

AGOF Branchenbericht „Reise & Touristik“ (if 2009-III)

Der Branchenbericht „Reise & Touristik“ basiert auf den Daten der internet facts 2009-III und zeigt die online anzutreffenden Potenziale für die Reise- und Touristikbranche – und zwar in punkto Produktinteresse, Online-Informationssuche, Online-Kauf sowie Online-Information UND Online-Kauf (Online-Conversion). Unter dem Oberbegriff Reise- und Touristikprodukte wurden dabei die Produkte Flugtickets von Billigairlines, andere Flugtickets, Bahntickets, Hotels für Urlaubs- oder Geschäftsreisen, Mietwagen sowie Urlaubsreisen und auch Last-Minute-Reisen zusammen gefasst.



Basis für den Branchenbericht ist der Weitesten Nutzerkreis (WNK) der Online-Nutzer, d.h. Personen, die das Internet innerhalb der letzten drei Monate mindestens einmal genutzt haben. Der WNK umfasst für die internet facts 2009-III 43,49 Millionen der Deutschen ab 14 Jahren, das entspricht 67,1 Prozent der deutschen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, die 64,82 Millionen Menschen umfasst.

Reisebüro Internet: Das Online-Medium hat sich als effektiver Kommunikations- und Vertriebskanal etabliert

Die Ergebnisse des Branchenberichts „Reise & Touristik“ machen die großen Zielgruppenpotenziale für die Reise- und Touristik-Branche im Internet sichtbar: Knapp drei Viertel der Internetnutzer (71,0 Prozent, 30,88 Millionen) interessieren sich für Reise- und Touristikprodukte. Ferner haben mehr als vier von fünf Internetnutzern (83,6 Prozent, 36,38 Millionen) schon einmal Informationen über Reise- und Touristik-Produkte online gesucht und über die Hälfte (52,7 Prozent, 22,94 Millionen) haben diese Produkte in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft bzw. gebucht. Diese Zahlen belegen einmal mehr, dass die Charakterisierung der Deutschen als „Reise-Weltmeister“ zu Recht besteht.

Online-Marketing ermöglicht Begleitung des gesamten Entscheidungs- und Buchungsprozesses im Reisebereich

Ein zentraler Grund für die Online-Informationssuche rund um Reise- und Touristikprodukte ist sicherlich, dass sich Produktinteressierte auf diese Weise einen schnellen und anbieterübergreifenden Überblick über das verfügbare Angebot verschaffen können und so die Möglichkeit haben, die Konditionen und das Leistungsangebot von verschiedenen Reiseanbietern miteinander zu vergleichen. Zudem können sowohl die Informationsrecherche als auch die Buchung unabhängig von den Öffnungszeiten der Reisebüros rund um die Uhr durchgeführt werden.

AGOF Branchenbericht „Reise & Touristik“ (if 2009-III)

Entsprechend kommt dem Internet eine große Relevanz als Informations- und Transaktionsmedium zu – ein Umstand, der es zu einem wirkungsvollen Marketingkanal für Unternehmen aus der Reise- und Touristikbranche macht. Durch Online-Werbung können Werbetreibende ihre potenziellen Kunden unmittelbar im Kaufentscheidungsprozess ansprechen und so wertvolle Kaufimpulse setzen. Mit gezielten Services kann die Suche nach der passenden Reiseoption erleichtert werden und entsprechende Online-Buchungsoptionen erlauben den Reisekunden nach der Kaufentscheidung eine unmittelbare Buchungen ohne Medienbruch.

Weitere Informationen über die Kundenpotentiale der Reise- und Touristikbranche, deren Nutzerstrukturen und Online-Nutzung finden Sie im Branchenbericht "Reise & Touristik".

Hier können Sie den Bericht herunterladen:

[Branchenbericht Reise & Touristik zur internet facts 2009-III](#)

[Graphiken zum o.g. Branchenbericht Reise & Touristik](#)

[Tabellen zum o.g. Branchenbericht Reise & Touristik \(als PDF\)](#)

[Tabellen zum o.g. Branchenbericht Reise & Touristik \(als XLS\)](#)