



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Flüge-Onlineshops: subtile Suche vor dem Abheben



**Vor dem Abheben steht die Analyse. Denn die zehn untersuchten Flugportale unterscheiden sich nicht nur im Bereich der Usability mittels angebotener Eingabe- und Sortiermöglichkeiten. Vor allem auch der empfindliche Kostenbereich, der Flugtarif, Gepäck, Versicherung und Gebühren für die Zahlungsart umfasst, zeigt deutliche Differenzen. Laut der ‚E-Shop-Analyse Flüge 2015‘ werden dabei manche Kosten erst im Buchungsverlauf erkennbar.**

*Esslingen am Neckar, 16. Juli 2015* – Die Flugsuche auf den Websites der zehn untersuchten Flugportale ist zunächst durch die zwingend notwendigen Angaben von Abflug- und Zielort, Reisedatum und Personenanzahl gleich. Erste Unterschiede ergeben sich durch optionale Eingabemöglichkeiten wie beispielsweise Ankunftszeit, Studententarif, Gepäck oder Zahlungsart. Die Flugangebote werden üblicherweise nach Preis sortiert aufgelistet. Expedia und travelstart heben sich hier ab durch mehrere, über den Preis hinausgehende, Sortiermöglichkeiten wie beispielsweise nach Reisedauer, Ankunftszeit oder Empfehlung.

Fast alle Flugvermittler bieten weitere Reisesparten wie Hotel, Pauschalreisen oder Mietwagen an. Nur billigfluege.de beschränkt sich auf den Flugbereich. Das Angebot an Airlines und Airports ist bei allen Vermittlern gut abgedeckt wie der Test von 50 bedeutenden Fluggesellschaften und -häfen beweist.

Umfangreiche Preisvergleiche nach Tarif, Gepäck, Versicherungen und Zahlungsart offenbaren enorme Unterschiede in allen Bereichen. Während Tarifunterschiede von 20 Prozent nicht selten sind, setzen sich auch in den Bereichen Gepäck und Versicherung deutliche Differenzen fort. Selbst bei den Zahlungsarten sind Preisunterschiede von 50 Euro keine Seltenheit. Diese beziehen sich sowohl auf die Flugvermittler, als auch auf unterschiedlich angebotene Bezahlarten. Da teilweise Kosten erst im Buchungsverlauf erkennbar werden, bedeutet dies für den Kunden fehlende Planungssicherheit.

Im Kundenservice zeigen sich die Flugvermittler mit durchschnittlich 85 Stunden pro Woche im Vergleich mit anderen Branchen serviceorientiert. Teilweise werden Zusatzleistungen wie Online-Check-in oder Parken am Flughafen von den Shops angeboten. Knapp die Hälfte der Flugvermittler gibt mittels Video Informationen zu Flugbuchung oder touristischen Destinationen. Rückruf-Optionen oder Live Chats werden nicht unterstützt.



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## **Über die Studie:**

Die „E-Shop-Analyse Flüge 2015“ von research tools untersucht auf 130 Seiten zehn Onlineshops der Flugvermittler mit der größten eVisibility 5vorFlug, ab-in-den-urlaub.de, airlinedirect, billigfluege.de, Expedia.de, fluege.de, flug.de, Flugladen.de, Opodo und travelstart. Entlang des Kundenpfads werden mit den vier Bereichen Orientierung, Produktsortiment, Konditionen und Service sämtliche Customer Touchpoint-Bereiche der E-Shops analysiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse und ein Ranking runden die Studie ab. Eine Korrespondenzanalyse führt die Ergebnisse visuell zusammen und verdeutlicht die Positionierung der E-Shops im Wettbewerbsvergleich.

## **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft research tools mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.  
Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

## **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 – 55090381  
Fax +49 (0)711 – 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)