



Unister

06.07.2012, 08:05 Uhr

„Wir nehmen die Kritik ernst“

von Arndt Aschenbeck

Eine turbulente Woche liegt hinter Unister. Unternehmenssprecher Konstantin Korosides nimmt gegenüber der fvw Stellung zu den Vorwürfen und gelobt Besserung.



Spricht für Unister: Konstantin Korosides.

Foto: Unister GmbH

fvw Warum häufen sich im Moment gerade die Berichte und Klagen über Unister? Haben Sie dafür eine Erklärung?

Konstantin Korosides Ein zentraler Grund sind Serviceprobleme. Wir waren auf Grund des schnellen Wachstums nicht mehr in der Lage jederzeit die gewünschte Servicequalität den Verbrauchern zu bieten. So haben wir in den letzten Jahren ein touristisches Servicecenter mit über 400 Mitarbeitern aufgebaut. Das ist in so kurzer Zeit natürlich eine riesige Herausforderung, aber noch immer nicht ausreichend. Dieses Problem bestand besonders in Buchungsstoßzeiten. Wir bedauern das sehr, dass wir hier unsere Kunden nicht perfekt zufrieden stellen konnten und entschuldigen uns auch hierfür ausdrücklich.

fvw Ihre Antwort geht leider ein wenig am zentralen Thema vorbei. In den Medienberichten spielen Ihre Serviceprobleme nur eine Nebenrolle. Vielmehr wird immer wieder die Unister-Praxis kritisiert, dass etwa auf Fluege.de oder Hotelreservierung.de eine Buchung schon ausgelöst wird, obwohl der Kunde noch keine Zahlungsdetails wie Bankverbindung oder Kreditkarte eingegeben hat – und denkt, er würde nur einen Preis recherchieren. Dieser Buchungsweg findet sich auch in den jeweiligen AGBs nicht wieder. Halten Sie ein solches Vorgehen für seriös?

Konstantin Korosides Die Aussage man könnte buchen, obwohl man sich lediglich in einer Preisrecherche befinde, ist unwahr und polemisch. Ohne Angabe aller notwendigen Buchungsdaten ist schlichtweg keine Buchung möglich. Sie werden mir zustimmen, dass im Falle von Rechnungszahlung die Aufnahme von Bank und Kreditkartendaten nicht von Nöten ist. Für Kunden ohne Kreditkarte wollten wir eine einfache Lösung bieten.

Wir hatten Anfang des Jahres eine umfangreiche Testversion live, welche zu Irritationen bei Usern führte. Nachdem vermehrt Feedback unserer Kunden und Veranstalterpartner kam, wurde daran gearbeitet. Das Resultat war eine optimierte Darstellung der Buchungsstrecke. Seitdem, und das werden ihnen Veranstalter auch bestätigen, hat sich diese Situation deutlich verändert.

fvw Wie weit hinterfragt Unister sein Handeln? Welchen Teil der Kritik nehmen Sie ernst?

Konstantin Korosides Natürlich nehmen wir die Kritik sehr ernst und wir sind auch bestürzt, dass das teils solche massiven Ausmaße angenommen hat. Wir sind derzeit dabei, uns einige wichtige Bereiche anzuschauen und stellen das auf den Prüfstand. Beispielsweise wurde letzte Woche der Button „Reservieren & weiter“ bei Hotelreservierung.de ersetzt durch „Buchen“, weil vermehrt Feedback zur Verständlichkeit des Begriffes „Reservieren“ kam. Sie können uns aber glauben, dass momentan eine ganze Vielzahl an Split-Tests im Hintergrund laufen, um einigen genannten Kritikpunkten entgegenzuwirken. Glauben Sie wirklich wir wären Marktführer, wenn jeder Kunde auf seltsamen Wegen geholt werden würde und unzufrieden wäre?

fvw Nun ja, die meisten Kunden holen Sie ja über Ihre TV- und Adwords-Werbung. Und die Frage ist, wieviele davon – wenn man sich die Berichte über Unister ansieht – ein zweites Mal bei Ihnen buchen. Welchen Sinn macht es, Millionen für TV-Imagewerbung auszugeben und gleichzeitig jede Menge negative PR in Form dieser TV-Beiträge zu bekommen, die das Image schädigen?

Konstantin Korosides Unser Geschäftsführer Thomas Wagner hat das Thema Kundenbindung zum absoluten Prioritäts-Thema erklärt, da er der Meinung ist, dass sich hier in den nächsten Jahren die Spreu vom Weizen

bei den Online-Anbietern trennen wird. Nur wer Kunden zu Stammkunden konvertieren kann, werde in diesem Markt dauerhaft überlebensfähig sein.

Quelle: <http://www.fvw.de/wir-nehmen-die-kritik-ernst/393/106693/11183>

© 2012 Verlag Dieter Niedecken GmbH, Alle Rechte vorbehalten