



Onlinemarken

Abschlusspräsentation

Christiane Barlage ▪ Marcel Doskocil ▪ Katja Gierisch ▪ Denise Oster

28.06.2007





Agenda

- Begriffsabgrenzung Onlinemarke
- Vorstellung der ausgewählten Onlinemarken
- Avatare
- Bricks & Clicks
- Vorgehensweise und Strategie
- Erstellung des Fragebogens
- Ergebnisse der Umfrage

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Onlinemarken

Ziel des Projektes:

Markendefinitionsanalyse und –betrachtung des Online Reisemarktes

Welchen Einfluss haben Online Reisemarken auf das Buchungsverhalten?

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Begriffsabgrenzung Onlinemarke

- Marken, die das Medium Internet verwenden
- Marken, die im Internet aufgebaut wurden
- Marken (Leistungsangebote), die für das Internet geschaffen wurden und im Internet gepflegt werden
- Kern aller Marketingaktivitäten ist das Internet

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Zentrale Anforderungen an die Onlinemarken



- Etablierung der Onlinemarke als Orientierungshilfe
- Aufbau einer serviceorientierten Webseite, die einen hohen Kundennutzen bietet
- Überwindung der Vertrauensdefizite aus der Sicht der Nutzer
- Herausbildung von Alleinstellungsmerkmalen

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: amazon.de



- Pionier des e-Commerce
- Vision: das am meisten kundenorientierte Unternehmen der Welt zu sein

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: eBay.de



- 1995 als Onlinetauschbörse in Kalifornien gegründet
- Führendes Onlineauktionshaus weltweit mit über 6 Mrd US\$ Umsatz 2006
- In 33 Ländern auf dem Markt

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: Google.de



- Gegründet September 1998
- Mit 8 Mrd. URLs umfangreichste Suchmaschine
- Innovationen – schneller sein als der User
- Begriff „googlen“ etabliert
- 2007 stärkste Marke der Welt

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: Scout24.de



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: Web.de



- 1995 als Internetverzeichnis gegründet
- Monatl. 11 Mio. Internetanwender
- Innovativ und qualitätsbewusst
- Schwerpunkte: Suche, Kommunikation, Information, Service
- Free-Mail-Dienst: 41 Testsiege
- Meta-Marke

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: yahoo.de



- 1994 gegründet
- Kommunikation, Handel, Medien
- 20 Service-Rubriken
- Weltweit größte Internetreichweite
- Eine der bekanntesten Marke der USA
- Trendorientiert (Social Web, Vernetzung Dienste und mobile Endgeräte)

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: ebookers.de



- 1996 eines der ersten reinen Onlinereisebüros weltweit



- Bis heute ausschließlich Onlinevertrieb



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: expedia.de



- Online-Reiseportal mit Sitz in München
- Click & Mix Reisebausteine
- Werbefigur Mirco Nontschew
- Erstes durch TÜV zertifiziertes Online-Reisebüro
- Gewinner des Online Star Awards 2006

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: hotel.de



- Domain für 40 \$ erworben
- Innovative Technik
- Konkurrent Hotel Reservation Service

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Ausgewählte Onlinemarken: opodo.de



- Unabhängiges Online-Reiseportal mit Sitz in Großbritannien
- Anteilseigner ist Amadeus mit 75% und 9 europäische Fluggesellschaften
- Fiktives Urlaubsland Opodien
- Testsieger der Zeitschrift Computerbild März 2007

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Avatare

- Virtuelle Charaktere
- Lara Croft, Robert T-Online
- Studie über den Einsatz von Avataren



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Avatare

- Beispiel Yello Strom:
<http://www.yellostrom.de/>



- Hotel Ritter
<http://www.hotel-ritter.at/ritter.html>

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Bricks & Clicks / Clicks & Mortar



- Offline- **und** Onlinepräsenz

=> Neue Kundengruppen gewinnen

=> Mehrwert durch zusätzl. Offlinepräsenz

=> Vertrauen in Onlinemarke verstärken

=> Kundennutzen durch mehr Information

=> Informationen 24/7 verfügbar

=> Fallbeispiel: Amazon in den USA

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



WEB.DE



Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.



Vorgehensweise und Strategie

- Empirische Vorgehensweise
- Konsumentenverhalten in Bezug auf Onlinemarken

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



Fragebogen

Übersicht Aufbau des Fragebogens:

[Fragebogen Onlinemarken](#)

Laufzeit: 23.05. - 19.06.2007

Teilnehmer: 405

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



WEB.DE



Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.



Verbreitung des Fragebogens

- Studentischer Verteiler der HS Heilbronn und der FH München
- Bekanntenkreis der Projektgruppe
- Newsletter von Travelscout24.de

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



TravelScout24 Newsletter

TRAVEL SCOUT 24 TravelScout24 News
für silvia.marschall@scout24.com
Wer scoutet, der findet. **Ausgabe 68** 24.05.2007

Last Minute | Urlaubsreisen | Mixen & Sparen | Flüge | Hotels | Ferienhäuser | Städtereisen | Weitere Angebote

Liebe Silvia Marschall,
Sie möchten im Urlaub nicht auf Lifestyle und Design verzichten? **Zu den Designhotels.** Sie mögen es privater? Dafür haben wir **ausgefallene Ferienhäuser.** Ihnen fehlt dazu das passende Auto? Kein Problem, probieren Sie unsere neue **Mietwagen-Preisvergleichsmaschine.** In unserem **Erlebnishop** finden Sie Abwechslung und Spaß für Ihre freie Zeit.

Sie haben die Wahl, wir **das passende Angebot** Ihr TravelScout24-Team

Umfrage
Meinung sagen und 100,-€ gewinnen

[Hier Klicken](#)

Design unter Palmen [mehr](#)

Gran Canaria	Sizilien	Antalya
Palm Beach 7 Tage DZ / HP ab € 803,-	Charming House 5 Tage DZ / Ü / MW ab € 842,-	Hillside Su Doppelzimmer / H 7 Tage im 4,5 ab € 489,-

Mietwagen - jetzt Preise bei TravelScout24 [mehr](#)



Schnupperkurs
Mit professionellem Trainer die Grundzüge des Golfens kennenlernen.

ab € 35,-



Canyoning
Klettern, Abseilen, Rutschen, Spaß und Adrenalin pur.

ab € 60,-



Ballonfahren
Fliegen in der puristischsten und doch entspannensten Art.

ab € 199,-

Umfrage zum Thema Onlinemarken der Hochschule Heilbronn

FFN **MACHEN SIE MIT !**
Umfrage zum Thema Onlinemarken der Hochschule Heilbronn

IMPRESSUM

Anschrift: TravelScout24, Rosenheimer Str. 143b, D-81671 München, E-Mail: newsletter@travelscout24.de
© TravelScout24, Alle Rechte vorbehalten, Alle Beiträge und Fotos sind urheberrechtlich geschützt, ISSN 1613-8481

[Newsletter abbestellen / Profil ändern](#) | [Impressum](#)
[Newsletter abonnieren](#)
 [Newsletter weiterempfehlen](#)

Scout24 GmbH, Geschäftsführer: Christoph Hölzlwimmer, Wulf Janssen, Handelsregister: Amtsgericht München
Rechte am Bildmaterial: Hotel Gran Canaria: © Schauinsland Reisen, Hotel Sizilien: © Frosch Touristik Hotel, Antalya: © TUI AG Ferienwohnungen: ©

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

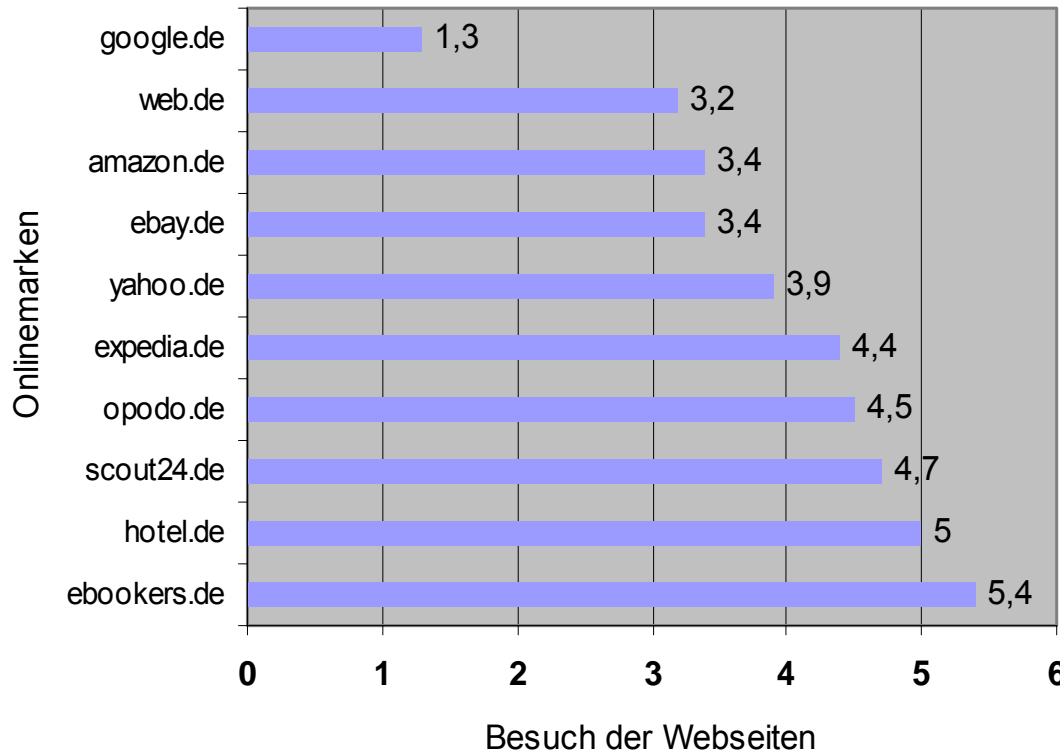
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 1

- Welche Internetseiten der folgenden Onlinemarken besuchen Sie?



1= täglich
 2= mind. 1x pro Monat
 3= mind 1x pro Woche
 4= seltener
 5= kenne ich, nutze ich aber nicht
 6= kenne ich nicht

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

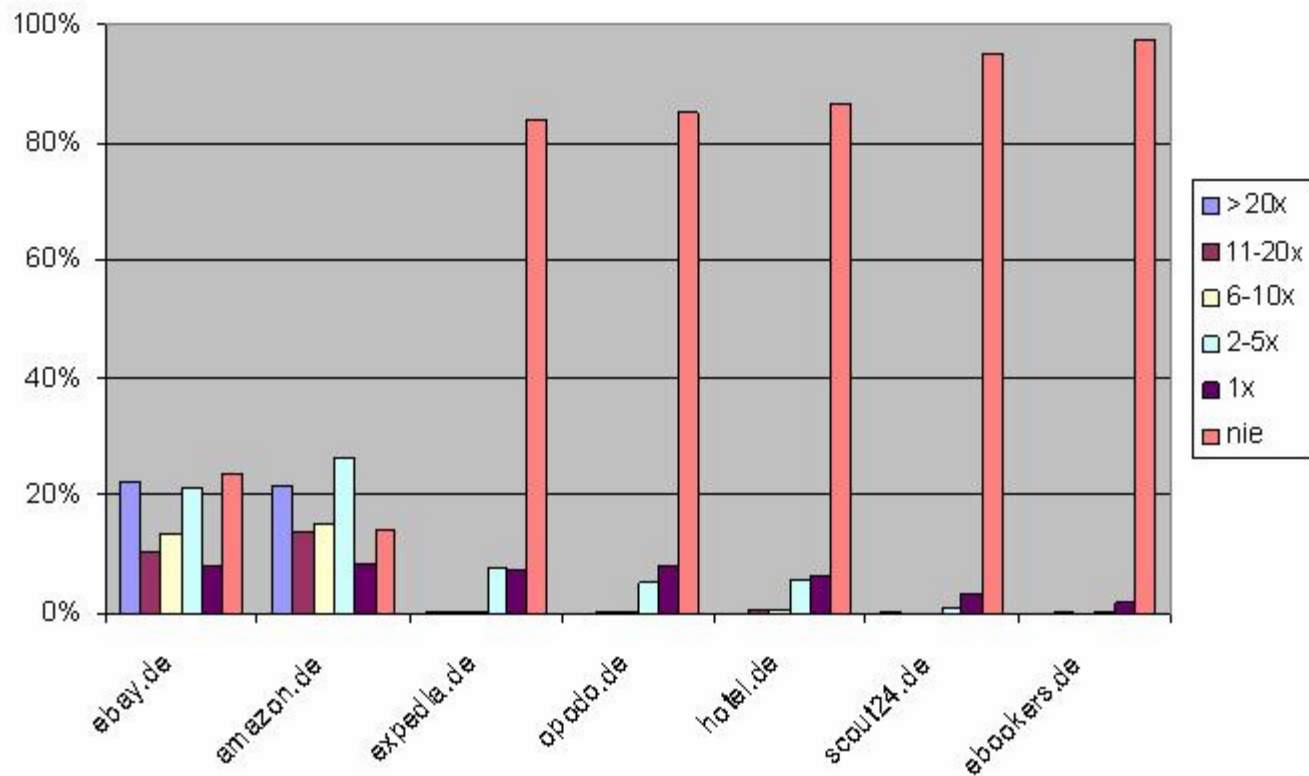
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 2

- Haben Sie bei den folgenden Onlinemarken bereits etwas gekauft?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

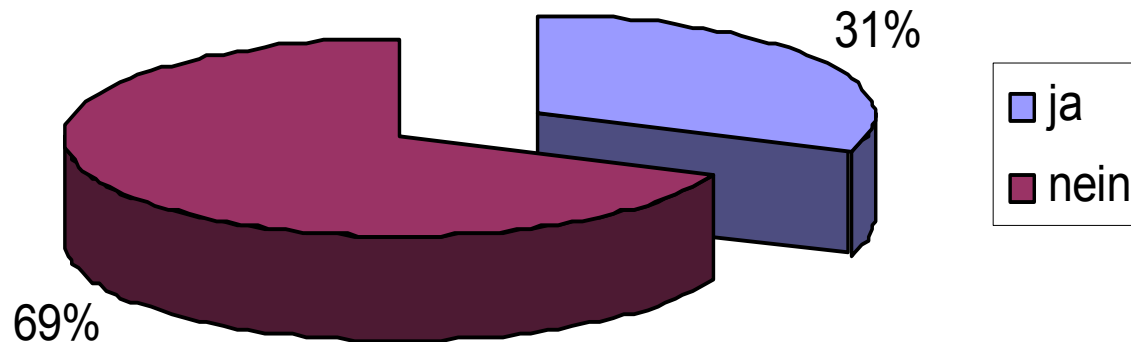
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 3

- Ist das Vorhandensein eines stationären Vertriebs (z.B. Shops, Reisebüros) zusätzlich zum Onlineauftritt der Marke relevant für Ihre Buchungs- bzw. Kaufentscheidung? (z.B. zusätzliche Option, Flugtickets auch im Reisebüro oder online bestellte Bücher in der Buchhandlung abholen zu können - alternativ zur Zusendung per Post)



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

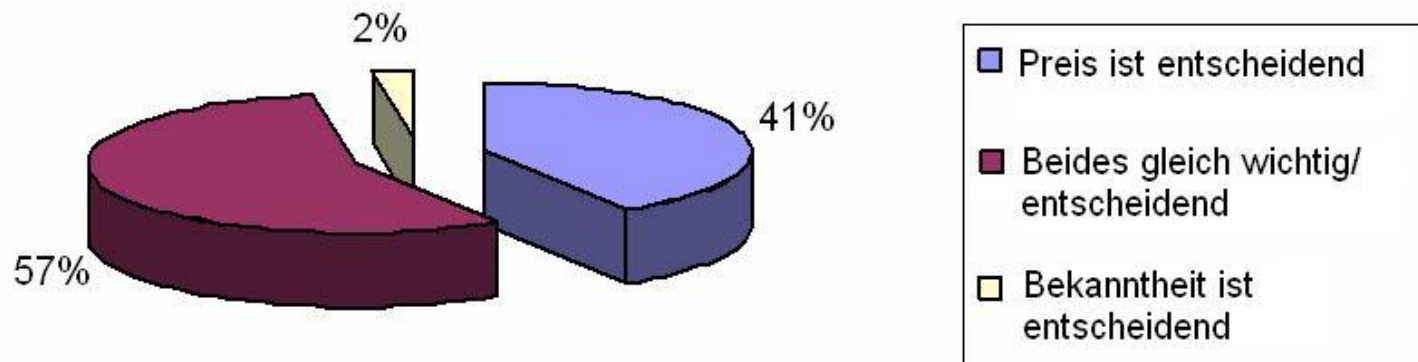
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 4

- Spielt für Sie bei der Kaufentscheidung/Buchung der Preis oder die Bekanntheit/Etabliertheit der Marke eine wichtigere Rolle?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

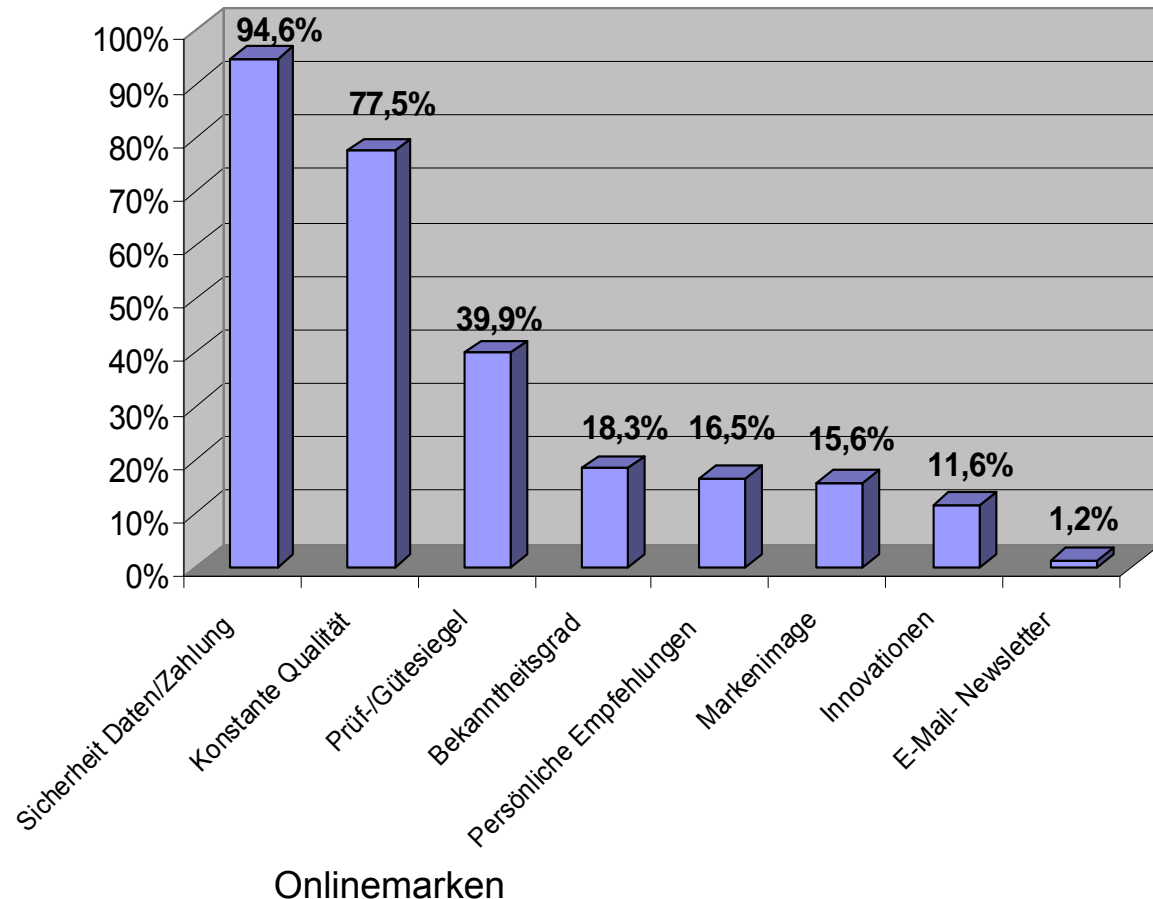
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 5

- Welche Eigenschaften von Onlinemarken sind für Sie besonders wichtig?



28.06.07

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

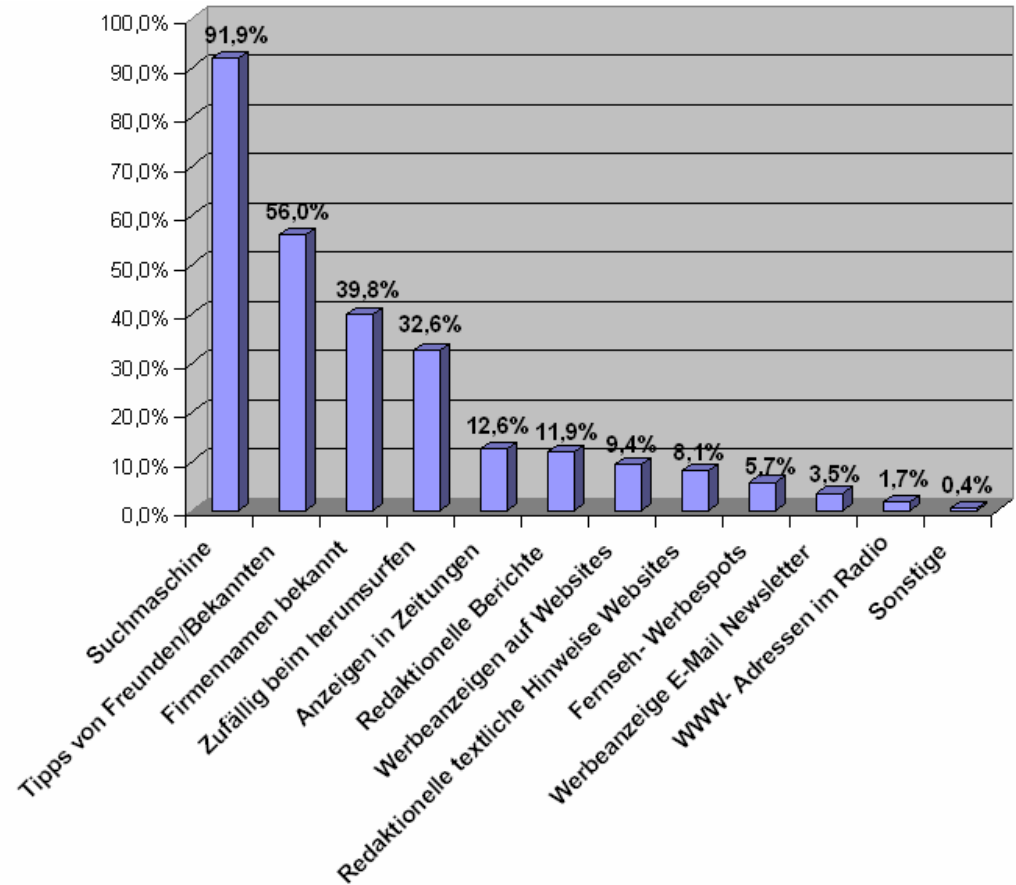
Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 6

- "Suchen und Finden der Marke im Internet".

Wie machen Sie www-Adressen bzw. Websites ausfindig, die Sie vorher noch nicht kannten?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

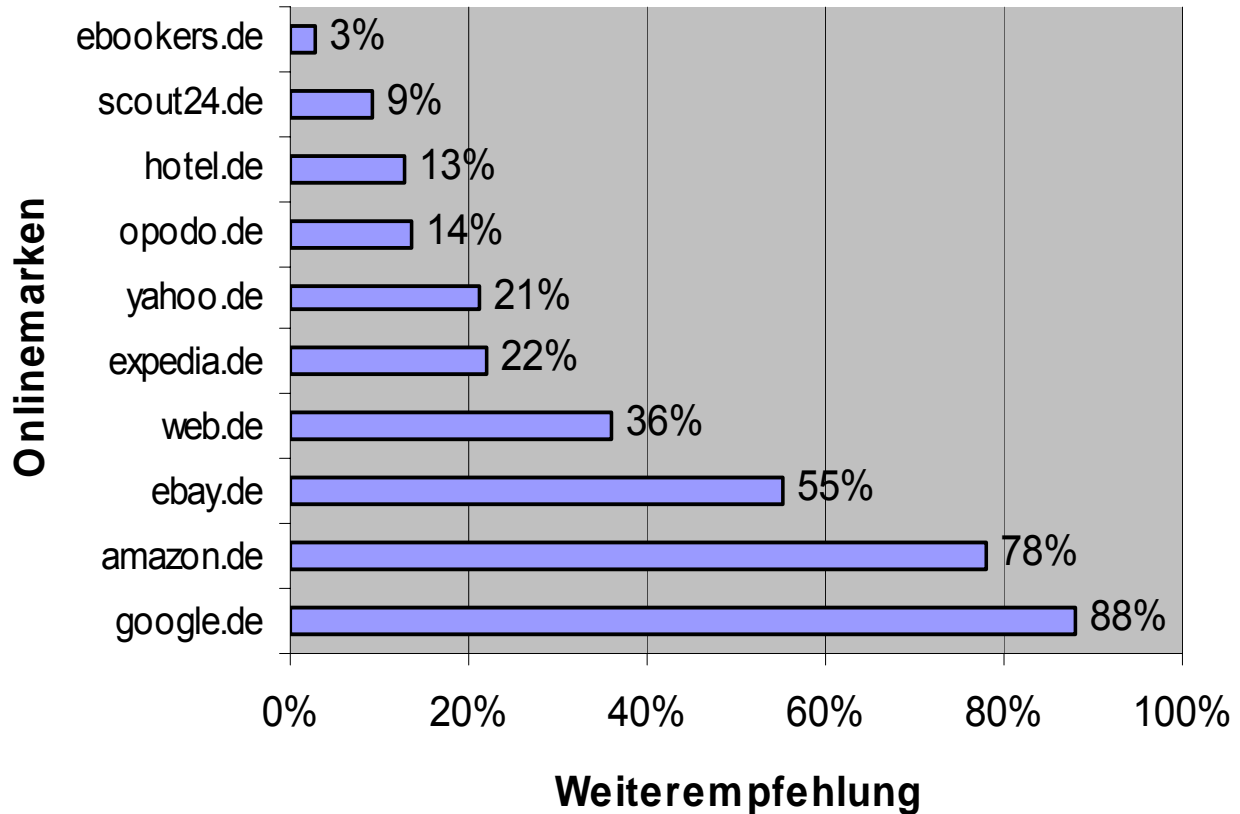
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 7

- Welche der folgenden Onlinemarken würden Sie weiterempfehlen?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

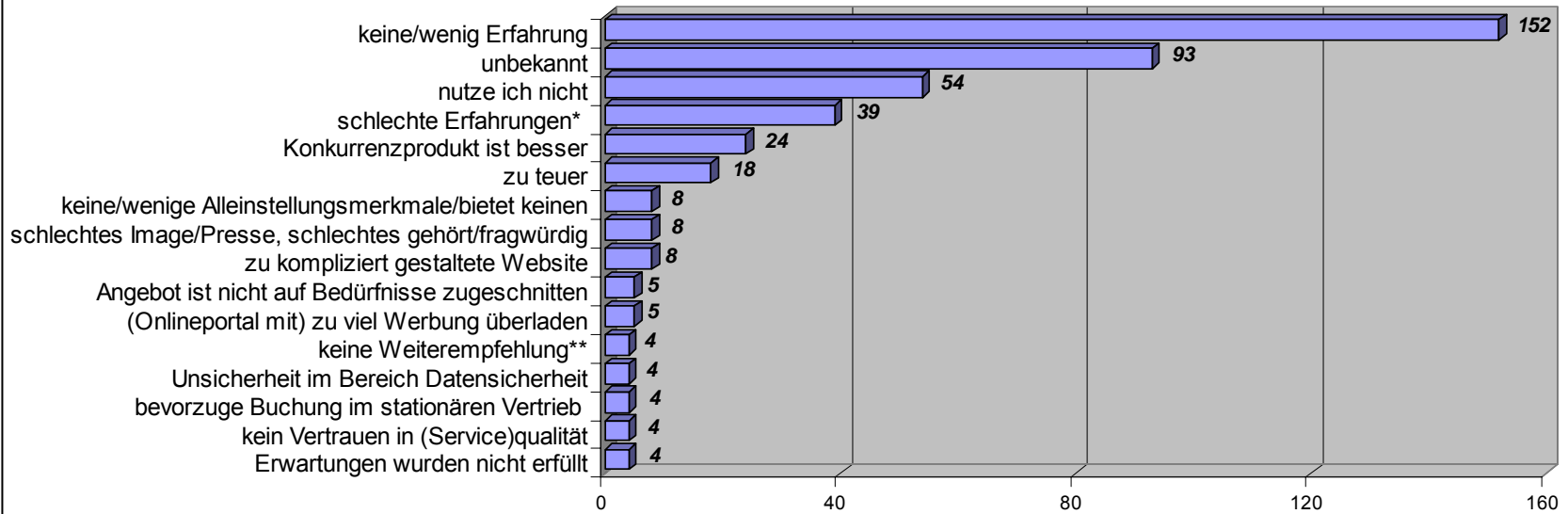
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 8

- Gründe, warum Onlinemarken nicht weiterempfohlen werden



*Glaubwürdig, Angebot, Service, Funktionalität, Unzuverlässigkeit, Spam-Mails, Unübersichtlichkeit, Speicherkapazität

** da bereits sehr bekannt/grundsätzlich nicht

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

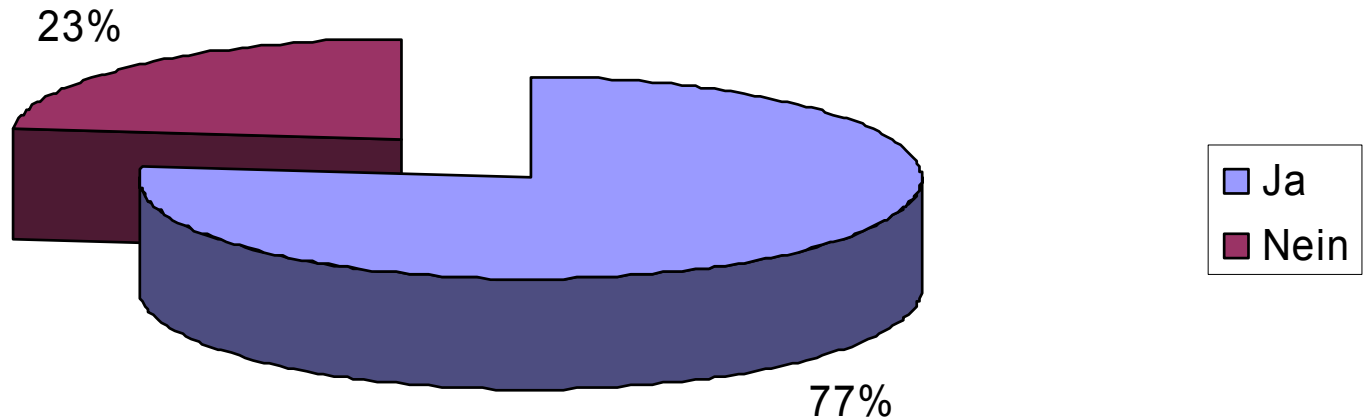
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 9

- Haben Sie bereits Reisen/Reisebausteine (Flug, Hotel, Mietwagen etc.) im Internet gebucht?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

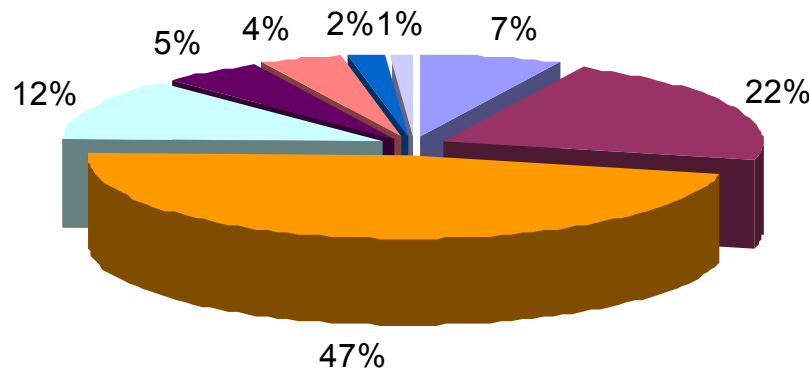
Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 10

- Auf welcher Webseite haben Sie bereits Reisen/Reisebausteine im Internet gebucht?

Buchung von Reisen- /Reisebausteinen im Internet



Reiseveranstalter	Reisebüros	Airlines
Hotels	Mietwagen	Bahn
Sonstiges	Unbekannt	

28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

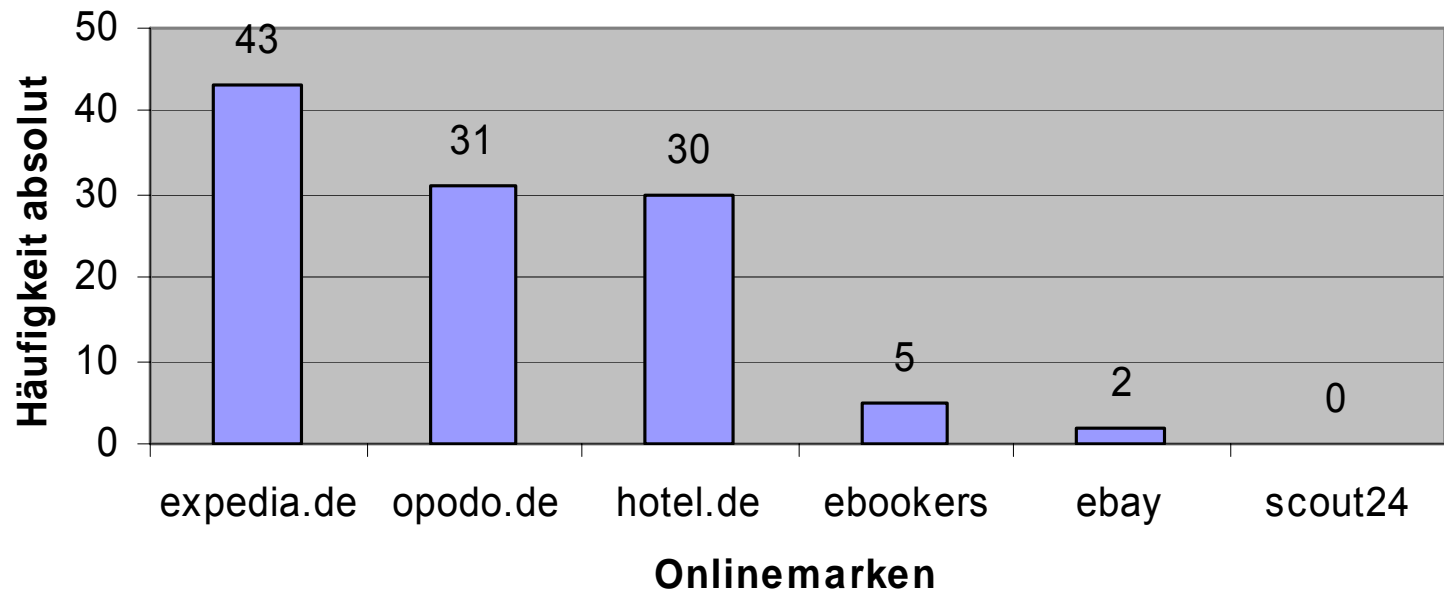
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 10a

- Auf welcher Webseite der Onlinemarken wurden die Reisen/Reisebausteine gebucht?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

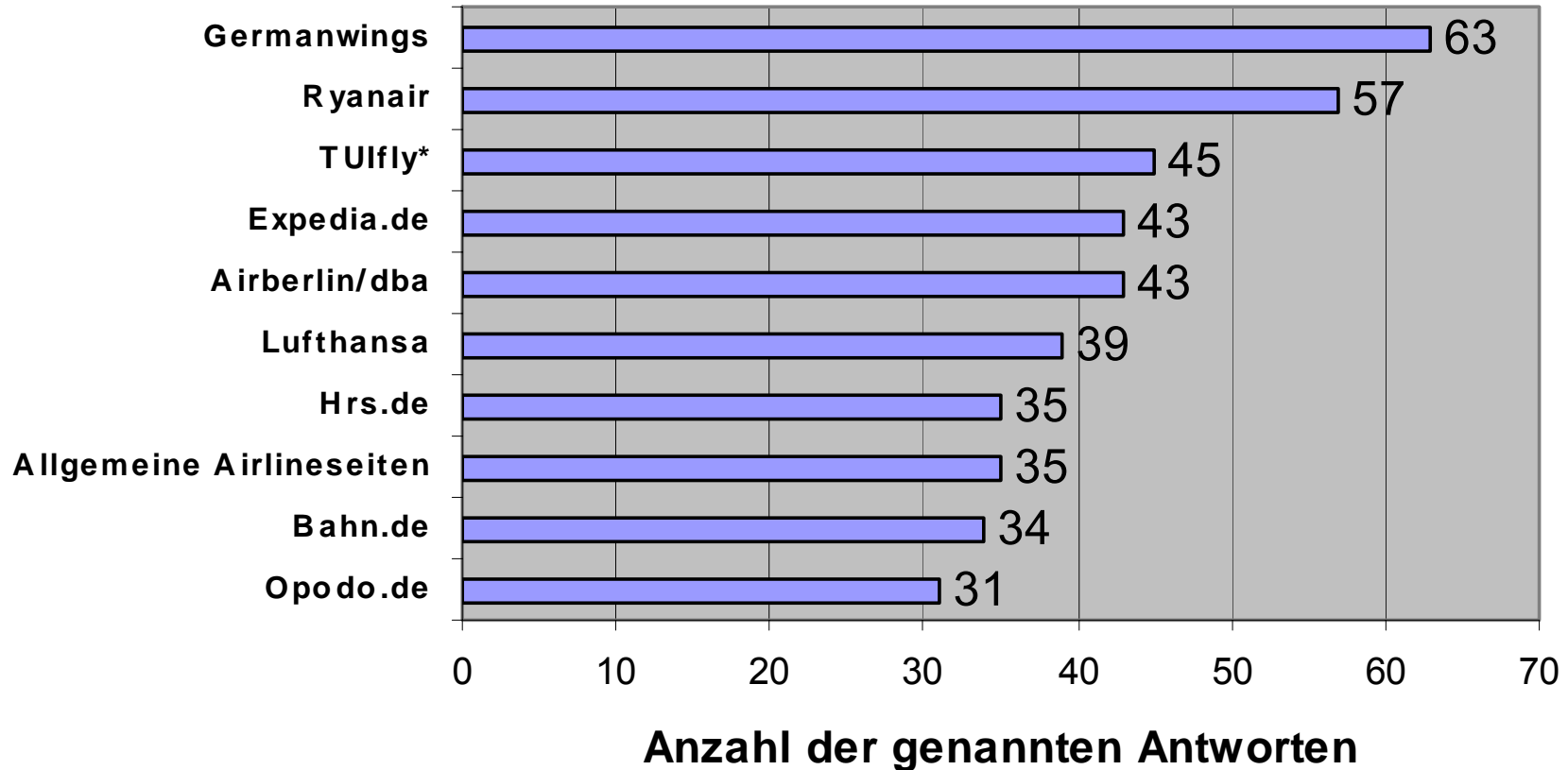
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 10b

- Top 10 der genannten Webseiten



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

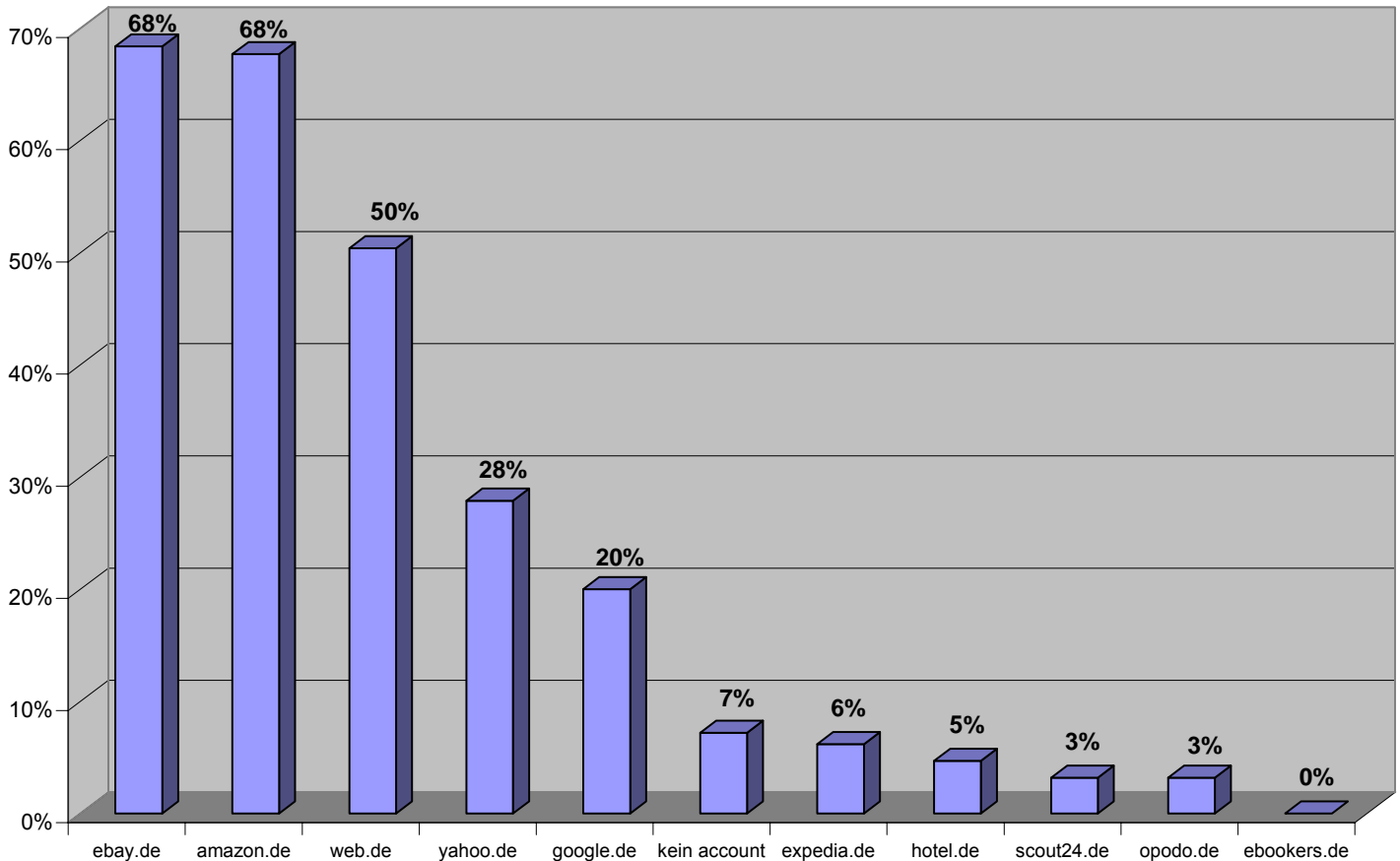
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 11

- Haben Sie bei einer der folgenden Onlinemarken einen eigenen Account?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

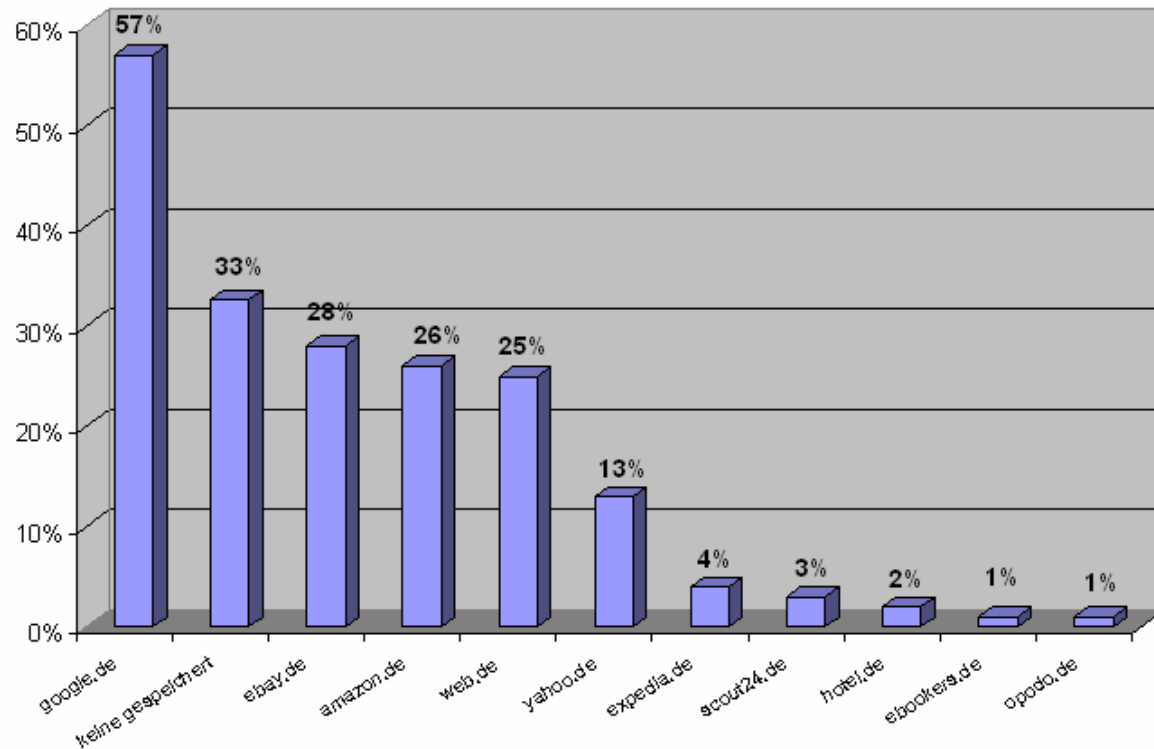
Fragebogen

Ergebnisse



Ergebnisse der Frage 12

- Haben Sie eine der folgenden Onlinemarken-Websites unter Ihren Favoriten/Lesezeichen in Ihrem Webbrowser gespeichert?



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



WEB.DE

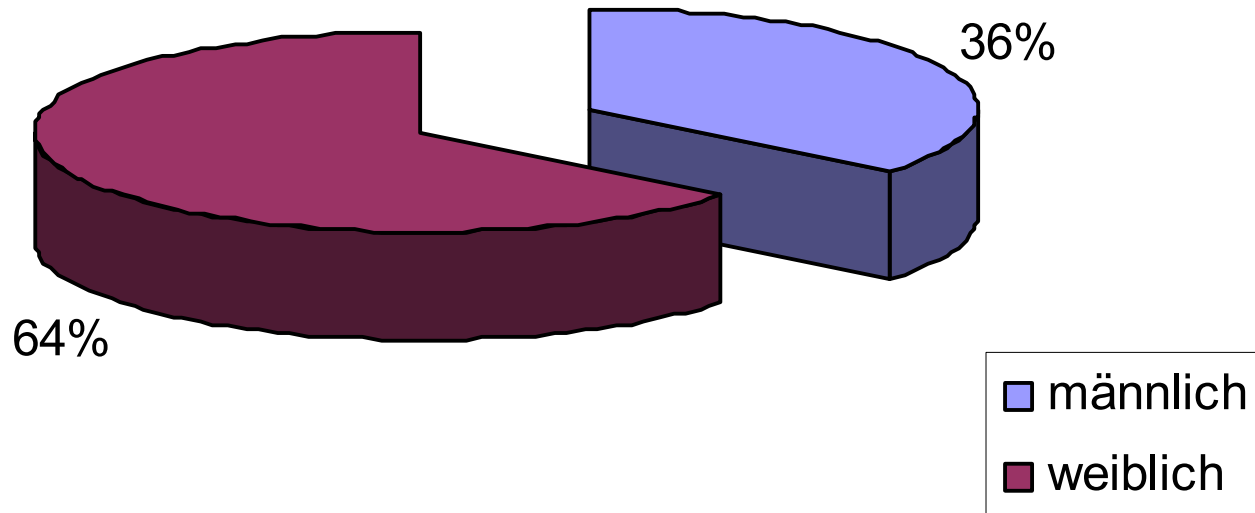


Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.



Ergebnisse der demografischen Fragen

Geschlecht



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



WEB.DE

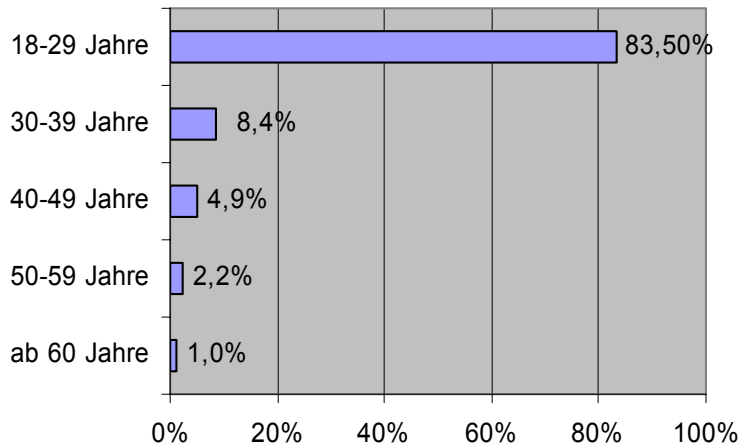


Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.

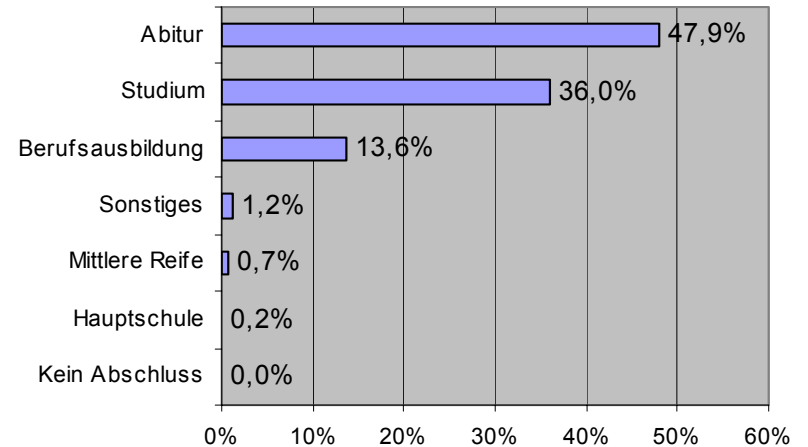


Ergebnisse der demografischen Fragen

Alter



Schulabschluss



28.06.07

Onlinemarken

Einführung

Avatare

Bricks & Clicks

Vorgehensweise

Fragebogen

Ergebnisse



WEB.DE



Google™



Expedia.de
Reisen. Wie, wann, wohin du willst.



amazon.com

hotel.de®
einfach günstiger buchen

YAHOO!

Fragen ?

28.06.07

Onlinemarken



Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit

28.06.07

Onlinemarken