

April 2005

In der Online-Welt der Reiseführer

Was bieten Reisebuch-Verlage ihren Lesern im Netz? Mehr als nur ihre eigenen Bücher? Stichproben zu Nutz- und Mehrwerten von 10 Internet-Auftritten | April 2005

In den letzten Jahren ist der Kampf um Online-Nutzer auch unter den Reisebuchverlagen deutlich härter geworden. Kein Wunder: Immer mehr Reisende informieren sich schon im Vorfeld online über die Möglichkeiten im Zielgebiet. Dabei sind neben Zeitungen, Zeitschriften, Service-Anbietern und Fremdenverkehrsämtern auch die Websites der Reisebuchverlage zentrale Recherchequellen. Gerade durch ihre Bekanntheit bei den Lesern. Nur was bieten sie konkret auf den Websites - abgesehen von ihren eigenen Büchern? Liefern sie wirklichen Mehrwert? Kommunizieren sie mit ihren Lesern? Und was unterscheidet sie in ihrer Webpräsenz voneinander? Wir haben uns diese Fragen gestellt und im April 2005 die verschiedenen Internet-Auftritte etwas näher unter die Lupe genommen.

Die (zu) Schlichten

Baedeker ist wahrscheinlich der berühmteste aller Reiseführer. Und mit Sicherheit der erste Reiseführer der Welt, seit der Gründung des Karl Baedeker Verlages im Jahre 1827. Seitdem hat der Verlag im Reiseführer-Sektor Standards gesetzt. Maßstäbe im Internet-Bereich kann er jedoch nicht setzen. Schlicht ist der Auftritt - wenn man es freundlich ausdrückt. www.baedeker.de ist nicht mehr als eine pure Vermarktungsplattform der eigenen Reiseführer: Alle Informationen zu den aktuellen Reiseführern, der buecher.de-Shop zum käuflichen Erwerb, ein Reisetipp des Monats - natürlich mit passendem Führer - mehr gibt die Website nicht her.

Mit Sicherheit deutlich ausbaufähig ist auch der Online-Auftritt der Michelin-Führer. Unter www.viamichelin.de ist dieser klar an der Hauptfunktion des Verlags orientiert: Straßenkarten und Routenplaner. Sehr viel mehr bietet er nicht. Zwar lässt sich als prima Service nach Hotels, Restaurants und touristischen Informationen in der gewünschten Urlaubsregion recherchieren. Und dies - praktisch und einfach - nach Eingabe der gewünschten Adresse oder Postleitzahl.

Aber dies erst nach kostenloser - und angesichts vieler abgefragter Daten umständlicher wie bedenklicher - Anmeldung. Und ansonsten: Kommunikation mit Lesern? Service-Angebote? Außer der allseits beliebten Frage nach dem "Wie ist das Wetter in ..." nichts.

Richtig enttäuschend ist die Internet-Präsenz des Führers mit der praktischen Spiralbindung "Spirallo". www.spirallo.de ist ein reines Verkaufsportal des Reiseführers. Alle Titel im Überblick, ein Gewinnspiel, ein - ziemlich kümmerlicher - Reisetipp: mehr bietet der Auftritt der Falk Spirallo Reiseführer nicht. Da kann auch die Auszeichnung mit dem Testurteil "sehr gut" der Zeitschrift "Reise & Preise" nicht versöhnlich stimmen. Denn dieser "Reiseführer-Test 2003" bezog sich auf den Führer selbst - und nicht auf den Internet-Auftritt.

Ebenfalls nicht der Rede und keinen Besuch wert ist der Internet-Auftritt der Nelles Guides. Unter www.nelles-verlag.de findet der Nutzer nichts anderes als eine Auflistung der Reiseführer-Titel mit Inhaltsangabe und Kurzprofil. Mehr nicht. Also schnell weiterklicken.

Die Mittelklasse

Ein durchaus nützliches Rechercheportal für Traveller könnte der Auftritt des Peter Meyer Verlags sein. Der Spezialist aus dem Individualführer-Bereich präsentiert seine Reisebücher (mit Fokus auf Europa, Kanaren und Fernreisen), seine Ausflugsführer für die ganze Familie, spezielle Sprachführer, Nachschlagewerke und Adressbücher. Das Interessante auf www.petermeyer Verlag.de ist das Reiseportal Connexions. Über 1.000 Links - laut Angabe - warten auf den Nutzer: von der Ausrüstung, über Infostellen, das Thema Sicherheit bis zu Reise- und Verkehrsmittel. Ärgerlich ist nur, dass hier mit dem Thema Aktualisierung nicht gerade sorgfältig umgegangen wird. Da heißt es dann, dass diese Seite "im Laufe des Jahres 2004 fertig" würde, da wird im März 2005 die nächste Ausgabe des via Reisemagazins für Ende Februar angekündigt. Das ist schade. Denn damit verliert dieser Auftritt viele seiner positiven Ansätze.

50 aktuelle Reisetipps - aufgeteilt in Hotel, Restaurant, Shopping, Aktiv, Family - zu zahlreichen Reiseführern aus der Polyglott Apa Guide Reihe sind ein Bonbon im Online-Service von www.polyglott.de. Weiter interessant: das große Reisemagazin (über www.travelchannel.de), in dem beliebte Destinationen mit Tipps,

Informationen und Berichten sowie gefragte Reiseziele und besondere Orte vorgestellt werden - stets in Kombination mit dem passenden Reiseführer. Denn auch hier ist eines klar: Das Produkt - also die Reiseführer selbst - steht im Vordergrund. Auf die Reihe "Reiseführer für Feinschmecker" wird über monatliche Rezepte zum downloaden und selbst kochen Lust gemacht. Zahlreiche Suchfunktionen sollen alle Möglichkeiten ausschöpfen, auch wirklich den richtigen Führer aus dem Verlagsprogramm zu finden.

Zu den beliebtesten Guides unter Individualreisenden zählt seit Jahren der Reise Know-How Verlag. Und auch online gibt der Verlag unter www.reise-know-how.de ein gutes Bild ab. In den "Latest News" kommentieren die Leser die Reiseführer und fügen diesen persönliche Erfahrungen und Tipps hinzu. Unter "Travel Links" bietet der Verlag - sauber nach Ländern strukturiert - ein umfangreiches Verzeichnis an Links. Angesichts der Schnelligkeit des Internets wäre es nur sinnvoll, diese ab und an zu überprüfen, da ansonsten - wie bei dieser Stichprobe - über 50 Prozent der Links nicht mehr funktionieren.

Ansonsten: Die Bestellung von Reiseführern, Praxisratgebern und Landkarten direkt über den Verlag ist kinderleicht - und ab 10 Euro portofrei, der Citytrip mit Billigfliegern, um 25 europäische Metropolen möglichst preiswert zu entdecken, ein sicherlich spannendes Thema. Warum dieses online jedoch nur als Verlagstitel angepriesen, nicht aber zumindest in Auszügen vorgestellt wird, bleibt des Verlags Rätsel. Weiteres Problemchen: Wer direkt bei der Reisezielauswahl direkt in der Landkarte beispielsweise auf Italien klickt, erfährt zum erste Mal, dass Albanien und nicht Frankreich unser westlicher Nachbar ist. Zumindest laut Karte.

Die Profis

Reisen mit Insider Tipps verspricht der König der Billig-Reiseführer "Marco Polo". Vielleicht nicht unbedingt mit aktuellem Insider-Wissen, so doch mit interessanten Informationen wartet auch www.marcopolo.de auf. Das ReiseJournal ist ein kleines Magazin, das kompakt Reiseziele und Themen vorstellt. Ein guten Service ist die Navigations-Hilfe im Tarifdschungel der Billig-Airlines. In der Marco Polo Billig Flieger Suche - in Kooperation mit www.billig-flieger-vergleich.de - lässt sich der gewünschte Ort eingeben, schon erhält man als Orientierung eine Preisspanne, die es für einen Flug zu berappen gelte. Natürlich lässt sich der Vergleich der

Billigflieger ebenfalls in Buchform erwerben - auch wenn der Sinn einer Printversion angesichts der schnell sich ändernden Preise doch zu bezweifeln ist.

"Marco Polo" hält sich online an den Kurzreisenden und weniger mit ausführlichen Tipps auf. Oder er lässt sich diese etwas kosten. Unter ReiseZiele werden die wichtigsten Orte und Regionen kurz im Portrait vorgestellt, im ReiseMarkt lassen sich Flüge, Unterkünfte, Mietwagen, Reiseführer bestellen, unter ReiseService folgen Währungsrechner und ein kleiner - leider kostenpflichtiger - Sprachführer. Ebenfalls nicht umsonst sind die sogenannten Compact Guides zu rund 50 Zielen. Gegen Zahlung von 1,99 Euro lässt sich ein ca. 15seitiges pdf-Dokument ausdrucken und mitnehmen. Schöner Service.

Einen wirklichen Profi-Auftritt - wenn ebenfalls mit Macken - findet sich auf www.dumontreise.de. Dieses Mal steht der Reiseführer selbst fast im Hintergrund. Stattdessen Service, Service, Service. Beispiel: Als Reiseinformation kann der Nutzer unterscheiden, was - neben der Länderwahl - als Kriterium bei seiner Reiseentscheidung wichtig sein soll. Reisezeit? Unterkunft? Wandern? Kinder? Gourmet? Lust auch auf Kultur machen die passenden Tipps wirklich. Nur sind sie oft schon etwas veraltet und kündigen vergangene Ereignisse an - wie die Festspielzeit 2004 oder die Kulturstädte Europas 2004 Lille und Genua.

Wirklich sinnvoll unter den zahlreichen Tipps für unterwegs sind Services wie Tempolimits in Europas, Umrechnungstabellen von Maßen oder der - leider veraltete - Überblick über Schulferien. Einen Pluspunkt darf sich der Verlag durch die Idee zahlreicher Checklisten auf die Fahne schreiben. Diese erleichtern es jedem, die Reise sicher zu planen. Wenn beim nächsten Mal diese Listen auch als pdf-Dokument zum downloaden angeboten werden würden, wäre dieser Service wirklich perfekt. Ein weiterer guter Service: Fragen Sie unseren Experten. Jeder User kann an den Experten seine ganz persönlichen Fragen senden. Und dies jeden Monat. Wenn jetzt noch die Vorschau funktionieren würde aber man kann ja nicht alles bekommen.

Während die Dumontreise-Seite sich dem Service am Kunden verschrieben hat, legt der Michael-Müller-Verlag besonderen Wert auf die Kommunikation zwischen Verlag, Autoren und Lesern. Kürzlich erst mit drei Auszeichnungen von der ITB nach Erlangen zurückgekehrt, kann ebenfalls www.michael-mueller-verlag.de Lob

einheimen. Hat man im ersten Moment den Eindruck, als würden hier rein den Büchern des Verlages eine passende Vermarktungsplattform geboten, so verbirgt sich hinter dem Button "Reiseinfos" eine wirkliche Rechteschatzkammer.

Im - unter den untersuchten Reiseführern - einzigen wirklich belebten Reiseforum wird täglich und fleißig über Ferienhäuser, Hotels, Verkehrsverbindungen, Sprachlehrer, Mountainbiken und vieles andere diskutiert. Unter "Reiselinks" sind weit über 1000 sauber kategorisierte Websites zu finden, in den "Reisenews" aktualisieren regelmäßig die Autoren der Reisebücher ihre eigenen Führer. Kleine Anregung: Wenn es jetzt noch eine Suchfunktion gäbe, müsste niemand die über 2000 Einträge durchgehen, um alles Wichtige zum Reiseführer raussuchen. Außerdem sehr positiv: Jederzeit kann ein User den Autor des jeweiligen Reiseführers direkt per E-Mail kontaktieren.

Das Fazit

Wie so oft, so gilt auch hier: Der richtige Mix macht's. Bedingungslose Aktualität, große Lesernähe, ergänzende Reiseinformationen, direkte Kommunikation mit dem Leser, umfangreiche Serviceangebote. Ist dieser Mix gelungen, so wird jeder Reiseführerverlag auch im Netz seine Leser fest an sich binden können. Ansonsten sind sie schnell wieder weg. Denn Alternativen gibt es überaus genug. Dies hat auch diese Stichprobenuntersuchung deutlich gezeigt.

Kontakt

add pr TEXT PRESS MEDIA

Pestalozzistraße 3
D-10625 Berlin

T: +49 (0)30 31 99 66 55
F: +49 (0)30 31 80 00 51

service@add-pr.de
www.add-pr.de