

[Home](#) / [News](#)
Travelport

UNTERSCHIEDE IM DIGITALEN NUTZUNGSVERHALTEN AUF URLAUB ODER DIENSTREISE

TOURISTIK

20.02.2019

Deutsche im internationalen Vergleich seltener online unterwegs – Urlauber buchen und recherchieren anders als Dienstreisende – Befragung von 19 auf 25 Länder ausgeweitet.

TouristikkalenderAktuelles E-Paper

Alle Termine der Branche auf einen Klick.


traveller
 20 | 2019


ZUM KALENDER HINZUFÜG



© Travelport

Travelport, eine führende Travel Commerce Plattform, hat 16.200 Reisende aus 25 Ländern zu ihren Buchungs- und Reisegewohnheiten befragt. Die Studie untersucht das digitale Nutzungsverhalten im internationalen Vergleich und zeigt: Deutsche recherchieren intensiv und nutzen dabei mehrere Quellen on- und offline. Im internationalen Vergleich sind sie bei der digitalen Nutzung aber zurückhaltend – im Urlaub wie auch bei Dienstreisen.

Dazu Dieter Rumpel, Travelports Managing Director Germany, Austria & Switzerland: „Der Zahl von 22 Millionen Digital Natives stehen in Deutschland bereits 58 Millionen Smartphone-Nutzer gegenüber. Wir werden also über alle Altersgrenzen hinweg digitaler und mobiler. Im Gegensatz zu anderen Bereichen bleibt das Thema Urlaub aber für viele Deutsche Vertrauenssache – und hier setzen wir auf das persönliche Gespräch mit Experten und auf den Erfahrungsaustausch mit Bekannten.“ Die Digitalisierung werde aber auch im Tourismus weiter voranschreiten, so Rumpel weiter.

Deutschland: Geschäftsreisende onlineaffiner als Urlaubsreisende

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Deutschen beim Thema Urlaub ein anderes

Zusammenfassend zeigt sich, dass die Deutschen beim Thema Urlaub ein anderes Recherche- und Buchungsverhalten zeigen, als bei Geschäftsreisen. So werden Freizeitreisende mobiler und digitaler, je weiter die Reiseplanung voranschreitet: Bei der Recherche geben acht von zehn Befragten immer noch das Reisebüro oder den Veranstalter als wichtige Informationsquelle an. Werden Onlinelösungen in diesem Stadium genutzt, so sind das bei drei von vier Befragten Bewertungsportale und Preisvergleichsportale. Zum Smartphone greift in dieser Phase nur jeder Dritte. Während der Anreise sind bereits 46 Prozent auf ihr Smartphone angewiesen. Im Reiseland angekommen steigt der Wert dann auf 50 Prozent. 45 Prozent der Befragten nutzen dieses für die Planung von Aktivitäten vor Ort.

Geschäftsreisende setzen von Beginn an stärker auf digitale Lösungen als auf persönliche Beratung. So nennen bei der Recherche nur noch zwei von drei Befragten (64%) das Reisebüro oder den Veranstalter als wichtige Informationsquelle. Preisvergleichsportale (67%) und Bewertungsportale (62%) nehmen hier einen fast gleichwertigen Rang ein oder sind sogar etwas wichtiger. Während der Reise und im Hotel bleibt die digitale Nutzung wichtig, allerdings nicht beschränkt auf das Smartphone. So ist die Verwendung eines Laptops im Flugzeug und eine gute digitale Ausstattung im Hotel mit hochwertiger In-Room-Technologie für den Geschäftsreisenden wesentlich wichtiger als für den Urlaubsreisenden. Alle Leistungen werden von rund der Hälfte aller Geschäftsreisenden als besonders relevant angesehen, bei den Freizeitreisenden ist das nur bei knapp jedem Dritten der Fall.

Einigkeit herrscht beim Thema kostenfreies Internet im Hotel: Hier geben 66 Prozent der Freizeit- und Dienstreisenden an, bei der Auswahl auf kostenfreies WiFi zu achten. Das sind zehn Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Für 59 Prozent der Freizeitreisenden und 52 Prozent der Geschäftsreisenden kommt die Buchung eines Hotels, das gebührenpflichtiges Wifi anbietet, erst gar nicht in Frage. Die Onlinenutzung im Reiseland ist also für Freizeitreisende wie auch für Geschäftsreisende gleichermaßen wichtig – allerdings aus unterschiedlicher Motivation heraus und auf unterschiedlichen Endgeräten.

Fasst man Freizeit- und Dienstreisen zusammen, zeichnen sich die deutschen Reisenden durch Folgendes aus:

Planung einer Reise

- Jeder dritte Befragte gibt an, bei der Reise-Recherche zum Smartphone zu greifen. Jeder Vierte sucht und bucht – zumindest manchmal – alle Reisebausteine über das Smartphone.
- 75% der Befragten nutzen bei der Recherche Bewertungsportale wie TripAdvisor, für 45% sind diese Bewertungen dabei die wichtigste Entscheidungsgrundlage.
- 33% lassen sich bei ihrer Suche von Social-Media-Posts in Form von Fotos und Videos inspirieren.
- Ebenfalls 33% nutzen bereits Sprach-Suchmaschinen wie Apple Siri oder Amazon Alexa für ihre Recherche.

Buchung einer Reise

- Von allen Onlinebuchungen werden 72% über den PC abgewickelt, die restlichen 28% erfolgen mobil.
- Die Hälfte aller Befragten empfinden es als besonders wichtig, alle Reisedokumente zentral an einem Ort ablegen und verwalten zu können.
- Die separate Buchung einzelner Reisebausteine wird von jedem Dritten als besonders frustrierend angesehen.

Während der Reise

- 51% der Befragten sind der Meinung, dass elektronische Bordkarten das Reisen vereinfachen.
- 54% würden biometrische Daten von sich zur Verfügung stellen, wenn sie dadurch die Sicherheitskontrollen am Flughafen vereinfachen könnten.
- Während der Reise sind Apps zur Abfrage des Flugstatus (49%) und zum mobilen Check In (43%) am relevantesten.

Im Reiseland

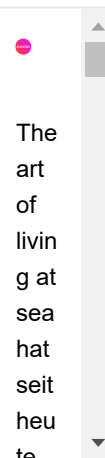
- 50% der Befragten behaupten, am Zielort auf ihr Smartphone angewiesen zu sein.
- 45% nutzen mobile Apps, um Aktivitäten vor Ort zu suchen oder zu buchen.
- Digitale Zahlungsmittel wie Apple Pay oder Alipay werden von 29% der Befragten genutzt.
- Im Falle von Streiks oder Naturkatastrophen greift jeder Vierte auf Chat-Services wie WhatsApp oder WeChat als Kommunikationsplattform zu.
- Der Online-Check In ohne Rezeption und die Nutzung eines mobilen Zimmerschlüssels werden von 21% aller Befragten bevorzugt.

Inhalte Trends

TWEETS

VON

@DER_TRAVELLER



The art of living at sea hat seit heute

Einbetten
Auf
Twitter
anzeigen

Global Trends

Die voranschreitende Digitalisierung beeinflusst länderübergreifend das Verhalten von Freizeit- und Geschäftsreisenden. Von den 16.200 Befragten behaupteten 63 Prozent, ohne ihr Smartphone verloren zu sein. Auf die einzelnen Funktionen bezogen stehen Apps zur Planung und Buchung mit 69 Prozent ganz oben im Ranking. Ebenfalls 69 Prozent der Befragten bestätigen, dass die zentrale Verwaltung und Einsicht aller Reiseunterlagen an einem Ort für sie besonders relevant sei. Bei der Recherche vorab greifen 79 Prozent auf Bewertungsseiten wie TripAdvisor zurück. Für 67 Prozent der Befragten ist es zudem undenkbar, Hotels zu buchen, die für die WLAN-Nutzung eine Gebühr berechnen.

Die Länderergebnisse im Vergleich

Ein wichtiger Bestandteil der Travelport-Studie ist der bereits im letzten Jahr eingeführte Ländervergleich zu den digitalen Gewohnheiten von Reisenden, die „Digital Traveler League“-Tabelle. In ihr werden die Erkenntnisse aus der Befragung länderweise kumuliert und gegenübergestellt. Die Tabelle mit den 25 Ländern repräsentiert damit die zusammengefassten Ergebnisse aller wichtigen Indikatoren zum digitalen Nutzungsverhalten. An erster Stelle der „Digital Traveler League“ rangiert wie im Vorjahr Indien, gefolgt von Indonesien und Brasilien. Die USA rutscht auf Rang 16, Großbritannien landete vor Japan auf dem 23. Platz. Schlusslicht der Tabelle ist Deutschland.

„Digital Traveler League“ 2018 (im Vergleich zu 2017)

Platzierung	Land
1	Indien (1)
2	Indonesien (3)
3	Brasilien (4)
4	China (2)
5	Nigeria (-)
6	Vereinigte Arabische Emirate (8)
7	Türkei (-)
8	Saudi-Arabien (5)
9	Kolumbien (9)
10	Mexiko (6)
11	Südafrika (7)



12	Singapur (-)
13	Argentinien (-)
14	Südkorea (-)
15	Hongkong (-)
16	USA (11)
17	Russland (14)
18	Italien (10)
19	Spanien (12)
20	Frankreich (13)
21	Australien (16)
22	Kanada (15)
23	Groß-Britannien (17)
24	Japan (18)
25	Deutschland (19)

traveller
Branchenabend
2019

Instagramfeed



Dieter Rumpel zum Ranking: „Trotz rückläufiger Zahlen besitzt Deutschland im internationalen Vergleich ein extrem starkes stationäres Vertriebsnetz mit über 11.100 Reisebüros. Dem zunehmenden Wunsch, Leistungen und Informationen immer und überall per Knopfdruck in Echtzeit zu erhalten, steht also ein gewachsenes Vertrauensverhältnis zum Reisebüro um die Ecke entgegen. Das betrifft besonders den Urlaubsreisenden. Unsere Travelport-Plattform unterstützt Reisebüros und Leistungsträger dabei, mit der Entwicklung Schritt zu halten, und bietet technische Lösungen, um die sich rasant wandelnde Erwartungshaltung des Kunden bestmöglich bedienen zu können“.

Weitere Informationen zu der Studie ist online zu finden unter www.travelport.com/gdtr.

TEILEN: [Facebook](#) | [Twitter](#) | [WhatsApp](#) | [E-Mail](#)

Thomas Cook

Cook's Club City Beach

Czech Tourism

Neue INFOSON-

ÖAMTC

Höhere Verkehrsstrafen in