

Pressemitteilung

Pressekontakt:

Andreas Gutjahr
 Büro: 040 22703-5470, Mobil: 0170 571 4044
 E-Mail: andreas.gutjahr@faktenkontor.de

**EXPEDIA UND HOTELS.COM AKTIVSTE ONLINE-WERBER IM REISEMARKT EUROPA
 Deutsche sind Frühbuch-Europameister: Januar und Juni aktivste Werbemonate**

Nürnberg, 18. Juni 2008 – Der Reiseanbieter Expedia und dessen Tochterunternehmen Hotels.com erreichen im europäischen Branchenvergleich den höchsten Online-Werbedruck. Vor allem in Deutschland dominiert Expedia den Internet-Werbemarkt in der Kategorie Reiseanbieter. 2,8 Milliarden mögliche Sichtkontakte (Ad Impressions) konnten die deutschen Online-Werbemittel der ehemaligen Microsoft-Tochter zwischen Mai 2007 und April 2008 verzeichnen. Den zweithöchsten Werbedruck erzielte die deutsche Unister-Tochter Ab-in-den-Urlaub.de (1,8 Milliarden Ad Impressions). Deutlich dahinter folgt Travelzoo Deutschland mit rund 1,1 Milliarden möglichen Sichtkontakten. Dies sind die Ergebnisse einer Sonderanalyse des internationalen Medien- und Marktforschers Nielsen Online.

20 Millionen Deutsche, knapp über die Hälfte aller Online-Nutzer, besuchten im April 2008 Reise-Websites. Internationale und lokale Reiseanbieter buhlen verstärkt um deren Gunst. Dabei gilt es, nationale Besonderheiten zu berücksichtigen. So zeigt sich im Ländervergleich, dass der Werbedruck der Reiseanbieter in Europa von Land zu Land saisonal stark variiert. Die Bundesbürger sind beispielsweise Europameister bei Frühbuchungen: In Deutschland gehört der Januar neben dem Juni mit je 1,3 Milliarden Sichtkontakten zu den werbeaktivsten Monaten der Reiseanbieter. In Großbritannien und Frankreich ist die Werbeaktivität zu Jahresbeginn hingegen mittelmäßig ausgeprägt – gemessen am Online-Werbedruck belegt der Januar im Monatsvergleich in beiden Ländern nur den siebten Platz.

Top 10 Werbetreibende nach Ad Impressions Mai 2007 bis April 2008

Rang	Werbetreibender	Ad Impressions in Tsd.
1	Expedia	2.774.070
2	Unister - ab-in-den-urlaub.de	1.864.086
3	Travelzoo	1.058.422
4	Hotels.com	701.588
5	FTI Frosch Touristik	646.769
6	L'TUR Last Minute	591.662
7	Travelchannel	550.122
8	Neckermann - Neckermann Travel	495.928
9	TUI	452.514
10	Opodo	398.188

Quelle: Nielsen Online, AdRelevance, Deutschland, Mai 2007 bis April 2008

Insgesamt herrscht im deutschen Reisemarkt die größte Online-Werbeaktivität. So wurden zwischen Mai 2007 und April 2008 2.500 Kampagnen von Reiseanbietern online geschaltet. Hinzu kamen 729 Kampagnen von Fremdenverkehrsbüros.

Stefan Raum, Vice President Central Europe, kommentiert: „Einer der Gründe für die hohe Werbeaktivität in Deutschland ist das wachsende Marktvolumen. Schätzungen des Verbandes Internet Reisevertrieb VIR besagen, dass im Jahr 2009 ein Viertel des gesamten deutschen Reiseumsatzes online erfolgen wird. Im vergangenen Jahr lag der Anteil bei rund 19 Prozent.“

Welche Unternehmen sich im attraktiven Reisemarkt durchsetzen werden, ist jedoch offen. So liefern sich klassische Anbieter mit reinen Online-Anbietern einen harten Kampf um Reichweiten. Auch Neueinsteiger wie Travelzoo sehen durchaus Chancen für Wachstum in Deutschland. Online-Werbung spielt dabei eine zentrale Rolle. In den letzten 12 Monaten waren Reiseanbieter hierzulande der viert-aktivste Sektor nach Ad Impressions.

Herr Raum erklärt weiter: „Die Deutschen sind sehr reisefreudig und zugleich internetaffin. Reiseanbieter sprechen diese Kunden mit unterschiedlichen Mitteln an. Expedia setzt beispielsweise auf groß angelegte cross-mediale Kampagnen, während Ab-in-den-urlaub.de und Travelzoo einen deutlichen Fokus auf Internet-Werbung legen.“

Von den deutschen Reiseanbietern ist die TUI im internationalen Markt am aktivsten. In den deutschsprachigen Ländern sowie in Großbritannien, den Niederlanden und Skandinavien setzt das Unternehmen Online-Werbung gezielt ein. Insgesamt erzeugen internationale Reiseanbieter wie die TUI meist mehr Werbedruck als lokale Anbieter. In acht der zwölf untersuchten Länder Europas führen grenzüberschreitende Anbieter die Top 10 Listen vor lokalen Reiseanbietern an. So liegt die Expedia-Tochter Hotels.com beispielsweise in Großbritannien, Schweden, Norwegen und Dänemark auf dem ersten Platz.

Unter den Fremdenverkehrsbüros erzeugt Spanien.info den größten Online-Werbedruck in Europa. Das Unternehmen führt nach Ad Impressions in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden und Belgien.

-- Ende --

Über Nielsen Online

Nielsen Online, ein Service von The Nielsen Company, liefert umfangreiche und unabhängige Messungen und Analysen von Online-Nutzern und -Werbung, Video, nutzergenerierten Inhalten und Konsumentenverhalten. Diese waren bisher unter den Marken Nielsen/NetRatings und BuzzMetrics bekannt. Mittels qualitativ hochwertigen, technologiebasierten Produkten und Dienstleistungen ermöglicht Nielsen Online seinen Kunden, wichtige Geschäftsentscheidungen im Hinblick auf das Internet, digitale Medien und Marketing auf eine solide Informationsbasis zu stützen. Für nähere Informationen besuchen Sie bitte www.nielsen-online.com.

Über The Nielsen Company:

The Nielsen Company ist ein globales Informations- und Medienunternehmen mit führenden Marktpositionen und anerkannten Marken in den Bereichen Marketing Information (ACNielsen), Media Information (Nielsen Media Research), Daten und Analysen zum Onlinemarkt (Nielsen Online, bestehend aus NetRatings und BuzzMetrics), detaillierte Einsichten in die Mobilbranche (Nielsen Mobile), Businessmedien (Billboard, The Hollywood Reporter, Adweek) und Fachmessen. Das Unternehmen ist in über 100 Ländern aktiv. The Nielsen Company befindet sich in Privatbesitz und verfügt über Zentralen in Haarlem (Niederlande) und New York (USA). Nähere Informationen finden Sie unter www.nielsen.com.