

Aus „Global Traveller News“ vom 13.03.2000
Übersetzung: Ralf Ermisch

Welche Schande!

Glosse von Andrew Warner

Chicago (AW). Nein, ich wollte nicht zum Mars, nicht einmal zum Mond. Ich wollte einfach nur ein Hotelzimmer in Berlin für einen kurzen Besuch der "ITB" ("Internationale Tourismus Börse"). Sie wissen schon: Das ist *die* Messe, auf der die Reisebranche zeigt, wie schnell, gut und problemlos Reisen im Informationszeitalter ist.

Die freundliche junge Dame in meinem Lieblingsreisebüro begann mit Ihrem mitleidsvollen "Uuuuuhhh" aber schon, als ich meine Frage nach einem Zimmer noch gar nicht zu Ende hatte. "Berlin", so erklärte sie mit unheilverkündendem Blick lapidar, "ist völlig ausgebucht."

Leidvolle Erfahrungen haben mein Hirn pessimistisch gemacht. Nahtlos begann es, diese Nachricht in unerfreuliche Bilder zu übersetzen: Ich sah mich die Nächte frierend am Straßenrand zubringen. Aber mein Verstand rief: "Nein!" Die Hochtechnologie des 3. Jahrtausends läßt für solche Alpträume keinen Platz. Das Internet und die vielen Dutzend Hotelreservierungs-Systeme mit Ihren millionenteueren Großrechnern und weltumspannenden Datenhighways würden sicher ein Bett für mich finden.

Die besten Chancen rechnete ich mir bei "Expedia.com" aus, schließlich sitzt dort das große Geld. Keine 10 Minuten später hatte ich bereits eine erste grobe Vorstellung davon, wie hochkompliziert eine an sich einfache Sache wie die Hotelreservierung in der Praxis doch ist. Bill Gates' Usability-Center gab sich zwar alle erdenkliche Mühe, mich durch einen nicht enden wollenden Buchungs-"Prozeß" zu begleiten. Aber das blieb 20 lange Minuten leider ohne Erfolg. Die Erkenntnis, daß High-Tech Lösungen wie "Expedia" definitiv nicht für dumme Menschen wie mich gemacht sind, traf mich hart.

Vielleicht führt weniger Geld zu einfacheren Lösungen? Zweiter Versuch also bei "Travel24.com". Kurz vor dem geplanten Börsengang hatten die hoffentlich noch nicht genug Geld für Komplikationen im Stil von "Expedia". Ich behielt Recht. Leider deutlich mehr als mir lieb und der Sache dienlich war: Sie hatten nicht einmal das Geld für funktionierende Webseiten. Ein weißer Bildschirm war das wiederkehrend unergiebig Resultat mehrerer Versuche. Immerhin - der Bildschirm war wenigstens nicht blau.

Einige URL's später bestätigte ein Blick auf die Uhr meine schlimmsten Ahnungen: Über drei Stunden waren vergangen. Irgendwie hatte ich mir das völlig anders vorgestellt. Auf die Ochsentour durch die Homepages der großen Hotelketten verspürte ich nicht die geringste Lust: Wer surft schon gerne durch Dutzende von Seiten ohne jede Aussicht auf Erfolg? Kettenhotels sind bei Großereignissen und Messen erfahrungsgemäß wenigstens ausgebucht, meist überbucht. Außerdem: Zu Fuß durchs World Wide Web? Nicht im Zeitalter von Suchmaschinen! Und bitte nicht mit mir...

Also probierte ich ein nationales deutsches System aus. HRS.de wirkte groß und kompetent. Dieser Eindruck schwand allerdings schlagartig, als ich nach der Eingabe von "Berlin" das große Schild las: "Wegen der derzeitigen Messe können Sie derzeit leider keine Hotels online buchen." Aha, wann denn dann? Vielleicht an messefreien Wochenenden, wenn alle Häuser leer sind??? Welche Schande für den deutschen Marktführer! Ist nicht gerade eine Messesituation die beste Gelegenheit für ein Hotelreservierungssystem, sich zu profilieren? HRS hängt statt dessen ganz einfach ein "Geschlossen"-Schild in die Tür! Bei *der* Einstellung sollte man ihnen empfehlen, am besten gleich das ganze Business an den Nagel zu hängen!

Ganz anders bei "Hotel2000.de": Kleine grüne Häkchen neben den Hotels zeigten freie Zimmer und Buchbarkeit an. Leider fehlten - wie übrigens bei den meisten Systemen- die Telefonnummern der Hotels. Keine Chance also, vor der Buchung nach dem dringend benötigten Computeranschluß zu fragen. Und das alles nur aus Angst, ihre 10-40% Provision zu verlieren, wenn der Traveller direkt bucht. Etwas mehr Kundenorientierung und etwas weniger Geldgier würden vielleicht langfristig mehr Erfolg bringen...

"Tourisline.de" versprach "Click on and check in". Ja genau! Das war's, was ich seit Stunden suchte. 466 Hotels in Berlin. Die konnten nicht alle ausgebucht sein. Daß ich allerdings gleich als ersten Schritt des Buchungs-"prozesses" einen umfangreichen Fragebogen ausfüllen sollte, machte mich höchst ärgerlich. Ich mag nicht Tausende von Fragen, bevor man mir überhaupt sagt, ob Zimmer frei sind. Zum Teufel mit solchen "User-Profiles"! Widerstrebend siegte meine Verzweiflung über meinen Ärger. Zähneknirschend füllte ich das ungeliebte Teil aus und konnte schon wenige Minuten später den "OK"-Button drücken. Gott sei Dank war der Bildschirm nicht blau, sondern weiß... Gelegentlich muß mir mal jemand erklären, woher die Jungs bei "Tourisline" den Mut nehmen, mit einem so unreifen und unfertigen Produkt auf den Markt zu gehen. Ich fühlte mich völlig verar..

Entmutigt probierte ich als letztes einen Newcomer: "Check-Inn.com". Deren Behauptung "Weltgrößtes Hotel-Informationssystem" hatte ich allerdings an anderen Stellen auch schon mehrfach gelesen. Wahrscheinlich wieder so eine Amateurwebsite, die bloß den Mund recht voll nimmt. Wie falsch: "Check-Inn.com" zeigte mir in Berlin auf Anhieb über 640 Unterkünfte. Besser noch: Ich fand vollständige Adressen mit Postleitzahl, Faxnummern, e-mail Adressen, Bildern. Und: Telefonnummern! Heureka - was für ein Standard: Einfach vorbildlich.

Und tatsächlich: Bereits mit dem dritten Telefonat hatte ich mein Zimmer: Mitten in Berlin und für lächerliche 110 DM pro Nacht im Doppelzimmer. Es geht also doch! Sogar so, daß beim Traveller kein Wunsch mehr offenbleibt.

Ergebnis nach insgesamt 7 1/4 (!) Stunden Webrecherche: "Check-Inn.com" war das einzige System, mit dem ich während der ITB in Berlin noch ein freies Zimmer fand. Und weil mir Masochismus nicht liegt, werde ich mir die ersten sieben beim nächsten Mal schenken!