

Frankfurt, 06. April 2017

Pressemitteilung

In den Urlaub via Internet

Die AGOF facts & figures „Reise & Touristik“ und „Mode & Schuhe“ sind heute erschienen

Wenn das Fernweh größer wird, führt der erste Weg meist ins World Wide Web. Das belegen einmal mehr die regelmäßigen Sonderanalysen facts & figures der AGOF, die die digitalen Zielgruppenpotenziale verschiedener Branchen beleuchten. Laut ihrer neuesten Sonderauswertung „Reise & Touristik“ recherchieren 44,82 Millionen Deutsche nach Reisen, Flügen oder Unterkünften online, das sind 82,6 Prozent aller digitalen Nutzer über 14 Jahre in Deutschland bzw. 64,5 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung ab diesem Alter. Dabei sucht mehr als jeder Zweite (55,4%) nach Urlaubs- oder Last-Minute-Reisen, dicht gefolgt von Hotels für Urlaubs- oder auch Geschäftsreisen (52,5%), ca. 45 Prozent forschen nach Bahn- und Flugtickets und 15,4 Prozent informieren sich über Mietwagen. Insgesamt 37,07 Millionen nutzen dafür bereits den mobilen Online-Zugang über mobile Webseiten oder Apps. Das Thema ist dabei in allen Altersklassen beliebt, vor allem bei Usern im Alter von 20-59 Jahre, und auch 72 Prozent der digitalen User über 70 Jahre nutzen das Internet zur Reise-Recherche.

Dank der vielfältigen, komfortablen Bezugsmöglichkeiten hat sich das Internet über den Reiseberater hinaus auch als Buchungsplattform etabliert: 62,7 Prozent der digitalen User, die nach „Reiseprodukten“ suchten, haben diese anschließend auch online gebucht. Beliebt sind vor allem Hotels, hier reserviert ein Drittel der User (33,9%) sein Zimmer direkt nach dem Forschen im Netz. Diese Potenziale sollten sich Werbungtreibende der Touristikbranche – die bislang nur elf Prozent ihrer Werbeausgaben in Online investieren – stärker zu Nutze machen. Denn die Reisebegeisterung ist damit noch nicht erschöpft: 56,4 Prozent der digitalen Nutzer planen in den kommenden zwölf Monaten Urlaubsreisen zu buchen, 53,2 Prozent haben vor, ein Hotelzimmer zu reservieren.

Ein ähnliches Bild zeigt sich in der parallel erschienenen Sonderauswertung „Mode & Schuhe“. 68,6 Prozent der digitalen Nutzer über 14 Jahren interessieren sich für Modeartikel und 67,0 Prozent suchen dazu Informationen im Netz, 51,1 Prozent zu Schuhen, 41,8 Prozent zu Herrenmode und 40,7 Prozent zu Damenbekleidung. An Mode und Schuhe haben viele Onliner einen hohen Bedarf: Alleine in den letzten drei Monaten haben 63,9 Prozent Schuhe, 56,4 Prozent Herren- und 49,8 Prozent Damenbekleidung gekauft. Das sind insgesamt 45,23 Millionen Deutsche, die den Umsatz der Branche im letzten Vierteljahr entweder on- oder offline angekurbelt haben. Das Aktivierungspotenzial des Internets wird dafür noch kaum genutzt: Nur sechs Prozent der Werbespendings wurden 2016 für Online, gerade mal ein Prozent für mobile Werbung ausgegeben.

Die AGOF facts & figures analysieren turnusmäßig die Potenziale und Perspektiven einzelner Branchen im Internet. Basis für alle „facts & figures“-Ausgaben ist die Markt-Media-Studie digital

facts der AGOF. Für die Analyse der beiden vorliegenden Berichte wurde die digital facts 2016-12 herangezogen, nach der 78,0 Prozent, d.h. 54,23 Millionen Menschen in Deutschland ab 14 Jahre aktuell im Netz sind. Innerhalb des Erhebungszeitraumes Oktober bis Dezember 2016 haben 52,29 Millionen Deutsche stationäre Angebote mindestens einmal genutzt, auf mobile Angebote zugegriffen haben insgesamt 43,37 Millionen deutschsprachige Personen ab 14 Jahre.

Die neuen Ausgaben der AGOF facts & figures stehen ab sofort kostenfrei unter <https://www.agof.de/studien/branchenberichte-facts-figures/> als ausführliche Berichtsbände, inklusive Tabellen und Grafiken, 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 Online-Werbeträgerforschung zu sorgen. Dafür erarbeitet sie die notwendigen Leistungswerte im engen Austausch mit dem Markt und stellt diese in entsprechenden Studien zur Verfügung – und dies nicht nur für das klassische Internet, sondern auch für weitere Segmente digitaler Medien. Zu diesem Zweck sind die in der AGOF vertretenen führenden Vermarkter in Deutschland in Sektionen organisiert, die in ihrem jeweiligem Segment die Konzeption, Bereitstellung und Weiterentwicklung der Reichweitenforschung und Planungsparameter, in Zusammenarbeit mit den Marktpartnern, vorantreiben.

Bei Rückfragen:

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