

„Der Urlaubsberater in der Hosentasche“: Wie die Tourismus-Branche und Urlauber von Kundenservice via Messenger profitieren

Kaum eine andere Branche ist derart beratungs- und serviceintensiv wie die Tourismusindustrie. Knapp die Hälfte aller Anfragen und Anliegen erfolgt dabei von einem mobilen Endgerät. Durch den gezielten Einsatz von Messengern im Kundenservice können Reiseanbieter mit geringem Aufwand nicht nur die Anzahl der Buchungen erhöhen – sondern auch die Kundenzufriedenheit deutlich steigern.

Entsprechend einer [Studie der Unternehmensberatung McKinsey](#) erfolgen 42 Prozent aller urlaubsbezogenen Anfragen mittlerweile von einem mobilen Endgerät – Tendenz stark steigend. Diese Anfragen umfassen alle Stationen der typischen Customer Journey: von der Suche nach Inspiration und Anregung für den nächsten Urlaub über die Planung und Buchung bis hin zur Bewertung und Weiterempfehlung.

Messaging ist beliebteste Aktivität auf dem Smartphone

„Nicht nur das Nutzungsverhalten – auch die Erwartungshaltung der Kunden in puncto schneller und persönlicher Kommunikation hat sich in den letzten Jahren massiv geändert“, bestätigt Tourismus- und Digitalexperte Matthias Mehner. Mittlerweile ist das so genannte Messaging die beliebteste [Online-Aktivität der Bundesbürger](#) auf ihren Smartphones – noch vor anderen Einsatzbereichen wie etwa dem Online-Banking, der Kartensuche und Navigation oder dem Konsum von Videos.

Neun von zehn Deutschen nutzen WhatsApp. Bereits mehr als drei Viertel der 50- bis 69-Jährigen (78,6 Prozent) setzen in der Kommunikation mit Freunden, Verwandten und Kollegen auf die grüne Messenger-App aus dem Facebook-Konzern. Dabei möchte jeder zweite Deutsche zukünftig WhatsApp nicht nur weiterhin privat nutzen, sondern auch für Kommunikation mit Unternehmen, bestätigt eine aktuelle [Umfrage von INNOFACT](#).

Dank Messenger persönliche Beratung wie im Reisebüro auch unterwegs

„Vor diesem Hintergrund ist die Integration von Messaging-Apps wie WhatsApp oder Apple Business Chat ein effizienter Hebel für Reiseanbieter. Alle Kunden schätzen im Reisebüro oder beim Reiseveranstalter vor allem die Vertrautheit zu ihrem persönlichen Ansprechpartner. Über WhatsApp und Co. kann persönliche Beratung auch über digitale Kommunikationswege effektiv und einfach angeboten werden,“ sagt Matthias Mehner, Chief Marketing Officer des SaaS-Anbieters [MessengerPeople](#).

„Enormes Erfolgspotenzial für Reisebüros und Veranstalter“

Der Einsatz von WhatsApp und Co. als Service-Kanal birgt ein enormes Erfolgspotenzial für die Tourismus-Branche. Schließlich nutzen rund [80 Prozent der Reisenden auch während des Urlaubs mobile Endgeräte für die Kommunikation](#). Nur sieben Prozent nutzen während des Urlaubs überhaupt keine mobilen Endgeräte.

Mehner: „Der Einsatz von Messenger im Kundenservice bietet Reisebüros und -Veranstaltern verschiedene Vorteile: Zum einen können sie sich als innovativer Anbieter mit verhältnismäßig geringem Aufwand vom Wettbewerb abheben und ihre Beratung noch effizienter gestalten. Durch die Automatisierungsmöglichkeiten via Messenger kann auch ganz einfach ein 24-Stunden-Service angeboten werden. So ist der persönliche Reiseberater immer in der Hosentasche dabei.“

Mit Messenger und Chatbots effizienten Service für Urlauber bieten

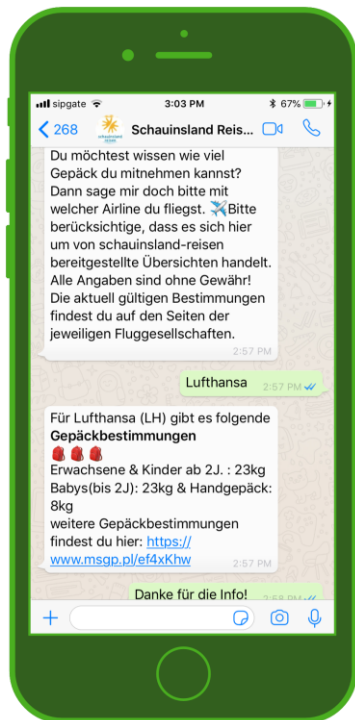
Ein großer Vorteil von Messenger liegt in ihrer Vielseitigkeit: So lassen sich via WhatsApp und Co. Dokument wie Buchungsbestätigungen, Zahlungserinnerungen oder Änderungen im Reiseablauf (bspw. aktuelle Flugzeiten, geänderte Gates) ebenso einfach versenden wie Informationen in Form von Fotos (etwa im Falle einer Beschwerde bspw. einem dreckigen Hotelzimmer) empfangen.

Mit relativ geringem Aufwand kann auch ein Chatbot aufgesetzt werden, der Kundenanfragen automatisiert beantworten und weitere Informationen für den gelungenen Urlaub bieten – rund um die Uhr und unabhängig von Zeitzonen oder Öffnungszeiten.

So nutzt etwa die [Four Seasons-Hotelkette gleich mehrere Messenger](#), wie WhatsApp und den Apple Business Chat, um Gästen vollautomatisiert die Suche nach verschiedenen Hotels in mehreren Sprachen zu ermöglichen. Und auch [Marriott](#) setzt Chatbots für fast 5.000 Hotels der Gruppe ein, um beispielsweise Reservierungen zu bestätigen, Änderungen vorzunehmen, das Guthaben zu verwalten oder Vouchers einzulösen.



Video zu digitalem Reiseassistenten – für konkrete Fragen zu einer Reise – via Messenger:
https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=A1tC-GOoZWM



Im Rahmen des Kundenservice beantwortet der Reiseveranstalter **Schaunsland Reisen** die wichtigsten und häufigsten Fragen seiner Kunden via Chatbot (bspw. Fragen zu Buchungen, zur Bezahlung, Flug-Informationen, Stornierungen oder Sightseeing-Empfehlungen). Und auch Destinationen kümmern sich um ihre Gäste vor Ort mit Hilfe von Chatbots. Der **Chatbot ALOIS der Stadt Tirschenreuth** nimmt Urlauber täglich 24 Stunden an die Hand. ALOIS beantwortet alle Fragen von „Wo ist ein WC?“ bis zu „Welche Events gibt’s heute?“ – und erteilt auch Auskunft zu regionalen Begrifflichkeiten wie „Zoigl“. Damit bietet die Destination eine 24-Stunden-Erreichbarkeit für ihre Zielgruppe, die so auch noch abends im Bett Informationen über das Wetter in den nächsten Tagen, Wanderrouten oder regionale Gepflogenheiten bekommt.

„Nicht nur während der Reise – auch bei der Entscheidungsfindung für ein Reiseziel lassen sich erfolgreich Chatbots einsetzen“, berichtet Messenger-Experte Matthias Mehner. So lässt sich mit Hilfe unseres Chatbot Builders – der in unsere Messenger Communication Plattform integriert ist - „selbst von Laien ohne jegliche Programmierkenntnisse“ binnen weniger Minuten **ein Bot aufsetzen, der beispielsweise gezielt Fragen zu den Reisewünschen des Kunden** stellt – etwa zu Klima, Region oder Reiseart – und ihm auf dieser Grundlage entsprechende Angebote unterbreitet.

Video zu digitalem Reiseberater via Messenger:
<https://www.youtube.com/watch?v=CW8tz1OVxDA>

Messenger Kundenservice: DSGVO-konform und Ende-zu-Ende verschlüsselt

„Lange Zeit herrschte in halb-informierten Kreisen die Befürchtung, dass via Messenger verschickte Informationen quasi öffentlich sind oder gegen den Datenschutz verstoßen“, sagt Mehner. Dabei bieten die Business-Lösungen der beliebtesten Messenger längst eine professionelle, Ende-zu-Ende-verschlüsselte und vollkommen DSGVO-konforme Möglichkeit für den Kundenservice. „Generell gibt es keine Einschränkungen, welche Daten Unternehmen und Kunden über Messenger austauschen. Wichtig ist, dass das Unternehmen



vorher darüber umfassend aufklärt, was mit den Daten passiert und die Legitimation des Kunden vorliegt“, bestätigt Dr. Carsten Ulbricht, einer der bekanntesten Rechtsanwälte für Internet- und Social Media-Recht in Deutschland.

Payment via Messenger

Neben der Möglichkeit, datenschutzkonform und rechtssicher Buchungen abzuschließen oder persönliche Informationen zu verschicken, ist es mittlerweile sogar möglich, direkt über Messenger zu bezahlen. Im Dezember 2018 rollte Apple seine Payment-Funktion Apple Pay (Motto: „Einfach. Sicher. Bezahlen“) in Deutschland aus – unterstützt von Partnern wie der Deutschen Bank, der HypoVereinsbank oder den Kreditkartenunternehmen VISA, Mastercard und American Express.

„Das Beste aus beiden Welten“

„Mit der Möglichkeit, finanzielle Transaktionen vorzunehmen, kann die komplette Customer Journey eines Reiseanbieters in Messenger-Apps abgebildet werden“, so MessengerPeople-CMO Matthias Mehner. „WhatsApp und Co. führen die Beziehung zwischen Kunde und Reiseanbietern wieder zurück in den echten Dialog – und bringen dadurch das Beste aus zwei Welten zusammen: Sie verbinden die Möglichkeit der hoch qualitativen und persönlichen Beratung des Reiseanbieters vor Ort mit der Geschwindigkeit, Bequemlichkeit und Unabhängigkeit der digitalen Kommunikation.“

Weiterführende Links:

<https://www.messengerpeople.com/de/reisebranche-messenger-kundenservice/>

(Grundlagenartikel: „Messenger in der Reisebranche“)

https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=A1tC-GOoZWM (Video: „Chatbots als persönlicher Reiseassistent“)

<https://www.youtube.com/watch?v=CW8tz1OVxDA> (Video: „Chatbots bei der Reiseberatung“)

<https://www.mesaic.co/en/blog/travel-tech-the-rise-of-messaging-in-the-tourism-industry/>

<https://www.netzvitamine.de/blog/daten-fakten-2018-online-reisemarkt-deutschland.html>

Über MessengerPeople

MessengerPeople ist einer der Pioniere im Bereich Messenger Services und heute der führende Software-as-a-Service-Anbieter für Kommunikation über Messenger-Apps. Die innovative Messenger



Communication Plattform ermöglicht Unternehmen professionelle Kundenkommunikation über [WhatsApp](#) – mit Anbindung an die WhatsApp Business API –, [Apple Business Chat](#), Facebook Messenger, Telegram und Viber. MessengerPeople arbeitet mit den größten Messenger-Unternehmen der Welt offiziell zusammen.

Über 1.800 – darunter etwa ein Drittel der DAX-Konzerne – in über 60 Ländern nutzen bereits die MessengerPeople Lösung. Das Erfolgs-Start-up wurde 2015 von Franz Buchenberger und Maximilian Tietz als WhatsBroadcast GmbH gegründet. Seit August 2018 ist das Münchner Unternehmen als MessengerPeople bekannt und beschäftigt derzeit über 65 Mitarbeiter aus 10 Ländern. Weltweit nutzen mehr als 13 Millionen Menschen die MessengerPeople Messenger Services. 2017, 2018 und 2019 wurde das Unternehmen vom Wirtschaftsmagazin brand eins als „Innovator des Jahres“ ausgezeichnet.

Bei Rückfragen:

Patrick Kügler
PR & Media Relations
+49 (0) 177 56 46 017
patrick.kuegler@messengerpeople.com

MessengerPeople GmbH
Herzog-Heinrich-Str. 9
80336 München
[MessengerPeople.com](https://messengerpeople.com)

Katharina Kremming
Communications & Event Manager
+49 89 / 416 173 195
Katharina.Kremming@MessengerPeople.com



Das bieten moderne Messenger-Service-Tools

Professionelle Messenger-Service-Lösungen bieten Unternehmen heute bereits eine rechtssichere Möglichkeit für Kundenservice und Zielgruppenkommunikation:

Browserbasiertes Ticket-System: Mit der u.a. vom Wirtschaftsmagazin „brand eins“ ausgezeichneten Messenger Communication Plattform (MCP) hat der Software-as-a-Service-Anbieter MessengerPeople das erste browserbasiertes Ticket-System für Kundenservice via Messenger entwickelt. Eingehende Anfragen können zentral verwaltet und einzelnen Teammitgliedern via Autorouting (oder manuell via Drag-and-Drop) zur Bearbeitung zugewiesen werden.

Rufnummern-Mitnahme: Die meisten Unternehmen haben ihre Service-Telefonnummer über Jahre hinweg auf zahlreichen Kanälen kommuniziert. Da browserbasierte Messenger-Lösungen für den Kundenservice ohne Smartphone und Mobilnummer auskommen, kann die vertraute Rufnummer auch für den WhatsApp-Service und andere Messenger-Plattformen „bruchlos“ übernommen werden.

Intuitive Bedienung: Messenger-Service-Lösungen wie die „Messenger Communication Plattform“ sind einfach in der Bedienung. Die Benutzeroberfläche ist übersichtlich und intuitiv gestaltet und kann ohne großen Administrationsaufwand umgehend im Browser gestartet werden. Eine spezielle API ermöglicht die Anbindung an bestehende Systeme im Kundenservice (CRM, Accounting).

Datenschutzkonformität: Über ein individualisierbares Kontakt-Widget ist ein datenschutzkonformer und rechtssicherer Messenger-Kundenservice sichergestellt. Professionelle Lösungen erfüllen sämtliche Anforderungen der DSGVO (u.a. Einwilligung der Nutzer via Double-Opt-In, Datenverarbeitung und Dokumentation).

Automatisierung: Durch vordefinierte Chatbausteine (bspw. Antworten auf regelmäßige Anfragen) und einen Chatbot Builder lassen sich auch ohne Programmierkenntnisse automatisierte Dialoge bauen, um die Qualität und Effizienz im Kundenservice zu erhöhen. Chatbots ermöglichen eine durchgehende Erreichbarkeit sowie Basis-Support auch außerhalb der normalen „Telefonzeiten“.

Engagement-Tools: Spezielle Bausteine für Gewinnspiele, Umfragen oder Quizze bieten verschiedene Möglichkeiten, um auf unterhaltsame Weise die Interaktion mit der Zielgruppe zu erhöhen und das Engagement mit der Zielgruppe zu steigern.

Statistiken und Reporting: Die zentrale Verwaltung der Anfragen sowie individualisierbare Labelling-Funktionen erhöhen die Effizienz und Produktivität im Kundenservice. Verlauf und aktueller Stand der Bearbeitung sind jederzeit einsehbar. Spezielle Analyse-Tools ermöglichen via Mausklick eine visuelle Evaluation, um den Erfolg des Messenger-Kanals intern wie extern (z.B. gegenüber Werbekunden, Investoren, Geschäftspartnern) darzustellen.

Offizielle Lösung für Unified Messenger Service: Seriöse Messenger-Service-Anbieter sind von den Plattform-Betreibern wie Facebook oder Apple als offizielle „Business Solution Provider“ verifiziert und bieten eine rechtssichere Anbindung an die beliebtesten Messenger-Apps. So können Unternehmen legalen Service zentral über verschiedene Messenger wie WhatsApp, Apple Business Chat, Facebook Messenger, Telegram und Viber leisten.

