

Untersuchung der Bedeutung & Glaubwürdigkeit von Bewertungen auf Internetportalen

Ein studentisches Kooperationsprojekt der Internationalen Hochschule
Bad Honnef • Bonn und dem Verband Internet Reisevertrieb e.V.
2011

I. Einleitung: Projektfakten

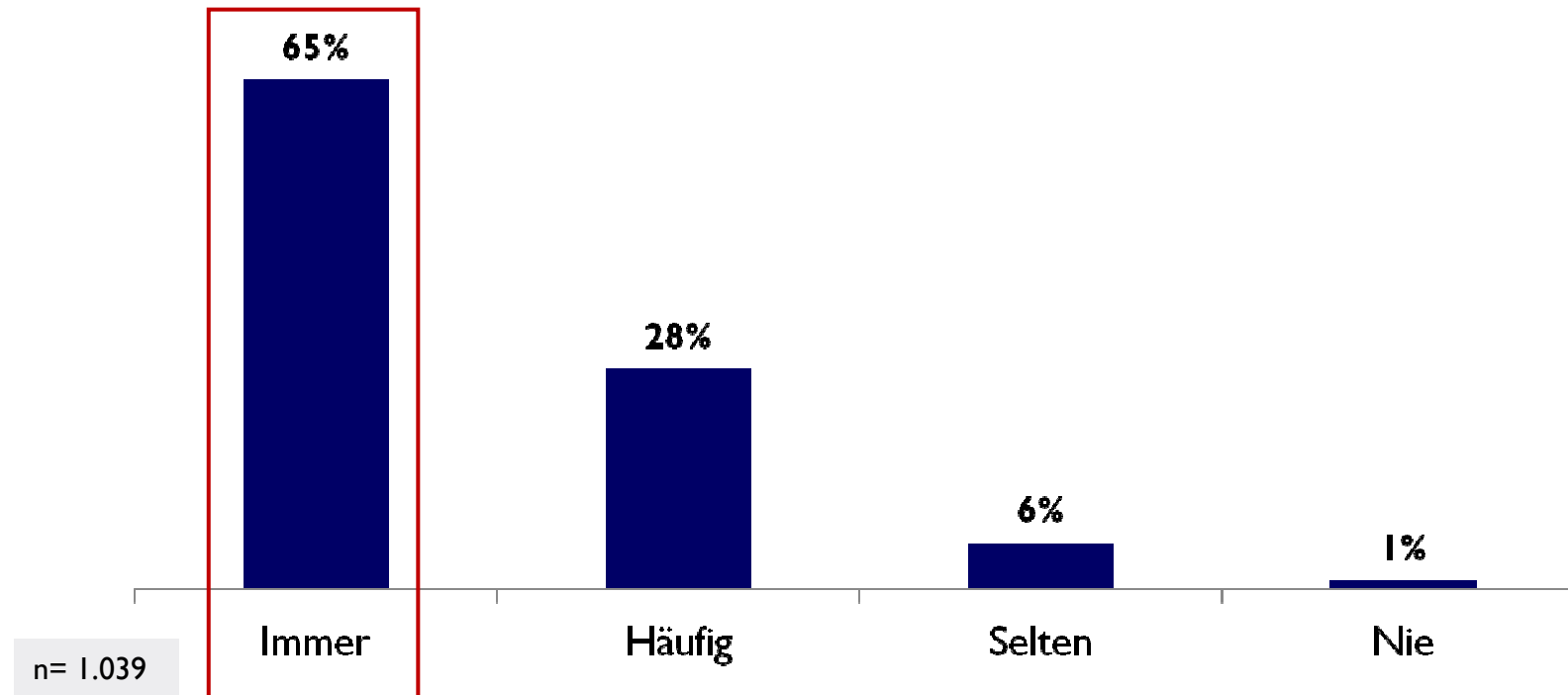
- 26.04.2011 Aktivierung der Online-Befragung, Beginn der Datenerhebung.

Verlinkung des Online-Fragebogens auf verschiedenen Websites/Portalen: v-i-r.de, facebook.de (IUBH), opodo.de, jt.de, weg.de, lastminute.de sowie Verlinkung in Holidaycheck Newsletter.

- 01.06.2011 Deaktivierung der Umfrage:
1.039 komplett ausgefüllte Fragebögen.

2. Auswertung: Informations- & Buchungsverhalten

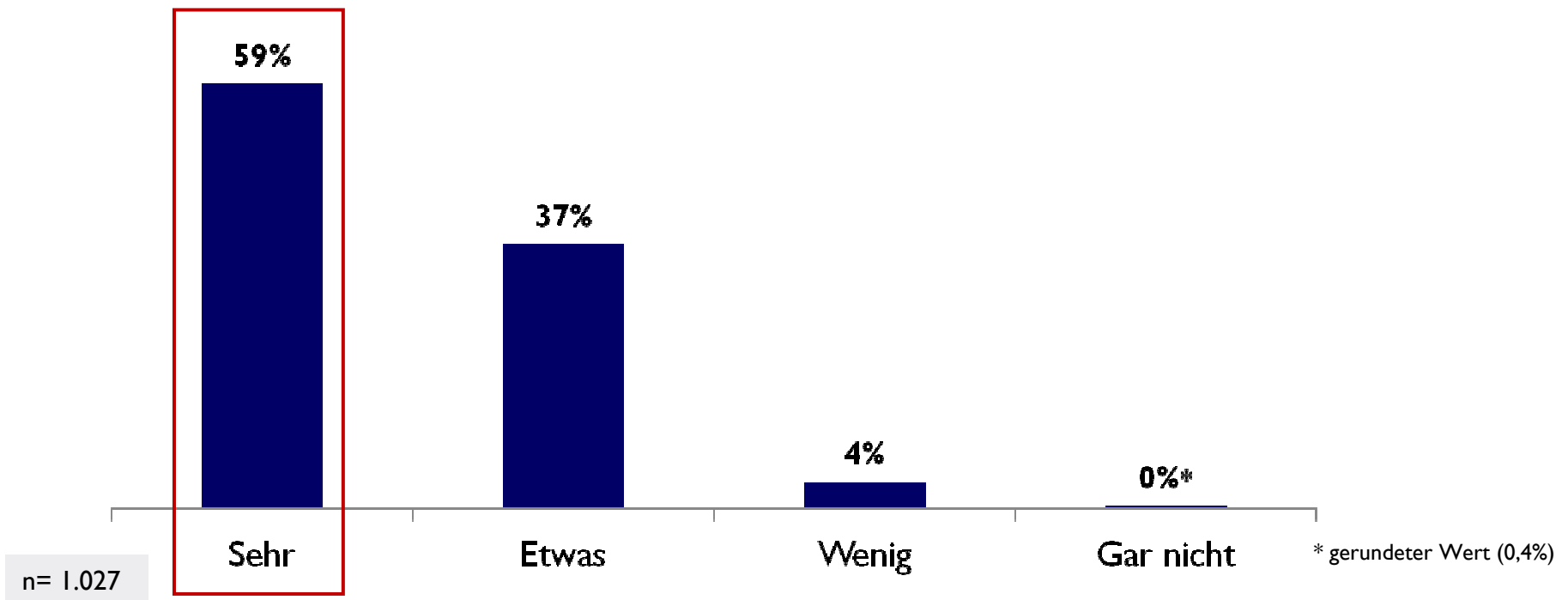
Nutzen sie Internetportale als Entscheidungshilfe bevor Sie eine Reise buchen?



- ▶ 65% der Befragten nutzen Internetportale *immer* als Entscheidungshilfe.
- ▶ 2 von 3 tätigen keine Buchung ohne vorab ein Internetportal besucht zu haben

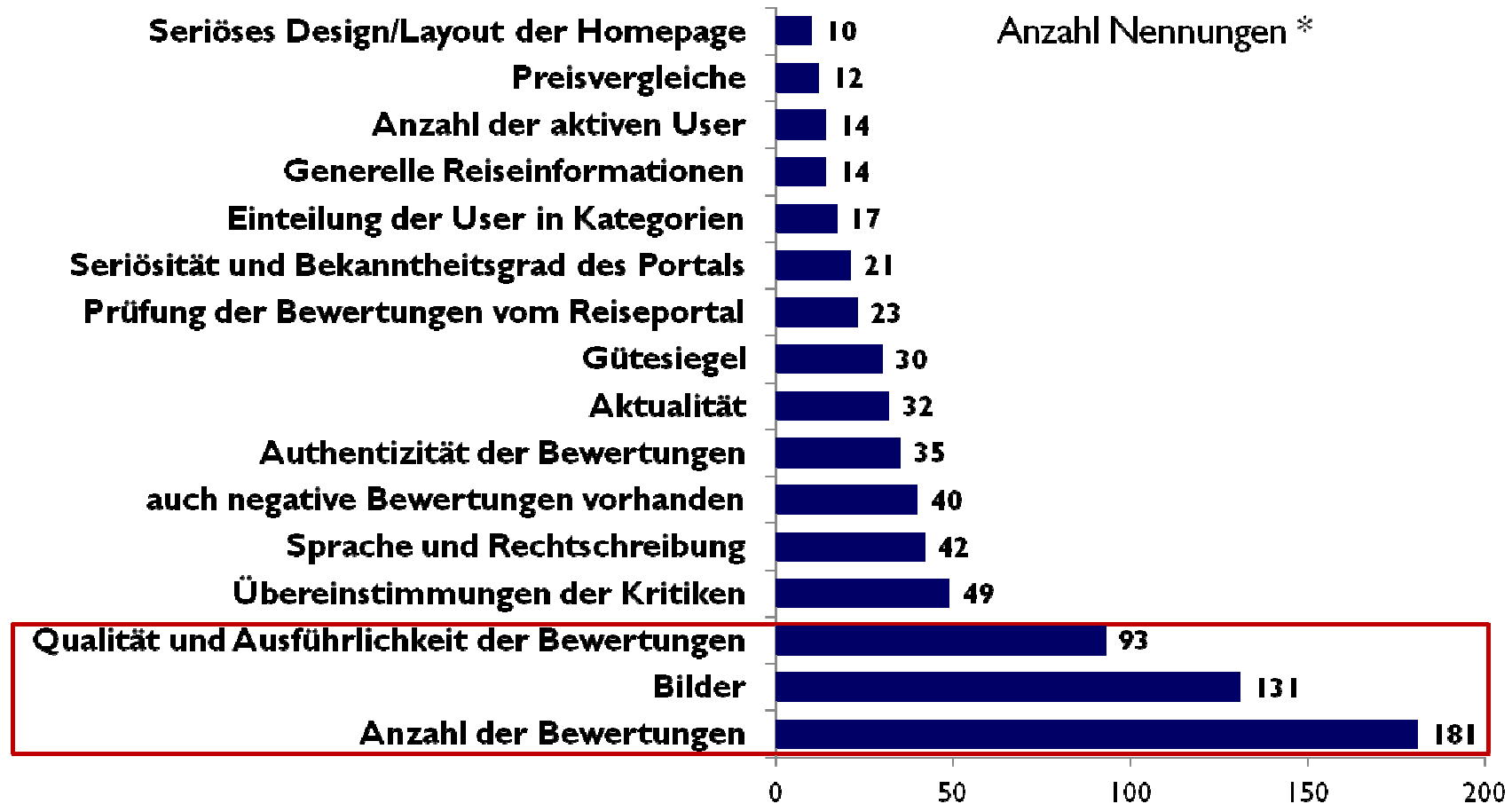
2. Auswertung: Informations- & Buchungsverhalten

Wie sehr lassen Sie sich von Bewertungen bezüglich der Wahl Ihrer Unterkunft beeinflussen?



- ▶ Bewertungen haben für die deutliche Mehrheit von 59% der Befragten einen wesentlichen Einfluss auf die Unterkunftsentscheidung.

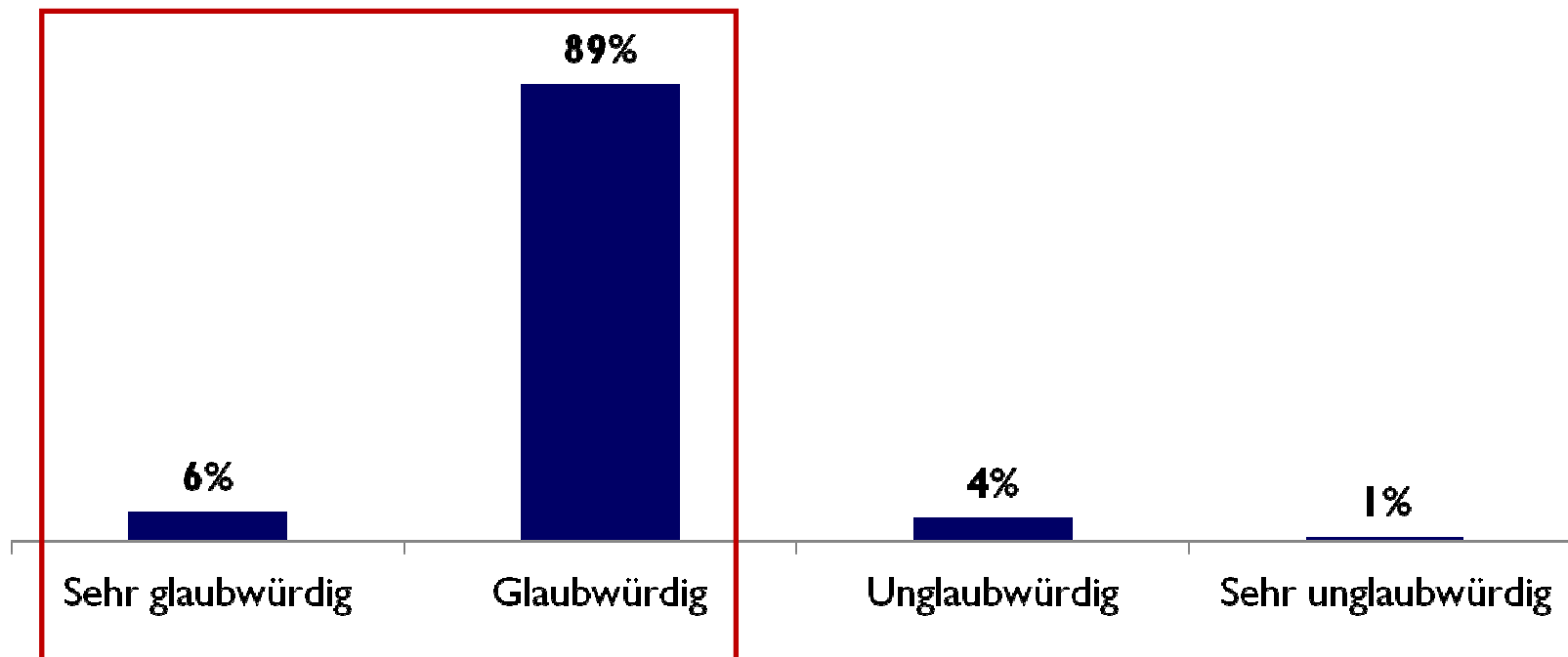
2. Auswertung: Welche Kriterien machen für Sie Bewertungen auf Internetportalen glaubwürdig?



*Anzahl Nennungen >10; ungestützte Antworten

2. Auswertung: Glaubwürdigkeit

Wie schätzen Sie die Glaubwürdigkeit von Bewertungen auf Internetportalen ein?

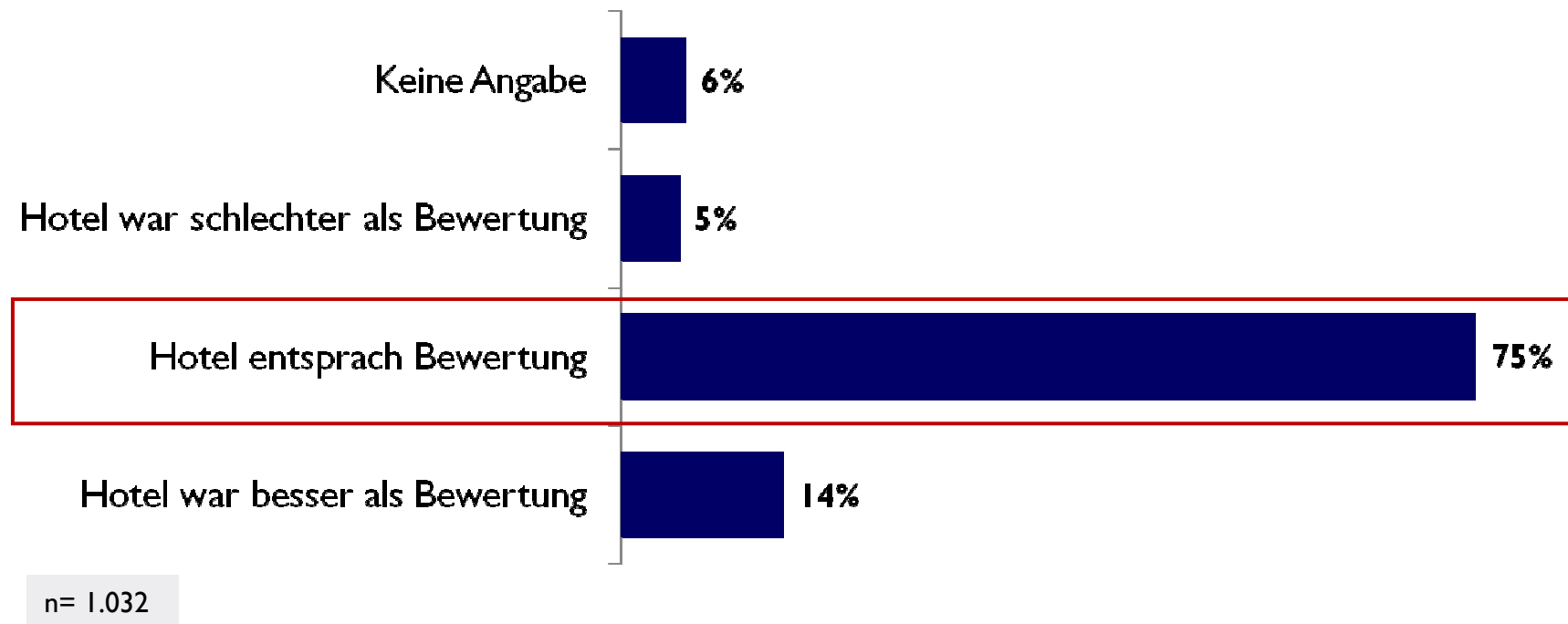


n= 1.035

- ▶ **95% halten Bewertungen auf Internetportalen für glaubwürdig!**

2. Auswertung: Glaubwürdigkeit

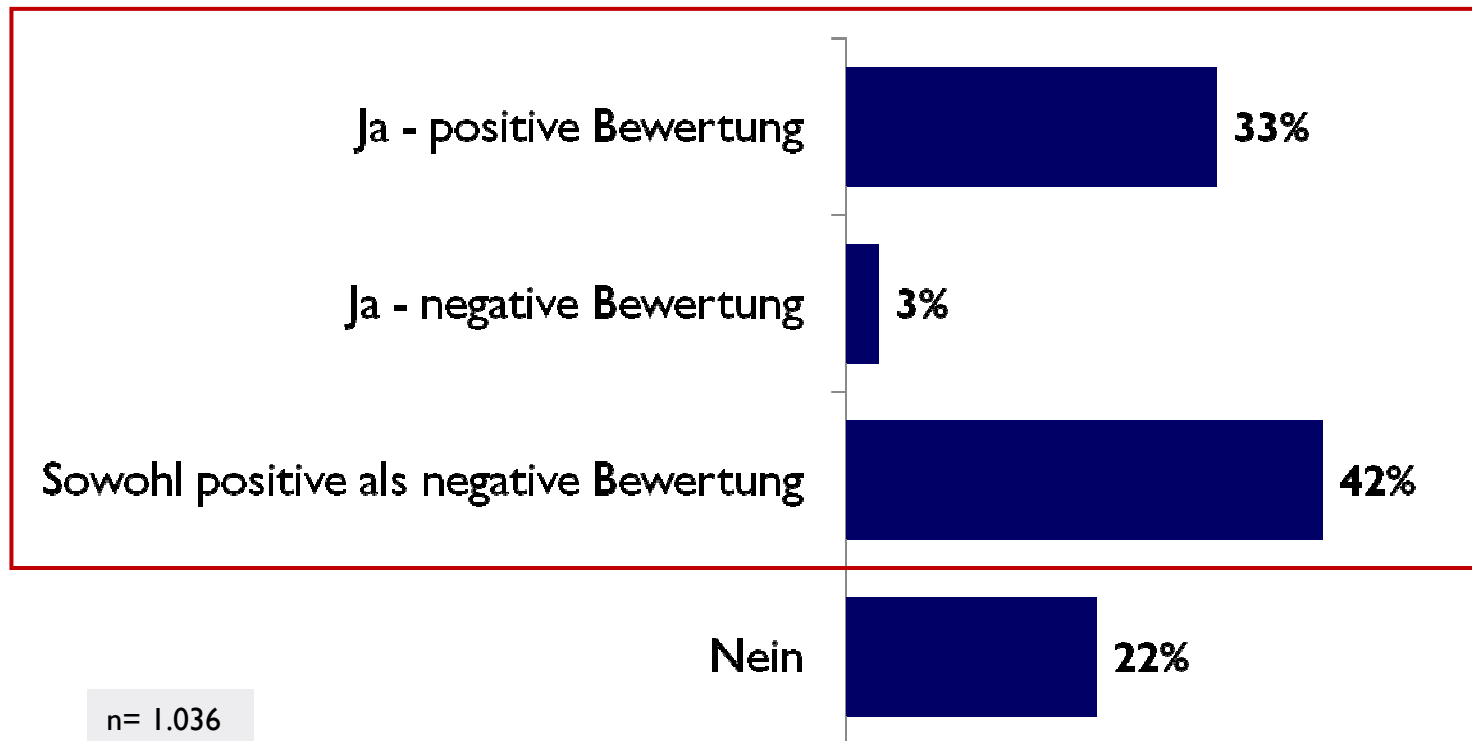
Welche Erfahrungen haben Sie bisher persönlich mit Internetbewertungen gemacht?



- ▶ Bei 3/4 der Befragten entsprach das Hotel der Bewertung.

2. Auswertung : Glaubwürdigkeit

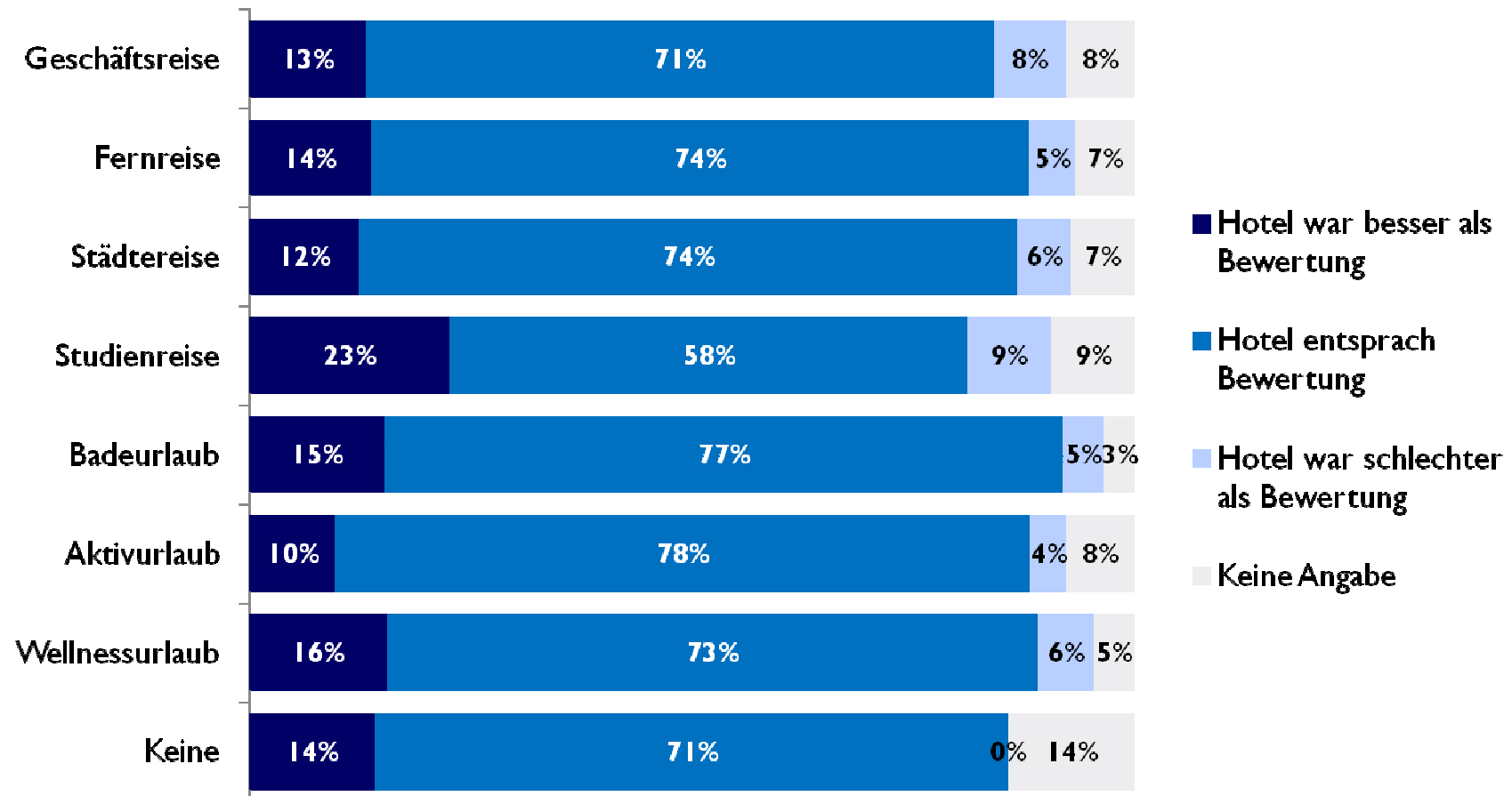
Haben Sie schon einmal eine Bewertung auf einem Internetportal eingestellt?



- ▶ 78% der Befragten haben schon einmal aktiv auf einem Internetportal bewertet.

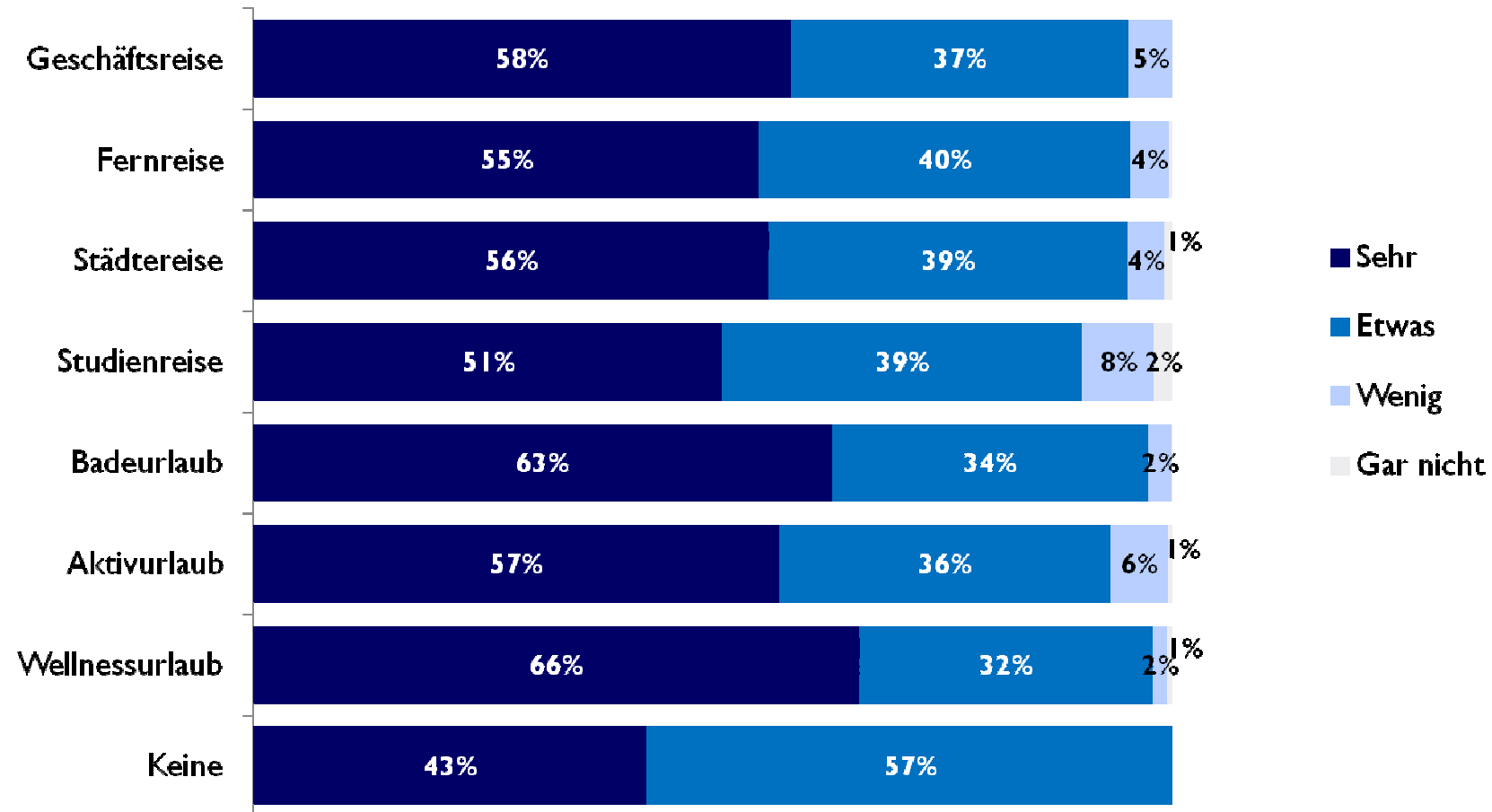
Sonderauswertung: Erfahrungen mit Bewertungen nach Reiseart*

* Art der unternommenen Reise in den letzten 12 Monaten



Sonderauswertung: Grad der Beeinflussung bei der Unterkunftswahl durch Bewertungen nach Reiseart

* Art der unternommenen Reise in den letzten 12 Monaten



3. Fazit

- ➡ Insgesamt 95% halten Bewertungen für glaubwürdig.
- ➡ 75 % gaben an, dass das Hotel der Bewertung entsprach, 14% fanden das Hotel sogar besser.
- ➡ 65% nutzen Internetportale als Entscheidungshilfe. Für 59% hat dies einen wesentlichen Einfluss auf die Unterkunftsentscheidung.
- ➡ Gütesiegel (wie z.B. das TÜV-Siegel) und die Anzahl der Bewertungen steigern die Glaubwürdigkeit von Internetportalen.

4. Projektmitwirkung:

Projektkurs Tourismusmanagement Sommersemester 2011



- ▶ *Projektmitarbeit (Studierende):*
 - Laura Gnotke ▪ Katharina Stock ▪
 - Alexander Meinzingen ▪ Verena Gerdes ▪ Christine Müller ▪ Sonja Faulstich ▪ Julia Terheyden ▪ Anke Leymann ▪ Nadin Perlick ▪ Mirja Meyburg ▪ Friederike Schöps ▪ Andrea Schmitz ▪ Marthe Oeller ▪ Max Neuberth ▪ Kyra-Maria Bürger ▪ Romy Lutter ▪ Julia Heppekausen ▪ Laura Challiot

Projektleitung/Marktforschung:

Dipl.-Kffr. Janka Kensik

Fon: +49 (2224) 9605-211

Fax: +49 (2224) 9605-119

j.kensik@iubh.de

Fachbereichsleitung Tourismusmanagement:

Prof. Dr. Helmut Wachowiak

Fon: +49 (2224) 9605-202

Fax: +49 (2224) 9605-119

h.wachowiak@iubh.de

5. Über die Internationale Hochschule Bad Honnef • Bonn:



Die Internationale Hochschule Bad Honnef · Bonn mit ihren Studienstandorten Bad Honnef und Bad Reichenhall ist ein Kompetenzzentrum für Dienstleistungsmanagement. Das Studienangebot umfasst Bachelor- und Masterstudiengänge in den Bereichen Hotel-, Tourismus-, Event- und Luftverkehrsmanagement sowie Internationales Management. Die Hochschule, die in 2000 ihren Studienbetrieb aufnahm, zählt heute etwa 1.500 Studierende sowie rund 100 Professoren und Lehrbeauftragte. Sie gehört zu den "Leading Hotel Schools of the World" und erhielt als erste und bis dato einzige Hochschule in Deutschland das Qualitätszertifikat „UNWTO.TedQual“ der Vereinten Nationen Welttourismusorganisation für ihre Studiengänge im Fachbereich Tourismusmanagement.

Internationale Hochschule Bad Honnef · Bonn
International University of Applied Sciences

Muelheimer Strasse 38

53604 Bad Honnef

GERMANY

www.iubh.de

6. Über den Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

**Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR):
Interessenverband der touristischen Internetwirtschaft**



Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der touristischen Internetwirtschaft. Zu seinen Mitgliedern gehören mit ebookers.de, Expedia.de, HolidayCheck, JT Touristik, lastminute.de, opodo.de und weg.de sieben der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland, die zusammen rund zwei Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften. Alle VIR-Mitgliedsunternehmen lassen sich und ihre Dienstleistungen TÜV-zertifizieren und nehmen damit eine Vorbildfunktion für die gesamte Reisebranche ein. Fördermitglieder des VIR sind Allianz Global Assistance, BPCS Consulting Services, CEWE COLOR, DB Vertrieb, DERTOUR, DMC Digital Media Center, FTI Touristik, GIATA, HanseMerkur, Pisano Holding, Sabre Travel Network, Sunny Cars, Traffics, Travelport, TravelTainment, TrustYou, TUI interactive und @Leisure BR BV. Nähere Informationen zum Verband finden sich auf der Internet-Seite www.v-i-r.de.

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)

Keltenring 9 | 82041 Oberhaching

info@v-i-r.de | www.v-i-r.de