Bitkom e.V. |

Die Zukunft des Reisens ist digital

- Die Inspiration für jede vierte Reise kommt aus dem Netz
- 64 Prozent lesen vor Buchung Online-Bewertungen, 26 Prozent rezensieren selbst
- Online-Reisebüros punkten mit Angebot, Vor-Ort-Reisebüros mit Beratung



Berlin, 7. März 2018 - Von der Anregung für das nächste Reiseziel im Netz über den Mobile Check-in am Flughafen bis hin zur Übersetzungs-App im Restaurant und der Online-Bewertung der Unterkunft: Die Digitalisierung verändert das Reisen. Das zeigt eine repräsentative Studie im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Dafür wurden 1.012 Verbraucher ab 16 Jahren telefonisch befragt. Zwar werden die meisten Deutschen (36 Prozent) weiterhin durch die persönliche Empfehlung von Freunden oder Familie auf ihr Urlaubsziel aufmerksam. Die Inspiration für jede vierte Reise (25 Prozent) kommt aber mittlerweile aus dem Netz, etwa von Vergleichsportalen oder Online-Werbung (14 Prozent), Reiseblogs (7 Prozent) oder aus den sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram (4 Prozent). „Die Digitalisierung bietet der gesamten Tourismus-Branche ein enormes Potenzial. Dank der neuen digitalen Möglichkeiten können sich die Kunden bereits vorab umfangreich über das Urlaubsziel informieren und Tipps besorgen. Vergleichsportale bieten zudem Transparenz mit Preis-Leistungsvergleichen“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

Bei der Suche nach Reiseangeboten gilt „Online first“. Bereits 43 Prozent aller Urlauber gehen rein online auf Angebotssuche, ausschließlich offline suchen nur noch 26 Prozent aller Reisenden. Zwar informieren sich weiterhin 48 Prozent im Reisebüro vor Ort und jeweils 10 Prozent direkt beim Dienstleister oder in Broschüren. Noch stärker werden aber Online-Kanäle zurate gezogen, also die Online-Seiten der Reiseveranstalter (43 Prozent), Online-Reisebüros wie zum Beispiel Expedia oder Opodo (32 Prozent) und Vergleichsportale wie fluege.de oder idealo (19 Prozent). „Für Reisedienstleister war es noch nie einfacher mit den Gästen in Kontakt zu treten, um das eigene Angebot zu optimieren. Es wird in Zukunft immer wichtiger sein, die technischen Möglichkeiten zu nutzen und zu bespielen – von der Internetpräsenz über den digitalen Vertrieb bis hin zu Social Media-Kanälen und Bewertungsplattformen“, sagt Rohleder. Denn Online-Bewertungen sind eine wichtige Entscheidungshilfe: Zwei Drittel (64 Prozent) aller Urlauber lesen vor der Buchung entsprechende Rezensionen. Jeder Vierte (26 Prozent) schreibt sie nach einer Reise auch selbst. Lediglich jeder Zehnte (10 Prozent) vertraut den Online-Bewertungen nicht.

Reisebüros vor Ort bleiben wichtig

Bei der Buchung der Reise ist weiter das örtliche Reisebüro Dreh- und Angelpunkt für viele Verbraucher. Knapp jeder Zweite (48 Prozent) bucht seine Reise im Reisebüro. Die Online-Buchung bevorzugen demgegenüber 41 Prozent der Befragten. Offline direkt beim Dienstleister, also zum Beispiel per Anruf im Hotel, buchen 8 Prozent. Dabei zeigen sich große Unterschiede zwischen den Altersgruppen. Die 16- bis 29-Jährigen buchen eher online (49 Prozent) und nicht ganz so häufig im Reisebüro (46 Prozent). Bei der Generation 65 Plus sieht das anders aus: Hier buchen 58 Prozent im Reisebüro aber lediglich jeder Vierte (24 Prozent) via Web.

Online punktet mit Angebot, Offline mit Beratung

Allerdings bröckelt der Glaube daran, im Reisebüro das beste Angebot zu finden. 81 Prozent der Online-Bucher sagen, dass die Vergleichbarkeit der Reiseangebote im Netz größer ist. Auch das breitere (52 Prozent) sowie günstigere (37 Prozent) Angebot ist vielen ein wichtiger Grund für die Online Buchung. Neun von zehn Online-Buchern (91 Prozent) schätzen außerdem die Unabhängigkeit von Öffnungszeiten, sieben von zehn die Zeitersparnis (67 Prozent). Auch die flexiblen und transparenten Stornobedingungen sind für 18 Prozent der Online-Bucher ein Argument. Im Reisebüro schätzen die Bucher dagegen vor allem den persönlichen Kontakt (63 Prozent) und die Beratung (58 Prozent). Einige vertrauen dem Reisebüro vor Ort auch eher in puncto Datensicherheit und Datenschutz (25 Prozent). „Digitale Angebote werden immer intelligenter und können auf die spezifischen Interessen des Kunden immer besser eingehen. Umso wichtiger ist es für Reisebüros, dass sie sich die neuen digitalen Möglichkeiten zunutze machen“, sagt Rohleder.

Digitale Technologien können den Reisebüros vor Ort entscheidenden Mehrwert bieten. So wünschen sich 78 Prozent der Befragten digitale Geräte wie zum Beispiel Tablets als Unterstützung zur persönlichen Beratung. Sieben von zehn Befragten (70 Prozent) würden im Reisebüro gerne 360°-Bilder ihres Reiseziels auf einem Bildschirm anschauen. Auch Virtual-Reality-Brillen, um das Urlaubsziel schon vorab realitätsnah erleben zu können, würde mehr als jeder Zweite (51 Prozent) nutzen. „Backsteinschwere Kataloge will heute kaum jemand mehr haben. Das moderne Reisebüro muss eine digitale High-Service-Agentur mit Internetauftritt, App, Tablets, Virtual Reality und Videowänden werden, die dem Kunden ein realistisches Bild von seinem Reiseziel vermitteln“, sagt Rohleder.

Digitalisierte Customer Journey bekommt viel Zustimmung

Nicht nur im Reisebüro, auch im Flughafen und Flieger wünschen sich nahezu alle Befragten digitale Unterstützung (99 Prozent). So sagen 75 Prozent, dass sie am Airport gerne aktuelle Gate- und Verspätungsinfos auf ihr Smartphone bekommen würden oder diesen Service bereits nutzen. Auch Apps (52 Prozent) und Augmented Reality (35 Prozent) zur Orientierung am Flughafen sind gefragt. Und dann: Flugmodus an – Internet aus? Was jahrzehntelang im Flugzeug galt, ist bald überholt. Je nach Airline, Flottenausrüstung und Route ist es heute schon in einigen Fliegern möglich, über den Wolken im Internet zu surfen. Jeder Zweite (50 Prozent) würde dieses Angebot in Zukunft gerne nutzen. Aktuell haben laut Umfrage erst 12 Prozent der Befragten den von der Fluggesellschaft angebotenen Internetzugang an Bord schon einmal genutzt, von ihnen waren 83 Prozent mit dem Angebot zufrieden. „Während eines Flugs sind mobile Geräte derzeit meist noch vom Netz abgekoppelt – zum Leidwesen vieler Passagiere. Nicht nur Geschäftsreisenden und Vielfliegern wäre geholfen, wenn sie die Zeit über den Wolken besser nutzen könnten“, sagt Rohleder.

Travel Technology Trends im Tourismus

Befragt nach den Reisetrends der Zukunft zeigen sich die Deutschen aufgeschlossen. So würden während einer Flugreise künftig 71 Prozent gerne digitale Informationen zu überflogenen Sehenswürdigkeiten auf einer digitalen Anzeige im Außenfenster bekommen. Auch digitale Services auf dem eigenen mobilen Endgerät sind beliebt. Jeder Zweite (48 Prozent) würde gerne alle Einstellungen am Platz via Smartphone oder Tablet vornehmen. Beinahe ebenso viele (46 Prozent) bekämen gerne bereits im Flugzeug reiserelevante Daten zum Urlaubsziel auf das Smartphone gespielt. Mit Blick auf die Zukunft sagen sieben von zehn Befragten (69 Prozent), dass sie Smart-Home-Technologien im Hotel möchten, beispielsweise damit der Hotelservice automatisch erkennt, ob man im Zimmer ist oder nicht. Weniger beliebt wären Roboter zum Empfang und Check-in an der Rezeption (24 Prozent) – auch wenn dies möglicherweise die Wartezeiten verkürzt. Neuen Technologien wie Virtual Reality, um Orte virtuell zu bereisen (54 Prozent) oder Urlaubsvideos im 360°-Format anzusehen (48 Prozent), sowie Augmented Reality (52 Prozent) stünde rund jeder Zweite offen gegenüber. Rohleder: „Virtual Reality eröffnet gerade im Tourismus Möglichkeiten, an die wir vor einiger Zeit nicht gedacht hätten. Virtuelle Reisen können gerade für Orte, die nur schwer zugänglich sind oder die gar nicht mehr existieren, interessant sein. Zum Forum Romanum fahren und dort Cäsar und Cicero erleben: Mit Mixed Reality wird dies künftig möglich sein.“

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine repräsentative Befragung, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.012 Verbraucher ab 16 Jahren befragt.

Kontakt

Merle Wiez
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-274
E-Mail: m.wiez@bitkom.org
Download Pressefoto

Felix Lennart Hake
Bereichsleiter Mobility & Aviation
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Die-Zukunft-des-Reisens-ist-digital.html***