

# DEUTSCHLAND TEST: Online-Reisebüros 2018

Wettbewerbsanalyse mit Detail-Auswertungen  
für 19 Online-Reisebüros

Eine Untersuchung in Kooperation mit



Studienflyer mit Bestellformular

## Studiensteckbrief

<b>Studienkonzept</b>	DEUTSCHLAND TEST und ServiceValue GmbH
<b>Erhebungsmethode</b>	Online-Befragung
<b>Erhebungszeitraum</b>	Juni 2018
<b>Stichprobe</b>	1.017 Kunden mit 1.493 Urteilen zu 19 Online-Reisebüros (Bewertung von bis zu 3 Online-Reisebüros, bei denen die Befragten in den letzten 12 Monaten Kunde waren)
<b>Auswertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umfassende Darstellung der Gesamtergebnisse</li> </ul> <p>Detaillierergebnisse für 19 Online-Reisebüros</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ab-in-den-urlaub.de</li> <li>• clickundflieg.com</li> <li>• ebookers.de</li> <li>• expedia.de</li> <li>• fernreisenbuchen.com</li> <li>• fluege.de</li> <li>• hlx.com</li> <li>• holidaycheck.de</li> <li>• lastminute.de</li> <li>• logitravel.de</li> <li>• opodo.de</li> <li>• reise.de</li> <li>• reisen.de</li> <li>• travel24.com</li> <li>• travelchannel.de</li> <li>• travelscout24.de</li> <li>• tropo.de</li> <li>• urlaub.check24.de</li> <li>• weg.de</li> </ul>
<b>Gesamtumfang</b>	194 Seiten Chart-Berichtsband (PDF)

## Studiendesign

<b>Gesamtaussagen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesamtzufriedenheit</li> <li>• Kundenorientierung</li> <li>• Ruf und Image</li> </ul>
<b>Kundenbindung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emotionale Bindung, Treue, Loyalität, Weiterempfehlungsbereitschaft</li> </ul>
<b>Produktauswahl</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Große Auswahl passender Angebote</li> <li>• Verfügbarkeit von angezeigten Reisen</li> </ul>
<b>Internetauftritt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optisch ansprechende Website</li> <li>• Übersichtliche Website</li> <li>• Bedienungsfreundliche Website</li> <li>• Mobile Nutzbarkeit der Website</li> </ul>
<b>Buchungsprozess</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suchfunktion</li> <li>• Klar strukturierter Buchungsprozess</li> <li>• Konstanz der Preise während Buchungsprozess</li> <li>• Verlässlichkeit der Reiseinformationen</li> <li>• Klare und verständliche Vertragsbedingungen</li> </ul>
<b>Preis-Leistungs-Verhältnis</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>• Sonderangebote</li> <li>• Transparenz von Leistungen und Kosten</li> <li>• Keine versteckten Kosten</li> </ul>
<b>Kundenservice</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zusatzinformationen zu Reisezielen</li> <li>• Glaubwürdigkeit der Kundenbewertungen</li> <li>• Erreichbarkeit des Kundenservice</li> <li>• Reaktion auf Anfragen (schnell/zuverlässig)</li> <li>• Hilfsbereitschaft des Kundenservice</li> <li>• Kompetenz des Kundenservice</li> </ul>

## DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Online-Reisebüros (I)

GESAMT		Produktauswahl		Internetauftritt		Buchungsprozess	
sehr gut	holidaycheck.de	sehr gut	urlaub.check24.de	sehr gut	holidaycheck.de	sehr gut	expedia.de
sehr gut	expedia.de	sehr gut	holidaycheck.de	sehr gut	urlaub.check24.de	sehr gut	urlaub.check24.de
sehr gut	urlaub.check24.de	sehr gut	expedia.de	sehr gut	expedia.de	sehr gut	holidaycheck.de
sehr gut	ab-in-den-urlaub.de	sehr gut	ab-in-den-urlaub.de	sehr gut	ab-in-den-urlaub.de	gut	ab-in-den-urlaub.de
gut	opodo.de	gut	fluege.de	gut	opodo.de	gut	opodo.de
gut	weg.de	gut	opodo.de	gut	weg.de	gut	lastminute.de
gut	fluege.de	gut	weg.de	gut	fluege.de	gut	fluege.de
gut	lastminute.de	gut	lastminute.de	gut	travelscout24.de	gut	weg.de
gut	travel24.com	gut	travel24.com		travel24.com	gut	travel24.com
	tropo.de		ebookers.de		lastminute.de		ebookers.de
	ebookers.de		travelscout24.de		tropo.de		tropo.de
	travelscout24.de		tropo.de		reise.de		reisen.de
	hlx.com		fernreisenbuchen.com		ebookers.de		logitravel.de
	reisen.de		hlx.com		hlx.com		fernreisenbuchen.com
	logitravel.de		reisen.de		reisen.de		hlx.com
	fernreisenbuchen.com		clickundflieg.com		travelchannel.de		travelscout24.de
	reise.de		logitravel.de		logitravel.de		clickundflieg.com
	clickundflieg.com		reise.de		clickundflieg.com		travelchannel.de
	travelchannel.de		travelchannel.de		fernreisenbuchen.com		reise.de

Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.

## DEUTSCHLAND TEST: Rankings der Online-Reisebüros (II)

Preis-Leistungs-Verhältnis		Kundenservice	
sehr gut	holidaycheck.de	sehr gut	expedia.de
sehr gut	urlaub.check24.de	sehr gut	holidaycheck.de
sehr gut	ab-in-den-urlaub.de	sehr gut	travel24.com
sehr gut	expedia.de	sehr gut	opodo.de
gut	weg.de	sehr gut	urlaub.check24.de
gut	lastminute.de	gut	ab-in-den-urlaub.de
gut	tropo.de	gut	weg.de
gut	fluege.de	gut	fluege.de
gut	opodo.de	gut	lastminute.de
	hlx.com	gut	tropo.de
	travel24.com	gut	travelscout24.de
	ebookers.de		hlx.com
	reisen.de		ebookers.de
	logitravel.de		reisen.de
	fernreisenbuchen.com		logitravel.de
	clickundflieg.com		reise.de
	travelscout24.de		fernreisenbuchen.com
	reise.de		travelchannel.de
	travelchannel.de		clickundflieg.com

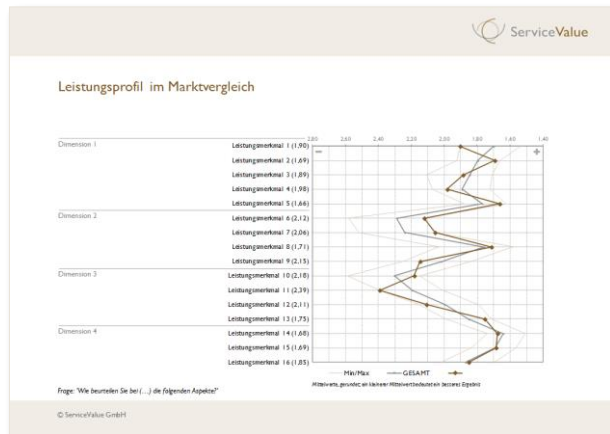
Das Gesamtergebnis berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Teildimensionen. Diese ergeben sich als ungewichteter Mittelwert aus den jeweiligen Bewertungskriterien. Die Auszeichnung „gut“ erhalten alle Unternehmen, die über dem Mittelwert liegen. Unternehmen, die wiederum über dem Durchschnitt der mit „gut“ bewerteten Unternehmen liegen, erhalten ein „sehr gut“.



## Ihre Fragen – unsere Antworten (I)



- Welche Stärken und Schwächen weisen die einzelnen Anbieter auf?
  - Auf welche Handlungsfelder sollten die einzelnen Anbieter hohe Aufmerksamkeit in der Optimierung richten?
- ⇒ Klare Handlungsorientierung durch Handlungs-Relevanz-Matrix für jeden Anbieter



- Bei welchen Service- und Leistungsattributen ist ein Anbieter besser / schlechter als der Gesamtmarkt?
- ⇒ Leistungsprofil im Marktvergleich für jeden Anbieter

## Ihre Fragen – unsere Antworten (II)



- Welcher Wettbewerber schneidet bei welchem Leistungsmerkmal besser oder schlechter ab?
- ⇒ Darstellung aller Leistungsmerkmale mit Ranking der Anbieter



- Welche Leistungen haben die höchste Bedeutung für die Kundenbindung?
- ⇒ Kundenbindung als Key Performance Indicator der Dimensionen Emotionale Bindung, Loyalität und Weiterempfehlung
- ⇒ Relevanzanalytische Berechnung und Darstellung für jeden Anbieter



## Studienbestellung per E-Mail an [Bestellung@ServiceValue.de](mailto:Bestellung@ServiceValue.de) oder per FAX an +49 (0)221.67 78 67 – 19

### Bestellung

- Benchmarkstudie** „DEUTSCHLAND TEST: Online-Reisebüros 2018“ (Einzelexemplar, 194 Seiten, PDF)  
zum Preis von 3.500 € netto
- Ergebnispräsentation und Analysegespräch vor Ort** inkl. Überlassung der Präsentations-Datei (PPT)  
zum Preis von 2.900,-€ netto, zzgl. anfallender Reisekosten
- Vorteilsangebot**  
Benchmarkstudie „DEUTSCHLAND TEST: Online-Reisebüros 2018“ (Einzelexemplar, 194 Seiten, PDF)  
und Ergebnispräsentation sowie Analysegespräch vor Ort zum Preis von 5.400,- € netto, zzgl. anfallender Reisekosten

### Kontaktdaten (Versand- sowie Rechnungsadresse)

Unternehmen

Name, Vorname

Abteilung / Position

E-Mail (wichtig für den Versand der Dateien)

Telefon

Telefax

Adresse (Str. / PLZ / Ort)

Rechnungsanschrift (wenn abweichend von Adresse)

Ihre Auftragsnummer, Kostenstelle (zur Rechnungs-Ergänzung)

Ort, Datum

Unterschrift

Stempel

## Impressum / Kontakt

Herausgeber

**ServiceValue GmbH**

Dürener Str. 34 I

50935 Köln

Tel +49.(0)221.67 78 67 - 0

Fax +49.(0)221.67 78 67 - 99

[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)

[Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

ISBN 978-3-945866-03-0 (PDF)

Disclaimer: Die ServiceValue GmbH macht darauf aufmerksam, dass die Ergebnisse der Studie mit höchster Sorgfalt auf der Basis von Kundenäußerungen ermittelt wurden. Dennoch sind die Ergebnisse keine unumstößliche Tatsache oder sollten als alleinige Empfehlung verstanden werden, einzelne Geschäftsaktivitäten zu initiieren oder aufzugeben.

Diese Studie ist einschließlich aller Bestandteile urheberrechtlich geschützt. Eine Weitergabe an Dritte, z.B. eine Tochtergesellschaft, oder mit dem Studienbezieher in wirtschaftlicher Beziehung stehende Dritte, ist nicht gestattet. Verwertungen, die nicht ausdrücklich gemäß den Bestimmungen des Urheberrechts zugelassen sind, bedürfen der vorherigen schriftlichen Zustimmung der Herausgeber. Insbesondere gilt dies für Bearbeitungen, Vervielfältigungen, Übersetzungen, die elektronische Speicherung und Verarbeitung sowie die Verwendung im Rahmen von Unternehmensanalysen und -bewertungen (Ratings/Zertifizierungen) oder Beratungsleistungen durch Dritte, die nicht der ServiceValue GmbH oder mit ihr verbundenen Unternehmen angehören.

Titelbild: © Jürgen Priewe, mindscanner Images - Fotolia.com

“Our business is value development  
by service excellence.”

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34 I  
50935 Köln  
[www.ServiceValue.de](http://www.ServiceValue.de)