

# Ein umfassendes Serviceangebot für Ihre Kunden?

## DER DIGITALE TOURISMUS INDEX (DTI)



### Leitfaden & Benchmark für den Tourismus

Der digitale Tourismus Index untersucht die Potenziale der Serviceangebote der Tourismuswebsites. Hierbei wird anhand von 70 Einzelkriterien der aktuelle Ist-Stand der digitalen Reife der Tourismus-Unternehmen betrachtet. Neben einem Desk Research wurden im Zeitraum November/Dezember 2018 auch 1.000 Personen, die in den letzten 2 Jahren eine Reise über das Internet gebucht haben (repräsentativ für die österreichische Bevölkerung nach Alter, Geschlecht und Bundesland) dazu befragt, wie wichtig Ihnen die jeweiligen Faktoren sind. Als weiterführende Ergänzung wurde zusätzlich ein großer Teil der untersuchten Veranstalter im Hinblick auf die organisatorische und strukturelle Einbindung des E-Commerce Themas im Unternehmen befragt. Die Ergebnisse des Desk Researchs und der Kundenbefragung sind zusammen in den Index eingeflossen – somit bildet der digitale Tourismus Index nicht nur die vorhandenen Services ab, sondern bewertet diese auch nach ihrer Relevanz für den Kunden.



Download des Posters und der kompletten Studie unter [www.mindtake.com](http://www.mindtake.com)

AUSZUG AUS DEN ERHOBENEN KRITERIEN	NUTZERFREUNDLICHKEIT								FLEXIBLE BUCHUNG				INFORMATION UND TRANSPARENZ						FLEXIBLE KONTAKTMÖGLICHKEITEN					FILIALEN*										
	Gesamtpunkte	Bucketpunkte	mobile Ladezeit	Geschätzter Besucher-Verlust	Suchfeld mit Texteingabe vorhanden	zusätzliche Filterfunktionen bei Reiseauswahl möglich	Sharing-Funktion der Reise	App vorhanden	Bucketpunkte	Zimmerauswahl möglich	Auswahl für getrennte Zimmer	Kontextempfehlungen	Kosten für Kinder werden angezeigt	Bucketpunkte	Reisebewertungen durch Kunden	Demographie der Kundenbewertungen	Zimmerdarstellung mit Fotos	360° Bilder/Videos	Karte der Lage des Hotels	Sicherheitszertifikate/Gütesiegel vorhanden	Bucketpunkte	Telefonhotline vorhanden	Telefonhotline kostenlos	Rückrufmöglichkeit allgemein	Rückrufmöglichkeit durch Berater	FAQs	Bucketpunkte	Kontaktinformation – Telefon (mobil) vorhanden	Kontaktinformation – Click to Call (mobil)	Öffnungszeiten (mobil)	Map vorhanden (mobil)	Darstellung der Berater (mobil)	Routenplaner (mobil)	Filialnetz auf Google Maps
TUI	79%	83%	13s	31%	✓	✓	✓	✓	75%	✓	✓	✓	✓	83%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	75%	✓	✓	✗	✗	✓	84%	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓
ITS	73%	52%	10s	29%	✓	✗	✗	✓	76%	✓	✗	✓	✓	100%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	57%	✓	✗	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-	
HOLIDAYCHECK	72%	62%	8s	28%	✓	✗	✓	✓	84%	✓	✓	✓	✓	70%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	69%	✓	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-	
CHECK24	70%	91%	4s	10%	✓	✓	✓	✓	75%	✓	✓	✗	✓	80%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	42%	✓	✗	✗	✗	✗	-	-	-	-	-	-	-	
GULET	65%	12%	7s	26%	✗	✓	✗	✗	64%	✓	✓	✓	✓	100%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	65%	✓	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-	
JAHNREISEN	61%	44%	16s	33%	✓	✗	✗	✗	77%	✓	✗	✓	✓	63%	✓	✗	✗	✗	✓	✓	57%	✓	✗	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-	
ALLTOURS	60%	59%	8s	28%	✓	✓	✗	✗	20%	✗	✗	✗	✗	80%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	74%	✓	✓	✓	✓	-	-	-	-	-	-	-		
RUEFA	58%	62%	4s	10%	✗	✓	✓	✗	45%	✓	✓	✗	✗	52%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	72%	✓	✗	✓	✓	85%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✓	
EXPEDIA	55%	63%	4s	10%	✗	✓	✗	✓	61%	✓	✗	✗	✓	61%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	38%	✓	✗	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-	
URLAUBSGURU	55%	30%	7s	26%	✓	✗	✗	✓	66%	✓	✗	✓	✗	59%	✓	✓	✗	✗	✓	✗	57%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
BILLAREISEN.AT	54%	44%	9s	29%	✗	✓	✗	✗	67%	✓	✗	✗	✓	51%	✓	✓	✗	✗	✓	✗	53%	✓	✗	✗	✗	✓	51%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	
DERTOUR	54%	54%	6s	24%	✗	✓	✗	✓	55%	✓	✗	✗	✓	61%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	46%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
RESTPLATZBÖRSE	53%	53%	4s	10%	✗	✓	✗	✗	34%	✓	✗	✗	✗	71%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	52%	✓	✗	✗	✓	71%	✓	✓	✓	✗	✓	✓		
AB IN DEN URLAUB	52%	30%	6s	24%	✗	✓	✗	✓	62%	✓	✗	✓	✗	61%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	47%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
FTI	52%	19%	8s	28%	✗	✗	✗	✗	62%	✓	✗	✗	✓	61%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	57%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
NECKERMANN	51%	34%	9s	29%	✗	✗	✗	✗	45%	✓	✗	✗	✗	61%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	57%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
HOFER REISEN	50%	52%	4s	10%	✓	✗	✓	✗	58%	✓	✓	✗	✗	33%	✗	✗	✗	✗	✓	✓	58%	✓	✗	✗	✓	-	-	-	-	-	-	-		
ALLESREISE.AT	46%	11%	13s	31%	✗	✓	✗	✗	41%	✓	✗	✗	✓	70%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	49%	✓	✗	✗	✗	57%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	
KUONI REISEN	43%	6%	4s	10%	✗	✗	✗	✗	45%	✓	✗	✗	✓	71%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	38%	✓	✗	✗	✗	72%	✓	✓	✓	✗	✓	✓		
RAIFFEISEN REISEN	39%	37%	6s	24%	✓	✓	✗	✗	35%	✓	✗	✗	✗	51%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	29%	✓	✗	✗	✗	64%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	
GRUBER REISEN	38%	0%	14s	32%	✗	✗	✗	✗	32%	✓	✗	✗	✗	59%	✓	✓	✗	✗	✓	✓	59%	✓	✗	✗	✓	74%	✓	✓	✓	✓	✗	✓		
SABTOURS	38%	11%	4s	10%	✓	✗	✗	✗	45%	✓	✓	✗	✗	11%	✗	✗	✗	✗	✗	✗	81%	✓	✓	✓	✓	75%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	
REISEWELT	36%	44%	13s	31%	✓	✗	✗	✗	35%	✓	✗	✗	✗	22%	✗	✗	✗	✗	✓	✓	44%	✓	✗	✗	✗	65%	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	
ÖAMTC REISEN	33%	39%	5s	19%	✓	✗	✓	✓	48%	✓	✓	✗	✗	11%	✗	✗	✗	✗	✗	✗	37%	✓	✗	✗	✗	45%	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	
BLAGUSS	26%	14%	18s	34%	✓	✗	✗	✗	34%	✗	✓	✗	✗	11%	✗	✗	✗	✗	✗	✗	44%	✓	✗	✗	✗	64%	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	
MONDIAL-REISEN	21%	2%	6s	24%	✗	✗	✗	✗	25%	✓	✓	✗	✗	11%	✗	✗	✗	✗	✗	✗	41%	✓	✗	✗	✗	71%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
COLUMBUS-REISEN	20%	0%	7s	26%	✗	✗	✗	✗	37%	✓	✓	✗	✗	11%	✗	✗	✗	✗	✗	✗	37%	✓	✗	✗	✗	72%	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

Quelle: <https://testmysite.withgoogle.com> (erhoben im November/Dezember 2018)



# DIE ERFOLGSFAKTOREN DES DIGITALEN TOURISMUS INDEX (DTI)

## NUTZER-FREUNDLICHKEIT

**TOP 3 DER KATEGORIE:**  
 Check24 91%  
 TUI 83%  
 Expedia 63%

**CASE STUDY**

Check24 besitzt nicht nur eine schnell ladende, mobile Website (4 Sekunden), sondern bietet dem Kunden auch noch die Möglichkeit einer App zur mobilen Nutzung an. Bei der Suche nach der passenden Reise unterstützt Check24 den Kunden mit weiterführenden Filtermöglichkeiten (z.B. nach Hotelbewertung oder Zimmer-Typ). Sobald das Traumziel entdeckt wurde, lässt sich dieses durch eine Sharing-Funktion mit Freunden und Verwandten teilen, wodurch die Abstimmung des Reiseziels vereinfacht wird. Ein Angebot lässt sich hierbei mit nur wenigen Klicks einholen.

## FLEXIBLE BUCHUNG

**TOP 3 DER KATEGORIE:**  
 HolidayCheck 84 %  
 Jahnreisen 77%  
 ITS 76%

**CASE STUDY**

HolidayCheck bietet dem Kunden die bestmögliche Flexibilität und Individualität bei der Zusammenstellung der Reise. Dabei wird die Möglichkeit geboten, den Zimmer-Typ selbst auszuwählen und außerdem auch getrennte Zimmer zu buchen, falls dies gewünscht ist. Für Kunden, die mit Kindern reisen, werden die Kosten für die jüngeren Mitreisenden gesondert ausgegeben. Zusätzlich zeigt Holidaycheck Kontextempfehlungen zu weiteren Hotels in der Region an und bietet dem Kunden somit eine größere Auswahl für das gewünschte Reiseziel an.

## INFORMATION UND TRANSPARENZ

**TOP 4 DER KATEGORIE:**  
 ITS/Gulet 100%  
 TUI 83%  
 Check24/ALLTOURS 80%

**CASE STUDY**

Gulet und ITS bieten dem Kunden eine Vielzahl an Informationen über die Reise und das Hotel an, wie z.B. Fotos und Videos von den Zimmern und der Hotelanlage, oder auch eine Karte mit einem Lageplan des Hotels. Neben Sicherheitszertifikaten und Gütesiegeln werden zusätzlich auch Rezensionen von ehemaligen Reisenden auf der Seite angezeigt. Diese lassen sich nach demographischen Daten unterteilen, wodurch jeder Kunde Informationen von Gleichgesinnten finden kann.

## FLEXIBLE KONTAKTMÖGLICHKEITEN

**TOP3 DER KATEGORIE:**  
 Sabtours 81%  
 TUI 75%  
 Alltours 74%

**CASE STUDY**

Sabtours kann durch die Möglichkeit der Rückruf-Option für Kunden punkten. Dadurch verlieren Kunden keine Zeit in Warteschleifen und die Anliegen werden persönlich und zur gewünschten Zeit behandelt. Falls doch einmal selbst zum Hörer gegriffen wird, ist die angebotene Telefonhotline kostenlos.

## FILIALEN

**TOP 3 DER KATEGORIE:**  
 RUEFA 85%  
 TUI 84%  
 Sabtours 75%

**CASE STUDY**

Ruefa ermöglicht es dem Kunden auf verschiedenen Wegen, schnell und einfach einen Weg in die Filiale zu finden oder mit dieser Kontakt aufzunehmen. Hier fehlt es Ruefa zwar an einer Übersichtskarte der Filialen, jedoch gibt es die Möglichkeit die Route vom aktuellen Standort über Google Maps auszumachen, sei es mobil oder am Desktop. Ruefa schafft es hierbei außerdem durch die Darstellung der Berater in den Filialen und der Möglichkeit, mit diesen direkt Kontakt aufzunehmen, eine Verknüpfung des digitalen und analogen Angebots, welches von den Kunden sehr gewünscht wird.

## KUNDENBEFRAGUNG <sup>n=1000</sup>

### TOUCHPOINTS

Informationen zur Reisevorbereitung



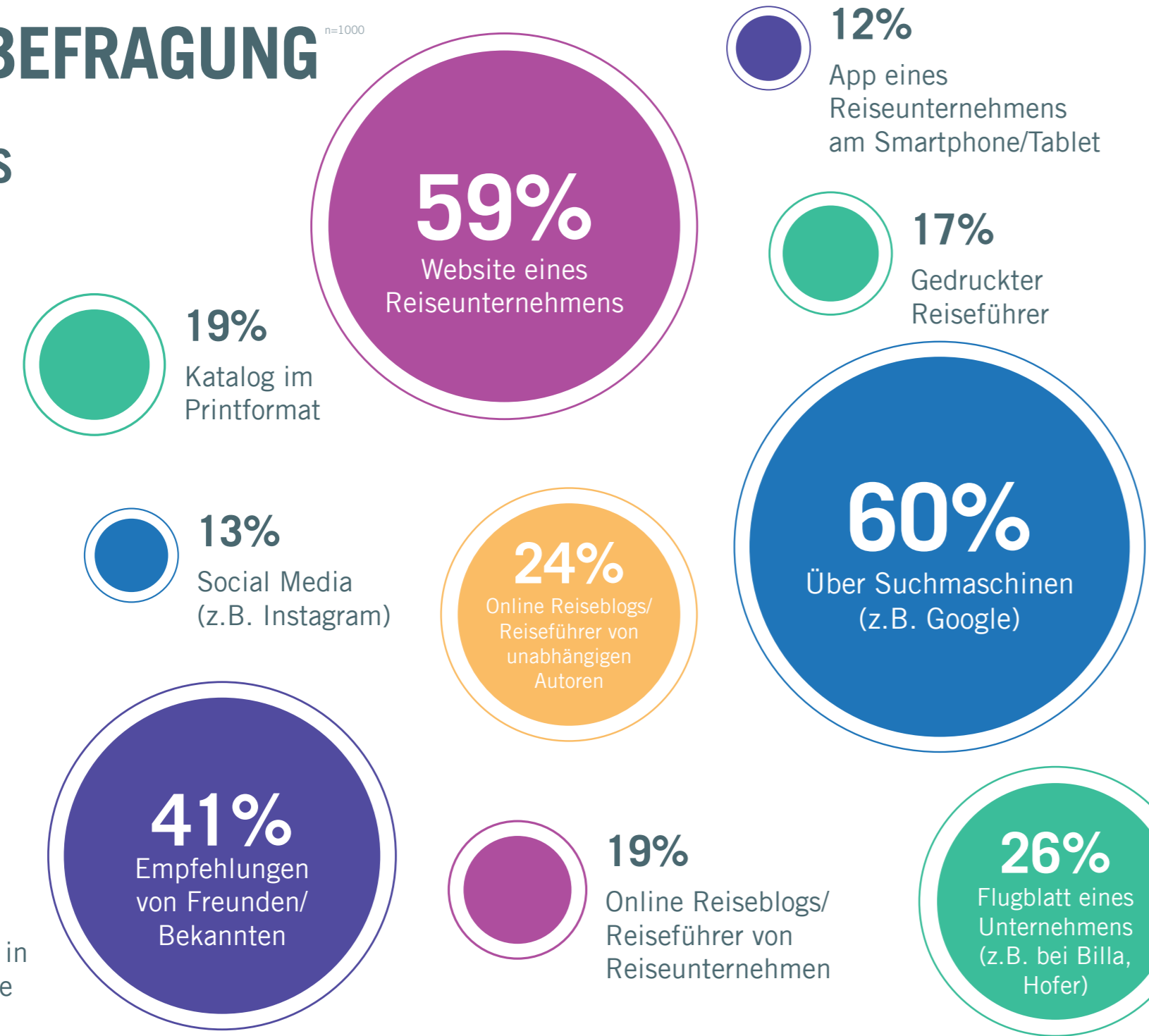
89% der Kunden nutzen digitale Touchpoints



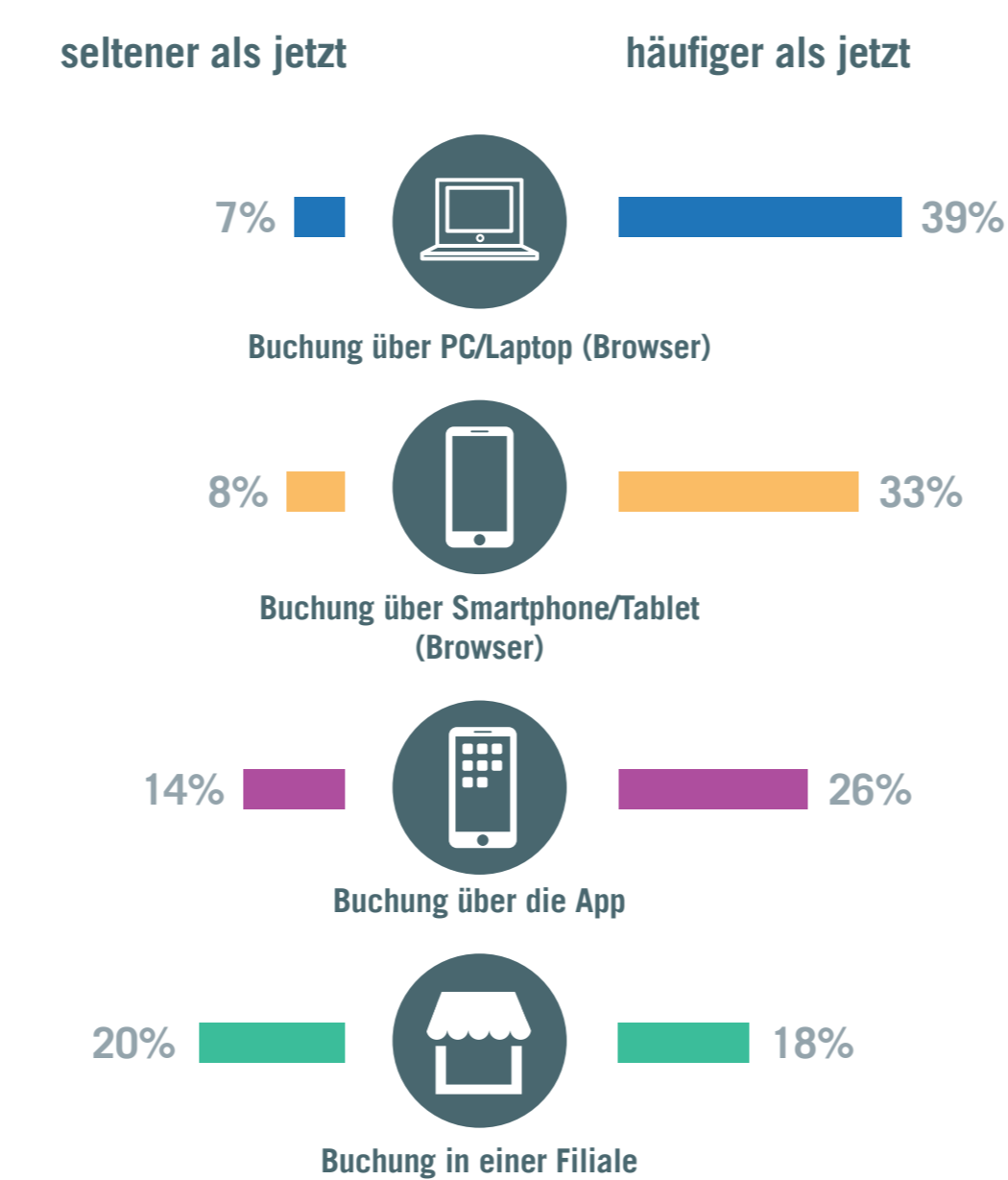
69% der Kunden nutzen offline Touchpoints



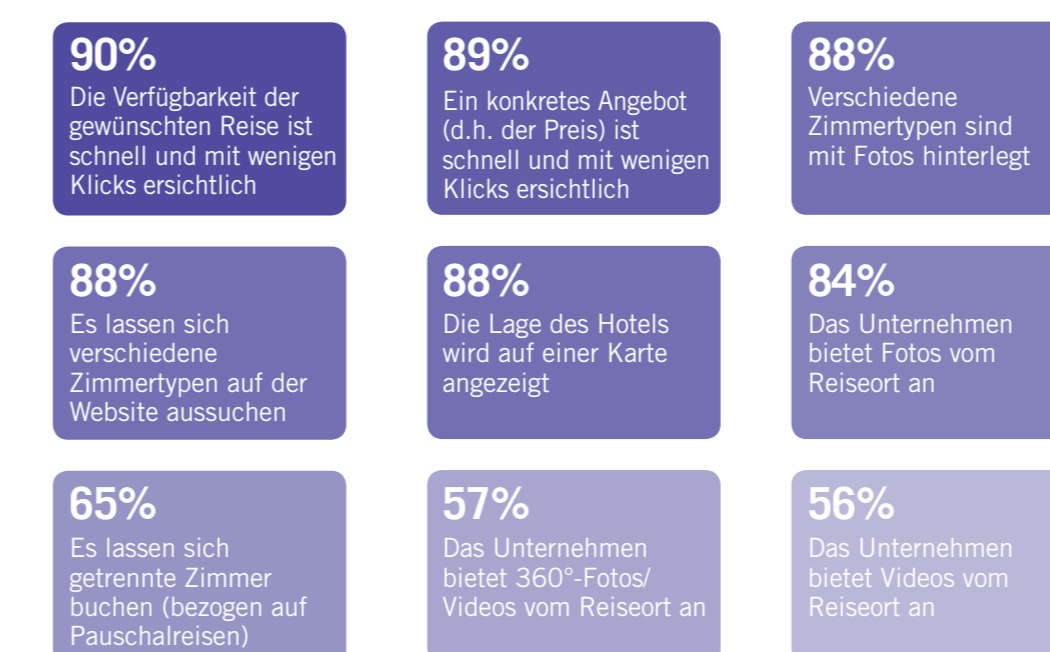
15% Persönlich in einer Filiale



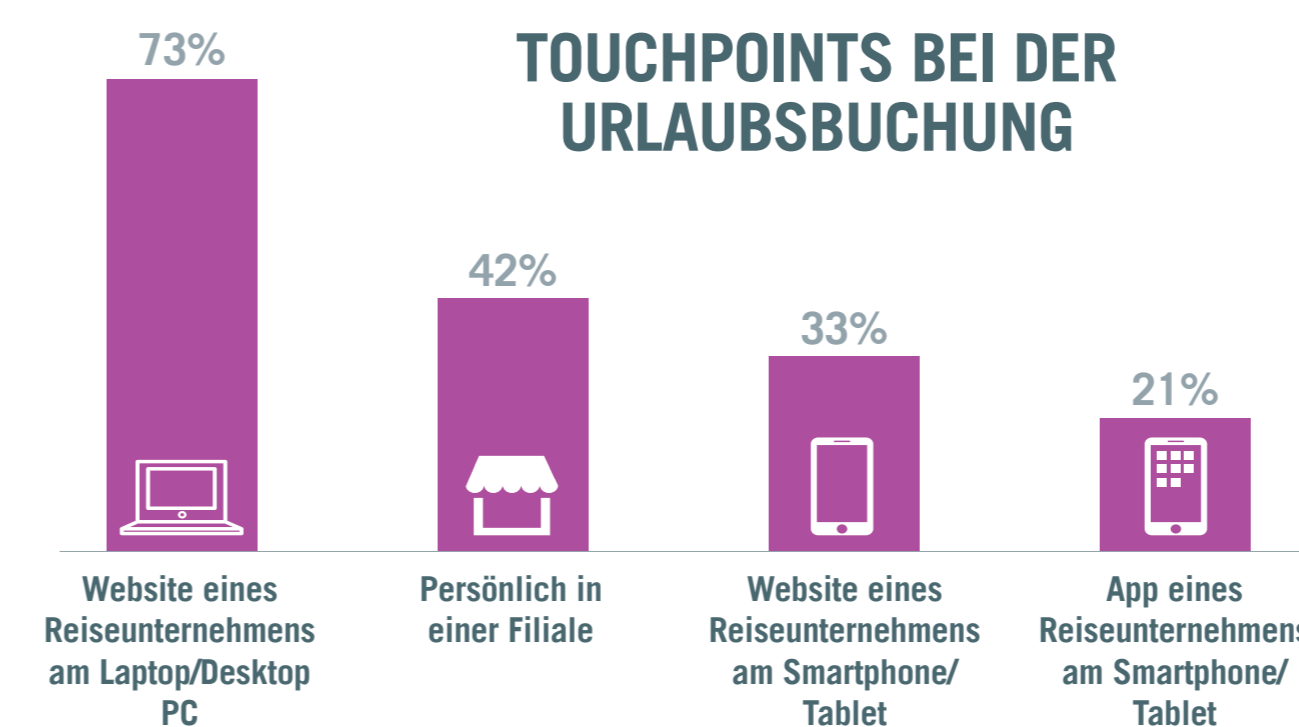
## NUTZUNG REISE-BUCHUNGSKANÄLE



## RELEVANTE INFORMATIONEN FÜR DIE URLAUBSBUCHUNG



## TOUCHPOINTS BEI DER URLAUBSBUCHUNG



## DIGITALE SERVICE-POTENTIALE

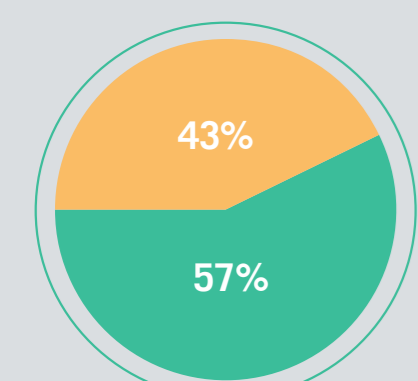
KLUFT ZWISCHEN KUNDENWUNSCH UND WIRKLICHKEIT



## BEFRAGUNG TOURISMUS-UNTERNEHMEN <sup>n=14</sup>

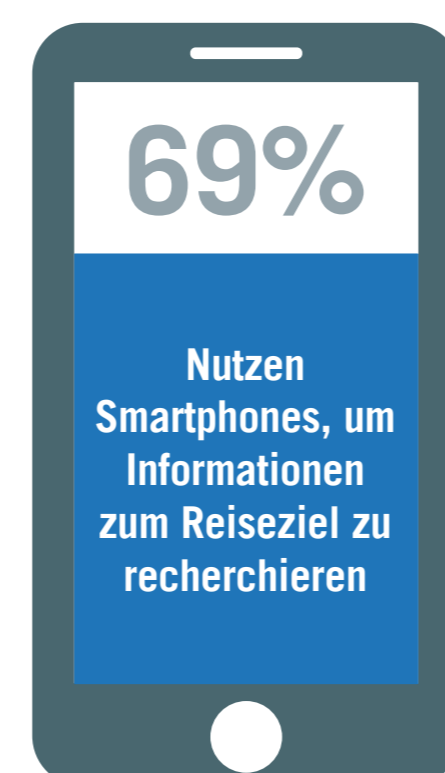
### Verteilung des Mediabudgets

Digitale Werbemaßnahmen (z.B. Google, Facebook, YouTube)



Klassische Werbemaßnahmen (z.B. TV-Werbung, Print-Anzeigen, Flugblätter)

### Nutzung von CRM Daten im Unternehmen



## BEVORZUGTE KONTAKTMÖGLICHKEITEN



## BEVORZUGTE KONTAKTMÖGLICHKEITEN MIT DEM KUNDENBERATER

