

Globaler Online-Reisemarkt wächst unaufhaltsam

Das Hamburger Unternehmen yStats.com aus dem Bereich der sekundären Marktforschung gibt in seinem aktuellen „Global Online Travel Report 2012“ einen umfassenden Überblick über den internationalen Online-Reisemarkt. Hierbei werden sowohl der globale Markt, einzelne Regionen als auch 37 Länder aus Amerika, Europa, dem Asien-Pazifik-Raum, dem Mittleren Osten und dem südlichen Afrika betrachtet. Nicht zuletzt wird auch die Entwicklung wichtiger Wettbewerber auf diesem Markt dargestellt.

Der Trend, Reisen online zu buchen, wird 2012 weiter anhalten – insbesondere in aufstrebenden Volkswirtschaften, wie China, Indien und Brasilien. Dementsprechend wird auch erwartet, dass der Anteil des Online-Segments am Wert des gesamten Reisemarktes weltweit auf fast ein Drittel ansteigen wird. Allerdings war 2011 der Wert des US-amerikanischen Online-Reisemarktes noch größer als derjenige der Märkte in Großbritannien, China, Indien und Brasilien zusammen.

Online-Reisebuchungen auf dem gesamten amerikanischen Kontinent immer beliebter

Die Umsätze auf dem US-amerikanischen Online-Reisemarkt werden 2012 voraussichtlich im unteren zweistelligen Prozentbereich gegenüber 2011 steigen. Dort nutzten Kunden, die im Internet Reiseprodukte kauften, 2011 mit fast 50% am häufigsten Online-Reisebüros – gefolgt von Suchmaschinen und Websites von Reiseanbietern. Im Rahmen der mobilen Buchungen wurden Hotels, gefolgt von Flügen und Urlaubspaketen, am häufigsten gekauft. Auch zur Entwicklung außerhalb der USA liefert der „Global Online Travel Report 2012“ von yStats.com interessante Fakten. In Kanada war Anfang März 2012 Expedia die führende Reise-Website: sie konnte mehr als doppelt so viel Traffic wie die an zweiter Stelle rangierende Website Flight Network erzielen. Darüber hinaus buchen in Argentinien insbesondere jüngere Reisende ihren Urlaub online, die Internetnutzung in diesem Bereich breitet sich allerdings in allen Altersgruppen aus.

Reisesektor in Europa online besonders erfolgreich

Insgesamt stieg in Europa die Zahl der Buchungen bei Online-Reisebüros von 2010 auf 2011 um fast 20%. In Großbritannien meidet bereits mehr als die Hälfte der Konsumenten Reisebüros gänzlich, um den Urlaub vollständig online zu buchen. In Deutschland bevorzugten Kunden 2011 währenddessen, teurere Urlaube in Reisebüros und billigere online zu buchen. Der Online-Umsatz in diesem Bereich wuchs dementsprechend, während der Offline-Umsatz sank. Auch in Frankreich stieg der Umsatz, der mit Online-Reisebuchungen erzielt wurde, zwischen Januar und September 2011 stärker als der Umsatz im gesamten B2C E-Commerce. Zudem fiel der Umsatz im B2C E-Commerce 2011 in der Kategorie „Reise- und Urlaubsunterbringung“ höher als in den vier danach rangierenden Kategorien zusammen aus. Dem „Global Online Travel Report 2012“ von yStats.com zufolge buchte auch fast die Hälfte der italienischen Online-Käufer 2011 ihre Urlaubsunterbringung online – dementsprechend die erfolgreichste Kategorie im italienischen Online-Handel. In Russland hatten fast 50% der Flugreisenden zum Kauf die Website eines Reiseanbieters genutzt, während fast ein Viertel den telefonischen Kontakt gesucht hatte.

Wachstumspotential in großen Teilen der Asien-Pazifik-Region

Das Wachstum beim Umsatz im Bereich Online-Hotelbuchungen wird in der Asien-Pazifik-Region zwischen 2010 und 2012 voraussichtlich zwar sinken, es befindet sich dann aber immer noch im zweistelligen Bereich. In Japan überstieg der Anteil der Internetnutzung für Reisebuchungen – dem wachsenden Trend entsprechend – 2010 erstmals 50%. Die Unique-Visitor-Zahlen von Webseiten der

Reisekategorie waren dort gleichmäßig über alle Altersgruppen verteilt, allerdings war die Gruppe der über 55-Jährigen im ersten Quartal 2011 leicht führend. In China hatten 2011 zwar nur 14% der Internetnutzer jemals eine Reisewebsite besucht, aber die Online-Buchung von Reisen wird aller Voraussicht nach zunehmend Anklang finden. Auch der indische Online-Reisemarkt wird 2012 Schätzungen zufolge um fast 30% wachsen. Herausragend fällt das Ergebnis in Australien aus: wie der Bericht des Marktforschungsunternehmens yStats.com zeigt, war die Kategorie „Reisen, Unterbringung, Mitgliedschaften und Tickets“ dort sogar die insgesamt beliebteste Online-Produktkategorie im Juni 2011.

Online-Reisemarkt im Mittleren Osten holt auf

Der Online-Reisemarkt im Mittleren Osten wird im Vergleich zu 2011 voraussichtlich deutlich wachsen, da online Bezahlungsmöglichkeiten ausgeweitet werden. Ebenso wird nach dem Bericht von yStats.com der Anteil von Online-Reisebuchungen am gesamten Umsatz mit Reisetickets bis 2015 gegenüber 2010 stark steigen.

Reiseunternehmen setzen verstärkt auf den Online-Handel

In dem „Global Online Travel Report 2012“ von yStats.com werden neben den regionalen Online-Reisemärkten auch die neuesten Entwicklungen bei wichtigen Wettbewerbern auf diesem Markt betrachtet, sodass ein umfassendes Bild des Sektors entsteht. Beispielsweise war die Strategie von TUI Travel, sich in Großbritannien auf Online-Verkäufe zu konzentrieren, erfolgreich, da im Januar 2012 deutlich mehr Online-Buchungen als im Januar 2011 eingingen. Google führte im September 2011 einen Flugsuchdienst in den USA ein, musste dabei aber verschiedene Restriktionen akzeptieren. Priceline könnte währenddessen Expedia als weltweit führenden Online-Anbieter von Reisen ersetzen – in Bezug auf den internationalen Umsatz trat dies bereits 2011 ein. Orbitz Worldwide ging 2011 und 2012 mehrjährige Abkommen mit AOL Travel und United Continental Holdings ein. Im Februar 2012 konnte MakeMyTrip, eines der führenden Online-Reiseunternehmen in Indien, einen Anteil am indischen Online-Reisemarkt von mehr als 50% erzielen. Des Weiteren werden in dem Bericht von yStats.com auch Neuigkeiten zu den Unternehmen Emirates, Thomas Cook, Travelocity, Kayak, Odigeo, BookinTurkey, Ctrip, Yatra und Webjet geliefert.

Pressekontakt:

yStats.com GmbH & Co. KG
Behringstraße 28a, D-22765 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 - 39 90 68 50
Fax: +49 (0)40 - 39 90 68 51
E-Mail: presse@ystats.com
Internet: www.ystats.com
Twitter: www.twitter.com/ystats
Facebook: www.facebook.com/ystats

Über yStats.com

Seit 2005 recherchiert yStats.com aktuelle, objektive und bedarfsgerechte Markt- und Wettbewerbsinformationen für Top-Manager aus unterschiedlichen Branchen. Schwerpunkt des Hamburger Unternehmens mit internationaler Ausrichtung ist die sekundäre Marktforschung. yStats.com bietet sowohl Markt- und Wettbewerbsberichte als auch kundenspezifische Recherchedienstleistungen an. Zu den Kunden gehören weltweit führende Unternehmen aus den Bereichen B2C E-Commerce, elektronische Zahlungssysteme, Versandhandel und Direktvertrieb, Logistik, sowie Banken und Unternehmensberatungen.