

Frankfurt, 25. Juli 2018

Pressemitteilung

Von fremden Ländern, Menschen und Abenteuern: Die AGOF facts & figures Reise beleuchten die Reiselust der Deutschen

Die neueste Sonderanalyse untersucht die Zielgruppenpotenziale für Werbungtreibende aus dem Reise- und Touristiksegment

Der Sommer zählt für viele immer noch zur Hauptreisezeit des Jahres. Was liegt also näher, als sich passend dazu das Urlaubsverhalten der deutschen Onliner etwas näher anzusehen? Immerhin haben 71,2 Prozent der digitalen User in den letzten zwölf Monaten mindestens eine Urlaubsreise unternommen, 17,3 Prozent davon sogar zwei oder mehr. Auf der Beliebtheitskala lag dabei der Bade- oder Sonnenurlaub mit großem Abstand vorne, 40,8 Prozent haben in dieser Form im vergangenen Jahr ihre freien Tage verbracht. Danach folgten Erholungsurlaub (18,6%) und Familienurlaub (15,6%).

Allerdings wird bei näherer Analyse schnell klar: Die Urlaubsart ist wie kaum ein anderes Thema von Alter, Geschlecht oder Lebenssituation abhängig! So rangieren zum Beispiel Kreuzfahrten bei den digitalen Usern an sich recht weit hinten. Nur drei Prozent geben an, zuletzt eine Schiffskreuzfahrt unternommen zu haben. Die Altersgruppe 50+ ist dagegen überaus affin für diese Art der Erholung, hier haben mit 4,6 Prozent über 50 Prozent mehr ihren Urlaub kürzlich so verbracht. Auch bei Wanderurlauben und Wellness- bzw. Gesundheitsaufenthalten ist diese Altersklasse der Spitzenreiter. Während nur 16,7 Prozent der Onliner einmal im Jahr Zoos besuchen, sind es bei den 30-49jährigen – der Altersgruppe in der Familien-Phase (oft) mit Kindern – 19,9 Prozent. Vor allem steigt in diesem Alter die Anzahl der Besuche, 57 Prozent der Tierpark-Besucher, die dreimal pro Jahr oder häufiger vorbeikommen, sind zwischen 30 und 49 Jahre alt. Auch das verfügbare Budget für den Urlaub macht gerne den berühmten kleinen Unterschied: Bei Onlinern mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro sind besonders Kurzreisen und dabei insbesondere Clubreisen, Ferien- und Freizeitparks, Sporturlaube im Sommer oder sogar Minikreuzfahrten angesagt. Ab einem Haushaltsnettoeinkommen von 3.000 Euro und mehr stehen eher Skiurlaub, Wanderurlaub oder Bildungs-/Kulturreisen überdurchschnittlich im Fokus.

Das Internet hat sich dabei nicht nur als perfekter Ideengeber etabliert, auch bereits über ein Drittel (39,1 Prozent der digitalen User) tätigen ihre Reisebuchung inzwischen über das Internet. 21,4 Prozent dabei vor allem Hotels und Unterkünfte aller Art und 15,0 Prozent auch Flüge. Erst jeder Fünfte bucht die komplette Reise über das Netz (19,9%), dafür ist der Gang ins Reisebüro vor Ort den meisten noch lieber. Das Potenzial an möglichen weiteren Kunden ist dabei sowohl für den Online- wie den Offline-Verkauf groß: 18,8 Prozent der deutschen Onliner interessieren sich für

Reisen und Reiseziele, konnten aber in den vergangenen zwölf Monaten keinen Urlaub unternehmen.

Die AGOF facts & figures analysieren turnusmäßig die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet auf Basis der AGOF daily digital facts. Der vorliegende Band zum Thema Reise beleuchtet dafür Interesse an Reisen, Urlaubsarten und Buchungsverhalten rund um das Thema Reisen der digitalen Nutzer sowie die Nielsen Mediaspendings der Branche. Die neueste Ausgabe der AGOF facts & figures steht kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> als ausführlicher Berichtsband, inklusive Tabellen und Grafiken, zur Verfügung.

Über die AGOF

Als Joint Industry Committee (JIC) aus den führenden deutschen Internet-Vermarktern, Agenturen und Werbungtreibenden setzt die AGOF Standards und Maßstäbe für digitales Marketing. Sie sichert damit die Professionalität, die Qualität und das Wachstum des Werbemediums Internet. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Ermittlung digitaler Reichweiten und Nutzungsdaten zur Vermarktung von digitalen Angeboten. Anforderungen des sich dynamisch verändernden Marktes integriert sie aktiv in ihr Leistungsangebot und richtet ihre Weiterentwicklung nachhaltig daran aus. Dabei agiert sie stets unabhängig von Individualinteressen. Darüber hinaus engagiert sie sich für das digitale Medium in wichtigen Branchenorganisationen, vor allem für einen vertretbaren Datenschutz für Online-Marketing, und setzt sich auch auf europäischer Ebene für länderübergreifende Forschungsstandards ein.

Bei Rückfragen:

Katharina Metzger (geb. Böhm)
AGOF Pressesprecherin
Tel.: 069/264 888-318
Fax: 069/264 888-320
Mobil: 0151/126 713 88
Mail: katharina.metzger@agof.de