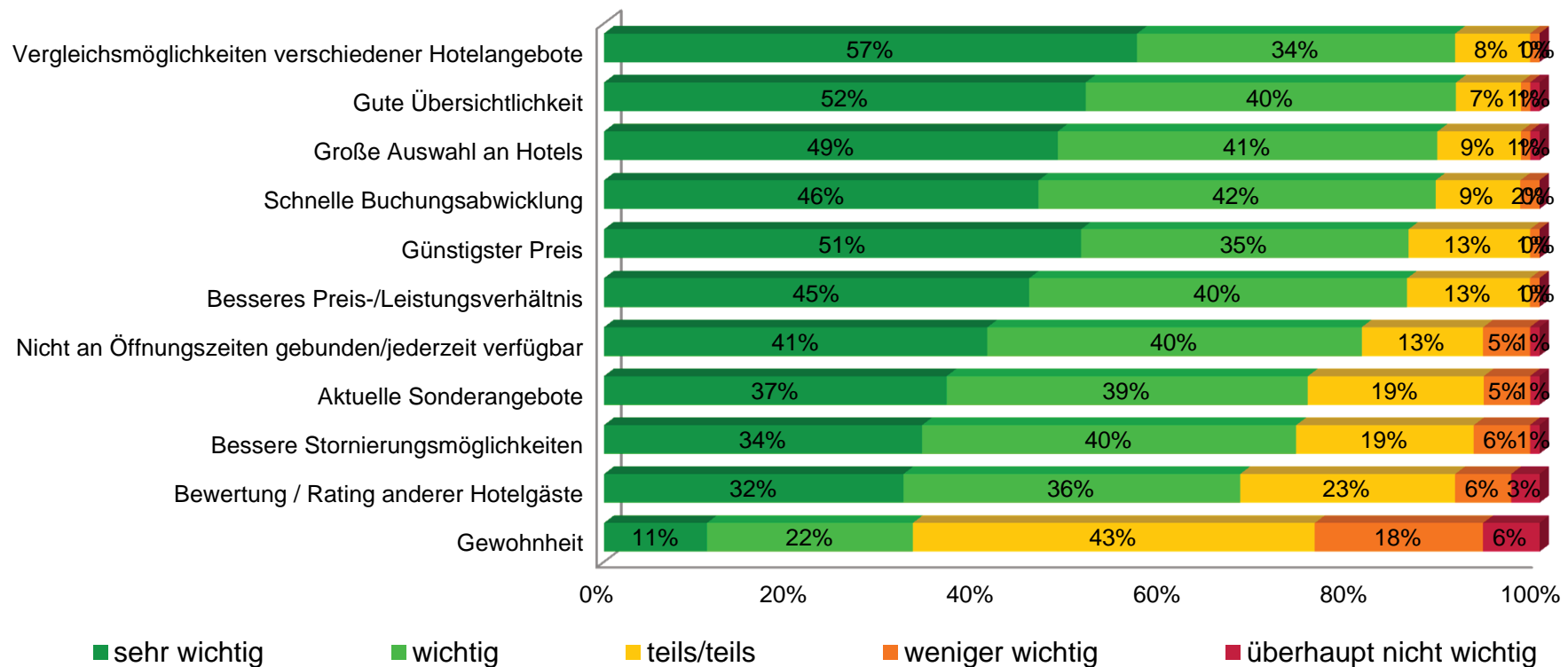


Wenn Sie an die Hotelbuchungen über ein Internet-Reiseportal denken. **Was gefällt Ihnen ganz allgemein bzw. was gefällt Ihnen weniger** an der Buchung von Hotels über ein Internet-Reiseportal?

(Anzahl der Nennungen; **Likes**: insgesamt 1464 Nennungen / **Dislikes**: insgesamt 504)

# Gründe Nutzung Internet-Reiseportale

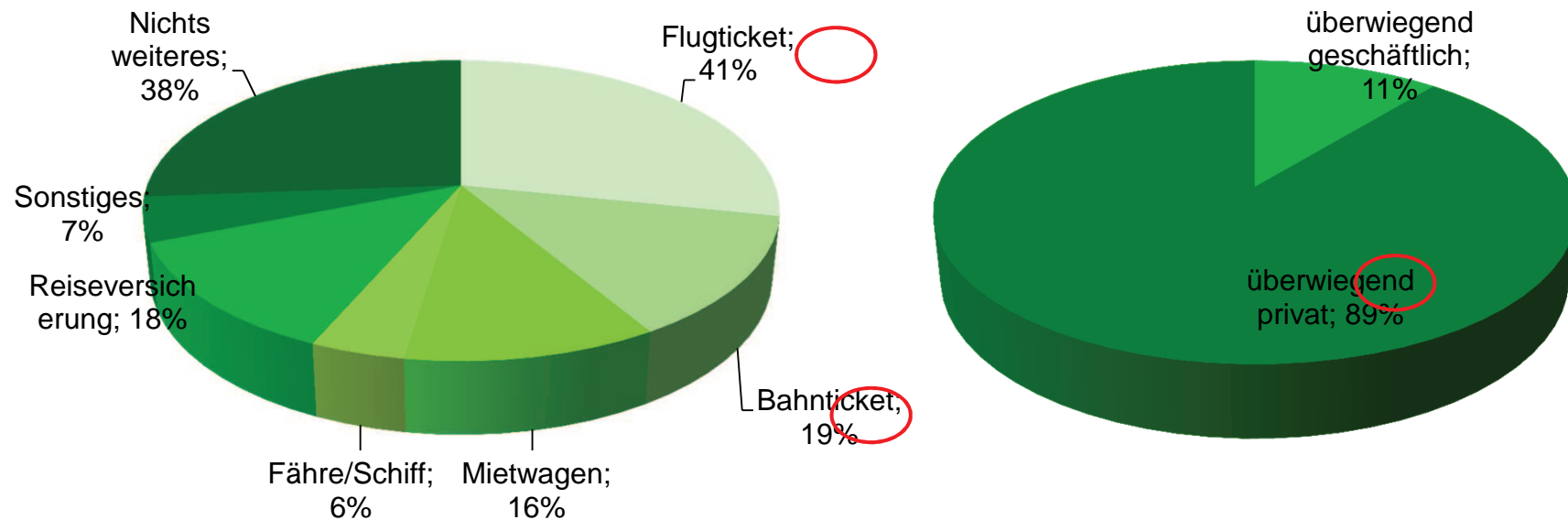
- **Die wichtigsten Gründe, ein Internet-Reiseportal für Hotelbuchungen zu nutzen, sind die Vergleichsmöglichkeiten, eine gute Übersichtlichkeit sowie die große Hotel-Auswahl.**
- **Auch die günstigsten Preise und das Preis-/Leistungsverhältnis sowie schnelle Buchungsabwicklung sind noch sehr wichtige Gründe.**



*Wie wichtig sind Ihnen folgende Gründe ein Hotel über ein Internet-Reiseportal zu buchen?*

## Letzte Hotelbuchung über Internet-Reiseportal – gebuchte Leistungen u. Reisezweck

- **Häufigste weitere gebuchte Leistungen neben dem Hotel sind das Flugticket (41%) und Bahnticket (19%).**
- **Die letzte Hotelbuchung hatte überwiegende private Zwecke (zu fast 90%).**



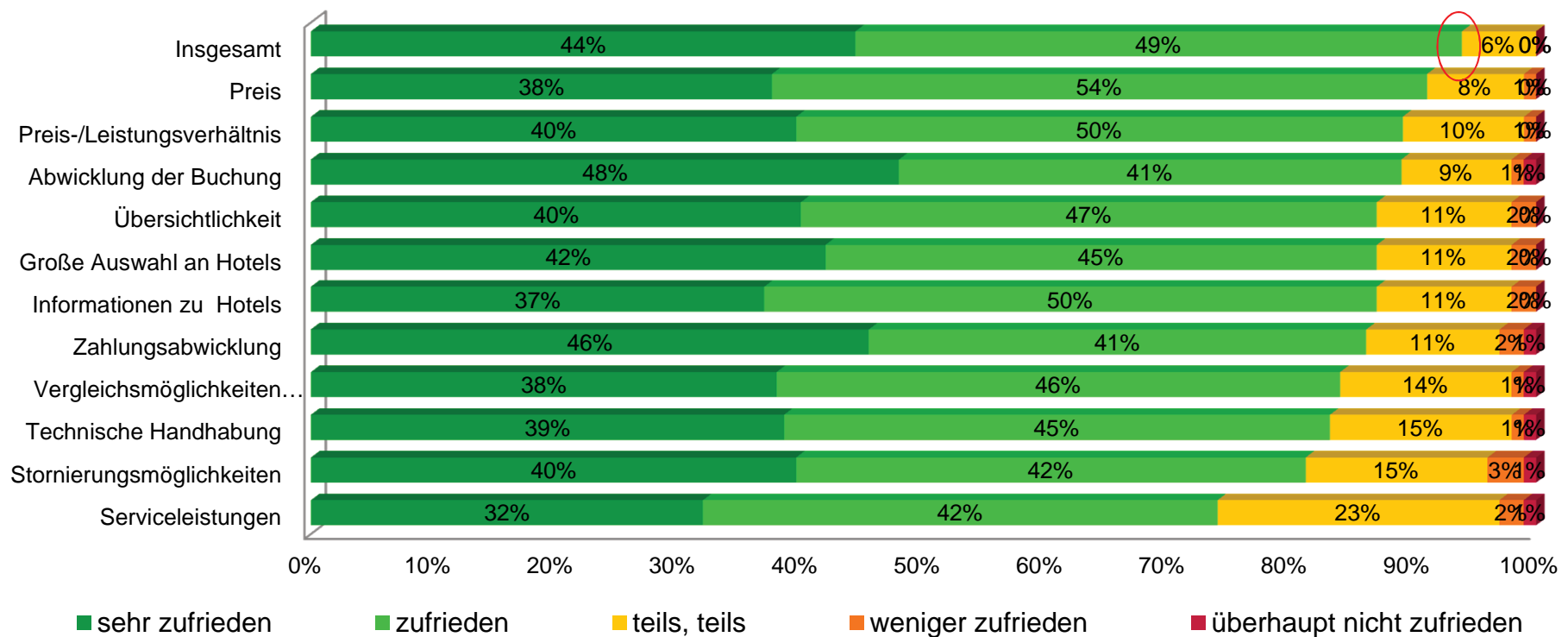
Wenn Sie einmal an Ihre letzte Hotel-Buchung über ein Internet-Reiseportal denken. Welche der folgenden Leistungen haben Sie neben dem Hotelzimmer gebucht?

War diese Reise überwiegend für geschäftlich oder überwiegend private Zwecke?



## Letzte Hotelbuchung über Internet-Reiseportal – Zufriedenheit

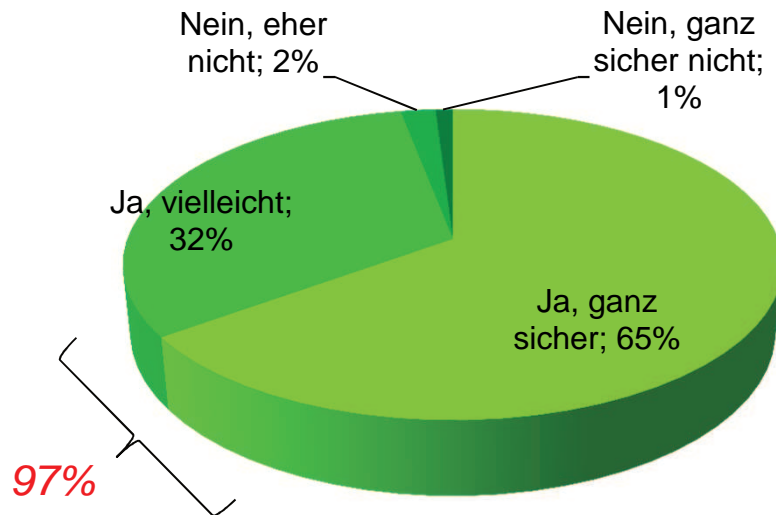
- **Die Gesamtzufriedenheit mit der letzte Buchung fällt sehr hoch aus: 93% sind (sehr) zufrieden.**
- **Aber auch die einzelnen Leistungsfaktoren werden (sehr) positiv bewertet. Nur die Zufriedenheiten mit Serviceleistungen und Stornierungsmöglichkeiten fallen etwas ab.**



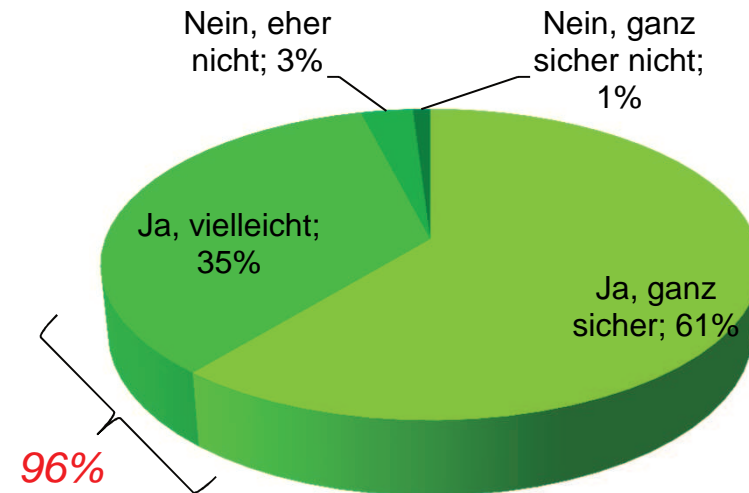
*Wie zufrieden waren Sie mit den Leistungen des Internet-Reiseportals bei Ihrer letzten Buchung?*

## Wiedernutzungsbereitschaft/Weiterempfehlungsbereitschaft

- **Auch die Wiedernutzungsbereitschaft des zuletzt genutzten Internet-Reiseportal fällt mit 97% sehr hoch aus.**
- **Und auch die Weiterempfehlungsbereitschaft des Internet-Reiseportals erreicht mit 96% sehr hohe Werte.**



**Wiedernutzungsbereitschaft**



**Weiterempfehlungsbereitschaft**

*Würden Sie wieder über dieses Internet-Reiseportal buchen?*

## Fazit

- ▶ Die wichtigsten **Gründe für die Nutzung von Internet-Reiseportalen** bei Hotelbuchungen: Vergleichsmöglichkeiten, gute Übersichtlichkeit sowie großes Hotelangebot (also Gründe hinsichtlich Komfort und Einfachheit/Bequemlichkeit).
- ▶ In den offen abgefragten, spontanen positiven Bewertungen (**Likes**) an einer Hotelbuchung werden die einfache und schnelle Handhabung und Buchungsabwicklung, die Vergleichsmöglichkeiten und das große Hotelangebot genannt (Verhältnis bei Anzahl der Nennungen Likes vs. Dislikes: 3 zu 1)
- ▶ Die standardisiert abgefragte allgemeine **Zufriedenheit** mit der letzten Hotelbuchung fällt mit 93% (sehr) zufriedenen Kunden sehr hoch aus.

- ▶ Die *Wiedernutzungsbereitschaft* des zuletzt genutzten Internet-Reiseportals erzielt mit 97% ebenfalls Bestwerte.
- ▶ Die **Weiterempfehlungsbereitschaft** des Internet-Reiseportals fällt mit 96% sehr hoch aus.
- ▶ Vor dem Hintergrund **der sehr guten Leistungswerte** die **offenen kritischen Nennungen zu relativieren.**

# Ansprechpartner



Dr. Joachim Allhoff

Institutsleiter

Heilbronner Institut für angewandte Marktforschung

Hochschule Heilbronn

Max-Planck-Str. 39

74081 Heilbronn

phone: +49(0)7131-504-6792

mobile: +49(0)151-28794764

mailto: joachim.allhoff@hs-heilbronn.de

www.h-infam.de

Besucheradresse

Campus Heilbronn – Am Europaplatz, Am Europaplatz 11, 74076 Heilbronn