Link: <https://www.computerwoche.de/a/reisebranche-nutzt-web-2-0-nicht,1903345>

Umfrage

Reisebranche nutzt Web 2.0 nicht

Datum: 13.08.2009
Autor(en):Ima Buxton

Reiseunternehmen in Deutschland haben die Vorteile des Social Web als Kommunikationsweg und Marketinginstrument noch nicht erkannt. Kostenpflichtige Hotlines (90 Prozent), Webformulare (65 Prozent) und starre FAQ-Listen (50 Prozent) dominieren die Kommunikation mit den Kunden wie eine Umfrage der Unternehmensberatung Hanseatic Consulting ergab.

"Diese Kanäle lassen aber weder den offenen Dialog zu, noch können Nutzer Inhalte selbst generieren", sagt Björn Kaiser, Mitverfasser der Studie bei Hanseatic Consulting. "Das wirkt sich negativ auf die Servicequalität und die Suchmaschinenoptimierung der Reise-Websites aus."

In der Reisebranche fehlen derzeit noch die visionären "Firstmover", die mit der neuen Technologie einen Mehrwert für Ihre Kunden und die Entlastung der klassischen Kommunikationskanäle schaffen - mutmaßen die Verfasser der Studie "Web 2.0 in Reiseunternehmen".

Foto:

Die Hamburger Berater hatten 102 Unternehmen der Reisebranche zu den Kommunikationswegen mit ihren Kunden befragt. Danach suchen Kunden bei mehr als zwei Dritteln der **Reiseveranstalter**¹ vergeblich nach einer Mitmachfunktion oder modernen **Web 2.0**²-Dialoginstrumenten wie **Twitter**³ oder Facebook. Nur zwei Prozent der befragten Unternehmen haben auf Ihrer Internetseite ein Forum eingerichtet, um Nutzern eine Diskussionsplattform zu bieten. Lediglich 15 Prozent versuchen, reiselustige Kunden oder Interessenten über eine **Facebook**⁴-Gruppe zu erreichen und nur 12 Prozent twittern. Auch mobile Internetseiten (4 Prozent) oder schlichte RSS-Feeds (7 Prozent) scheinen für die Branche noch Fremdworte zu sein..

Innovationspotenzial der Kunden bleibt ungenutzt

"Dies ist nicht nur für die Kunden von Nachteil, die über die klassischen Wege die gesuchten Informationen entweder gar nicht oder erst verspätet erhalten", resümieren Kaiser. "Hinzu kommt, dass die Unternehmen das Innovationspotential ihrer Kunden auf diese Weise ungenutzt lassen."

Mit ihrer Zurückhaltung beim Engagement im Bereich **Social Media**⁵ fügt sich die Reisebranche ins Bild aller deutschen Unternehmen ein. Diese hegen laut einer vom IT-Berater Avanade initiierten Umfrage im internationalen Vergleich die stärksten Bedenken gegen die Nutzung sozialer Medien im Unternehmen. Die Front der Bedenkenträger scheint indes zu bröckeln. Das legt jedenfalls die Studie "Online-Marketing-Trends 2009" des Beratungshauses Absolit nahe: Danach will gegenüber 2007 ein Viertel der Befragten verstärkt nach Möglichkeiten suchen, Communities für ihre Botschaften zu nutzen und dort Präsenz zu zeigen..

Links im Artikel:

¹ <https://www.computerwoche.de/mittelstand/1897079/>

² <https://www.computerwoche.de/schwerpunkt/w/Web-2.0.html>

³ <http://twitter.com/COMPUTERWOCHE>

⁴ <https://www.computerwoche.de/mittelstand/1898597/>

⁵ <https://www.computerwoche.de/subnet/oracle-crm/1899659/>

IDG Tech Media GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung oder Weiterverbreitung in jedem Medium in Teilen oder als Ganzes bedarf der schriftlichen Zustimmung der IDG Tech Media GmbH. dpa-Texte und Bilder sind urheberrechtlich geschützt und dürfen weder reproduziert noch wiederverwendet oder für gewerbliche Zwecke verwendet werden. Für den Fall, dass auf dieser Webseite unzutreffende Informationen veröffentlicht oder in Programmen oder Datenbanken Fehler enthalten sein sollten, kommt eine Haftung nur bei grober Fahrlässigkeit des Verlages oder seiner Mitarbeiter in Betracht. Die Redaktion übernimmt keine Haftung für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Illustrationen. Für Inhalte externer Seiten, auf die von dieser Webseite aus gelinkt wird, übernimmt die IDG Tech Media GmbH keine Verantwortung.