

MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Online-Reiseportale Radar



Juli 2015



Umfrage-Basics/ Studiensteckbrief:

- **Methode:** Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- **Instrument:** Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- **Respondenten:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Sample-Größe:** n=1.001 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
- **Erhebungszeitraum:** 30.06.2015 – 15.07.2015
- **Screening:** Alter, Reise in den letzten 12 Monaten, Buchungsart der Reise(n) in den letzten 12 Monaten, Bekanntheit bzw. Besuch von mind. einem der genannten Online-Reiseportale
- **Grundgesamtheit:** web-aktive Personen aus Österreich zwischen 18 und 69 Jahren
- **Incentives:** geldwerte Bonuspunkte
- **Umfang:** 43 offene/geschlossene Fragen
- **Studienleitung:** Marketagent.com, Mag. Dominique Ertl
- **Kontakt:** d.ertl@marketagent.com
- **Investitionskosten:** € 1.990,- zzgl. MwSt. für die gesamte Studie



Online-Reiseportale im Test:

- ab-in-den-urlaub.at
- billareisen.at
- booking.com
- expedia.at
- gulet.at
- hofer-reisen.at
- holidaycheck.at
- itsbilla.at
- lastminute.at
- lidl-reisen.at
- neckermann-reisen.at
- opodo.at
- reisebuero.oebb.at
- reisen.eduscho.at
- restplatzboerse.at
- ruefa.at
- travel24.at
- trivago.at
- tui.at



Erkenntnisinhalte:

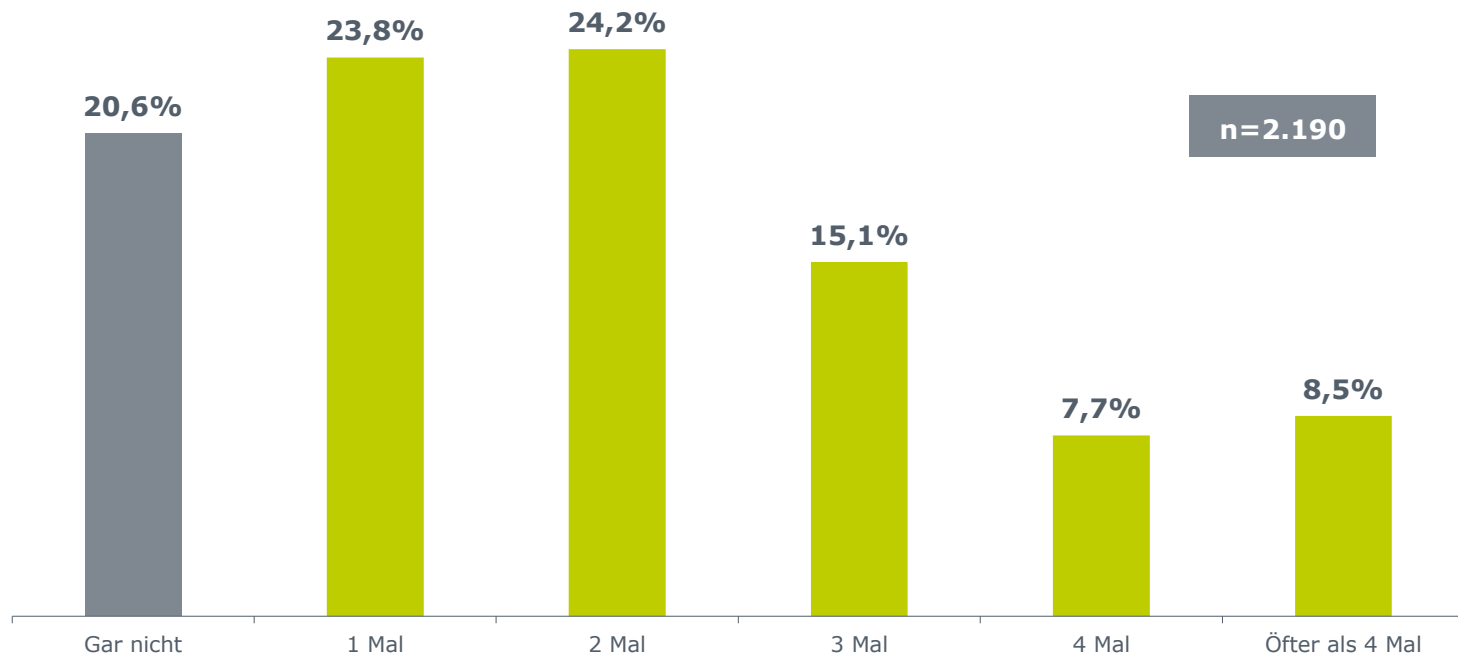
- Spontane und gestützte **Bekanntheit** der Online-Reiseportale
- **Besuchte** Online-Reiseportale und **Buchungen** auf diesen Portalen
- **Weiterempfehlung** und **Lieblings-Online-Reiseportal**
- **Vorhandensein** folgender Kriterien bei den Online-Reiseportalen:
 - **Internetauftritt** (innovativ, sympathisch, vertrauenswürdig, ansprechendes Design, heben sich von anderen ab)
 - **Suchprozess** (benutzerfreundlich, übersichtlich, nützliche Suchfilter)
 - **Reiseangebote** (attraktive Angebote, preisgünstige Angebote)
 - **Buchungsprozess** (einfacher Buchungsvorgang, übersichtliche Leistungszusammenstellung, attraktive Zahlungsmethoden)
 - **Kundenservice** (gute Kundenbetreuung, kompetent, zuverlässig)
- Wichtigkeit der **Kriterien** bzw. **Eigenschaften** bei der Auswahl eines Online-Reiseportales
- **Abbruch** eines **Buchungsvorganges** im Internet und **Gründe** dafür
- **Analyse** der **Online-Reiseportale** versus **stationären Reisebüros** (Eigenschaftszuordnung und Zuordnung der Dienstleistung bzw. Reiseart)
- **Analyse** des **Reiseverhaltens** (Reiseshäufigkeit, Buchungsart, geplante Reisen, Reiseziele, Reisedauer, Reisezeit, Reiseausgaben, Reisetypen, Reiseanlass, Art der Unterbringung, Informationsbeschaffung etc.)

43 Fragen



8 von 10 Österreichern sind in den letzten 12 Monaten zumindest 1x verreist.

Urlaubsreisen in den letzten 12 Monaten



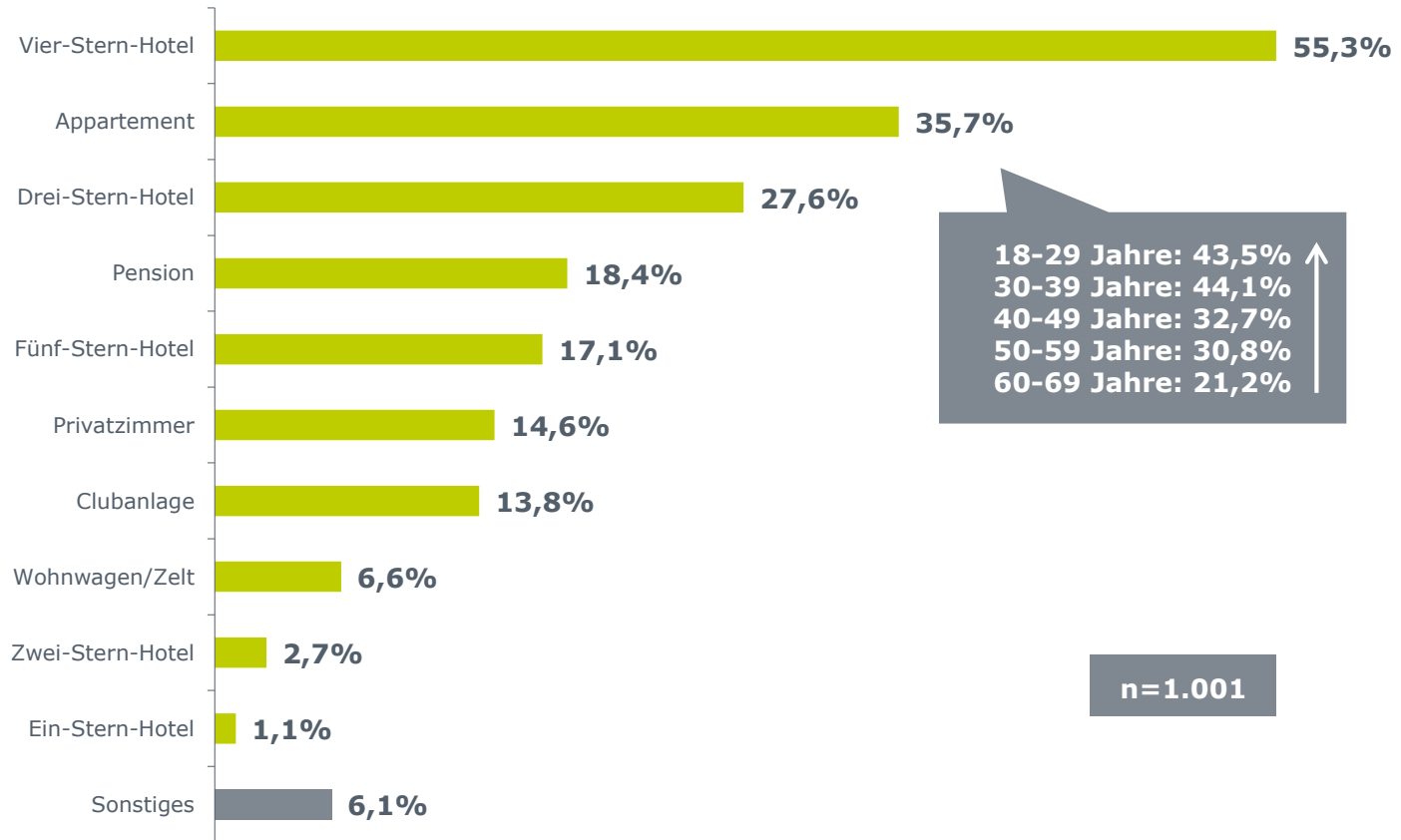
(Basis: Respondenten sind zwischen 18 und 69 Jahre alt)

[...] Wie häufig sind Sie innerhalb der letzten 12 Monate verreist? [...]



Mehr als die Hälfte bevorzugt ein Vier-Stern-Hotel.

Bevorzugte Unterbringungsart bei privaten Urlaubsreisen



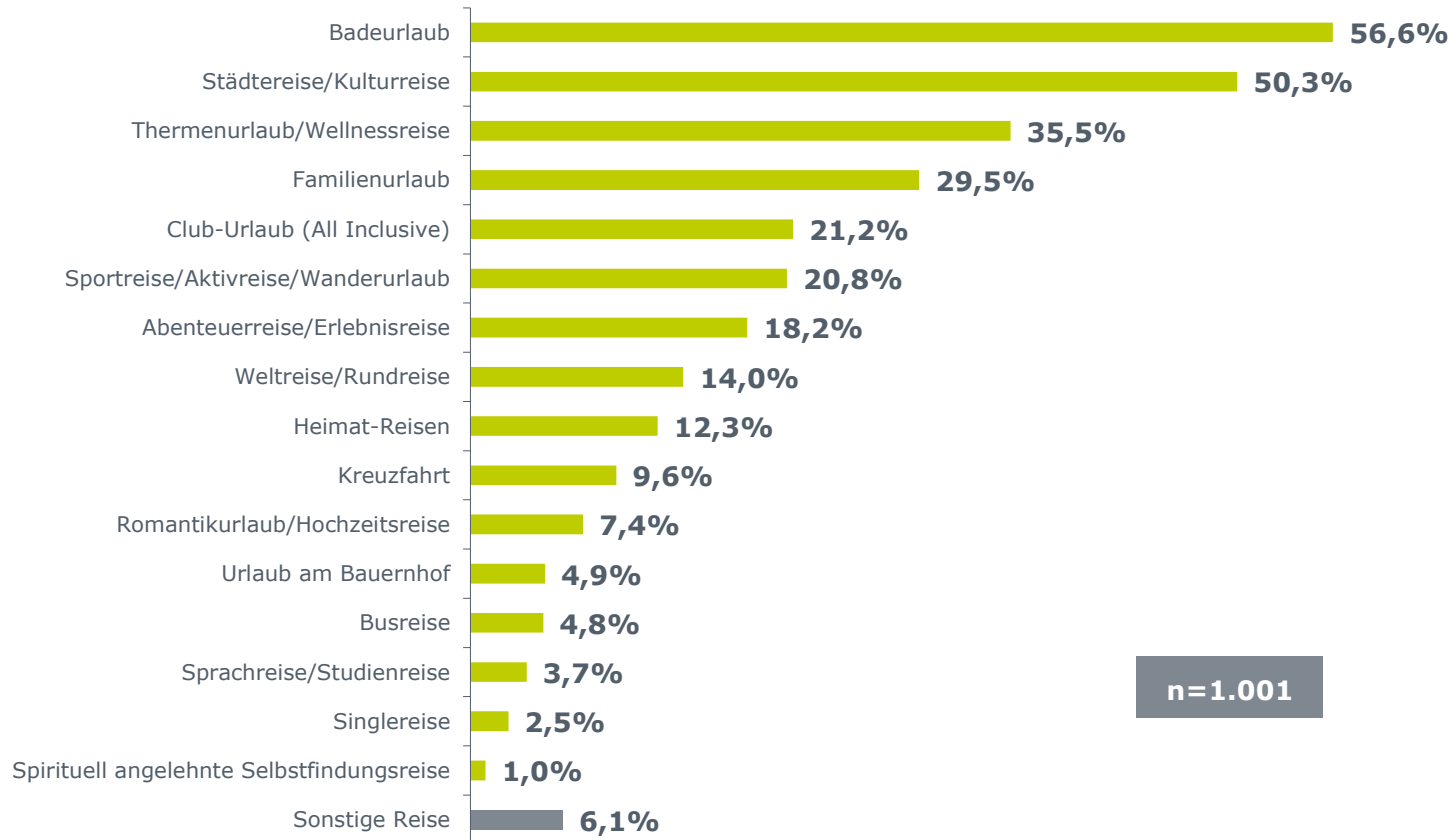
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht und haben zumindest eines der genannten Online-Reiseportale in den letzten 12 Monaten besucht)

Welche Art der Unterbringung bevorzugen Sie bei Ihren privaten Urlaubsreisen normalerweise?



Am beliebtesten sind Badeurlaub und Städtereisen.

Bevorzugter Reisetyp bei Urlaubsreisen



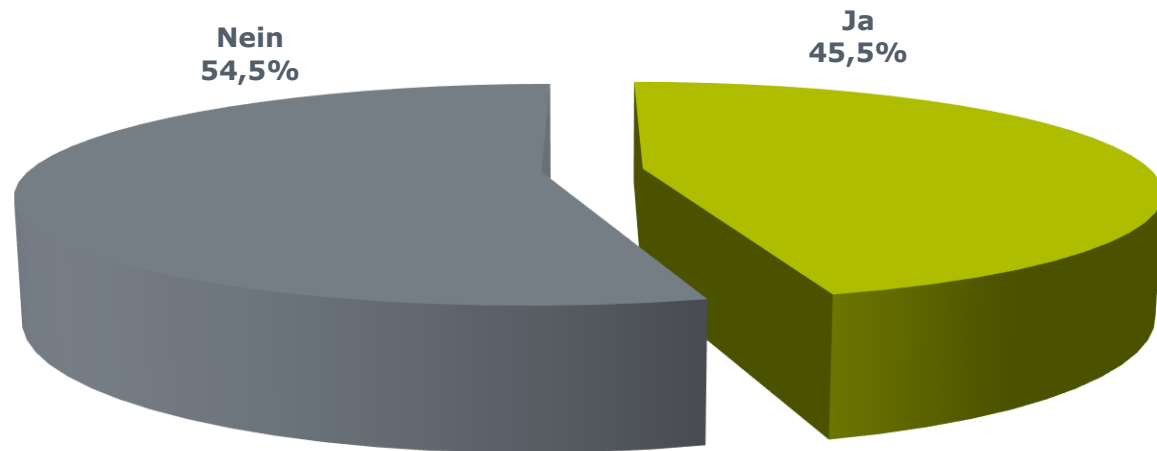
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht und haben zumindest eines der genannten Online-Reiseportale in den letzten 12 Monaten besucht)

Welchen Typ von Reisen unternehmen Sie bevorzugt bei Ihren Urlaubsreisen?



46% haben den Online-Reisebuchungsvorgang bereits einmal abgebrochen.

Abbruch eines laufenden Online-Reisebuchungsvorgangs



n=1.125

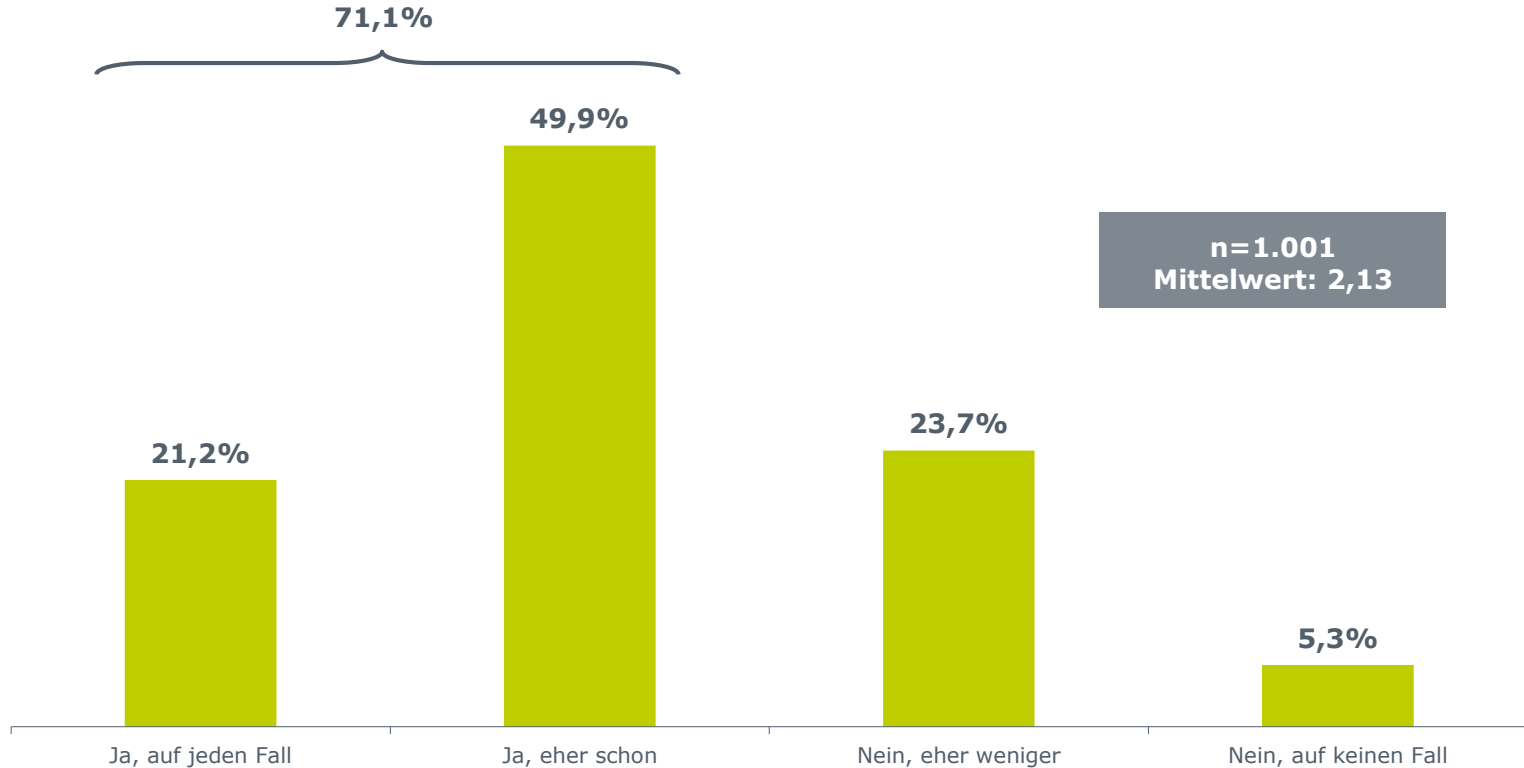
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht)

Haben Sie bereits einmal einen laufenden Reisebuchungsvorgang im Internet vorzeitig abgebrochen und die Reise nicht bzw. erst zu einem späteren Zeitpunkt gebucht?



7 von 10 denken, dass Online-Reiseportale die Beratung in stationären Reisebüros ersetzen.

Online Reiseportale ersetzen die Beratung in stationären Reisebüros ...



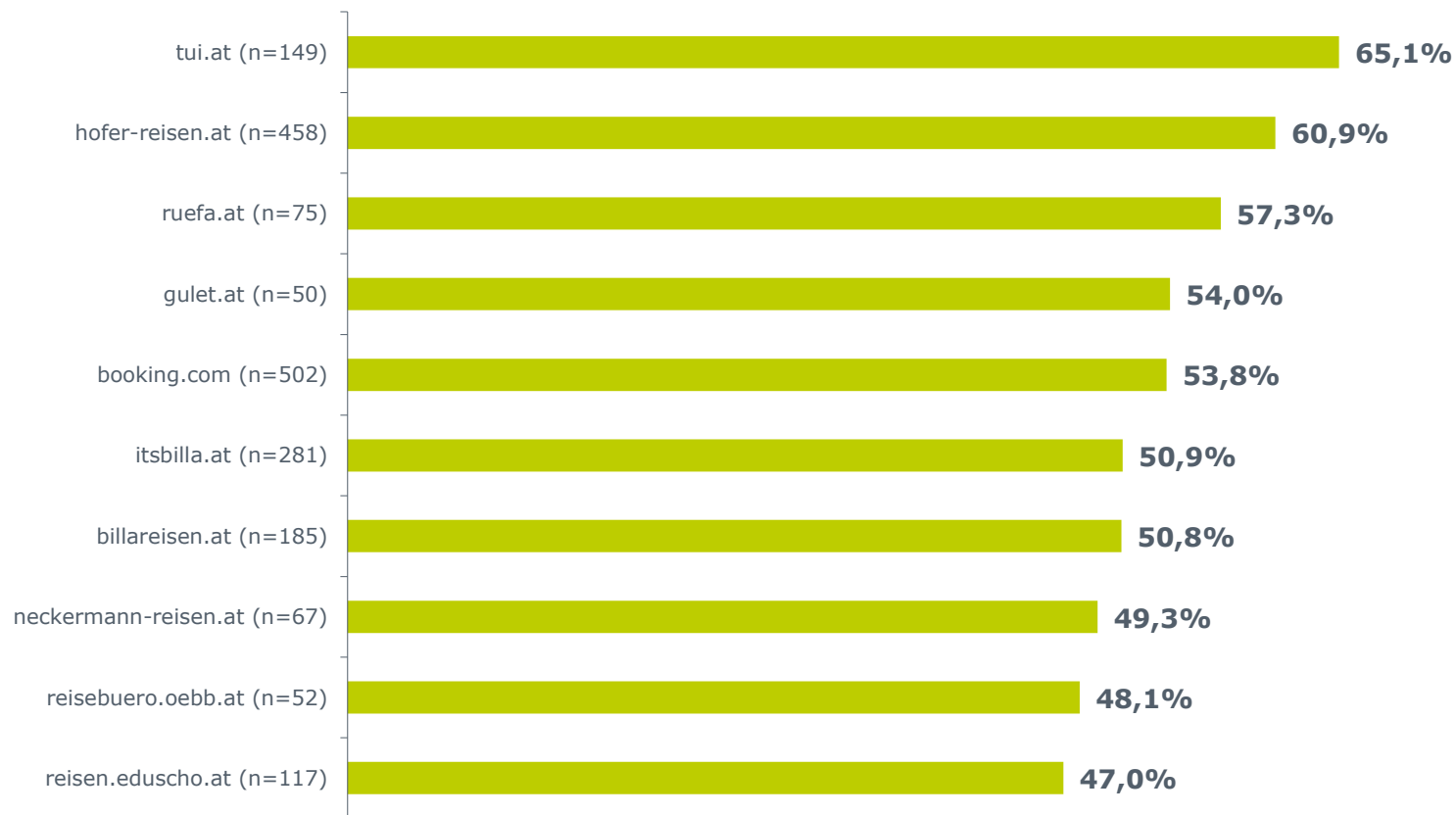
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht und haben zumindest eines der genannten Online-Reiseportale in den letzten 12 Monaten besucht)

Ersetzen Online-Reiseportale Ihrer Meinung nach die Beratung in stationären Reisebüros?



Die 10 (von 19) vertrauenswürdigsten Online-Reiseportale:

Top-Box: bewertet mit "sehr vertrauenswürdig" (5-stufige Skalierung)



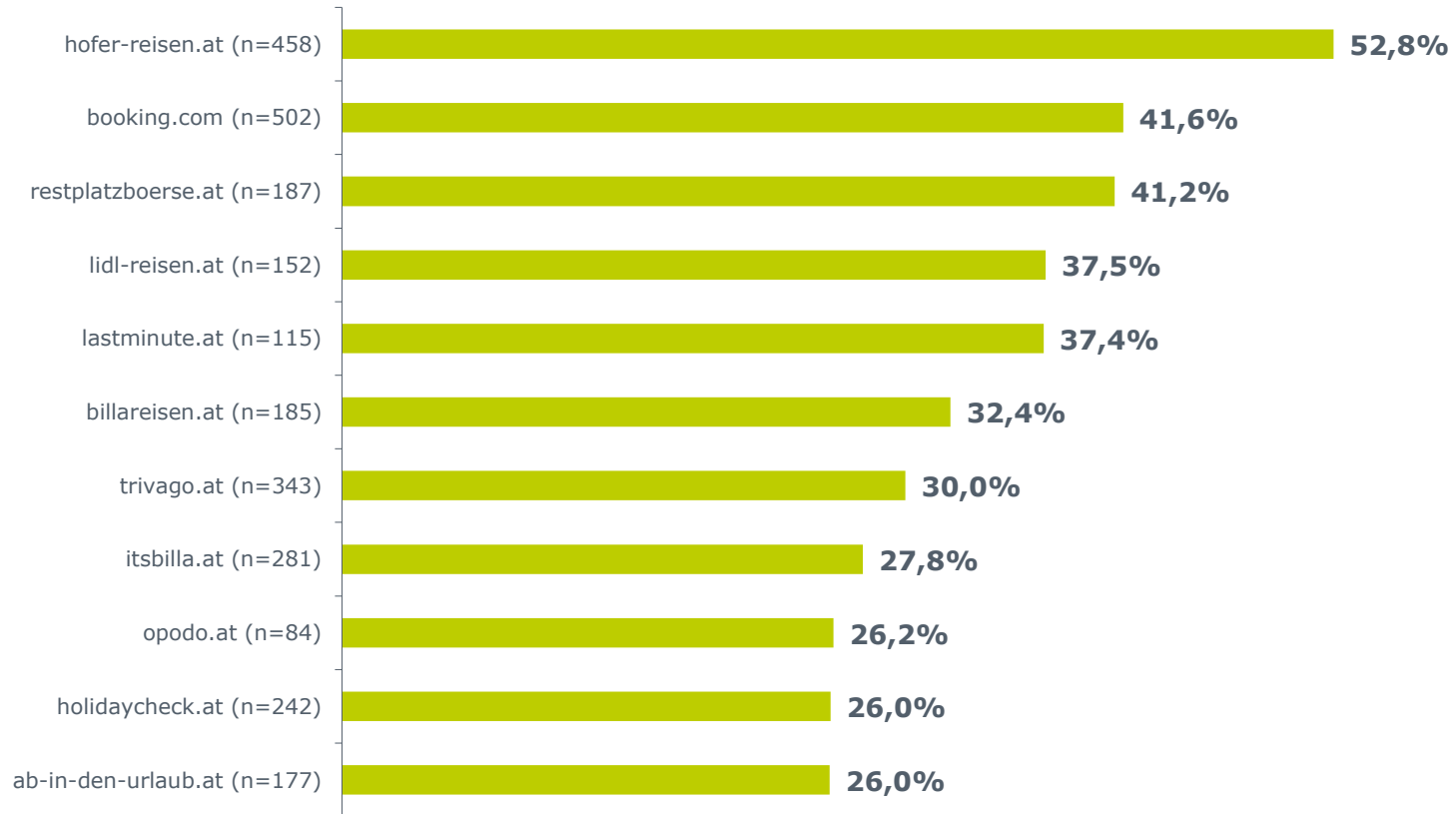
(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht und haben das jeweilige Online-Reiseportal in den letzten 12 Monaten besucht)

Wie würden Sie die Vertrauenswürdigkeit der folgenden Online-Reiseportale bewerten? [...]



hofer-reisen.at bietet die preisgünstigsten Reiseangebote.

Top-Box: bewertet mit "sehr preisgünstige Reiseangebote" (5-stufige Skalierung) – Top 11 von 19



(Basis: Respondenten haben in den letzten 12 Monaten online eine Urlaubsreise gebucht und haben das jeweilige Online-Reiseportal in den letzten 12 Monaten besucht)

Inwieweit gibt es in den nachstehenden Online-Reiseportalen Ihrer Meinung nach preisgünstige Reiseangebote? [...]



about Marketagent.com



About Marketagent.com ...

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 669.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Juli 2015, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Das Online Access Panel von Marketagent.com

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in Österreich, Deutschland und der Schweiz angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



**Dominique Ertl, Mag.
d.ertl@marketagent.com
+43 (0) 2252 – 909 009 – 27**

**Mühlgasse 59
A-2500 Baden**

www.marketagent.com

