



PRESSEMITTEILUNG

Neue Studie von Akamai und PhoCusWright zu Online-Reiseportalen belegt die hohe Bedeutung der Site Performance

Geschwindigkeit und Benutzerfreundlichkeit sind bei Travel Websites entscheidende Erfolgskriterien

München, 28. Juni 2010 – Akamai Technologies, Inc. (NASDAQ: AKAM) veröffentlicht die Ergebnisse einer von PhoCusWright Inc. durchgeführten Studie zur Bedeutung der Performance von Travel Websites für Internetnutzer. Die von dem Marktführer für die Performance-Optimierung von Videoinhalten, dynamischen Transaktionen und Unternehmensanwendungen im Internet in Auftrag gegebene Studie „Consumer Response to Travel Site Performance“ basiert auf den Antworten von insgesamt 2.763 Konsumenten in den USA, die ihre Reisen online buchen. Die Befragten wurden zu ihren aktuellen Erwartungen an Websites sowie zu den in ihren Augen zentralen Kriterien für ein gutes Online-Erlebnis befragt. Das Ergebnis zeigt deutlich: Die Geschwindigkeit der Website ist heutzutage erfolgsentscheidend; Nutzer erwarten einen schnellen Seitenaufbau und Mitglieder von Treueprogrammen reagieren schneller negativ auf technische Probleme beim Besuch von Reise-Websites.

Wichtigste Studienergebnisse:

- **Drei-Sekunden-Regel** – 57 Prozent der Online Shopper warten lediglich drei Sekunden oder weniger auf den Aufbau einer Website, bevor sie die Seite verlassen.
- **Junge Reisende sind ungeduldiger** – Die zur Generation Y gehörenden jungen Reisenden zeigen in Bezug auf die Ladezeit der Websites weniger Geduld: 65 Prozent der 18- bis 24-Jährigen erwarten einen Seitenaufbau von zwei Sekunden oder weniger.
- **Prävention ist alles** – Ein Drittel der Nutzer tendiert dazu, eine Seite nicht wieder zu besuchen, wenn sie dort zuvor schlechte Erfahrungen mit technischen Problemen oder Fehlermeldungen gemacht haben. Unter den Geschäftsreisenden reagiert sogar ein noch etwas höherer Anteil ablehnend auf technische Probleme.
- **Treue Kunden verzeihen nicht alles** – Etwas mehr als ein Drittel der Treueprogramm-Teilnehmer (34 Prozent) gibt an, dass sie sich nicht durch technische Störungen auf der Website aus der Ruhe bringen lassen würden – diese Zahl ist höher als bei Reisenden,

die nicht an einem solchen Programm teilnehmen. Die restlichen 66 Prozent tendieren dafür jedoch umso stärker zu negativem Verhalten.

- **Nutzer auf Travel Websites sind multitaskingfähig** – 59 Prozent der Websitebesucher machen etwas anderes, während sie auf den Aufbau der Seite warten. Fast ein Fünftel (19 Prozent) öffnet während der Wartezeit eine weitere Travel Website in einem neuen Fenster.
- **Versteckte Gebühren können den Kunden kosten** – 43 Prozent der Befragten haben schon einmal eine Buchung storniert, weil der Endpreis bzw. die Gebühren höher waren als erwartet.

„Der Markt für Online-Reisen ist hart umkämpft, es gibt viele starke Marken, die alle um denselben Konsumenten buhlen. Menschen hassen es zu warten – das zeigt sich, wenn man sich die Warteschlange in einem klassischen Reisebüro anschaut. Im Internet gibt es keinen Grund zu warten, denn der Online-Auftritt der Konkurrenz ist nur einen Klick entfernt“, erklärt **Carroll Rheem, Director Research bei PhoCusWright**. „Hinzu kommt, dass die Zielgruppe der Reisenden von Natur aus eine besondere Vorliebe für intensive Einkaufserlebnisse aufweist, denn die Buchung einer Reise ist kein alltäglicher Einkauf – sie ist teuer und beruht stark auf vergangenen Erfahrungen. Deswegen schicken Reisebüros und Veranstalter, die nicht in die Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit ihres Online-Auftritts investieren, ihre Kunden quasi direkt zum Mitbewerber.“

„Die Hauptaussage dieser Studie ist, dass sich der Standard von Travel Sites in Bezug auf Funktionalität, Geschwindigkeit und Benutzerfreundlichkeit weiterentwickelt hat und Reiseveranstalter hier fortlaufend investieren müssen, um wettbewerbsfähig zu bleiben, Umsätze zu generieren und Kunden zufriedenzustellen“, betont **Pedro Santos, Chief Strategist eCommerce bei Akamai**. „Wir glauben, dass Travel Websites, die ihren Kunden kein schnelles, performantes und zuverlässiges Online-Erlebnis bieten können, Einbußen bei den Abschlüssen und auch bei der Kundenloyalität hinnehmen müssen. Insgesamt acht der Top 15-Fluglinien und acht der Top 10-Hotelgruppen weltweit nutzen Akamai, um die Antwortzeiten ihrer Websites zu verkürzen und so den wachsenden Ansprüchen der Online Shopper gerecht zu werden. Die PhoCusWright-Studie zeigt, dass eine optimierte Website-Performance die Online-Nutzer auf einer Seite hält und sie diese nicht wegen Performance-Defiziten verlassen – dies gilt insbesondere für Konsumenten, die für überdurchschnittlich viel Umsatz sorgen, wie Geschäftsreisende oder Konsumenten mit Treuebonus.“

Ein weiterer Trend, den PhoCusWright während der Untersuchung für Akamai ausmachen konnte, ist die zunehmende Akzeptanz von Buchungen über Smartphones. Momentan steckt diese Entwicklung zwar noch in den Kinderschuhen, da erst sechs Prozent der Konsumenten ihre Reisen über mobile Applikationen oder Websites abwickeln. PhoCusWright prognostiziert jedoch für die kommenden Jahre einen signifikanten Anstieg der Buchungen über mobile Endgeräte.

Kundenreferenzen:

Continental Airlines

„Heutzutage erwarten Nutzer bei der Online-Buchung eines Fluges oder eines Hotels ein schnelles, interaktives und sicheres Einkaufserlebnis“, sagt **Aaron Hynes, Managing Director of Technology, Continental Airlines**. „Die Studie bestätigt, dass es eine direkte Korrelation zwischen der Kundenzufriedenheit und der Site Performance gibt. Mit der Akamai Dynamic Site Accelerator-Lösung können wir unseren Kunden ein bestmögliches Online-Erlebnis bieten und sicher sein, dass der Kunde wiederkommt. Mit dem Einsatz von Akamai hat Continental seine Website-Performance um 40 Prozent verbessert. Diese signifikante Verbesserung hat wesentlich zu einer Steigerung unserer Konversionsrate und unserer Umsätze beigetragen. Die Verbesserung der Ladezeiten für unsere Website hat uns zudem eine von Gomez vergebene Auszeichnung eingebracht, die den stärksten Rückgang der Antwortzeiten von der ersten gegenüber der zweiten Jahreshälfte würdigt.“

Starwood Hotels and Resorts

„Egal, ob unsere Kunden auf unsere Homepage gehen oder sich bei der Hotelzimmersuche und -buchung durchklicken – wichtig ist ein optimales Online-Erlebnis“, sagt **David Godzman, Vice President Global Web bei Starwood Hotels and Resorts**. „Akamai unterstützt uns darin, unseren Endnutzern ein solches bereitzustellen. Die Anzahl der monatlichen Online-Besuche und die Konversionsraten sind seit Einsatz des Dynamic Site Accelerator von Akamai stetig gestiegen. Durch die Verbesserung unserer Site Performance müssen unsere Kunden weniger Wartezeit für den Seitenaufbau in Kauf nehmen, können sich schneller durchklicken und ihre Reise buchen. Auf diese Weise konnten wir das Look-to-Book-Verhältnis verbessern. Hinzu kommt, dass wir weniger Geld und Mühe in die Infrastruktur investieren müssen und uns stattdessen auf die Weiterentwicklung unserer E-Commerce-Aktivitäten konzentrieren können.“

Hinweis an die Redaktion

Weitere Informationen und die vollständige Studie in elektronischer Form gibt es zum Download unter www.akamai.de/phocuswright_wp.html oder auf Wunsch bei: eloquenza pr unter akamai@eloquenza.de oder Tel.: +49 (0)89 24 20 38-0.

Zur Untersuchungsmethode:

PhoCusWright stützte sich bei der aktuellen Studie auf Nutzer in den USA, die über einen Internetzugang verfügen und private Reisen buchen. Um für die Studie in Frage zu kommen, mussten die Teilnehmer innerhalb der vergangenen zwölf Monate mindestens ein Reiseangebot, entweder eine Unterkunft und/oder einen Flug, selbst online gebucht haben.

Informationen über Akamai

Akamai® bietet marktführende Managed Service-Lösungen zur Beschleunigung von Videoinhalten, dynamischen Transaktionen und Unternehmensanwendungen über das Internet an. War Akamai vor gut zehn Jahren noch Pionier auf dem Content Delivery-Markt, so werden die Akamai-Services heute von den bekanntesten Markenunternehmen quer durch alle Branchen genutzt. Mit seinem globalen Netzwerk aus Zehntausenden weltweit verteilten Servern bietet das Unternehmen eine Alternative zu einer zentralisierten Webinfrastruktur – mit der für ein erfolgreiches Online-Geschäft nötigen Skalierbarkeit, Zuverlässigkeit, Transparenz und Performance. Akamai hat das Internet in eine wachstumsfähige Informations-, Unterhaltungs-, Interaktions- und Kollaborationsplattform verwandelt. Akamai macht den Unterschied. Mehr Informationen finden Sie im Internet unter <http://www.akamai.com>.

Unternehmenskontakt Akamai CER

Akamai Technologies GmbH
Betastraße 10b
85774 Unterföhring

Agenturkontakt Akamai

eloquenza pr gmbh
Anja Klauck / Svenja Op gen Oorth
Emil-Riedel-Str. 18
80538 München
Tel.: +49 (0) 89 242038-0
Email: akamai@eloquenza.de