

+++ 5.800 Interviews +++ davon 1.266 Reisekunden +++ 4 Phasen der Customer Journey +++ 6 Produktkategorien +++ 8 Reisearten +++ 13 Anbieter: Airbnb +++ Bookin.com +++ Check24 +++ Direkt bei der Unterkunft +++ FeWo-direkt +++ TUI Deutschland +++ und 7 weitere Anbieter

Studiensteckbrief

Studie Customer Journey Reisen 2025

erarbeitet von:

moweb research, Düsseldorf

research tools, Esslingen am Neckar

Januar 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Wie viele Anbieter werden vor der Reisebuchung **bewusst wahrgenommen** und für die Buchung in Betracht gezogen?



Wie stark verengt sich der **Trichter** mit zunehmender Nähe zur Buchungsentscheidung?



Wie stark unterscheidet sich der Funnel bei verschiedenen **Produktkategorien**?



Welche Anbieter werden besonders häufig **weiterempfohlen**?



Über welche **Kontaktpunkte** treten Kunden mit Anbietern in Kontakt?



Welche **Touchpoint-Schwerpunkte** setzen die verschiedenen Anbieter?

Konzeption:

Conversion Funnel

- Wie stark verengt sich der Trichter mit zunehmender Nähe zur Buchungsentscheidung?
- Wie viele Anbieter umfasst der relevant set?
- Wie intensiv erfolgt die Informationssuche in der Branche?
- Wie stark unterscheidet sich der Funnel bei verschiedenen Produktkategorien?
- Welche Anbieter halten in bestimmten Buchungsphasen hohe Anteile?

Touchpoint Journey

- Welche Touchpoints sind in der Branche wichtig?
- In welchen Produktkategorien sind bestimmte Kontaktpunkte besonders relevant?
- Welche Rolle spielen die Kontaktpunkte in den verschiedenen Buchungsphasen?
- Wie intensiv ist die Interaktion mit den Anbietern nach der Buchung?
- Welche Touchpoint-Schwerpunkte setzen die Anbieter?

Produktkategorien

6 Produktkategorien

Anbieterwahl

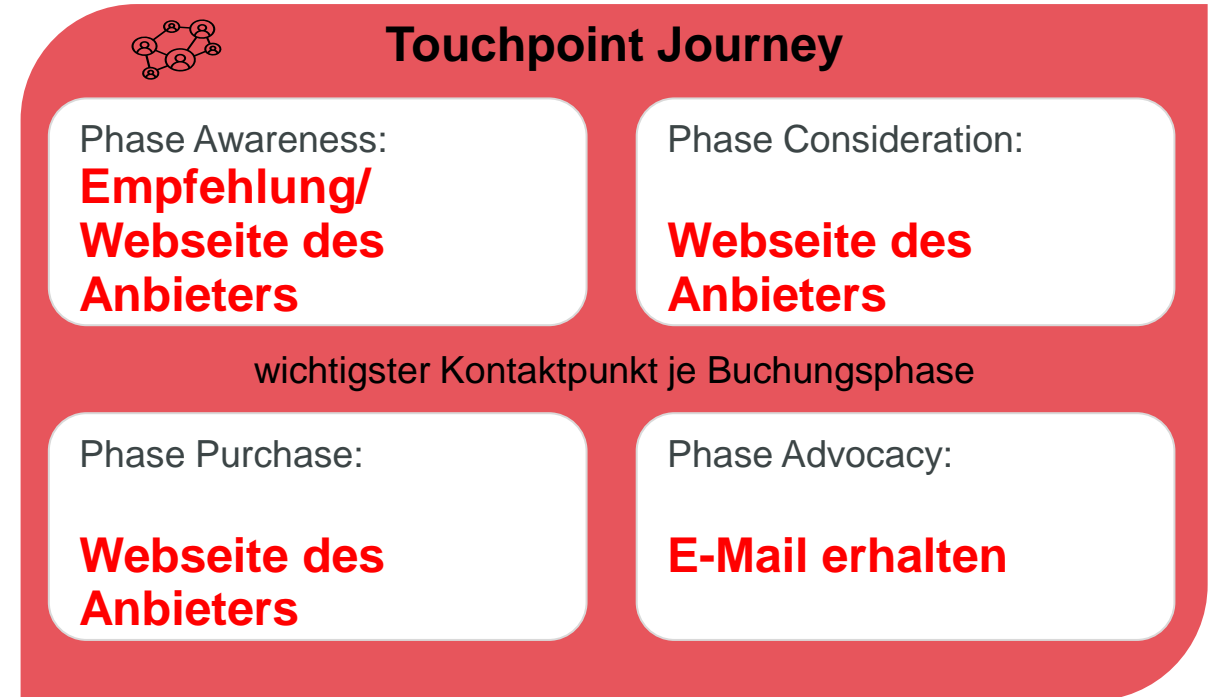
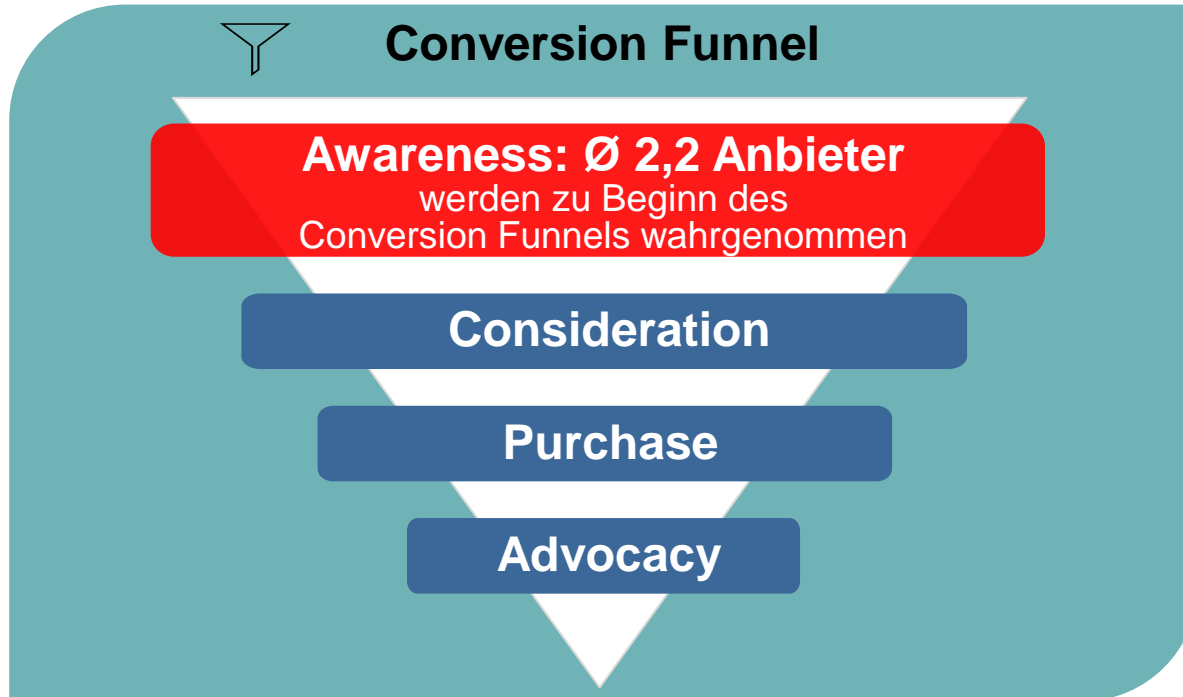
13 Anbieter

Reiseart

8 Reisearten

Management Summary

Key Facts der Analysebereiche:



Produktkategorie

Meiste wahrgenommene Veranstalter je Buchung: **Bed & Breakfast**

Veranstalterwahl

Beste Relation Purchase / Advocacy:
Direkt bei der Unterkunft

Reiseart

Beliebteste Reiseart:
Städtereise

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Quantifizierung der **Micro Conversion Rates**
im **Sales Funnel** der Reisebranche

mit Relevanzmessung der **Customer Touchpoints**
in den verschiedenen Buchungsphasen

und detaillierte Analysen für bis zu **5 Top-Anbieter**

alle Informationen im **Wettbewerbsvergleich**
auf 76 PowerPoint-Seiten

als PDF und PowerPoint-Datei **kurzfristig** verfügbar

Die Studie analysiert **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Ansatzpunkte für eine bessere Ausschöpfung
der Leads im Reisemarkt

Im Detail analyisierte Anbieter:

- Airbnb
- Booking.com
- Check24
- Direkt bei der Unterkunft
- TUI Deutschland

Informationen zur Studie

Studieninhalte:

Die Studie analysiert unter anderem folgende **Aspekte**:

- wie sieht der Conversion Funnel in der Reisebranche aus?
- bei welchen Reisearten verjüngt sich der Conversion Funnel zur Buchungsentscheidung hin besonders stark?
- in welcher Phase der Buchungsentscheidung verlieren die Anbieter ihre potenziellen Kunden?
- welche Customer Touchpoints sind in den verschiedenen Buchungsphasen wichtig?
- welche Anbieter erzielen bei bestimmten Touchpoints besonders hohe Anteile?

Die Studie in Zahlen:

- 1.266 Online-Interviews
- 6 Produktkategorien
- 13 Anbieter
- 8 Reisearten
- 4 Abschlussphasen im Conversion Funnel
- 23 Touchpoint-Kategorien in der Customer Journey
- 5 Advocacy-Kriterien

Forschungsdesign:

moweb research führt die Online-Befragung mit **5.800** Interviews in Deutschland durch, davon **1.266** Reisekunden. research tools analysiert die Antworten und stellt die Ergebnisse zusammen. Conversion Funnel und Touchpoint Journey der Reisebranche werden anhand diverser Kennzahlen abgebildet. Für einzelne Produktkategorien, Anbieter und Reisearten liegen separate Ergebnisse vor. Die Studie wurde objektiv, unabhängig und neutral erstellt und ist im Januar 2025 erschienen.

Preis der Studie: Die 76 Seiten umfassende Studie kostet **3.800 EUR** zzgl. Mehrwertsteuer.

Inhaltsverzeichnis

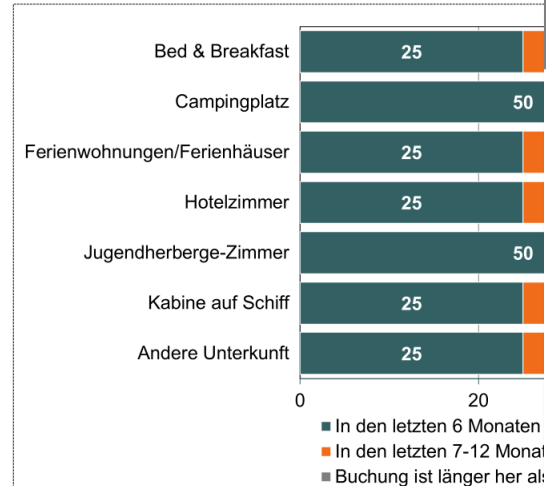
➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Produktkategorien	15
Anteile der Produktkategorien, Anteile Buchungsfrequenz insgesamt, Anteile Buchungsfrequenz nach Produktkategorie und Reiseart	
➤ Anbieterwahl	21
Marktanteile der Anbieter insgesamt, Top-Anbieter in den Produktkategorien, Marktanteile in den Produktkategorien, Marktanteile an den Reisearten, Anteile Erstkunden und Bestandskunden	
➤ Reiseart	29
Anteile der Reiseart, Anteile der Reiseart in den Produktkategorien und bei den Anbietern	
➤ Conversion Funnel	35
Anbieterübergreifender Sales Funnel mit Micro Conversion Rates, Anteil der Advocacy-Arten, Anteile der Anbieter in den Stufen des Funnels, Anteile Wiederwahl und Weiterempfehlungsarten der Top-Anbieter, Funnel der Top-Anbieter, Funnel in den Top-Produktkategorien	
➤ Touchpoint Journey	49
Anteile Zeitspanne bis zur Reisebuchung, Anteile der Typen von Kontaktpunkten und Medien an allen Kontakten, Anteile der Kontaktpunkte insgesamt, Verteilung der Kontaktpunkte der Top-Anbieter auf Kontaktpunkttypen und Medientypen sowie die einzelnen Kontaktpunkte, Anteile der Kontaktpunkte in den Phasen der Customer Journey, Relevanz der Touchpoints in den Journeyphasen, Verteilung der Kontaktpunkte auf die Journeyphasen, Kontaktpunkte der Anbieter in den Journeyphasen	
➤ Anbieterpositionierung	71
➤ Kontakt	75

Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Produktkategorien

Anteile Kauffrequenz nach Produktkategorie (Angaben in %)

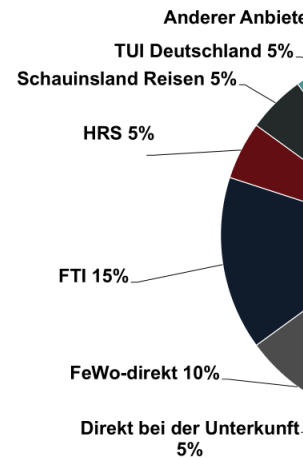


Fragestellung: Wann haben Sie persönlich diese Reise gebucht?



Conversion Funnel

Stufe 2: Consideration (Anteile der Reiseveranstalter an den Reiseveranstaltern, die für die Buchung in Frage kamen)



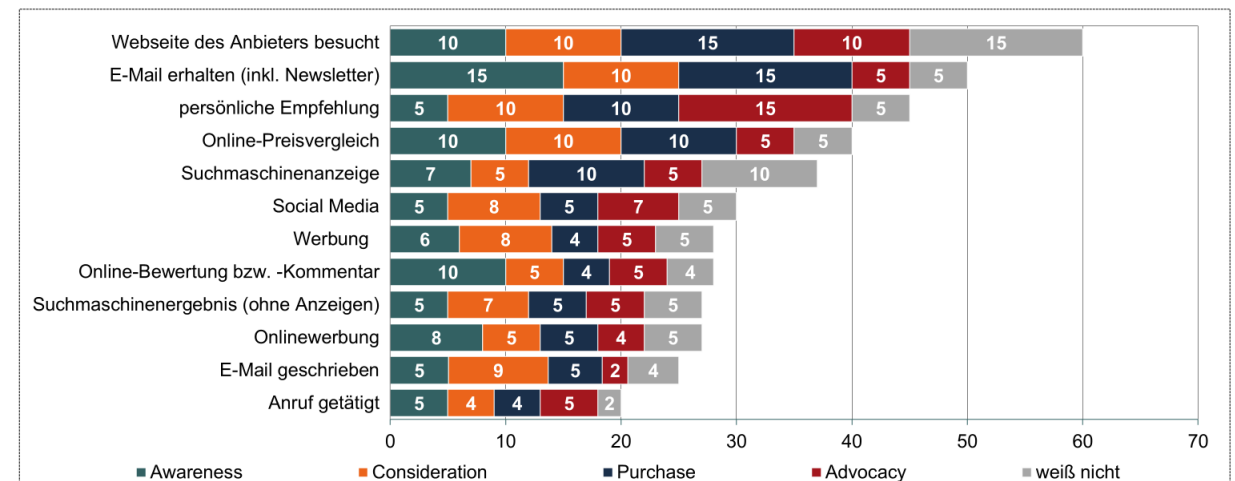
Fragestellung: Welcher Reiseveranstalter kamen bei der letzten Reisebuchung für Sie in Frage?



Welche Vertriebskanäle sind für die großen Anbieter wichtig?

Touchpoint Journey

Anteile der Kontaktpunkte nach Journeyphase (Angaben in % an allen Kontakten der jeweiligen Phase, Mehrfachnennungen möglich) (1/2)



Fragestellung: Wo sind Sie dem Namen, dem Logo, Informationen, Fotos oder Produkten des Reiseveranstalters begegnet?



Studie Customer Journey Reisen 2025



Welche Anbieter zählen zu den Top-Veranstaltern?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Reiseart

Anteile der Reisearte

Reiseart	Anteil
Städtreise	20%
Rundreise	15%
Andere Reise	10%
Cluburlaub	10%
Bildungsreise	5%

Fragestellung: Was für eine Art von Reise war Ihre letzte Reise?

moweb research

Welches sind die bevorzugten Reisearten?

Conversion Funnel

Stufe 4: Advocacy (Anteile der Reiseveranstalter an allen Reisen)

Grund	Anteil
Wiederwahl	10%
Weiterempfehlung	10%
Andere Gründe	5% (5x)

Fragestellungen: Würden Sie den bei Ihrer letzten Reise gewählten Reiseveranstalter wieder wählen? Haben Sie, den bei Ihrer letzten Reisebuchung gewählten Reiseveranstalter oder die Unterkunft bei der Buchung bereits jemand anderem empfohlen oder den Reiseveranstalter bzw. die Unterkunft online positiv bewertet/kommentiert?

moweb research

Conversion Funnel

Conversion Funnel Top-Reiseveranstalter (Angaben als Indexwerte; Stufe 3 Purchase = 100)

Anbieter	Stufe 1	Stufe 2	Stufe 3	Stufe 4
Booking.com	250	200	150	100
Check24	250	200	150	100
Direkt bei der Unterkunft	250	200	150	100

Legende: Stufe 1 Awareness, Stufe 2 Consideration, Stufe 3 Purchase, Stufe 4 Advocacy

Lesbeispiel: Durchschnittlich 2,5 Personen nehmen den Reiseveranstalter Check24 im Vorfeld einer Reisebuchung bewusst wahr (Stufe Awareness).

Studie Customer Journey Reisen 2025

research tools Marketingmaßnahmen erfassen, verstehen, bewerten

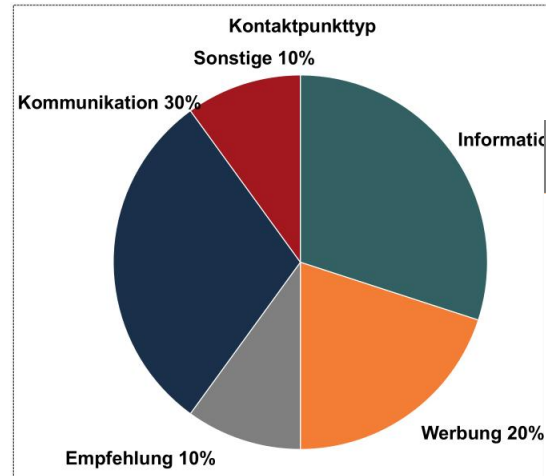
Welche Unterschiede zeigen die Anbieter im Conversion Funnel?

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Touchpoint Journey

Anteile der Typen von Kontaktpunkten und Medien an allen Kontakten

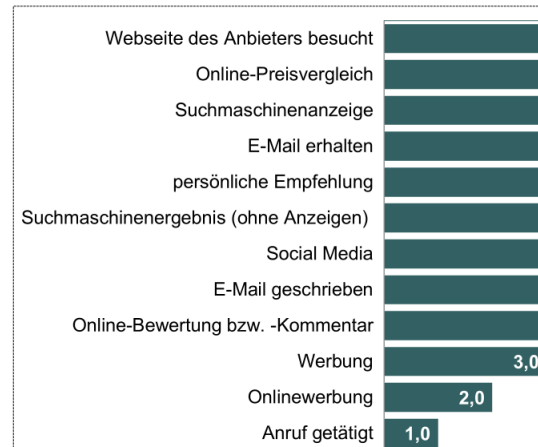


Fragestellung: Wo sind Sie dem Namen, dem Logo, Informationen, Fotos oder Produkten mit ihm Kontakt?



Touchpoint Journey

Anteile der Kontaktpunkte (Angaben in % an allen Kontakten,

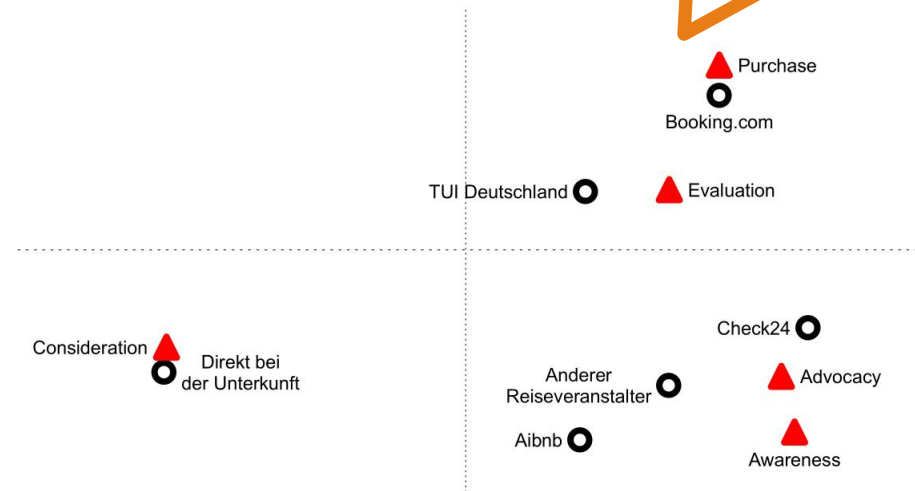


Welche Kontaktpunkte und Medientypen sind in der Branche wichtig?

In welchen Phasen des Conversion Funnels haben die Anbieter ihre Stärken?

Anbieterpositionierung

Anbieterpositionierung im Conversion Funnel



Studie Customer Journey Reisen 2025



Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: uwe.matzner@research-tools.net

FAX: +49 (0)711 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 3.800 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Customer Journey Reisen 2025.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

Der Erwerb der Studie berechtigt zur Nutzung der Studienergebnisse im Unternehmen. Eine Weitergabe außerhalb des Unternehmens oder eine Veröffentlichung von Studienergebnissen bedarf der schriftlichen Autorisierung durch einen der beiden Herausgeber moweb research oder research tools.

Herausgeber und Kontaktpersonen für diese Studie sind:



Ulrich Pabst

Chief Sales Officer

Telefon: +49 211 8282800

E-Mail: u.pabst@mo-web.net

moweb research

Mertensgasse 12, 40213 Düsseldorf

www.mowebresearch.com



Ronja Inhofer

Marketinganalytikerin

Telefon: +49 711 55090383

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen a. N.

www.research-tools.net

moweb research war bei der Gründung im Jahr 2004 ein Wegbereiter im Online-Marktforschungssektor Deutschlands. Als Full-Service-Institut unterstützt moweb bei wichtigen Entscheidungen mit umfassender Marktanalyse und Beratung.

research tools positioniert sich seit 2005 als Spezialist für auftraggeberunabhängige Marketingstudien mit breitem Methodikspektrum von Desk Research über Repräsentativumfragen bis hin zum Webcrawling.

Weitere Studien zur Tourismus-Branche:

- Studie eVisibility Reisen 2023
- Werbemarktanalyse Fluggesellschaften 2023
- Werbemarktanalyse ÖPNV 2023
- Werbemarktanalyse Reisemobile und Caravans 2021
- Werbemarktanalyse ÖPNV 2021
- Studie eVisibility Hotelketten 2020

