

++ 5vorFlug +++ ab-in-den-urlaub.de +++ airtimedirect +++ billigfluege.de +++ Expedia.de +++ fluege.de +++ flug.de +++ Flugladen.de +++ Opendo +++ travelstart +++ 5vorFlug +++ ab-in-den-

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse Flüge 2015

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

Juli 2015

Informationen zur Studie

Ausgewählte Ergebnisse:

- Mittels unterschiedlicher Flugreiseszenarien zeigen sich beträchtliche Unterschiede im Angebot der zehn Flugvermittler.
- Sechs Shops bieten die Sortierung der Flugangebote nur nach Preis. Insgesamt acht Sortiermöglichkeiten sind in der Branche zu beobachten.
- Der Versand der Fluginformationen, des Buchungscodes bzw. der E-Tickets erfolgt üblicherweise online. Zwei Shops versenden ergänzend in Abhängigkeit von den Veranstaltern Tickets per Post.
- Fast alle Onlineshops bieten neben Flügen auch Buchungsmöglichkeiten für Hotel, Pauschalreise oder Mietwagen an. Einige offerieren Kreuzfahrten oder Ferienwohnungen.
- Preisvergleiche ergeben deutliche Unterschiede, die teilweise über 20 Prozent hinausgehen. Ein Flugvermittler positioniert sich bei allen untersuchten Flugszenarien durchgehend und damit für den Kunden verlässlich unter den günstigsten vier Anbietern.
- Die telefonische Kontaktmöglichkeit der Flugvermittler ist an durchschnittlich 85 Stunden pro Woche gegeben. Neun der zehn Shops sind auch samstags und sonntags zu erreichen. Rückruf-Optionen oder Live Chats werden nicht angeboten.
- Acht Shops zeigen Präsenz in Social Media. Ein Shop bietet einen Geschäftskundenbereich an.

Informationen zur Studie

Wichtigste USPs:

Analyse aller **Customer Touchpoints** entlang des **Kundenpfads**

Analyseinhalte: **Orientierung, Produkte, Konditionen, Service**

zehn Vermittler mit der **größten eVisibility**

alle Informationen komprimiert auf **127 PowerPoint-Seiten**

als PDF- und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

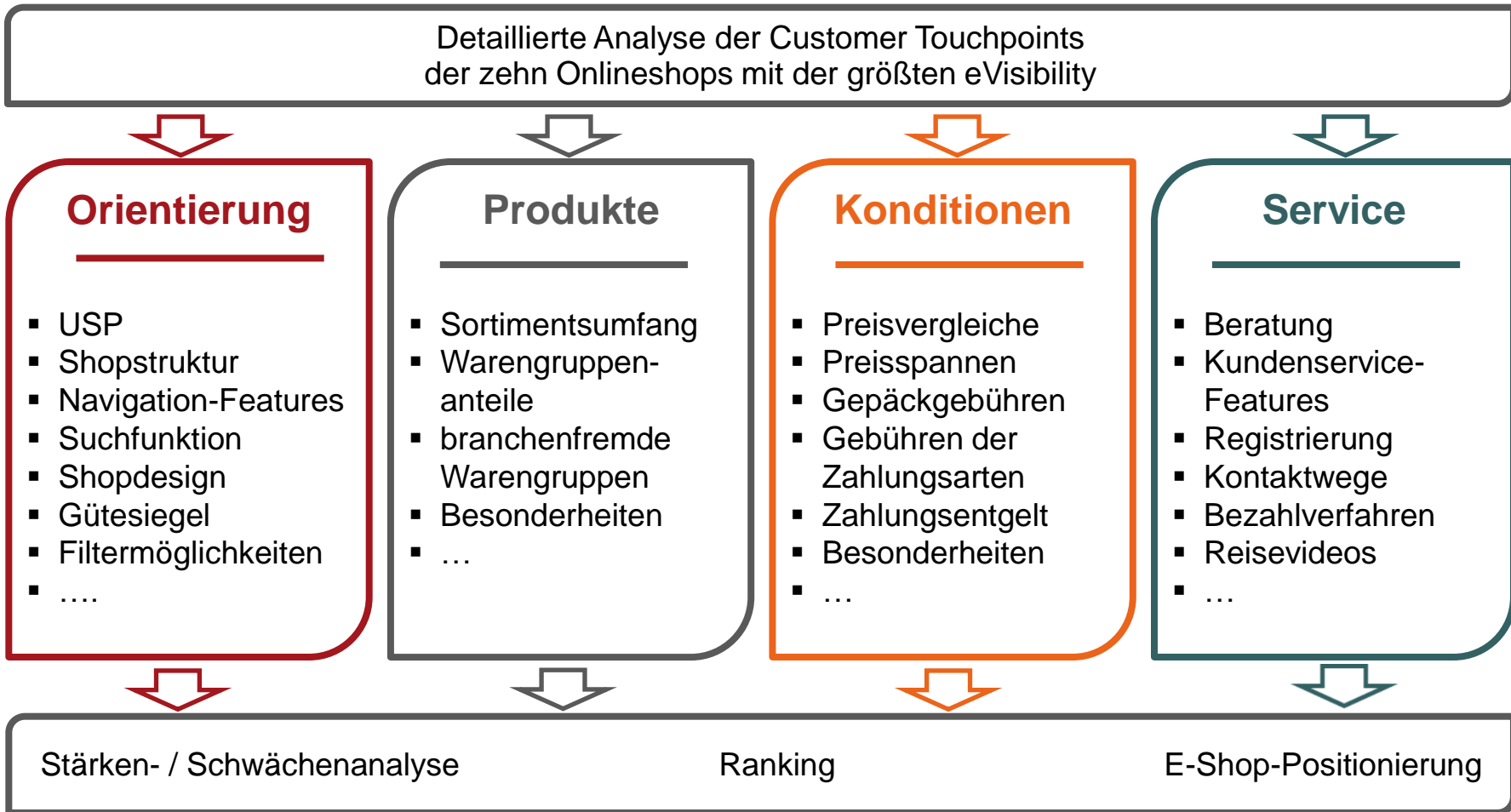
die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Basis für klare Positionierung und adäquater Umgang mit Stärken und Schwächen der Wettbewerber

zehn Online-Flugvermittler

- 5vorFlug
- ab-in-den-urlaub.de
- airlinedirect
- billigfluege.de
- Expedia.de
- fluege.de
- flug.de
- Flugladen.de
- Opodo
- travelstart

Informationen zur Studie



Informationen zur Studie

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- wie gut unterstützen die Flugportale die Orientierung der Kunden?
- wie ist das Sortiment der Vermittler im Wettbewerbsvergleich strukturiert?
- welche Warengruppen zeichnen einzelne Flugportale aus und fehlen anderen?
- wie sind die E-Shops im Wettbewerbsumfeld preislich positioniert?
- welche Destinationen sind in den untersuchten Shops für den Verbraucher preislich attraktiv?
- wie serviceorientiert sind die Vermittlershops Ihrer Branche aufgebaut?
- wie wirken sich die Stärken und Schwächen auf Gesamtperformance und Positionierung aus?

Die 127 Seiten umfassende Studie kostet 2.400 EUR zuzüglich Mehrwertsteuer.

Forschungsdesign:

Die vorliegende Studie basiert auf Daten, die von research tools auf den jeweiligen Seiten der Flugportale erhoben wurden. Für die vorliegende Analyse wurden keine externen Daten verwendet, weshalb die Studie objektive, unabhängige und neutrale Ergebnisse liefert. Die Studie ist im Juli 2015 erschienen.

Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	5
➤ Forschungsdesign	12
➤ Orientierung	14
▪ USP	17
▪ Navigation – Features	19
▪ Shopdesign	20
▪ Gütesiegel & Testergebnisse	24
▪ Eingabemöglichkeiten Suchmaske	27
▪ Filtermöglichkeit Suchergebnisse	29
▪ Sortiermöglichkeit Suchergebnisse	31
▪ Transparenz	32
▪ Besonderheiten	33
➤ Produkte	34
▪ Sortiment	37
▪ Standard-Warengruppen	38
▪ Standard-Marken	41
▪ Branchenfremde Warengruppen	48

Inhaltsverzeichnis

▪ Besonderheiten	49
➤ Konditionen	50
▪ Preisvergleiche Szenarien	53
▪ Preisspanne Szenarien	60
▪ Durchschnittliche Rabattierung	66
▪ Versandkosten	67
▪ Gepäckkosten	69
▪ Reiserücktrittskostenversicherung	70
▪ Reiseversicherung	71
▪ Zahlungsentgelt	72
▪ Aktionen/ Angebote	77
▪ Besonderheiten	78
➤ Service	79
▪ Beratung	83
▪ Kundenservice - Features	84
▪ Registrierungsangaben	89
▪ Kontaktmöglichkeiten	92

Inhaltsverzeichnis

▪ Zahlungsmöglichkeiten	93
▪ Lieferservice	95
▪ Reisevideos	96
▪ Besonderheiten	97
➤ Stärken und Schwächen	98
➤ Ranking	105
➤ E-Shop-Positionierung	119
➤ Kontakt	126

Beispielseiten (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Orientierung
USP

branchenspezifische Besonderheiten*

E-Shop	Budgetsuche
5vorFlug	X
ab-in-den-urlaub.de	X
<u>airlinedirect</u>	X
billigfluege.de	X
Expedia.de	X
fluege.de	X
flug.de	X
Flugladen.de	X
<u>Opodo</u>	X
<u>travelstart</u>	X

Produkte
Warengruppen

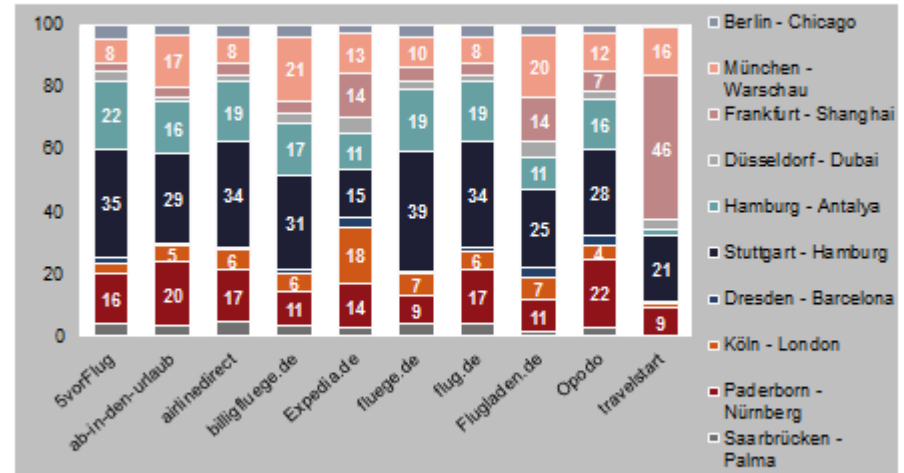
Szenarien (1)

E-Shop	1. TXL - ORD
5vorFlug	X7
ab-in-den-urlaub.de	X5
<u>airlinedirect</u>	XX5
billigfluege.de	X6
Expedia.de	X2
fluege.de	XX4
flug.de	X4
Flugladen.de	X3
<u>Opodo</u>	XX4
<u>travelstart</u>	X4

Welche Schwerpunkte innerhalb bestimmter Destinationen setzen die Fluganbieter?

Produkte
Warengruppen

Verteilung der Flugangebote auf die Szenarien (Angaben in %)



* kommuniziert auf der Startseite (Argumente für den E-Shop)



Stud

research tools

Studi

Welche Sortimentspolitik verfolgen die Flugvermittler?



E-Shop-Analyse
Flüge 2015

Beispielseiten (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Konditionen

Preisvergleiche Standardsortiment

Preisvergleich (2)

E-Shop	FRA – SHA CA995-CA1831, CA1 CA995 G 11* • 17.09.-29.09.
5vorFlug	X34,28
ab-in-den-urlaub.de	X94,54
airlinedirect	X94,54
billigfluege.de	X94,54
Expedia.de	X94,54
fluege.de	X94,54
flug.de	X94,54
Flugladen.de	X24,44
Opodo	X93,54
travelstart	697,52

* P = Person, e = economy class, b = business class, G = n



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Konditionen

Ermäßigungen

Aktionen/ Angebote

E-Shop	Freund- schafts- prämie
5vorFlug	X
ab-in-den-urlaub.de	X
airlinedirect	X
billigfluege.de	X
Expedia.de	X
fluege.de	X
flug.de	X
Flugladen.de	X
Opodo	X
travelstart	X



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

In welchen Servicebereichen zeigt sich Potenzial zum Ausbau des Kundenservice?

Service

Kundenservice

Kundenservice – Features (1)

E-Shop	Kunden- konto möglich	News- letter	Wunsch- liste / Merkzettel	Bestellung als Gast	Hotel dazubuch.	Versicher- dazubuch.
5vorFlug	-	X	X	X	-	X
ab-in-den-urlaub.de	-	X	-	X	X	X
<u>airlinedirect</u>	-	X	-	X	-	X
billigfluege.de	-	X	-	X	-	X
Expedia.de	X	X	-	X	-	X
fluege.de	X	X	-	X	-	X
flug.de	-	X	-	X	-	X
Flugladen.de	-	X	-	X	-	X
<u>Opodo</u>	-	X	-	X	X	X
<u>travelstart</u>	-	X	X	X	-	X

13



Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief E-Shop-Analyse
Flüge 2015

Welche Flugshops punkten im direkten Preisvergleich?

Beispielseiten (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Stärken und Schwächen

Stärken und Schwächen der Anbieter

E-Shop	Stärken
Flugvermittler X	+ viele Flüge + Platz 1 bei + Gutscheine
Flugvermittler Y	+ keine exte + Lastminuti + Paypal Za

Welche Positionierung nehmen die Flugvermittler im Wettbewerbsumfeld ein?

Ranking

Gesamtranking (Angaben in % der m)

Vermittler	Ranking (%)
Vermittler 1	20
Vermittler 2	18
Vermittler 3	17
Vermittler 4	16
Vermittler 5	15
Vermittler 6	14
Vermittler 7	13
Vermittler 8	12
Vermittler 9	11
Vermittler 10	10

E-Shop-Positionierung

Positionierung/Ähnlichkeit der Anbieter

Welche Auswirkungen haben Schwächen und Schwächen auf die Performance?

research tools Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

E-Shop-Analyse Flüge 2015

Bestellformular

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer:

research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 2.400 EUR zzgl. MwSt. die
E-Shop-Analyse Flüge 2015.

Auftraggeber:

Firma:

Ansprechpartner:

E-Mail:

Position/Funktion:

Datum, Ort, Unterschrift:

Kontakt / Branchenerfahrung

Ihr Ansprechpartner für diese Studie ist:

Uwe Matzner



Geschäftsführer

Diplom-Kaufmann, Marktforscher BVM

Tel. +49 (0)711 - 55090381, Fax +49 (0)711 - 55090384,

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten

Zuletzt erschienene E-Shop-Analysen:

- E-Shop-Analyse Heimwerkerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Möbel 2015
- E-Shop-Analyse Haarpflege 2015
- E-Shop-Analyse Blumen 2015
- E-Shop-Analyse Computerbedarf 2015
- E-Shop-Analyse Sport 2015

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist. In der Studienreihe E-Shop-Analysen sind seit 2011 Marktstudien zu 21 Branchen erschienen.