

ÖRV und Google Austria präsentieren den “Digital Tourism Index”: Immer mehr Österreicher buchen ihren Urlaub im Web, aber auch das Reisebüro spielt weiter eine zentrale Rolle

Drei Viertel der österreichischen Urlauber buchen ihre Reise oder zumindest einzelne Bestandteile wie Flug oder Hotel im Internet. 42% der befragten Österreicher buchen im Reisebüro. In der Reisevorbereitung sind sowohl online (89%) wie auch offline (69%) Recherche-Quellen für den Urlaubsbucher höchst relevant. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Studie von Google Austria und dem Österreichischen Reiseverband (ÖRV).

„Den Österreicherinnen und Österreichern ist bei ihrer Urlaubsbuchung nach wie vor der direkte Kontakt zu den Reiseprofis wichtig“, bringt ÖRV-Generalsekretär Walter Säckl die Ergebnisse der Studie „Digital Tourismus Index“ auf den Punkt, die das Marktforschungsinstitut MindTake Research im Auftrag von Google und ÖRV durchgeführt hat. „Die Urlauber schätzen im Internet vor allem den raschen Überblick über verfügbare Angebote, die Lage des Hotels und die angebotenen Zimmertypen, am besten mit Videos und Fotos.“

Hoch im Kurs steht auch die telefonische Erreichbarkeit der Reiseprofis: Für 85 % der Befragten ist eine kostenlose Telefon-Hotline wichtig, 67 Prozent wünschen sich ein Rückruf-Service auf der Website des Reiseanbieters. Zwei Drittel der Befragten schätzen es, bei nicht mehr verfügbaren Reisen direkt attraktive Alternativen angeboten zu bekommen.

Reiseziel, Reisepreis und Reisezeitraum entscheiden die Auswahl einer Reise

Fast 70 Prozent der Befragten informieren sich vor der Reisebuchung im Internet mit Hilfe ihres Smartphones. Auf die Frage „Wie suchen Sie Ihre Urlaubsziele aus?“ antworteten 61 % nach dem Urlaubsland. Für 43 % ist der Preis das wichtigste Argument für eine Reise, für 41 % der verfügbare Reisezeitraum. Nach Informationen zur Reisevorbereitung suchen 60 % der Befragten in Suchmaschinen wie Google, 41 % verlassen sich auf Empfehlungen von Bekannten, 40 % nehmen dafür die Website eines Reiseunternehmens in Anspruch.

Eine kundennahe Customer Journey

Die Studie zeigt viele konkrete Potentiale auf indem sie die Lücken zwischen den Wünschen der Kunden und dem Angebot der Tourismus-Unternehmen ausweist. “Zimmerdarstellung mit Fotos”, “Telefonhotline kostenlos” und “360 Grad Videos und Fotos” sind nur ein paar Beispiele die sich viele Kunden wünschen und wenig untersuchte Unternehmen anbieten. “Viele von den aufgedeckten Potentialen sind wirklich schnell umzusetzen - wir haben innerhalb eines Tages direkt zwei davon auf der restplatzboerse.at Webseite umgesetzt und können so die Erwartungen unserer Kunden noch besser zu erfüllen.” freut sich Helmut Schönbacher, CEO von der Restplatzbörse.

Wien, 29.04.2019

Online-Buchungen weiter im Aufwärts-Trend, 18 % wollen verstärkt im Reisebüro buchen

Laut Studie werden die Online-Buchungen in Österreich weiter zunehmen: 39 % der Befragten gaben an, Laptop oder PC künftig häufiger als jetzt für Reisebuchungen nutzen zu wollen, 33 % setzen verstärkt das Handy ein, 26 % nutzen vermehrt Buchungs-Apps. „Die Studie zeigt, dass bereits heute 33 % der Befragten ihre Reise am Smartphone buchen. Deswegen ist es so wichtig für Unternehmen kontinuierlich an der Geschwindigkeit ihrer Webseite zu arbeiten. Die Kunden-Erwartung liegt bei ca. 3 Sekunden Ladezeit - Technologien wie AMP (Accelerated Mobile Pages) oder PWA (Progressive Web Apps) können dabei große Hebel für jedes Unternehmen sein“ unterstreicht Stefanie Reif, Industry Manager bei Google Austria. Bei „Offline-Buchungen“ im Reisebüro sind sich die Urlaubsbucher nicht ganz einig: Während 20 % der Befragten angaben, dass sie künftig seltener im Reisebüro buchen wollen, beabsichtigen 18 % häufiger als bisher die persönlichen Beratungsdienste der Reiseprofis in Anspruch zu nehmen.

1.000 Urlauber befragt, 27 Tourismus-Unternehmen analysiert

Für die Studie „Digital Tourismus Index“ wurden die Online-Aktivitäten von 27 Reiseveranstaltern des ÖRV ausgewertet sowie 1000 Österreicherinnen und Österreicher, die in den vergangenen zwei Jahren eine Reise online gebucht haben, repräsentativ befragt.

„Die Studie gibt nicht nur interessante Aufschlüsse über das Online-Buchungsverhalten der Österreicherinnen und Österreicher, sie ist auch die Grundlage für die Tourismusunternehmer, ihr Online-Angebot noch besser auf die Bedürfnisse der Kunden abzustimmen“, betont der ÖRV-Generalsekretär. Um die Stärken der Reisebüros in Kombination mit digitalen Angeboten zu verbessern, hat der Österreichische Reiseverband heuer unter seinen 102 Mitgliedsbetrieben auch eine Qualitätsoffensive für insgesamt 453 Reisebüro-Filialen gestartet.

Ansprechpartner: Dr. Walter Säckl, Tel. +43/1/532 26 91

ÖRV – Österreichischer ReiseVerband

Der ÖRV, gegründet 1961, ist die unabhängige und neutrale Interessensvertretung der bedeutenden österreichischen Reisebüros und Reiseveranstalter. Mitglieder sind 453 Reisebüro-Filialen und 102 Institutionen und Unternehmen aus allen Bereichen des Tourismus. Sie präsentieren mehr als 80% des gesamten Touristikumsatzes Österreichs (dzt. rund 4 Mrd. Euro). Der ÖRV ist die Plattform für den gemeinsamen Gedankenaustausch der Mitglieder und für die Erarbeitung zukunftsorientierter Branchenlösungen. Er versorgt seine Verbandsmitglieder mit den notwendigen Informationen, stellt Fach- und Rechtsberatung zur Verfügung und organisiert in Kooperationen Schulungen. Als unabhängiger Verband pflegt der ÖRV direkte Kontakte zu den zuständigen politischen Stellen, sowie zu allen Leistungsträgern im Tourismusbereich. Er engagiert sich auf dem Gebiet des nachhaltigen Tourismus. Der ÖRV ist Ansprechpartner für internationale Verbände sowie die Europagremien in Brüssel und macht der Öffentlichkeit und dem politischen Umfeld die Bedeutung der Reiseindustrie als Wirtschaftsfaktor bewusst. www.oerv.at