

Web 2.0 statt Reisebüro

Neue Onlineportale sollen
künftig auch beraten

VON DAVID SELBACH

Vielleicht sieht so das Reisebüro der Zukunft aus: Bildschirme, Suchmasken und die Internetnutzer tippen ein paar Begriffe ein: „Hotel in Berlin, große Zimmer, familienfreundlich, Altbau“. Seit Anfang des Jahres gibt es schon eine Suchmaschine, die verspricht, trotz derart ungenauer Angaben tatsächlich die passenden Hotels zu finden.

Gemeinsam mit Wissenschaftlern der Münchner Universität haben die Macher von Trust-You ein Programm entwickelt, das im Web 2.0, in Bewertungsforen und Meinungsseiten nach Urteilen von Hotelgästen über ihre Bleibe sucht. Aus den Tausenden von Äußerungen soll Trust-You die wichtigsten positiven, neutralen und negativen Statements herausfiltern und die passenden Hotels auflisten.

„Wir haben uns gefragt, warum die Suche nach dem passenden Hotel im Internet so aufwendig ist“, sagt Trust-You-Gründer Benjamin Jost. So kam er auf die Idee, Kundenbewertungen semantisch zu sortieren. Inzwischen findet die Suchmaschine sechs Millionen Bewertungen zu 155 000 Hotels weltweit. „Bewertungen sind im Onlinetourismus ein entscheidender Faktor“, sagt Jost. Aus Sicht mancher Experten haben Kundenmeinungen gar das Potenzial, dem Onlinevertrieb von Reisen endgültig zum Durchbruch zu verhelfen.

Nach Schätzung des IT-Verbands Bitkom werden 2009 mehr als zwölf Millionen Deutsche Urlaub online buchen. „Gerade in Krisenzeiten achten Konsumenten auf den Preis“, sagt Christian Saller, Chef des Portals Swoodoo: „Durchschnittlich kann man 20 Prozent des Flugpreises sparen, wenn man online bucht.“ Für Arne Erichsen, Marketingchef von Konkurrent Expedia, sind es eigentlich nur noch Über-60-Jährige und Arbeitslose, die ins Reisebüro gehen: „Im Internet herrscht Preistransparenz, es gibt virtuelle Touren, Fotos und Hotelbewertungen, die Seiten sind ständig erreichbar.“ Allerdings kennt er die Grenzen: „Beratungsintensive Produkte lassen sich schwer über das Internet verkaufen.“

Gebucht wird im Reisebüro

Tatsächlich werden erst fünf Prozent der Pauschalreisen online gebucht. „Suchmaschinen suchen alle im gleichen Teich“, sagt Karl Born, Tourismusexperte der Hochschule Harz. In den Buchungssystemen, auf die auch Reisebüros zugreifen. Das reicht für den Preisvergleich – weil Beratung fehlt, buchen viele dann aber im Reisebüro. Mehr als ein Viertel des touristischen Umsatzes hierzulande entstehe so, sagt der Deutsche Reiseverband (DRV).

Allerdings arbeiten Onlineanbieter daran, die Beratung wenigstens teilweise zu ersetzen – mithilfe des sozialen Internets. „Es wird Versuche geben, Nutzer individueller und gezielter zu Angeboten zu führen“, sagt Trust-You-Mann Jost. Die Branche träume vom Reise-Google. Und Jost gibt sich überzeugt, dem nähergekommen zu sein: „Die semantische Suche ist jedenfalls ein möglicher Baustein.“