



# research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

## Pressemitteilung

### Online-Bucher sind anspruchsvolle Vielreisende



**Esslingen am Neckar, 21. August 2014 – Rund zehn Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung buchten in der Vergangenheit eine Pauschalreise über das Internet. Die Reiseintensität dieser Online-Bucher liegt mit 88 Prozent weit über dem Durchschnitt. Knapp zwei Drittel der Online-Bucher sind innerhalb des letzten Jahres mit einem Reiseveranstalter verreist. Laut der „Studie Reisemarkt-Zielgruppe**

**Bucher (Pauschalreise) 2014“ von research tools nutzen ein Sechstel der Zielgruppe das Flugzeug mehrmals pro Jahr für private Reisen.**

Rund zehn Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung haben in der Vergangenheit eine Pauschalreise über das Internet gebucht. Dies entspricht etwa sieben Millionen Menschen. Die Hälfte der Zielgruppe ist zwischen 30 und 49 Jahre alt und der Anteil an Akademikern ist doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung. Die Zielgruppe hat ein überdurchschnittlich hohes monatliches Haushalts-Nettoeinkommen.

Urlaub und Reisen ist der Top-Bereich, in dem sich mehr als ein Drittel der Zielgruppe allerbeste Qualität leistet. In der Gesamtbevölkerung hingegen steht an oberster Stelle Ernährung, Essen und Trinken. Das Produktinformationsinteresse an Urlaubsreisen ist in der Zielgruppe mit 81 Prozent überdurchschnittlich stark ausgeprägt.

Auf dem Reisemarkt decken fünf Veranstalter knapp die Hälfte des Marktes in der Zielgruppe Online-Bucher ab. DERTOUR und L'TUR haben in der Zielgruppe vergleichsweise hohe Anteile und schöpfen ihr Potenzial überproportional gut aus. Annähernd zwei Drittel der Online-Bucher sind innerhalb des letzten Jahres mit einem Reiseveranstalter verreist. Dabei buchen Männer etwas häufiger über einen Reiseveranstalter. 40 Prozent der Zielgruppe werden die nächste Urlaubsreise sicher wieder über einen Reiseveranstalter buchen.

Die Reiseintensität der Online-Bucher liegt mit 88 Prozent weit über dem Durchschnitt. Auch Kurzreisen und Urlaubsreisen werden von der Zielgruppe häufiger unternommen. Zwei Drittel der Zielgruppe haben im letzten Jahr eine Badereise bzw. einen Sonnenurlaub verbracht, 22 Prozent erlebten das Flair einer Städtereise und fünf Prozent genossen eine Kreuzfahrt. Etwas mehr als ein Viertel der Online-Bucher hatte ein außereuropäisches Reiseziel. Das Flugzeug ist beim Online-Bucher das beliebteste Verkehrsmittel für die Urlaubsreise. 40 Prozent der Online-Bucher machen einmal jährlich eine Flugreise. Ein Sechstel der Zielgruppe nutzt das Flugzeug mehrmals pro Jahr für private Reisen.

82 Prozent der internetaffinen Zielgruppe ist an Themen zu Urlaub und Reisen in Zeitungen und Zeitschriften interessiert. Reisespezifische Apps werden überdurchschnittlich häufig genutzt.



## research tools

Marketingmaßnahmen  
erfassen, verstehen, bewerten

### **Über die Studie:**

Die Studie „Reisemarkt-Zielgruppe Online-Bucher (Pauschalreise) 2014“ von *research tools* gibt auf 93 Seiten Einblick in das Reiseverhalten der Bevölkerungsgruppe, die in der Vergangenheit eine Pauschalreise online gebucht hat. Basis sind über 3.000 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten Personen. Neben Anteilen der Reiseveranstalter, Reiseverhalten und -ziele und Verkehrsmittel werden auch Kundenverhalten, sozio-demografische Merkmale und das Freizeit- und Medienverhalten der Zielgruppe analysiert und mit der Gesamtbevölkerung verglichen.

### **Über research tools:**

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: [www.research-tools.net](http://www.research-tools.net)

### **Pressekontakt:**

Uwe Matzner  
research tools  
Kesselwasen 10  
73728 Esslingen am Neckar  
Tel. +49 (0)711 - 55090381  
Fax +49 (0)711 - 55090384  
[uwe.matzner@research-tools.net](mailto:uwe.matzner@research-tools.net)