

Buch

Wilfried Trillenberg (Hrg.), Andrej Kresovaty, Yevhen Savelyev.

Platzbestimmung Osteuropas in der sozio-ökonomischen Globalisierung

Berlin, 2013, 430 Seiten.

S. 189-206

Galyna Trillenberg

Touristische Reisebedürfnisse und ihr elektronischer Zugang

Touristische Reise – Luxus, Vergnügen oder biologisches Bedürfnis?

Mit der Zunahme der Anstrengungen im Arbeitsprozess und seiner durchschnittlichen zeitlichen Verkürzung wächst auch das Bedürfnis nach Erholung, und damit nach dem Sammeln neuer physischer und geistiger Kräfte für eine neue Periode der beruflichen Tätigkeit. Gleichzeitig ergeben sich auch ausreichend Zeitfenster im Verlaufe eines Jahres, um verschiedene Arten von Reisen zu organisieren. Im Rahmen dieser Bedürfnisse kann die Reisetätigkeit als ein menschliches und biologisches Bedürfnis betrachtet werden. Allerdings unterscheidet sich dieses Bedürfnis von Bedürfnissen, die täglich auftreten, wie der Verzehr von Getreideprodukten in Form von Brot und Brötchen. Das Reisen kann als ein allgemeines Bedürfnis wie das Essen betrachtet werden, aber nur in den wenigsten Fällen mit der Wiederholung identischer Reisebedürfnisse an gleichen Orten zu gleichen Zeiten mit dem gleichen Service. Der Reisemarkt bietet für seine Kunden zum Glück ein breites Spektrum von Angeboten, wobei eine allgemeine Erweiterung und Differenzierung dieses Reisespektrums zu beobachten ist. Neben den Reiseinhalten kommen neue Zielorte und Zielregionen hinzu, während andere um den Erhalt ihrer Bedeutung bangen müssen, wenn Umweltbedingungen oder Naturressourcen sich verändern oder entschwinden. In letzter Zeit werden durch politische Unruhen einige langjährige Reiseziele mit Risiken behaftet, wie gegenwärtig in Teilen Nordafrikas und der arabischen Welt. Nachfolgend soll untersucht werden, worauf die touristischen Reisenden Wert legen, wie die Reiseanbieter eingeschätzt werden und wie moderne Technologien bei der Buchung von Reisen die Auswahl der Reisen und die Buchung erleichtern.

Das Reisen ist mit Vorbereitungen verbunden. Die neuen Technologien machen es möglich, dass Reiseanwärter für einen Großteil ihrer Reisevorbereitungen das Internet nutzen können. Viele Reiseaktivitäten lassen sich vom Home-Computer in gleicher Weise buchen, wie in einer Reiseagentur. Aber viele Reisen werden weiterhin in Reiseagenturen mit einem persönlichen Beratungsgespräch verkauft. Viele Reisende wünschen vor der Buchung ein persönliches Gespräch mit einer Empfehlung durch den Verkäufer. Der Internet-Handel mit Reiseangeboten hat im Unterschied zum Internet-Handel mit Schuhen den Nachteil, dass man die Reise nicht ausprobieren kann wie bei Schuhen und bei Nichtgefallen zurückschicken kann. Viele Reisekäufer möchten gern bei Reisen in unbekannte Gegenden beraten werden und wissen, wem sie bei Gefallen der Reise dankbar sein können und bei Nichtgefallen der Reise eine Schuld für schlechte Beratung zuweisen können. Eine solche Konstellation stellt auch besondere Anforderungen an den Verkaufsprozess einer touristischen Reise. Der

Verkäufer sollte auch beachten, ob nur touristische Grundbedürfnisse erwünscht sind, oder ob inhaltliche Bedürfnisse nach Luxus und Vergnügen vorhanden sind und für das betriebswirtschaftlich ausgerichtete Verkaufsgespräche mit entsprechenden Angeboten als Zusatznutzen verbunden werden können.

Bei den elektronischen Vorbereitungen auf eine Reise helfen die Resultate von Einschätzungen für Unternehmen, die auf dem Tourismusmarkt tätig sind. Für eine branchenübergreifende Studie „Deutscher Servicepreis 2013“ wurden durch den Nachrichtensender n-tv und das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) mehr als 520 Unternehmen analysiert. Bei der Zusammenstellung von Unternehmen, die in der Online-Reiseorganisation tätig sind, wurden in einer Ranking-Liste 87 Unternehmen aufgeführt und in drei Bewertungsstufen eingeteilt von „gut“, mit 51 genannten Unternehmen, über „befriedigend“, mit 23 Unternehmen, zu „ausreichend“ mit 13 Unternehmen. Dabei nahm die Firma spassbaron.de den ersten Platz ein, was aber ergänzt wurde mit dem Hinweis, dass der Betreiber dieses Unternehmens, die Experience Media GmbH, mit Stand zum 1. März 2013 sich im Insolvenzverfahren befindet. [1] Den Testsieger zu buchen, könnte eventuell hzu Problemen führen. Zu den für einen Normalreisenden, der sich früher an den Angeboten der Reisebüros orientierte erscheint auch sonderbar, dass allgemein bekannte Reiseveranstalter auf nicht vorderen Plätzen des genannten Rankings angetroffen werden. So liegen **Alltours.de** auf Platz 11, **Karstadt** auf Platz 18, **Dertour.de** auf Platz 35, **ITS-Reisen.de** auf Platz 45, **Tui.com** auf Platz 57, **Der.de** auf Platz 66, **Neckermann-Reisen.de** auf Platz 80 und **Thomascook.de** auf Platz 82. [1]

Viele Reisekandidaten fassen die jährliche oder gar zweimal im Jahr stattfindende Urlaubsreise von jeweils mindestens 10 Tagen als ein stetiges Bedürfnis auf, suchen aber nach immer neuen Orten und Möglichkeiten der Erholung. Damit haben auch neue Tourismusanbieter stets ihre Chance, im Tourismusgeschäft sich in eine interessante und Bedarf deckende Position zu bringen. Andererseits kann eine gute Kontaktentwicklung mit erweiterbaren und individuell nutzbaren Angeboten am gleichen Ort zu einer touristischen Stammkundschaft führen. Wie beim Schuhkauf könnte der Kunde lebenslang bei seiner Stammmarke bleiben, wenn eine erwünschte Breite des Angebots nach individuellen Anschauungen gegeben ist.

Neben dem Bedürfnis nach Erholung in seinen unterschiedlich möglichen Ausstattungsgraden kann auch das zeitweise auftretende Bedürfnis des Ortswechsels ein bestimmender Reisegrund sein. Dabei geht es um die Befriedigung von einem der zwei Grundbedürfnisse, - das zeitweise Verlassen des ständigen Wohn- und Arbeitsortes oder das zeitweise Aufhalten an einem anderen Ort, begründet durch eine gewisse Neugierde oder Nachholbedarf für das Aufnehmen anders gearteter Lebensweisen, zumindest aus der Sicht eines touristischen Besuchers. Damit wird der Drang nach dem „Wegreisen“ oder „Hinreisen“ befriedigt. Bei solchen Reisen steht nicht unmittelbar der Wunsch nach Luxus oder Vergnügen durch Erholung im Vordergrund, sondern das Kennenlernen neuer Lebenswelten und das zeitweise Abschalten von der fast ganzjährigen Pflichtwelt des nach festen Regeln verlaufenden Wohnens und Arbeitens. Nach einigen Untersuchungen steht bei solchen „Wegreisen“ bzw. „Hinreisen“ auch das Alternative zum Alltagsleben im Vordergrund. Der Tourist flüchtet in eine vom gewohnten Alltagsleben sich unterscheidende „andere Welt“. In dieser „anderen Welt“ versuchen diese Touristen all die Wünsche und Träume zu verwirklichen, die in den Zwängen des alltäglichen Lebens nicht möglich sind.

Bei Freyer wird die bekannte Bedürfnishierarchie nach Maslow durch touristische Ergänzungen auf eine touristische Bedürfnishierarchie ausgerichtet. [2, S. 72] Damit werden fünf Bedürfnisstufen der touristischen Reisetätigkeit hervorgehoben. Freyer gliedert seine Reise-Beispiele nach folgenden fünf Hierarchieebenen nach Maslow:

- Grundbedürfnisse – „Reisen zur unmittelbaren Deckung des Grundbedarfs, z.B. Fahrten zur Arbeitsstätte, evtl. Handelsreisen“
- Sicherheitsbedürfnisse – „Reisen zur Sicherung des Grundeinkommens, z.B. zur Regeneration der Arbeitskraft, Handelsreisen, Kurreisen“
- Soziale Bedürfnisse – „Private und gesellschaftliche Besucherreisen (zur Kommunikation)“
- Wertschätzungsbedürfnisse – „Reisen als Prestige und gesellschaftliche Anerkennung“
- Entwicklungsbedürfnisse – „Reisen als Selbstzweck, Vergnügen, Freude, „Sonnenlust““

Es wäre aber auch möglich, nach dem Prinzip der Bedürfnispyramide von Maslow etwas anders die einzelnen Stufen zu charakterisieren. Gliedert man die Bedürfnisse an eine Touristenreise in ihrer Bandbreite von biologischen bzw. regenerativen Bedürfnissen zur Wiederherstellung der vollen geistigen und physischen Kräfte für das Arbeitsleben von Personen in der Lebensperiode des Berufslebens zur Sicherung des Lebensunterhalts, so könnte folgende Reiseinhalte für eine Fünf-Ebenen-Hierarchie vorgesehen werden:

Grundbedürfnisse – Kurzreisen in der arbeitsfreien Zeit, wie an Wochenenden oder Feiertagen zur Regeneration der Kräfte und Vorbereitung auf eine kommende Arbeitsperiode im Berufsleben. Dabei sollte ein „Abschalten“ von der ansonsten alltäglichen und durch das Berufsleben geregelten Work-Life-Beziehung erreicht werden. Auch eine längere Reise mit Aktiv- und Passivkomponenten in der Urlaubszeit sind hierzu zu rechnen.

Sicherheitsbedürfnisse – Reisen zur Wiederherstellung der Arbeitsfähigkeit in Sanatorien, Reha-Kliniken mit speziellen und individuell ausgerichteten Gesundheitsprogrammen. Auch Gesundheitsproblemen vorbeugende Reisen mit Aktiv- oder Passivurlaub können in diese Ebene gerechnet werden.

Soziale Bedürfnisse - Gruppenreisen mit Ausprägungen der gegenseitigen Hilfe und Anerkennung von Leistungen zur Erreichung eines vorher festgelegten Ziels. Dazu gehören Reisen mit vielen Kommunikationsmöglichkeiten, aber auch der Anwendung persönlicher Spezialkenntnisse zur Unterstützung anderer Mitglieder der Reisegruppe. Dazu gehören Schiffsreisen, Wanderreisen, Fahrradreisen, Bergsteigen.

Wertschätzungsbedürfnisse – Reisen, die als Einzel- oder Gruppenreisen besondere Anforderungen an die Reisenden stellen und bei erfolgreicher Realisierung eine allgemeine Wertschätzung im Familien-, Bekannte- und Gesellschaftskreis erwarten lassen. Zu solchen Reisen gehören Abenteuerreisen oder Reisen in Gebiete, die touristisch noch unbekannt oder schwach erschlossen sind. Ebenso können dazu Reisen unter Einbeziehung von sportlichen oder technischen Hilfsmittel gezählt werden, wie Meerestauchen, Segeln, Surfen.

Entwicklungsbedürfnisse, bzw. Selbstverwirklichung – Sonderreisen, die der Allgemeinheit entweder verschlossen sind wegen ihrer begrenzten Aufnahmefähigkeit von Reisenden oder wegen ihrer hohen Kosten, die nicht durch jeden potentiellen Reisen aufgebracht werden können. Zu solchen Reisen gehören Jagdreisen, Teilnahme als Gast/Tourist an Forschungsreisen. Dazu gehört auch die Verwirklichung von Reisen, für die

man früher keine Zeit aufbringen konnte oder der Zutritt zu den Reiseorten verschlossen war. Zu dieser Ebene von Reisen können auch Reisen mit der Vermittlung neuer Kenntnisse gerechnet werden, die dem Bedürfnis der Menschen nach lebenslangem Lernen entsprechen.

Nachfolgend soll dargestellt werden, wie deutsche Reisetouristen im Zeitalter des Internets die neuen Technologien für ihre Reiseplanung und Organisation nutzen, um ihre Bedürfnisse befriedigen zu können.

Die Nutzung des Internet in der Tourismusbranche

Die Entwicklung der Vermittlung von Reiseangeboten über das Internet begann in der Mitte der 90er Jahre des vorigen Jahrhunderts in den USA. Die amerikanischen Unternehmen schufen sich Filialen und Firmensitze in anderen Ländern, darunter auch in Deutschland. Diese wurden dann als nationale Web-Portale mit registrierten Firmensitzen in den einzelnen Ländern tätig. In Deutschland ist heute eine große Anzahl von Online-Reisevermittlern tätig. Einige sollen nachfolgend mit ihren spezifischen Ausrichtungen kurz vorgestellt werden.



ein weltweit tätiges und das Internet nutzendes Online-Reisebüro. [3] Der Firmensitz befindet sich in Bellevue im US-Staat Washington. Expedia wurde 1995 innerhalb von Microsoft gegründet und bereits 1996 ging die Website online und im Jahre 1999 an die Börse. Zu diesem Zeitpunkt betrieb Expedia Webseiten in Kanada, Großbritannien und Deutschland. Das 1999 gegründete Online-Reiseportal bietet eine umfangreiche Produktpalette rund um das Thema Reisen. Als erstes deutsches Online-Reiseportal ermöglichte expedia.de neben der Buchung von Flug, Hotel, Mietwagen, Ferienwohnungen, Lastminute- und Pauschalreisen, Rundreisen sowie Kreuzfahrten unter der Bezeichnung Click&Mix auch die flexible Zusammenstellung („Dynamic Packaging“) von Flügen, Hotels und/oder Mietwagen sowie vielfältigen Angeboten in der Kategorie „events&tickets“.

Das Online-Reiseportal ist Gründungsmitglied des Verbands Internet Reisevertrieb (VIR) und wird regelmäßig mit dem TÜV-Siegel s@fer-shopping ausgezeichnet. Auch die sehr gute Kundenbetreuung und der hervorragende Service von Expedia.de sind TÜV geprüft – im März 2008 bekamen die Reiseexperten das Zertifikat „ServiceQualität“ verliehen.

Expedia ist mit einem Angebot von über 150.000 Hotels und über 300 Airlines das weltweit führende Online-Reiseportal. neben einer großen Auswahl stellt expedia.de seinen Kunden spezielle Filtermöglichkeiten zur Verfügung, um ihnen dabei zu helfen, genau die Reise zu finden, die am besten auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist.

Im Jahr 2002 erwarb „USA Networks“ (jetzt IAC/Inter/ActiveCorp) die Mehrheit an dem Unternehmen. 2003 wurde der Rest der Anteile übernommen. In der Zeit als Tochtergesellschaft von IAC wurde unter anderem eine Mehrheit an eLong erworben. Im Jahr 2005 erfolgte dann der neuerliche Börsengang als Expedia, Inc.

Expedia.com, bzw. Expedia.de in Deutschland, gehört zu den größten Reisebüros in den USA. Expedia ist über die USA hinaus auch in folgenden Staaten tätig: Kanada, Großbritannien, Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Norwegen, Schweden, Dänemark, Australien, Japan und China.

Unter der Bezeichnung „Expedia Corporate Travel“ bietet es außerdem einen

spezialisierten Service für Unternehmen und Geschäftsreisende. Nach eigener Darstellung ist Expedia das weltweit größte Online-Reisebüro. Bereits im Jahr 2007 wurden für über 19 Mrd. US-Dollar Reisen vermittelt. Damit nahm Expedia auf dem Tourismusmarkt der USA den vierten Platz ein. Die Webseiten benutzen weltweit das Sabre-Reservierungssystem. Mit diesem System wird die Zusammenarbeit mit „Worldspan“ möglich.

Worldspan ist ein amerikanisches Unternehmen, das am 7. Februar 1990 von den Fluggesellschaften Northwest Airlines, Delta Air Lines und der ehemaligen Trans World Airlines mit Hauptsitz in Atlanta gegründet wurde. Es entstand auf Grundlage einer Vereinbarung der Fluggesellschaften, ihre bisherigen Computerreservierungssysteme „DATAS II“ von Delta Air Lines und „PARS“ von Trans World Airlines zu einem System zu vereinen. 1993 war die Einsatzzentrale in Atlanta voll einsatzbereit. Der dortige Großrechner hatte eine Größe von zwei Fußballfeldern und verarbeitet die Anfragen in Echtzeit. Inzwischen hat das Unternehmen über zweitausend Mitarbeiter, unterhält Außenstellen in Südamerika und Kanada. In Frankfurt am Main befindet sich die deutsche Niederlassung. Worldspan, eines der vier großen, weltweiten Reservierungssysteme (neben AMADEUS, SABRE und GALILEO), wurde am 30. Juni 2003 an eine US-amerikanische Investmentgesellschaft verkauft. Am 21. August 2007 hat Travelport Inc., zu der auch der Worldspan-Mitbewerber Galileo gehört, Worldspan übernommen und begonnen, die beiden Reservierungssysteme zum GDS (Global Distribution System) zusammenzuführen, das u. a. auch von Expedia genutzt wird.

Expedia.de ist ein Tochterunternehmen des weltweit größten Online-Reisebüros Expedia, Inc. Dieses firmiert seit August 2005 unter dem Namen Expedia und ist börsennotiert in den USA (naSDaQ: eXPe).

Im Dezember 2012 gab Expedia den Abschluss eines Vertrages über den Erwerb der Mehrheit an der Hotelsuchmaschine „trivago“ bekannt. Für 61,6 Prozent der Anteile sollen insgesamt 477 Millionen Euro gezahlt worden sein. [4]

Auf der mit dem deutschen TÜV-Süd-Siegel versehenen Web-Seite von Expedia werden in der Eigenreklame auf die Frage „Warum bei EXPEDIA.DE buchen?“ drei Gründe hervorgehoben:

- Extrem praktisch:
- Auswahl aus 150.000 + Hotels weltweit
- 300 + Fluglinien
- Alle Reiseveranstalter im direkten Preisvergleich
- Über 500.000 echte Hotelbewertungen helfen bei der Entscheidung
- Extrem günstig
- Bestpreisgarantie
- Flug und Hotel zusammen buchen und noch mehr sparen
- Keine Expedia-Umbuchungs- und Stornierungs-Gebühren
- Extrem serviceorientiert
- professionelle Beratung durch Reisekaufleute per E-Mail oder Telefon
- Wir sind vor, während und nach ihrer Buchung für Sie da, 7 Tage die Woche
- Wir sind das weltweit größte Online-Reisebüro. Vertrauen Sie uns

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal Expedia.de den 30. Platz ein.



ist das größte unabhängige Urlaubsportal im deutschsprachigen Raum. Auf www.holidaycheck.de kann man ein Hotel nach seinen Wünschen finden und mit anderen Urlaubern in Kontakt treten und direkt buchen. Grundlage hierfür ist eine Datenbank mit über 7 Millionen Hotelbewertungen, Bildern und Videos. Aus dem Vergleich der Angebote von 106 Reiseveranstaltern liefert HolidayCheck den besten Preis für das Wunschhotel und die Traumreise.

Die unabhängige Stiftung Warentest hat das zweimal überzeugt: HolidayCheck ist zweifacher Testsieger als bestes Hotelbewertungsportal (note 1,8, „test“-Ausgabe 2/2010) und bestes Hotelvermittlungsportal (note 2,4, „test“-Ausgabe 5/2012).

Als hundertprozentige Tochter der tomorrow Focus aG mit Beteiligungen an Zoover, tjingio und Ecotours ist HolidayCheck teil des größten europäischen Anbieters für Online-Reisevermittlung und Hotelbewertungen. [4]

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal holidaycheck.de den 29. Platz ein.

lastminute.de

buchen passt zum Lebensstil vieler Menschen, die einfach nicht lange im Voraus planen wollen oder können: So ergab eine lastminute.de-Umfrage auch, dass 83% der Deutschen in Zukunft gern einmal kurzfristig buchen möchten. Genau dafür bietet die Last Minute Reisewebsite ein umfangreiches Angebot:

Täglich mehrere Millionen Reise-Angebote mit Preisgarantie aller namhaften Reiseveranstalter, Kurztrips und Städtereisen zum Selbstkombinieren, tausende Hotels weltweit und Flüge von über 300 Airlines. Dabei immer im Mittelpunkt: Mehr für weniger bekommen – sei es mit 5* Urlaub zum 3* Preis oder den lastminute.de Top Secret Hotels, mit denen bis zu 50% Rabatt auf 4* und 5* Hotels möglich sind. ein Vergleich von Stiftung Warentest (11/2012) prüfte, wo sich die Suche nach Pauschalreisen lohnt: lastminute.de ist Testsieger mit der Bestnote (2,3) und bekam die höchste Bewertung in der Prüfkategorie „Website“. lastminute.de gehört zu lastminute.com, Europas unabhängiger Reise- und Freizeitwebsite Nummer 1, und ist Pionier unter den deutschen Reise-Websites. 2005 wurde lastminute.com von travelocity übernommen – eine der größten Reisewebsites in den USA und Teil der Sabre Holdings Corporation, dem weltweit führenden Anbieter von Vertriebs- und Technologielösungen für die Reisebranche.[4]

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal lastminute.de den 42. Platz ein.



ist ein unabhängiger, preisgünstiger Online-Reiseservice für Individual-, Pauschal- und Geschäftsreisende.

Das Unternehmen wurde im Jahr 2001 von neun der führenden europäischen Airlines gegründet: Aer Lingus, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM und Lufthansa. Seit Juli 2011 ist Opodo ein Unternehmen der OdigeO Gruppe, zu der des Weiteren die Online-Reiseportale eDreams, GO Voyages und Travellink gehören. Die OdigeO Gruppe operiert derzeit in 28 Ländern. Alle vier Marken haben eine starke

Position in allen wichtigen europäischen Märkten. Opodo ist besonders stark vertreten in Großbritannien, Frankreich und Deutschland,

Travellink in den nordischen Ländern, eDreams in Spanien, Italien und Portugal und GO Voyages in Frankreich.

Unter www.opodo.de haben Kunden Zugriff auf Flüge mit Bestpreisgarantie von rund 750 Fluggesellschaften (Linie, Charter und Billigflieger - mit der Besonderheit des Kombijetting™ von mehreren Einzelflügen) und erhalten einen direkten Vergleich zu alternativen Bahnangeboten.

Die Angebotspalette wird abgerundet durch Zugang zu mehr als 200.000 Hotels, Mietwagen, Ferienwohnungen, Kreuzfahrten und Skireisen. Ein Schwerpunkt von Opodo ist die Vermittlung von Pauschal- oder Last Minute-Reisen von über 90 Veranstaltern, die durch eigene dynamisch paketierbare Veranstaltungen im Städtebereich ergänzt werden. Zu allen Produkten sind optional umfassende Reiseversicherungen abschließbar. [4]

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal opodo.de den 63. Platz ein.



Gut beraten, besser erholt.

ist die Hauptmarke der COMVeL GmbH, die seit ihrer Gründung im Januar 2005 zu den rasanten Aufsteigern im Touristenmarkt zählt. Mit dem Claim „Gut beraten, besser erholt.“ etabliert und kommuniziert das Online-Reiseportal seine Service- und Beratungsqualität als wichtigen Markenkern. Eine vielfältige Produktpalette und umfangreiche Such- und Sortiermöglichkeiten sorgen dafür, dass die weg.de-Kunden ihren Urlaub einfach, sicher und unkompliziert buchen können. Das Angebot des Reiseportals umfasst Millionen von Pauschal- und Last Minute-Reisen, Hotels in aller Welt, Linien- und Charterflüge, Ferienhäuser, Mietwagen, Rund- oder Wellness-Reisen, Skiurlaub-Angebote inklusive Skipass, Kreuzfahrten und vieles mehr. Exquisite Erlebnisse in vielen Städten und Ferienregionen sowie Ausflüge und Touren weltweit runden das Portfolio von weg.de ab. Abwechslungsreiche Aktionen wie Gewinnspiele oder Produktspecials bieten zudem einen spannenden Mehrwert. Von der Suche nach dem passenden Angebot bis hin zur Urlaubsbuchung begleitet weg.de seine Kunden mit detaillierten Informationen zu Hotels und Reisezielen, wertvollen Tipps und verifizierten Hotelbewertungen sowie verständlichen Erklärungen durch den Buchungsprozess.

Für alle individuellen Urlaubswünsche stehen Reiseexperten mit langjährigem touristischem know-how bereit. Das ServiceTeam kümmert sich durch persönliche Beratung um die Kundenzufriedenheit. Von offizieller Seite wurden weg.de die Transparenz, Qualität und Sicherheit der Seite und der Produkte sowie der Unternehmensprozesse vom TÜV Süd bescheinigt. weg.de ist mehrfacher Testsieger und überzeugt in Tests und Kundenumfragen regelmäßig mit Bestnoten.[4]

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal weg.de den 20. Platz ein.



gehört zur [ebookers](http://ebookers.de) Gruppe, einem der größten Online-Reiseunternehmen in Europa mit Sitz in Großbritannien und ist Teil des internationalen Reisekonzerns Orbitz Worldwide. [ebookers](http://ebookers.de) ist seit 1999 im Internet aktiv und hat heute

Filialen in 12 europäischen Ländern. In Deutschland ist ebookers.de seit September 1999 online.

Das Angebotsportfolio von ebookers.de umfasst Flugangebote von rund 450 Linien-, Charter- und Billigfluggesellschaften weltweit - inkl. Rail & Fly-Buchbarkeit-, preisgünstige Flug & Hotel, Flug & Mietwagen sowie Flug & Mietwagen & Hotel Kombi-Reisen, ständig aktualisierte Pauschal- und Lastminute-Angebote aller großen Reiseveranstalter sowie Ferienhäuser und Ferienwohnungen, topaktuelle Mietwagenangebote, über 110.000 Ferien- und Cityhotels, mit mehr als 1.5 Million Hotelbewertungen und Bestpreis-Garantie, sowie Reiseversicherungen von Mondial.

Alle ebookers Produkte zeichnen sich durch einfach zu bedienende Suchfunktionen aus, z.B. bei Hotels mit Standortkarten, Streetview-Ansichten sowie Filtermöglichkeit nach Preis, Beliebtheit, Lage oder Kundenbewertungen.

Für mobile Benutzer bietet ebookers eine mobile Website sowie kostenlose Apps für das iPad, das iPhone und Android-Geräte.

Alle Dienste, die Kunden von ihrem Reisebüro „um die Ecke“ gewohnt sind, bietet auch ebookers.de, das zum wiederholten Mal mit dem TÜV-Siegel s@fer-shopping ausgezeichnet wurde. Auch die sehr gute Kundenbetreuung und der hervorragende Service sind TÜV geprüft.

Ein Team von Reiseexperten steht im Sales- und Service-Center zur Verfügung, um alle individuellen Wünsche zu erfüllen.

Das Online-Reiseportal ist Mitglied bei der Iata, dem DRV, der Reiseschiedsstelle RSS sowie Gründungsmitglied des VIR welcher ebookers.de-Kunden als neutrales Schlichtungsorgan zur Verfügung steht.[4]

Auf der Ranking-Liste des „Deutscher Servicepreis 2013“ nimmt das Reiseportal EBookers.de den 64. Platz ein.



Der VIR – Verband Internet Reisevertrieb e.V. - ist der Interessenverband der deutschen Online-Reiseportale. Er schafft verbindliche Qualitätsstandards, die Verbrauchern die Gewissheit geben, auf den Webseiten der Mitgliedsportale seriös, kompetent und kundenfreundlich beraten, betreut und bedient zu werden.

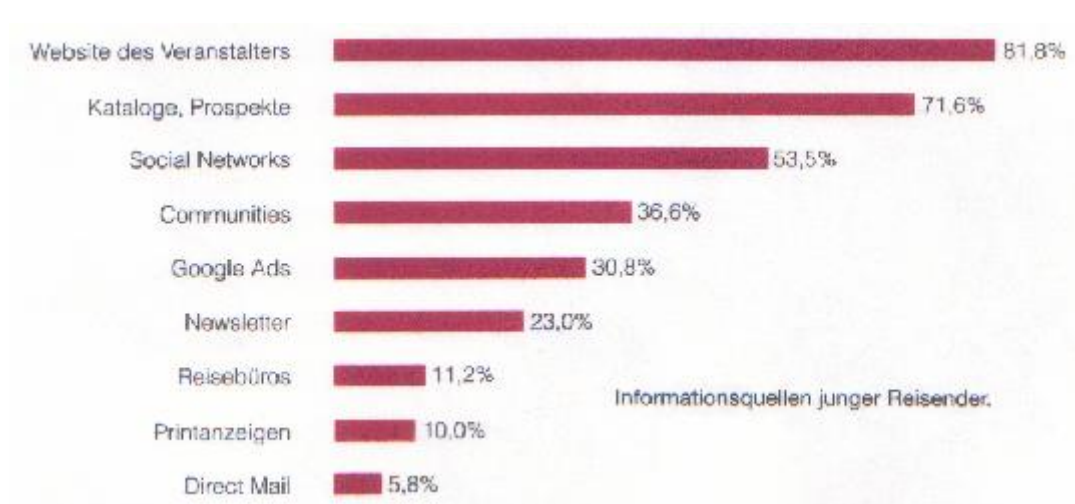
Vollmitglieder im VIR sind derzeit die oben genannten Reiseportale: ebookers.de, expedia.de, holidaycheck.de, lastminute.de, opodo.de und weg.de. Diese bundesweit führenden Online-Reiseportalen erwirtschafteten 2012 zusammen über zwei Milliarden Euro Umsatz.

Die VIR Vollmitglieder gaben sich eine 12 Punkte Selbstverpflichtung:

1. die maximale Sicherheit im Umgang mit sensiblen, persönlichen Daten bereitzustellen: Mittels der leistungsstarken Verschlüsselungstechnologien SSL (Secure Sockets Layer) und TLS (Transport Layer Security) werden alle Transaktionen geschützt
2. einen wirksamen Schutz vor Viren aktiv einzusetzen und ständig zu aktualisieren
3. die ständige Optimierung effizienter Bestell- und Zahlungsvorgänge sicherzustellen

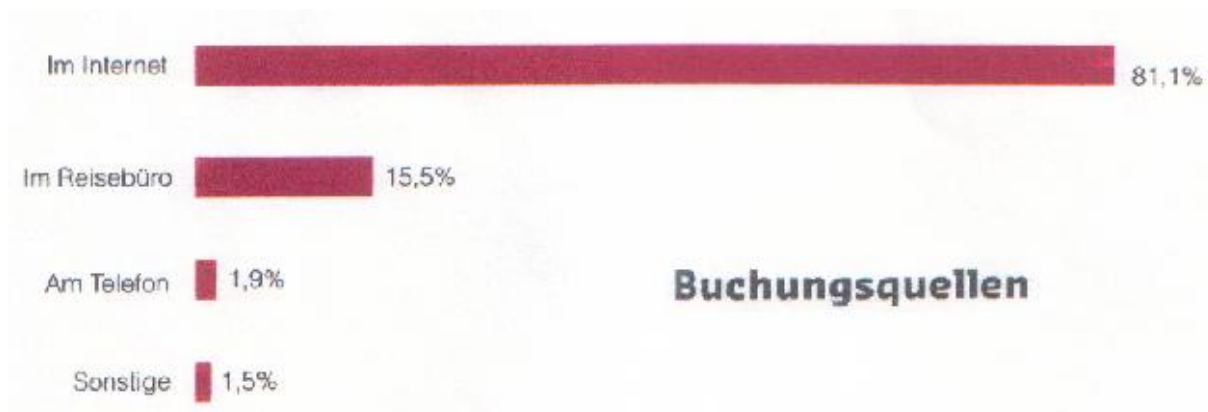
4. zu einer engen Zusammenarbeit mit Institutionen zum Schutz der Verbraucher
5. zur Zertifizierung der sicheren Übermittlung und Abwicklung von Buchungsvorgängen über das Internet durch eine neutrale Institution
6. die volle „Geld-zurück-Garantie“ bei Nichterhalt der Reisedokumente zu gewährleisten, sofern der Nichterhalt von dem jeweiligen Mitglied zu vertreten ist
7. eine qualifizierte, persönliche Beratung vor und während der Buchung anzubieten
8. keine unlautere Werbung zur Kundenakquisition einzusetzen
9. eine Qualitätssicherung für alle Produkte und Partner sicherzustellen
10. nur verfügbare Produkte anzuzeigen und gebuchte Produkte direkt verbindlich zu bestätigen
11. auch nach der Reise bei Fragen, Anregungen und Rückmeldungen aus den Urlaubsgebieten als qualifizierte Ansprechpartner zur Verfügung zu stehen
12. den Bestimmungen der §651a ff BGB zu entsprechen, sofern Sie als Veranstalter auftreten. Damit ist beispielsweise eine Insolvenzversicherung mit einem Sicherungsschein (§651 k BGB bei Pauschalreisen) nachzuweisen. [4, S. 71]

Im Jahr 2011 wurden für eine Studie an 7.926 junge Menschen die Frage gestellt: „Wie informierst du dich im Rahmen deiner Reiseplanung, welche Medien nutzt du?“ Die große Mehrheit stellte in ihren Antworten einen direkten Bezug zum Internet her. Das Informationsverhalten wurde durch das Social Web grundlegend verändert im Vergleich zu vor 10 Jahren. Heute gehören Social networks (53,5 Prozent) und die eigene Community (36,6 Prozent) nach der Website des Veranstalters (81,8 Prozent) und dem Sommerkatalog (71,6 Prozent) zu den meistgenutzten Informationsquellen junger Reisender. Im Wettbewerb zwischen online-Angeboten und gedruckten Angeboten in Katalogen liegt zwar bei den Jugendlichen das Angebot über Formen des Internets vorn, aber die Kataloge haben bei Weitem noch nicht ausgedient.[5] (Grafik)



Quelle: ruf Kundenstudie 2011 [5]

Beim konkreten Buchungsvorgang ist das Internet für 81,1 Prozent der jungen Befragten der wichtigste Kanal. Erst mit großem Abstand wird die persönliche Betreuung im Reisebüro mit 15,5 Prozent genutzt. Die Telefonvermittlung spielt fast keine Rolle bei jungen Menschen. [5] (Grafik)



Quelle: ruf Kundenstudie 2011 [5]

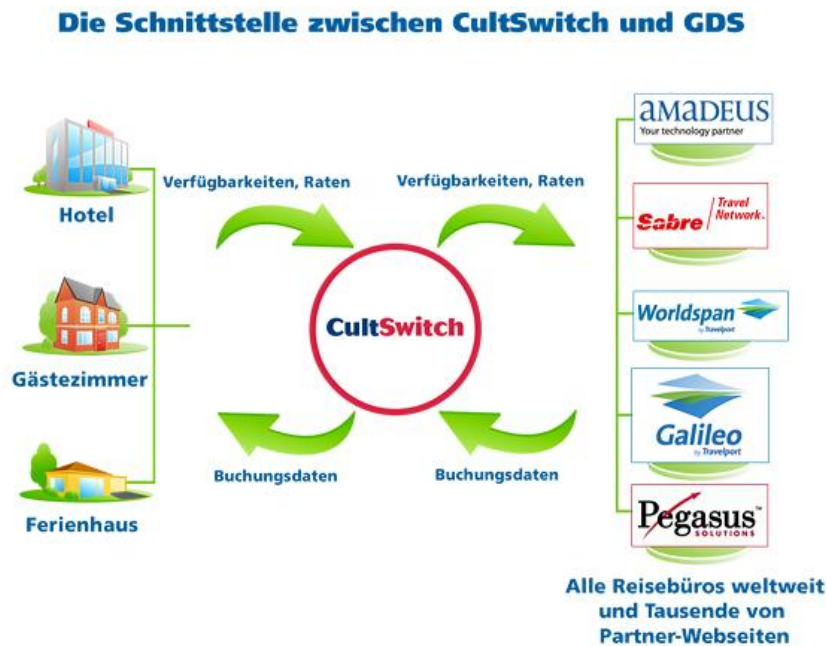
Bei einer Befragung von 1.193 Personen im Alter ab 14 Jahren nach den Buchungstechnologien (online oder offline) ergaben die Resultate für 2010 bis 2012 eine Verschiebung der Buchungstechnologie in Richtung online, wobei aber die dominierende Rolle der offline-Buchungen im Reisebüro noch nicht gefährdet erscheint. Für das Jahr 2010 werden die Anteile zwischen Reisebürobuchungen und online-Buchungen wie 72,1% zu 27,9% angegeben. Für 2011 nähern sich die Buchungsverhältnisse aneinander an mit entsprechend 64,3% zu 35,7%. Für 2012 werden folgende Angaben ausgewiesen, die wegen der Komponente „kein Urlaub gemacht“ mit den Vorjahreszahlen nur bedingt vergleichbar sind. Im Jahr 2012 gaben 15,3% der Befragten an, keinen Urlaub gemacht zu haben, 50,0% buchten in Reisebüros und 34,7% buchten online. [4, S. 39] Aber es lässt sich doch erkennen, dass es einen Trend gibt zu vermehrten Buchungsanteilen per Internet. Sollte das Reisevolumen in Deutschland wegen Verknappung des persönlich für Urlaubszwecke zur Verfügung stehenden Geldes sich verringern, so müssen sich die personell besetzten Reisebüros nach neuen Beratungsmodellen für die persönliche Beratung der potentiellen Urlaubsreisenden umsehen.

Der Trend nach Zunahme der online-Buchungen wird sich wohl fortsetzen, wenn man die Entwicklung der dafür erforderlichen Technologien in den letzten 15 Jahren betrachtet.

Zum Ende des 20. Jahrhunderts, vor knapp 15 Jahren, wurde mitgeteilt, dass es gelungen ist, verschiedene Datenbasen zu verbinden („XML-Schnittstellen ermöglichen den direkten Datenaustausch zwischen **Hotelsoftware** und **Global Distribution Systems (GDS)**, Berlin, 22. September 2009). In der Meldung heißt es, dass Cultuzz Digital Media eine Verbindung zwischen CultSwitch, dem Channel Management System von Cultuzz, und den vier Global Distribution Systems (GDS) Amadeus, Sabre, Galileo und Worldspan sowie der Pegasus Online Distribution Database (ODD) realisiert hat. Damit bietet Cultuzz seinen Hotelkunden die Möglichkeit, in allen Reisebüros weltweit sowie auf tausenden von Partner Websites buchbar zu sein.

Die neue Anbindung ermöglicht es den Hotels, ihre Daten aus ihrer Hotelsoftware (PMS) oder aus jedem anderen System, das an CultSwitch angeschlossen ist, direkt in die GDS zu übertragen. Alle relevanten Distributionsdaten wie Zimmerverfügbarkeiten, Preise, Zu- und Abschläge, Storno- und Zahlungsbedingungen, Zimmerbeschreibungen und Bilder, können aus dem PMS des Hotels an CultSwitch übermittelt werden. CultSwitch gibt die Daten in vollautomatisierten Prozessen an die Vertriebssysteme weiter oder veranlasst

beispielsweise bei Bildern eine manuelle Pflege. Die über die Reisebüros generierten Buchungen kommen wiederum automatisch im PMS des Hotels an.[7]



Quelle: <http://www.cultuzz.com/cultuzz-verbindet-amadeus-sabre-worldspan-galileo-und-pegasus-mit-cultswitch>

In diesem Zusammenhang ist interessant, dass die EU-Kommission in einem Dokument die Marktanteile der verschiedenen GDS-Betreiber feststellte. „Die Marktanteile der GDS-Betreiber sind je nach Region und Land sehr unterschiedlich. Nach der Fusion in einem EWR-übergreifenden Markt wird Amadeus der bei Weitem größte GDS-Betreiber in Bezug auf Reiseleistungsanbieter mit einem Marktanteil sein, der sich 2006 auf [50-60%] belief, während Galileo/Worldspan mit einem Marktanteil von [20-30%] zum zweitgrößten Betreiber wird (Galileo [20-30%] und Worldspan [0-10%]). Sabres Marktanteil im EWR beträgt [10-20%]. Auf dem nordamerikanischen Markt ist die Lage genau umgekehrt: dort ist Sabre mit [40-50%] Marktführer, während Worldspan [20-30%], Galileo [10-20%] und Amadeus mit [0-10%] den kleinsten Marktanteil hat“. [7]

Durch die Verbindung von CultSwitch mit den GDS und ODD baut Cultuzz Digital Media die Möglichkeiten eines effizienten Onlinevertriebs für die Hotelkunden weiter aus. Aktuell sind neben den GDS die wichtigsten Buchungsportale wie HRS, Booking, hotel.de, eBay und ehotel sowie Destinationssysteme wie Tiscover und Wild-East an CultSwitch angeschlossen. Zudem ist das kostenlose Online-Reservierungssystem CultBooking, das die hoteleigene Website buchbar macht, mit CultSwitch verbunden.

Die Cultuzz Digital Media GmbH wurde 2000 von Dr. Reinhard Vogel in Berlin gegründet. Tochtergesellschaften bestehen in Europa, USA und Australien sowie in Indien. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Onlinevertrieb für Hotels und Tourismusunternehmen und ist weltweiter Marktführer für den Verkauf von Hotelgutscheinen bei eBay. [6]



ist ein weiteres global tätiges Vertriebssystem. Travelport ist ein privates Unternehmen und hat seine Zentrale in Atlanta, Georgia/USA. Travelport, in Deutschland mit Sitz in Frankfurt am Main, ist neben Amadeus und Sabre eines der weltweit führenden globalen Vertriebssysteme (Global Distribution Systems - GDS). Mittels der zugrunde liegenden Computerreservierungssysteme (CRS) bündeln Unternehmen wie Travelport Informationen über Preise, Verfügbarkeiten und Buchungsmöglichkeiten von Reisen bzw. Reisebestandteilen. Dabei werden sehr große Rechenzentren unterhalten. Mit einem Gesamtumsatz von 2,2 Milliarden US-Dollar im Jahr 2009 war Travelport mit rund 5.700 Mitarbeitern in 160 Ländern tätig. Im Jahr 2011 wurde ein Gesamtumsatz von 2 Milliarden US-Dollar erreicht und es waren rund 3.500 Mitarbeitern in 170 Ländern tätig.

Seit 2011 arbeiten Travelport und Airfair Flugservice GmbH in Berlin zusammen. Demnach lädt Airfair die Agency Private Fares (APF) in die Travelport-Reservierungssysteme Galileo und Worldspan. Somit können Fluggesellschaften, Reiseveranstalter und Consolidator ganz gezielt stationäre und Internet-Reisebüros, die mit Travelport arbeiten, mit Nettotarifen oder individuell ausgehandelten Tarifen versorgen, indem sie die entsprechenden Tarifdaten an Airfair übermitteln. Der Berliner Dienstleister lädt diese dann umgehend in die Galileo- und Worldspan-Systeme

Airfair ist ein Spezialist im Bereich des Tarifdatenmanagements. Vor rund 20 Jahren gegründet, ist das Unternehmen heute führend in der Erfassung, Distribution und Redistribution von unpublizierten Flugtarifen in die GDS. Zu den Airfair-Kunden zählen weltweit viele namhafte Airlines, Consolidator, Reisebüroketten, Reiseveranstalter und Internetportale.

Travelport teilt sich in drei Geschäftsbereiche:

1. Das globale Vertriebssystem mit den Marken Worldspan und Galileo,
2. GTA, ein weltweit agierender Multi-Channel-Anbieter von Unterkünften und weiteren Reiseleistungen, sowie
3. dem Geschäftsbereich Airline IT Solutions, der elementare Applikationen großer Fluggesellschaften hostet und sie mit Geschäfts- und Datenanalysen bei der Umsetzung ihrer Unternehmensziele unterstützt.

Zu Travelports Anbietern gehören rund 430 Fluggesellschaften, mehr als 87.000 Hotels, 25 Autovermietungen, über 400 Kreuzfahrt- und Reiseveranstalter sowie 13 wichtige Eisenbahnnetze. Außerdem hält Travelport rund 48 Prozent der Anteile an Orbitz Worldwide, einem der führenden Online-Reiseunternehmen.

Aufgrund der steigenden länderübergreifenden Reisen mit dem Zug, arbeitet Travelport mit der Europäischen Union zusammen, um die Buchbarkeit der 13 wichtigsten Eisenbahnnetze Europas zu harmonisieren und so für mehr Transparenz zu sorgen. Um auch in Zukunft wettbewerbsfähig zu sein, entwickelt Travelport den „Universal Desktop“, dessen Ziel es ist, den Inhalt von vier verschiedenen kryptischen GDS Sprachen der einzelnen Systeme (Amadeus, Sabre, Worldspan und Galileo) zu übersetzen und somit die Kommunikation zu erleichtern. Aktuell ist Travelport damit ein breit aufgestelltes Serviceunternehmen, das der Reiseindustrie weltweit Kernlösungen auf dem Gebiet elektronischer Transaktionen bietet.[8] [9]

Der Trend der Entwicklung geht zur weiteren elektronischen Nutzung von Smartphones und iPhones und weiterer sicher noch in der Entwicklung befindlicher Kleingeräte, um auch ohne festen Standort mobil seine Reisen organisieren oder auch abändern zu können. Damit ist der Reisemarkt der Zukunft nicht nur von der Qualität der Reiseinhalte geprägt, sondern immer stärker auch von der Art und Weise der Möglichkeiten der individuellen Auswahl und Buchung über elektronische Systeme.

Literaturquellen

- [1] <http://disq.de/2013/20130205-Servicepreis-E-Commerce.html>
- [2] Walter Freyer. Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. München, Wien, 8. Auflage, 2006.
- [3] www.expedia.de
- [4] Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt 2013. Verband Internet Reisevertrieb. Oberhaching. 2013.
- [5] Young-Traveller Studie 2012 -<http://www.jugendreise-news.de/wp-content/uploads/2013/03/ruf-Studie-Young-Traveller-2012.pdf>
- [6] <http://www.cultuzz.com/cultuzz-verbindet-amadeus-sabre-worldspan-galileo-und-pegasus-mit-cultswitch>
- [7] ENTSCHEIDUNG DER KOMMISSION vom 21.8.2007 über die Vereinbarkeit eines Zusammenschlusses mit dem Gemeinsamen Markt und dem EWR-Abkommen (Sache Nr. COMP/M.4523 TRAVELPORT / WORLDSPAN), Punkt (63). http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m4523_20070821_20682_de.pdf
- [8] http://www.cbs-edu.de/cbs/presse-und-news/news/news-detail/?tx_ttnews%5Btt_news%5D=94&cHash=ccb926b04e588bea2ade5a77d8d6ca28
- [9] <http://www.tourexpi.com/de-intl/news.html~nid=62700>