

PRESSEMELDUNG

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR):

Reise-Communities: Urlaubs-Check mit hohem Nutzwert

München, den 18. August 2009.

Jeder dritte Online-Nutzer informiert sich im Internet über Reisen-Communities haben einen wachsenden Einfluss auf die Urlaubsentscheidung: Wichtigstes Kriterium ist die Echtheit der Bewertungen, so der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) in einer repräsentativen Befragung.

30, 8 Millionen Deutsche nutzen das Internet bei der Urlaubsplanung. Rund 7 Millionen greifen bei der Entscheidung, wohin die Reise gehen soll, auf Informationen aus Reise-Communities zurück. Weitere 5 Millionen wollen sich künftig bei ihrer Reiseentscheidung an die virtuellen Gemeinschaften halten. Diese Zahlen ermittelte eine Sonderauswertung, die der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) im Rahmen der repräsentativen Umfrage „RA online“ machte.

Die Exklusivfragen an Online-Nutzer zum Thema Reise-Communities belegen, dass vor allem die Echtheit der Bewertungen und Einträge auf Communities und Bewertungsplattformen eine wichtige Rolle spielen. Erst an zweiter Stelle steht die Auswahl an vielen unterschiedlichen Meinungen, um sich ein eigenes Bild machen zu können. Vor allem in der Gruppe der 45- bis 55jährigen Onliner ist es mehr als jedem zweiten sehr wichtig, dass die Bewerter auch tatsächlich vor Ort waren. Während die Mehrzahl der jüngeren Nutzer (16 bis 24 Jahre), nämlich über 60 Prozent, dieses Kriterium recht „locker“ sieht. Frauen sind eindeutig kritischer im Umgang mit Reise-Community-Websites als Männer. Insgesamt 48 Prozent der weiblichen Befragten geben an, dass sie großen Wert auf die Qualität und die Authentizität der Bewertungsbeiträge legen. Ebenso wird deutlich, dass überwiegend Personen der unteren Einkommensgruppe Reise-Communities nutzen und sich zur Entscheidung stärker anregen lassen als mittlere und obere Einkommensschichten. Claudia Brözel, Vorstand des VIR: „Authentizität und eine große Vielfalt an Meinungen sind gerade in Reise-Communities ein wesentliches Kriterium für die Vertrauenswürdigkeit. Betreiber sollten deshalb maßgeblich auf

die Qualitätssicherung bei den Einträgen setzen. Die VIR-Mitgliedsportale sind mit ihren Communities in diesem spannenden Markt bereits sehr erfolgreich.“

Die wachsende Bedeutung von Reise-Communities steht außer Frage. Reisetipps, Hotelbewertungen, Restaurantkritiken, Reisetagebücher und Reisebilder von Mitgliedern schaffen Transparenz, bieten Inspiration für andere Reisende und fördern den Austausch von Reise-Erfahrungen. „Gerade die Diskussion über Einfluss und Macht der Reise-Communities im Tourismus anlässlich des diesjährigen ITB Berlin Kongresses zeigten, welches große Potenzial in diesen Plattformen steckt.“, so Dr. Martin Buck, Direktor der ITB Berlin. Mehr Informationen zur Umfrage unter <http://www.v-i-r.de>.

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR):

Sprachrohr der touristischen Internetwirtschaft

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) steht für die Kernthemen Sicherheit im Internet, Vertrauen, Transparenz und Qualitätsstandards. Der Verband ist das Sprachrohr der touristischen Internetwirtschaft und Ansprechpartner für Endverbraucher, Medien sowie für die Branche selbst. Zu den Mitgliedern zählen sieben der bundesweit führenden Online-Reiseportale (ebookers.de, expedia.de, holidaycheck.de, gratistours.com, lastminute.de, opodo.de und travel24.com), die rund eine Milliarde Euro Umsatz erwirtschaften und gemeinsam mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigen. Die Reiseportale wurden allein im 2. Halbjahr 2008 monatlich im Durchschnitt von 3 Millionen Personen im Internet besucht.

Der VIR ist neben der eigenen Website unter www.v-i-r.de in Twitter mit Informationen rund um den Innovationswettbewerb „Sprungbrett“ vertreten (www.twitter.com/sprungbrett2010) und zeigt auf dem eigenen Youtube-Kanal bewegte und bewegende Momente aus eigenen Veranstaltungen (www.youtube.com/user/virtualVIR).

Über die ITB Berlin und den ITB Berlin Kongress

Die ITB Berlin 2010 findet von Mittwoch bis Sonntag, 10. bis 14. März statt. Von Mittwoch bis Freitag ist die ITB Berlin für Fachbesucher geöffnet. Parallel zur Messe läuft der ITB Berlin Kongress von Mittwoch bis Samstag, 10. bis 13. März 2010. Er ist weltweit der größte Fachkongress der Branche. Unter www.itb-kongress.de ist das vollständige Programm abrufbar. Die ITB Berlin ist die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie. 2009 stellten 11.098 Unternehmen aus 187 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen 178.971 Besuchern, darunter 110.857 Fachbesuchern vor.

ITB Berlin und ITB Asia zwitschern auf Twitter

Die Web 2.0 Dienste, zu denen Blogs, Social Networks und auch Twitter gehören, gewinnen auch im Geschäftsalltag immer stärkere Bedeutung. Dieser Entwicklung tragen ab sofort die ITB Berlin und die ITB Asia Rechnung. Sie nutzen den Micro-Blogging-Dienst Twitter, um sowohl mit Journalisten und Ausstellern, als auch mit dem Fachpublikum und den Privatesuchern in Dialog zu treten sowie sie mit den aktuellsten Informationen zu versorgen.

Die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie zwitschert unter http://twitter.com/ITB_Berlin. Tweets zur größten Fachmesse für den asiatisch-pazifischen Reisemarkt sind zu finden unter <http://twitter.com/itbasia>.

Geschäftsstelle: Verband Internet Reisevertrieb e.V., Barthstrasse 26, 80339 München, Telefon: 0180-500 36 32 (0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz; abweichende Tarife aus den Mobilfunknetzen sind möglich), E-Mail: presse@v-i-r.de, info@v-i-r.de, Internet: www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet www.v-i-r.de im Bereich „Presse“ zum „downloaden“ zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler über das Internet möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie die VIR RSS-Feeds.