

Erklärung an die Medien

Die Deutsche Presse-Agentur dpa verbreitet derzeit über ihren Themendienst eine Meldung mit dem Titel „Test: Topangebote auf Reiseschnäppchen-Blogs sind nicht exklusiv“. Sie beruft sich darin auf die OTS-Meldung einer Zeitschrift vom Vortag mit dem Titel „Test Schnäppchenportale - Urlaubspiraten, Travelzoo & Co.: Was sie wirklich taugen“.

Zu dem Test und der anschließenden Meldung nehmen

- die Geschäftsführer der UNIQ GmbH, Daniel Krahn und Daniel Marx, für Urlaubsguru.de (Note: gut)
- der Geschäftsführer der Hamster IT GmbH, Christoph Prinzing, für Urlaubshamster.de (Note: befriedigend)
- der Betreiber von Urlaubstracker.de, Jonas Schulze Dieckhoff, aus Stuttgart (Note: ausreichend)
- Chefredakteur von exbir.de, Christian Maskos, (Note: ausreichend)
- Christian Würdemann für triptroll.de

wie folgt Stellung.

1. Die Zeitschrift, die den Test veröffentlicht hat, unterliegt einem wesentlichen Interessenkonflikt. Wer die Internetseite des Verlages aufruft, wird dies sofort erkennen. Es kann nicht sein, dass – um einen kleinen Vergleich herzustellen – die Stiftung Warentest Autohändler testet, dann im eigenen Onlineshop aber selbst den Kauf von Autos ermöglicht. Hier ist aber genau das der Fall. Die Autoren des Originaltextes machen direkt im zweiten Absatz des Fließtextes keinen Hehl aus diesem Umstand, indem sie ausführen: „Doch auf die Freude folgt die Ernüchterung: Beim Preischeck wirft unser Vergleichstool [auf der Internetseite der Zeitschrift] beim Abgleich von 80 Veranstaltern exakt denselben Preis aus.“
2. Die Überschrift der Themendienstmeldung („Test: Topangebote auf Reiseschnäppchen-Blogs sind nicht exklusiv“) legt nahe, dass genau dies von den Machern der Blogs behauptet wurde. Das Gegenteil ist der Fall. Keines der getesteten Reiseschnäppchen-Blogs hat jemals behauptet, die auf dem jeweiligen Blog vorgestellten Inhalte seien exklusiv. Aufgabe und Arbeitsweise der Blogs ist es, im Ozean der eher mittelmäßigen und/oder eher teuren Angebote die wahren Schnäppchenperlen zu finden, diese zu publizieren und sie so einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Es ist sehr bedauerlich, dass die harte Arbeit von engagierten Redakteuren auf diese Weise in Misskredit gebracht wird. Sollten Reiseblogs in einzelnen Beiträgen von Exklusivität sprechen, so liegt diese auch vor. Denn wegen des wachsenden Erfolges kommt es durchaus vor, dass Reiseveranstalter auf die Betreiber von Blogs heran treten und mit ihnen oder über sie exklusive Reisen anbieten.
3. Zeitschrift und dpa Themendienst kritisieren, dass es sich bei den auf den Blogs vorgestellten Reisen teilweise um eine „willkürliche Kombinationen aus Billigfliegern und beliebigen Billighotels“ handele. Hierzu stellen wir erneut fest, dass der Autor des Tests – wie eingangs erwähnt – auf seiner

Internetseite selbst Reisen anbietet und dass hier ein Interessenkonflikt vorliegt. Außerdem weisen wir darauf hin, dass es nicht ungewöhnlich ist, Flug, Hotel und andere Reisebestandteile einzeln zu buchen. Wenn am Ende der Preis dadurch günstiger sein sollte als bei einer Pauschalreise, so ist das im Sinne des Urlaubers. Wenn Reisebüros einen solchen Service nicht leisten können oder wollen, ist das die eine Sache. Urlaubsblogs für einen solchen Service aber zu kritisieren, ist unsachgemäß. In Abgrenzung zum Reisebüro oder einfachen Reisevertriebseinheiten über das Internet leisten die Redaktionen der Blogs eben einen entscheidenden Mehrwert für die Leser. Diese Verfremdung von Fakten grenzt an gezielte Desinformation – leider wurden diese Behauptungen der Zeitschrift von anderen Journalisten nicht auf ihre logische Aussagekraft hin überprüft. Von „Pseudo-Pauschalreisen“ oder „Pauschalreisen“ ist im Übrigen auf den meisten Blogs niemals die Rede gewesen, wenn es sich nicht explizit um Pauschalreisen handelt. Originaltext und verbreitete Themendienstmeldung enthalten somit Unterstellungen und eine unsachgemäße Betonung der eigenen Meinung. Dies ist den Mitarbeitern aller Reiseschnäppchen-Blogs gegenüber ungerecht und diffamiert auf unzulängliche Weise den Charakter der Internetseiten.

4. Die Zeitschrift wirft den Portalbetreibern vor, dass die dort vorgestellten Schnäppchen zeitlich nur begrenzt verfügbar seien. In der Tat ist dieser Umstand zwar insgesamt bedauerlich, aber eine logische Notwendigkeit. Ein Flugzeug hat nun einmal eine begrenzte Kapazität. Gleiches gilt für Unterkünfte. Niemand kann zaubern – das wollen wir auch gar nicht können und empfinden es als unfair, dass uns unterstellt wird, wir würden dies behaupten.
5. Die Zeitschrift unterstellt den Blogs, Aufmachung und Schreibe seien unprofessionell. Dieser Kritik würden wir uns stellen – wenn die Gegenseite selbst journalistische Standards beachten und einhalten würde. Dies allein auf die Ansprache der Leser (manche Blogs duzen die Nutzer) zu beziehen, ist eine Frechheit. Die Tatsache, dass bei vielen Blogs ausgebildete Redakteure arbeiten und deren sehr gute Leistung auf diese Weise diffamiert wird, ist nicht hinzunehmen.
6. Der Test ist insgesamt nicht transparent. Weder wurde dargelegt, wie genau getestet wurde, noch wurden die Ergebnisse fair miteinander verglichen. Einige Blogs werden für Details gelobt, die auf anderen Blogs ebenso praktiziert werden – fraglich bleibt, ob dies bei der Beurteilung mit eingeflossen ist.
7. Das Vorgehen der Zeitschrift erweckt bei uns den Eindruck, als komme es darauf an, Werbung für die eigene Sache zu machen. Das liegt nicht zuletzt auch daran, dass der Geschäftsführer und Chefredakteur der Zeitschrift höchst selbst den „Teilnehmern“ ein Siegel zur Verfügung gestellt hat, das Werbung für die eigene Zeitschrift macht. Dieses Siegel könnten die Blogs ja nutzen, um auf diesen Test und das gute Abschneiden hinzuweisen. Diese Form der Zusammenarbeit lehnen wir ab, wenn vorab nicht seriös gearbeitet wurde. Werbe-Postings des Verlags auf den Facebook-Seiten diverser getesteter Blogs wurden durch die Betreiber gelöscht. Wir werden uns auch künftig nicht mit fremden Federn schmücken – oder die Federn von Leuten annehmen, die sich nicht an gewisse Standards halten.

8. Wir alle freuen uns über konstruktive, offene und ehrliche Formen der Zusammenarbeit. Wer uns aber für Dinge kritisiert, die er selbst nicht erfüllt – und wenn man dann noch eher Mitbewerber ist als neutraler Journalist – dann haben wir an einer Kooperation keinerlei Interesse. In diesem Zusammenhang ist es sehr bedauerlich, dass Agentur-Journalisten ihre Quelle in diesem einen Fall nicht genauer überprüft haben und einer OTS-Meldung zu große Bedeutung beigemessen haben. Wir haben überlegt, eine juristische Auseinandersetzung zu diesem Thema zu beginnen, haben uns dann – vor allem im Sinne unserer Leser, die zu Recht gute Arbeit von uns verlangen – dazu entschieden, es mit dieser Erklärung gut sein zu lassen. Die Durchsetzung einer Gegendarstellung in der betreffenden Zeitschrift ist hiervon explizit ausgenommen.

Es folgen noch individuelle Stellungnahmen zu den einzelnen Projekten.

Daniel Krahn und Daniel Marx stellen für die UNIQ GmbH / Urlaubsguru.de fest:

- In einer Tabelle im Bericht wird behauptet, dass Urlaubsguru.de täglich einen Newsletter versende. Dies ist nachweislich nicht der Fall und damit ein Fehler. Ferner wird unterhalb der Tabelle erklärt, dass der Test im Dezember 2014 durchgeführt wurde. Als Betreiber von Urlaubsguru.de wird aber die Krahn & Marx GbR genannt, die aber seit August 2014 nicht mehr existiert. Die UNIQ GmbH ist Rechtsnachfolgerin der Gesellschaft bürgerlichen Rechts und auch dieses Detail belegt die ungenaue Arbeitsweise der Autoren des Tests.
- Mit unseren Inhalten wollen wir gezielt eine breite Masse von Lesern ansprechen. Wir sind für alle da und veröffentlichen dementsprechend mehr Deals pro Tag, die aber allesamt mit Liebe zum Detail geschrieben werden. Mit beinahe 100 Mitarbeitern ist UNIQ mehrfach ausgezeichnet worden.
- Wir haben einen hohen Service-Maßstab an uns und unseren Blog. Dass unser Reisebüro 2.0, ein Forum, in dem unsere Reise-Experten individuelle Anfragen und Urlaubswünsche der Leser beantworten, mit keinem Satz erwähnt wird, überrascht uns. Denn dieses Alleinstellungsmerkmal zeichnet die Arbeit des Team von Urlaubsguru.de maßgeblich aus. Der Test ist daher nicht nur oberflächlich und intransparent – sondern auch in hohem Maße unvollständig.

Christoph Prinzinger stellt für Urlaubshamster.de fest:

- Es ist eine Unterstellung, dass neue Angebote nach einem Tag Laufzeit ausgebucht oder teurer sind.
- Unser Newsletter und das Angebot „Wunschreisen“ wird nicht erwähnt.
- Der Autor verschweigt zudem, dass wir ein eingetragenes Reisebüro sind.
- Wenn von „vergleichsweise alten Angeboten“ die Rede ist, mangelt es uns vollkommen an Verständnis. Wir bringen täglich aktuell neue Angebote. Alle sind aktuell.
- Wir sind ein junges und dynamisches Unternehmen. Wir haben uns dazu entschieden, unsere User zu duzen und damit durchgehend gute Erfahrungen gemacht. Wenn das nicht dem Geschmack des

Testers entspricht, muss er diese Meinung als solche kennzeichnen und nicht ein pauschal gültiges Urteil fällen, das subjektiven Charakter hat. Hier handelt es sich ganz klar nicht um eine objektive Tatsachenbehauptung.

- Wir haben unsere Beitragsdichte bewusst so gewählt: Für uns ist Qualität wichtiger als Quantität und wir zielen ganz bewusst auf das Thema Übersichtlichkeit ab.
- Der Reisefinder ist nur auf Urlaubshamster.at verfügbar und nicht – wie getestet – auf Urlaubshamster.de – ein weiterer Fehler, der die ungenügende Arbeitsweise der Zeitschrift untermauert.

Jonas Schulze Dieckhoff, Betreiber von Urlaubstracker.de, ergänzt:

- Die Entscheidung, Besucher in Du-Form anzusprechen, ist damit zu begründen, dass dies auf Grundlage eigener mehrjähriger Erfahrung Teil der Blog-Kultur ist und die überwiegende Mehrzahl unserer Besucher einer jüngeren Altersgruppe angehört.
- Vom Autor wird verschwiegen, dass Nutzer uns über ein Formular Wunschreisedaten und Ziele zukommen lassen können und wir diese dann individuell bearbeiten.
- Es wird beklagt, dass neue Angebote schnell ausgebucht bzw. zu teureren Preisen verfügbar sind. Hierfür wird eigens eine Smartphone-App bereitgestellt, mit der per Filter-Funktion Reiseziele abonniert werden können und die Nutzer direkt bei Erscheinen eines neuen, zutreffenden Artikels informiert werden. Dies verringert das Risiko, dass Interessierte ein Schnäppchen verpassen. Diese Tatsache wird im Artikel leider an keiner Stelle erwähnt.

Christian Maskos, Chefredakteur bei exbir.de, stellt klar:

- Im Fließtext wird über die Arbeit der Redakteure aller Schnäppchenseiten abwertend geurteilt: „Unseriös wird es immer dann, wenn die Redakteure selbst zu Reiseplanern werden.“: Das Gegenteil ist bei Exbir der Fall. Unsere Redaktion hat über 100 Länder bereist, über 2000 Flüge mit über 200 Airlines absolviert – wir berichten aus eigener Erfahrung. Wir haben Fähren, Linienbusse oder Sammeltaxis selbst benutzt. Bei Hotel & Hostelangeboten setzen wir auf die Größen der Branche wie Expedia, Ebookers, Hostelbookers u.ä., wo der Kunde neben unserer Einschätzung auch Bewertungen der Gäste vorfindet.
- Exbir hat ein Partnerreisebüro, bei dem Kunden, die klassische Urlaubsreisen buchen möchten telefonisch beraten werden – wir bieten den selben Service wie jedes Reisebüro mit erfahrenen Reiseverkehrskaufleuten – und zeigen zusätzlich auf, wie es ohne die Nutzung von Veranstaltern billiger geht.
- Exbir steht für Extrem Billig Reisen und Urlaub – Pauschalreiseangebote sind also nur ein kleiner Teil unseres Portfolios. Exbir richtet sich insbesondere auch an Individualreisende und Backpacker - die nicht in klassische Urlaubsregionen reisen: Flugangebote&Reisen an den Baikalsee, Siebenbürgen oder Südostanatolien. Angebote die von Veranstaltern nicht angeboten/abgedeckt werden. Ein Vergleich mit der Suchmaschine des Testherausgebers und klassischen Reisebüros ist

daher irreführend.

- Exbir verweist immer auf den billigsten Buchungskanal - das ist häufig aber nicht immer die eigene Flugsuche. Deeplinks zu Flugangeboten gehören zum Alltag.
- Exbir ist auch eine Reisecommunity: Nutzer können Fotos hochladen, Blogbeiträge schreiben, Tipps posten, Fragen stellen oder Airports eintragen und eine Flugkarte erstellen.

Christian Würdemann stellt für TripTroll.de fest:

- TripTroll ist eine Reise-Schnäppchen-Community. Wir sind eine Gemeinschaft von Reisefans, welche das Internet nach den günstigsten Flügen, Hotels und Pauschalreisen durchstöbert. Die Community veröffentlicht diese Reiseangebote für jeden Nutzer kostenfrei, um damit andere Reisefans zu begeistern.
- Die Preise von Reiseangeboten können sich jede Minute ändern. Wir überprüfen die auf unserer Seite hinterlegten Reiseangebote regelmäßig auf Aktualität. Wenn Angebote nicht mehr aktuell sind, werden diese entfernt. Die Zeitschrift kritisiert, die Angebote wären "zum Teil 11 Wochen" (in der Tabelle) bzw. "11 Monate" (im Text) alt und nicht aktuell. Unabhängig von dem offensichtlichen Flüchtigkeitsfehler der Zeitschrift ist die Aussage in keinem Fall korrekt. Das derzeit älteste Angebot stammt aus dem Juli 2014, ist damit 6 Monate alt und alle Angebotsdaten sind immer noch aktuell.
- Die Aussage "Viele Angebote sind zwar buchbar, i.d.R. aber nicht zu den angegebenen Preisen" suggeriert, dass die Mehrzahl der Angebote nicht zu den angegebenen Preisen buchbar sind. Dies ist schlichtweg falsch.
- Das im Artikel der Zeitschrift als von unserer Webseite stammend gekennzeichnete Angebot "Prag 2 Nächte auf 4*-Design-Hotel-Yacht inkl. Frühstück und 3-Gänge Menü für nur 69€" ist so nicht korrekt dargestellt. Das Angebot auf unserer Webseite endet mit "... 3-Gänge-Menü für 69€/Person". Die Zeitschrift hat hier eine wesentliche Angebots-Information weggelassen.
- Insgesamt scheint der Beitrag in der Zeitschrift nicht gründlich recherchiert. Nach welchem Schema die Wertung erfolgt, wird nicht transparent gemacht und wirkt willkürlich.