



PRESSEMITTEILUNG

AGOF Branchenbericht Reise & Touristik (if 2009-III): Reisebüro Internet: Informieren, vergleichen, buchen

Knapp drei Viertel der Internetnutzer interessieren sich für Reise- und Touristikprodukte, über 80 Prozent informieren sich online darüber und über die Hälfte bezieht sie bereits im Netz / Reise- und Touristikbranche trifft im Internet auf qualitativ und quantitativ relevante Kundenpotenziale

Frankfurt, 15. Februar 2010. Ob mal eben für ein Kulturwochenende nach London oder drei Wochen Badeurlaub in Bali – so vielfältig wie die Reisewünsche sind auch die Reisemöglichkeiten. Transparenz in Angebot und Nachfrage bringt vor allem das Internet, wie die Ergebnisse des neuen AGOF Branchenberichts „Reise & Touristik“ zeigen – und bietet der Touristikbranche idealerweise auch gleich noch den medienbruchlosen Zugang zu einem großen und attraktiven Käuferpotenzial: Knapp drei Viertel der Internetnutzer (71,0 Prozent, 30,88 Millionen) interessieren sich für Reise- und Touristikprodukte, mehr als vier von fünf Internetnutzern (83,6 Prozent, 36,38 Millionen) haben schon einmal Informationen über Reise- und Touristik-Produkte online recherchiert und über die Hälfte (52,7 Prozent, 22,94 Millionen) haben diese Produkte in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft bzw. gebucht.

Kaufkräftige Meinungsführer machen reiseaffine Nutzerpotenziale zu attraktiven Zielgruppen für Online-Werbung

Typisch für die „reiseaffinen“ Onliner ist ein im Vergleich zu den Internetnutzern etwas höherer Anteil an Frauen (46,7 Prozent), an Berufstätigen (67,5 Prozent) und an einkommensstarken Haushalten mit über 3.000 Euro im Monat (32,1 Prozent). Außerdem gehören 72,1 Prozent der reiseaffinen Nutzergruppen zur werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Darüber hinaus erweisen sich die reiseaffinen Onliner angesichts ihrer Individualität, ihres Marken- und Qualitätsbewusstseins, ihrer generellen Aufgeschlossenheit für neue Produkte sowie ihres Kommunikationsverhaltens als wertvolle Zielgruppe für die Reise- und Touristikbranche, da sich durch ihre Ansprache entsprechende Multiplikationseffekte erzielen lassen.

Online ermöglicht Begleitung des gesamten Informations-, Entscheidungs- und Buchungsprozesses im Reisebereich

Ein zentraler Grund für die Online-Informationsrecherche rund um Reise- und Touristikprodukte ist sicherlich, dass sich Produktinteressierte auf diese Weise einen schnellen und anbieterübergreifenden Überblick über das verfügbare Angebot verschaffen und Konditionen und das Leistungsangebot von verschiedenen Reiseanbietern einfach und transparent miteinander vergleichen können. Zudem können sowohl die Informationsrecherche als auch die Buchung

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |



unabhängig von den Öffnungszeiten der Reisebüros rund um die Uhr und ohne Medienbruch durchgeführt werden.

Entsprechend kommt dem Internet eine große Relevanz sowohl als Informations- als auch als Transaktionsmedium zu – ein Umstand, der es zu einer vielfältigen Werbeplattform für Unternehmen aus der Reise- und Touristikbranche macht. Durch Online-Werbung können Werbetreibende ihre potenziellen Kunden im gesamten Informations-, Entscheidungs- und Buchungsprozess begleiten, informieren und werblich ansprechen und so wertvolle Kaufimpulse setzen.

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 zusammengefasst. Basis für die Sonderauswertung ist der weiteste 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.

Der Branchenbericht „Reise & Touristik“ sowie eine Präsentation mit allen Grafiken und ein komprimierter Tabellenband stehen unter www.agof.de/branchenberichte zur Verfügung.

Die AGOF

Die Arbeitsgemeinschaft Online Forschung wurde im Dezember 2002 gegründet. Aufgabe und Zweck der AGOF ist es, unabhängig von Individualinteressen, für Transparenz und praxisnahe Standards in der Internet- und Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Mit der internet facts und dem darin ausgewiesenen Leistungswert Unique User hat die AGOF die einheitliche Online-Reichweitenwährung als Basis für die Online-Mediaplanung im Markt etabliert.

Mitglieder sind: AOL Deutschland Medien GmbH, Axel Springer Media Impact, BAUER MEDIA KG, eBay Advertising Group GmbH, freeXmedia GmbH, G+J Electronic Media Sales GmbH, Hi-media S.A., InteractiveMedia CCSP GmbH, IP Deutschland GmbH, iq digital media marketing GmbH, Microsoft Advertising, OMS Vermarktungs GmbH & Co. KG, SevenOne Media GmbH, SPIEGEL QC, TOMORROW FOCUS AG, United Internet Media AG und Yahoo! Deutschland GmbH.

Lizenznehmer sind: AdBerry Media GmbH, Adconion Media Group, adflames

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP | FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND | IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC | TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |



Media – A Division of Warner Music Group Germany Holding GmbH, AdImpulse Media GmbH, ad pepper media, AdTiger.de, ADselect GmbH, Andreae-Noris Zahn AG, artnet AG, Axel Springer Financial Media | wallstreet:online, Business Advertising GmbH, Celebrity News UG, Codex Media GmbH, CommonMedia, konstruktiv GmbH, Euro Klassik GmbH, Fantastic Zero, Glam Media GmbH, GoYellow GmbH, Greater Union Filmpalast GmbH, guentiger.de Verlag GmbH, IDG Communications Media AG, imedo GmbH, intermedia advertising GmbH, krebomedia GmbH, magnus.de, MAIRDUMONT MEDIA, mediaflite GmbH, mediaroute GmbH, MEDIENHAUS.de GmbH, Medienwirtschaft Verlags GmbH, Midasplayer Vertriebs GmbH, mokono GmbH, MySpace/Fox Interactive Media GmbH, NetMediaEurope Deutschland GmbH, netpoint media GmbH, OnVista Media GmbH, QUARTER MEDIA GmbH, QWERTZ-Media GmbH, RealGames Europe B.V., reachnet, RTL Radiovermarktung GmbH, SOMA 2 GmbH, Ströer Interactive GmbH, teligo GmbH, tellarif.de Onlineverlag GmbH, TG Publishing AG, TripAdvisor Ltd., TripleDoubleU GmbH, Unister Media, Urban Media GmbH, urbi AD orbi GmbH, Verlag Werben & Verkaufen GmbH, Vertical Network Media GmbH, VIACOM Brand Solutions, WEB FINANCIAL GROUP Company, WerbeWeischer GmbH & Co. KG, WORT & BILD VERLAG Konradshöhe GmbH, XING AG und xplosion media GmbH.

Bei Rückfragen:

Nadja Elias

AGOF Pressesprecherin

Tel.: 089/14339-222

Fax: 089/14339-250

Mobil: 0151/14264224

Mail: nadja.elias@agof.de

AOL DEUTSCHLAND MEDIEN | AXEL SPRINGER MEDIA IMPACT | BAUER MEDIA | EBAY ADVERTISING GROUP |
FREEXMEDIA | G+J ELECTRONIC MEDIA SALES | HI-MEDIA | INTERACTIVEMEDIA | IP DEUTSCHLAND |
IQ DIGITAL MEDIA MARKETING | MICROSOFT ADVERTISING | OMS | SEVENONE MEDIA | SPIEGEL QC |
TOMORROW FOCUS | UNITED INTERNET MEDIA | YAHOO! |

Anschrift: AGOF – Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. | Steuer-Nr.: 07_227_1482_5 |
Büro: Niddastraße 52 | 60329 Frankfurt | Tel: 069-264888-311 | Fax: 069-264888-320 |
Büro Darmstadt: Postfach 100236 | 64202 Darmstadt | E-Mail geschaeftsstelle@agof.de |
VR Darmstadt 3395 | Vorstände: Thomas Duhr | Jürgen Sandhöfer | Jesko Kehl |