

## **Neue TripAdvisor-Studie belegt: Online-Bewertungen sind weiterhin vertrauenswürdige Informationsquellen bei der Reise-Buchung**

**• Vier von fünf Befragten geben an, mehr Vertrauen in ihre Buchungsentscheidungen zu haben, wenn sie vorher Rezensionen gelesen haben • 23.000 Befragte aus 12 Märkten bescheinigen: Bewertungen sind relevant, das Vertrauen ist hoch**

München, 16. Juli 2019 – [TripAdvisor®](#), die weltweit größte Reise-Website\*, präsentiert die Ergebnisse einer aktuellen Studie, die belegt, dass Bewertungen die Buchungsentscheidung nachhaltig beeinflussen. Bei der in Partnerschaft mit Ipsos MORI durchgeführten Untersuchung wurden 23.000 TripAdvisor-User in 12 Märkten weltweit zur Nutzung von Online-Bewertungen befragt und dazu, welche Rolle diese bei der Buchung von Hotels, Restaurants und Erlebnissen spielen.

### **Vertrauenswürdige, zutreffende Bewertungen**

Die Studie belegt, dass „die Weisheit von Vielen“ für die Befragten nach wie vor ein wichtiges Argument dafür ist, TripAdvisor zu nutzen. Dabei werden die ausführlichen und hilfreichen Bewertungen (70%), die Genauigkeit der Inhalte (62%) sowie die umfassende Auswahl an Reise-Informationen (62%) als Hauptgründe für den Besuch der Plattform angegeben.

Vier von fünf (85%) Studienteilnehmer geben an, dass die Bewertungen, die sie zu Hotels, Restaurants und Attraktionen auf TripAdvisor lesen, ihre eigenen Erfahrungen sehr genau widerspiegeln. 86 Prozent finden außerdem, dass TripAdvisor zu einem stärkeren Vertrauen in die eigene Buchungsentscheidung beiträgt.

„Die Umfrageergebnisse zeigen deutlich, wie wichtig Reisenden echte Einschätzungen von echten Menschen bei der Urlaubsplanung sind,“ sagt *Becky Foley, Sr. Director, Trust and Safety, TripAdvisor*. „Obwohl es hunderte von Möglichkeiten gibt, Reise-Informationen online zu finden, kommen die Leute immer wieder zu TripAdvisor zurück. Die Reviews stellen für sie eine verlässliche Quelle dar, die sie bei der Planung des perfekten Urlaubs unterstützt.“

### **Reisende vertrauen Reisenden**

Die Ergebnisse belegen, dass Reise-Bewertungen eine einflussreiche Informationsquelle bleiben: 72 Prozent der Befragten lesen immer oder häufig Bewertungen, bevor eine Entscheidung hinsichtlich der Unterkunft, dem Restaurant oder den Unternehmungen getroffen wird. Schaut man ausschließlich auf die Buchungen für Übernachtungsbetriebe, ist die Zahl der Reisenden, die vor der Buchung immer oder häufig Bewertungen konsultieren mit vier von fünf Studienteilnehmern (81%) sogar noch höher.

Fast acht von zehn TripAdvisor-Usern (79%) tendieren dazu, das Hotel mit der höheren Anzahl an Bewertungspunkten zu buchen, wenn sie zwischen zwei qualitativ identischen Betrieben wählen können. Über die Hälfte (52%) stimmen zu, dass sie niemals ein Hotel buchen würden, das keine Reviews hat.

### **Aktualität und Richtigkeit sind wichtig für Reisende**

Im Recherche-Prozess ist die Aktualität der Inhalte die wichtigste Komponente für die Befragten. Reisende wollen sicher sein, dass sie aktuelle Meinungen der Community lesen, weshalb sich 78 Prozent auf die neuesten Bewertungen konzentrieren.

TripAdvisor-Nutzer treffen Entscheidungen mit Bedacht: 39 Prozent geben an, extreme Kommentare zu ignorieren und über die Hälfte aller Befragten (55%) lesen mehrere Bewertungen auf unterschiedlichen Unterseiten, um einen umfassenden Eindruck der Meinungen zu erhalten. Im Durchschnitt lesen TripAdvisor-Mitglieder neun Bewertungen bevor sie eine Entscheidung zu einer Hotel- oder Restaurantbuchung treffen.

### **Warum schreiben Reisende Bewertungen?**

Die Ergebnisse der Studie belegen, dass TripAdvisor nicht einfach nur ein Ventil für Reisende ist, um Dampf abzulassen. Fragt man danach, was sie dazu bewegt, Bewertungen zu schreiben und Erfahrungen zu teilen, geben 87 Prozent der Befragten als Hauptmotivation an, gute Erfahrungen mit anderen teilen zu wollen. Diese Erkenntnis wird bekräftigt durch die Tatsache, dass das durchschnittliche Rating weltweit 2018 auf TripAdvisor 4,22 Bewertungspunkte von 5 möglichen betrug.

Becky Foley fügt hinzu: „Die Mindestanzahl an Wörtern, die wir vorgeben und die Vielzahl an Fotos, ermöglicht Reisenden detaillierte Erfahrungen und Erlebnisse mit anderen zu teilen. So dienen die Bewertungen als hilfreicher Ratgeber im

Planungsprozess.“

#### Methodik:

Die "Power of Reviews"-Studie untersuchte die Antworten von 23.292 TripAdvisor-Usern in 12 Märkten (Australien, China, Frankreich, im deutschsprachigen Raum, Indien, Italien, Japan, Singapur, Spanien, Taiwan, United Kingdom und den USA) im Zeitraum Mai und Juni 2019. Die Umfrage richtete sich an Mitglieder, die die Seite innerhalb der letzten zwölf Monate besucht haben. Das Studien-Panel besteht aus TripAdvisor-Usern, die einem Umfrage-Panel zugehörig sind und per E-Mail-Link eingeladen wurden an der Umfrage teilzunehmen. Ipsos MORI war in das Design sowie die Datenanalyse involviert. Die Ergebnisse sind gewichtet, um das Profil der TripAdvisor-User in den teilnehmenden Märkten zu repräsentieren.

#### Über TripAdvisor

TripAdvisor® (NASDAQ: TRIP), die weltweit größte Reise-Plattform\*, hilft 490 Millionen Besuchern im Monat\*\* aus jeder Reise die beste Reise zu machen. Rund um den Globus nutzen Reisende die TripAdvisor Webseite und App, um nach mehr als 760 Millionen Bewertungen und Meinungen zu 8,3 Millionen Unterkünften, Restaurants, Erlebnissen, Airlines und Kreuzfahrten zu suchen. Ob für die Planung oder während der Reise: Nutzer wenden sich an TripAdvisor, um günstige Preise für Hotels, Flüge und Kreuzfahrten zu vergleichen, beliebte Touren und Attraktionen zu buchen und auch, um einen Tisch in großartigen Restaurants zu reservieren. Als unerlässlicher Reisebegleiter ist TripAdvisor in 49 Märkten und in 28 Sprachen verfügbar.

Die Tochterunternehmen und Beteiligungen von TripAdvisor besitzen und betreiben ein Portfolio von Webseiten und Unternehmen, die folgende Reise-Markennamen umfassen: [www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bokun.io](http://www.bokun.io), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruisecritic.com](http://www.cruisecritic.com), [www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.thefork.com](http://www.thefork.com) (einschließlich [www.lafourchette.com](http://www.lafourchette.com), [www.eltenedor.com](http://www.eltenedor.com), sowie [www.restorando.com](http://www.restorando.com)), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk), [www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.housetrip.com](http://www.housetrip.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com), [www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.onetime.com](http://www.onetime.com), [www.oyster.com](http://www.oyster.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com), [www.smartertravel.com](http://www.smartertravel.com), [www.tingo.com](http://www.tingo.com), [www.vacationhomerentals.com](http://www.vacationhomerentals.com) und [www.viator.com](http://www.viator.com).

\*Quelle: Jumpshot für die TripAdvisor Webseiten, weltweit, Februar 2019

\*\*Quelle: TripAdvisor Log-Files, average monthly unique visitors during seasonal peak, Q3 2018

---

<https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=126294>