

# The Mobile Traveller

## Neue Erkenntnisse zur Customer Journey in der Reisebranche

# Inhalt und Methodik der Studie

## Ziel der Studie

Neue Erkenntnisse zum Such- und Buchungsverhalten für Urlaubsreisen und der Rolle von Smartphones bei der Kundenerreichung

## Untersuchungsgruppe

Personen, die eine private Urlaubsreise gebucht haben (exkl. Geschäftsreisen)  
Pauschalreisen, Hotelbuchungen und Flugbuchungen  
Online- und Offline-Buchungen\*

## Methodik

 THE MOBILE TRAVELLER Online Befragung, durchgeführt von TNS (2016)

 CUSTOMER JOURNEY TRAVEL Kombination aus Befragung und Software-basierter Erhebung (2015) im GfK Travelscope Panel und GfK Crossmedia Link Panel, erstellt von der GfK

## Basis

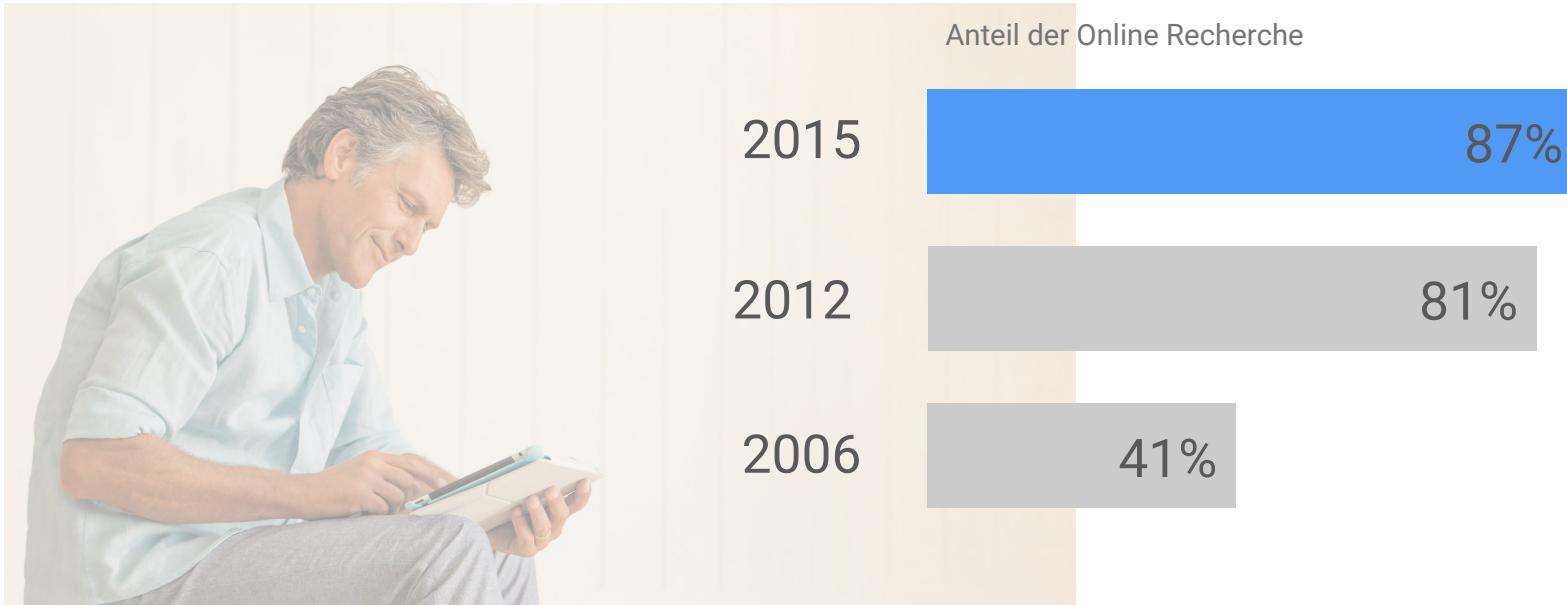
Urlaubsreisende, repräsentativ für die deutsche Online-Bevölkerung 18+

# Haupterkenntnisse der Studie

- 1** Fast jede Urlaubsreise (87%) wird online vorbereitet, schon jede Zweite (51%) auf dem Smartphone
- 2** Jede zweite Buchung findet heute online statt, bei Pauschalreisen liegt der Wert bei 32%
- 3** ROPO bleibt mit 42% wichtig, knapp die Hälfte dieser Buchungen wird per Smartphone recherchiert
- 4** Das Smartphone spielt in der Recherche phase und im Urlaub vor Ort die größte Rolle
- 5** Nutzer wechseln bei der Recherche im Schnitt 26 Mal zwischen den Geräten
- 6** Smartphone Nutzung findet in vielen und kurzen Momenten statt
- 7** Drei Viertel der Nutzer empfindet das Smartphone in jeder Phase als sehr hilfreich

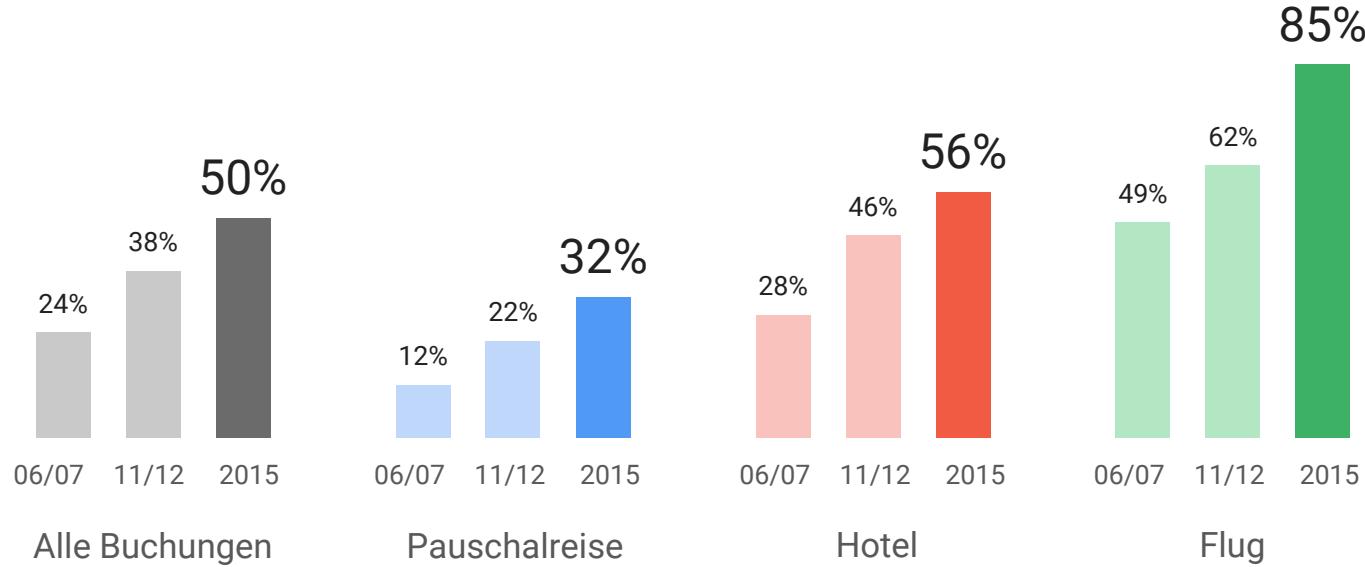
# Trends

# 9 von 10 Urlaubsreisen werden online vorbereitet

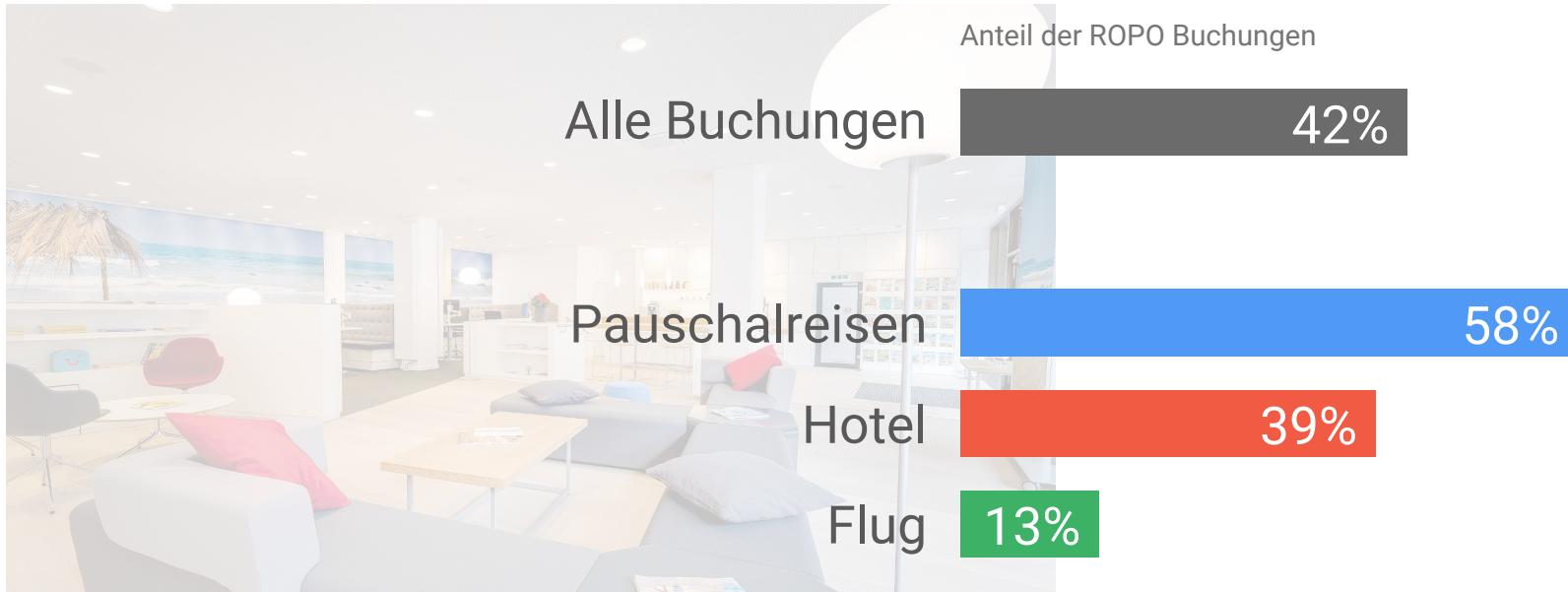


# Der Anteil der Online-Buchungen ist auf 50% gestiegen, bei Pauschalreisen liegt der Wert bei 32%

Anteil der Online-Buchungen an allen Buchungen



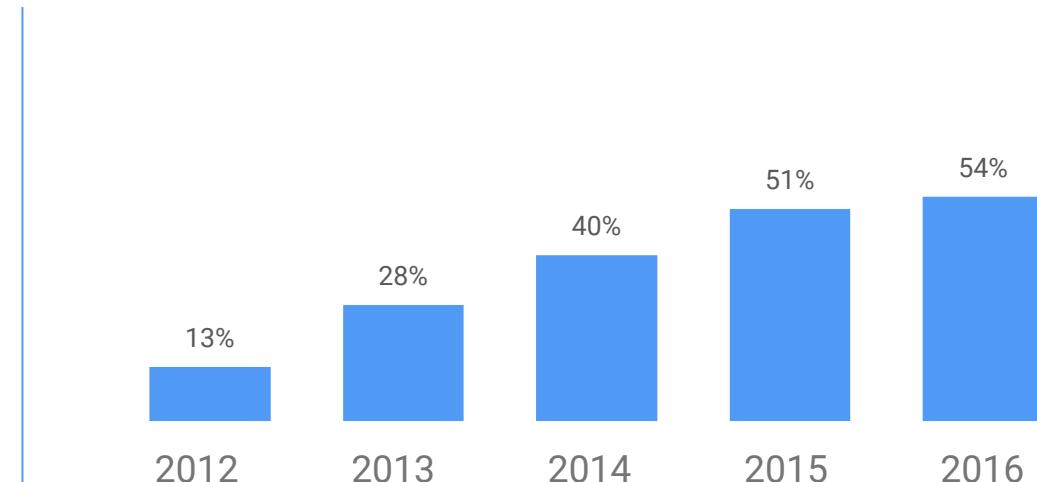
# ROPO (Research Online Purchase Offline) bleibt wichtig – insbesondere für Pauschalreisen



# Die Nutzung des Internets über Smartphones steigt stark an

% der Onliner die mindestens genauso häufig über das Smartphone ins Internet gehen wie über den Desktop PC

**78%**  
DER DEUTSCHEN  
ONLINEBEVÖLKERUNG (18+)  
NUTZEN EIN SMARTPHONE



# Jede zweite Urlaubsreise wird mobil recherchiert



51 %

6 %

17 %

\*ROMPO (Research Online on Mobile Purchase Offline)

Fragen: Wie haben Sie gebucht?; Nach welchen Informationen haben Sie online auf Ihrem Smartphone gesucht?  
Was haben Sie in allen Phasen – von der ersten Suche bis zu Ihrer endgültigen Buchung – unternommen, um auf Ihrem Smartphone Informationen über Ihre Reise zu erhalten?

Basis: Alle Privatreisen Buchende n=1534

Quelle: The Mobile Traveller 2016

# Momente



## INSPIRIEREN

ICH-MÖCHTE-IN-DEN-  
URLAUB-MOMENTE

## PLANEN

MEIN-URLAUB-SOLL-  
PERFEKT-SEIN-MOMENTE

## BUCHEN

ICH-MÖCHTE-DEN-URLAUB-  
BUCHEN-MOMENTE

## ERLEBEN

ICH-MÖCHTE-DAS-BESTE-IM-  
URLAUB-MOMENTE

# Das Smartphone hat in der Recherchephase und im Urlaub vor Ort die größte Bedeutung



Fragen: Wo genau sind Sie zum ersten Mal darauf aufmerksam geworden?

Nach welchen Informationen haben Sie online auf Ihrem Smartphone / Desktop gesucht? Wie haben Sie gebucht?

Basis: Alle Privatreisen Buchende die via Desktop recherchierten n=1218, die via Smartphone recherchierten n=962

Quelle: The Mobile Traveller 2016

# RECHERCHE FINDET AUF KOMBINIERTEN GERÄTEN STATT

RECHERCHE NUR AUF SMARTPHONE

11%

RECHERCHE NUR AUF DESKTOP

38%

CROSS-DEVICE RECHERCHE (DESKTOP UND SMARTPHONE)

41%

Fragen: Nach welchen Informationen haben Sie online auf Ihrem Smartphone / Desktop gesucht?

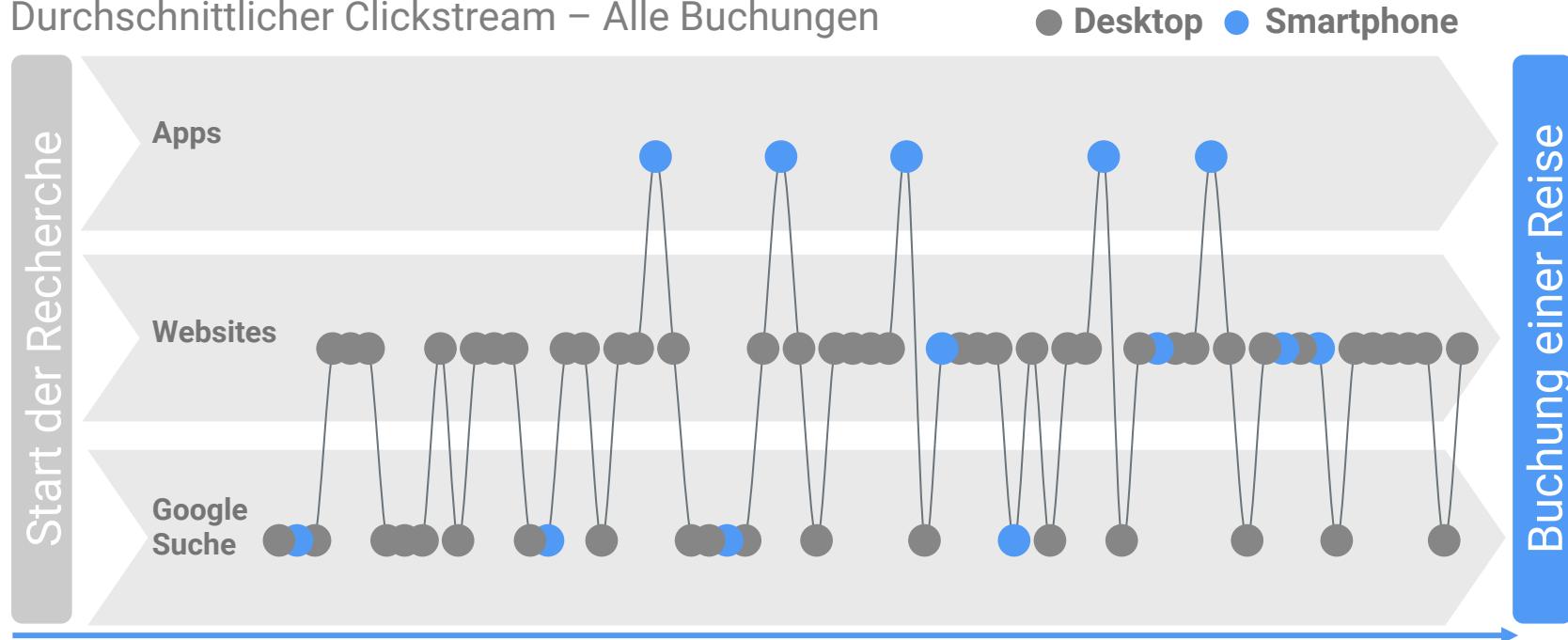
Was haben Sie in allen Phasen – von der ersten Suche bis zu Ihrer endgültigen Buchung – unternommen, um auf Ihrem Smartphone Informationen über Ihre Reise zu erhalten?

Basis: Alle Privatreisen Buchende n=1534

Quelle: The Mobile Traveller 2016

# Nutzer wechseln bei der Recherche im Schnitt 26 Mal zwischen den Geräten

Durchschnittlicher Clickstream – Alle Buchungen



GfK Crossmedia Link 2015, alle Reisebuchungen, die auf Smartphone und Desktop  
recherchiert wurden n=166, Basis: Online-Bevölkerung 18+  
Quelle: Customer Journey Travel 2015

# Smartphone wird in vielen und kurzen Momenten genutzt



**28**

Websitebesuche

**2**

Minuten/  
Websitebesuch

**69%**

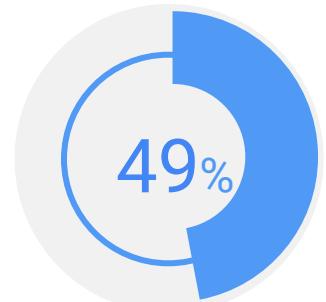
nicht explizit  
geplante  
Recherche



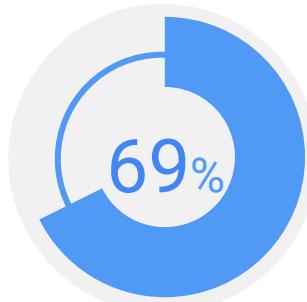
51 %

HABEN ÜBER IHR SMARTPHONE ZUM  
PRODUKT RECHERCHIERT – MEIST  
ÜBER DAS MOBILE WEB

## RECHERCHE VIA APP UND MOBILE WEB VON SMARTPHONE RECHERCHIERERN



APP



MOBILE WEB

Fragen: Nach welchen Informationen haben Sie online auf Ihrem Smartphone gesucht?  
Was haben Sie in allen Phasen – von der ersten Suche bis zu Ihrer endgültigen Buchung – unternommen, um auf Ihrem Smartphone Informationen über Ihre Reise zu erhalten?

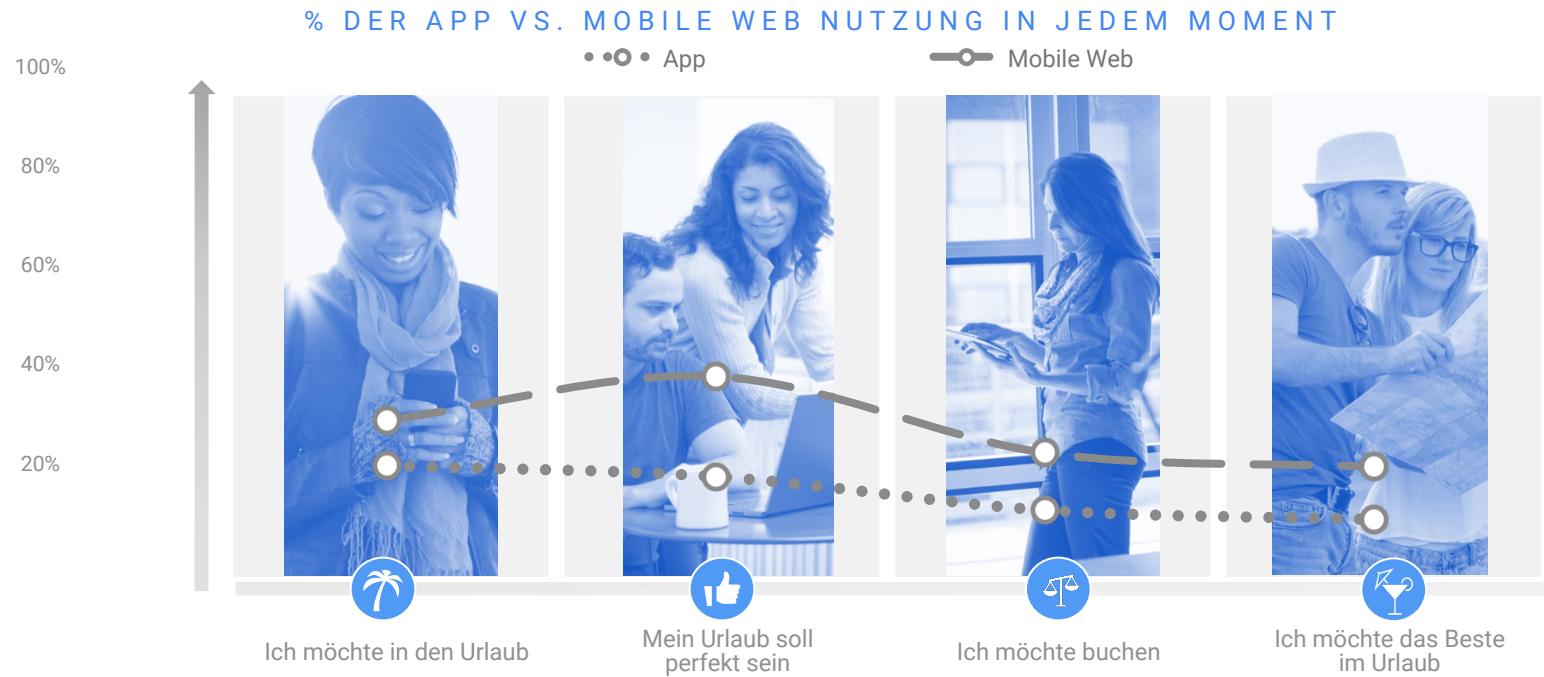
Basis: Alle Privatreisen Buchenden n=5122

Für welche dieser Informationen haben Sie Apps / den mobilen Browser auf Ihrem Smartphone verwendet?

Basis: Alle Privatreisen Buchenden, die über das Smartphone recherchieren n=962

Quelle: The Mobile Traveller 2016

# Das mobile Web wird in jedem Moment häufiger genutzt als Reise-Apps

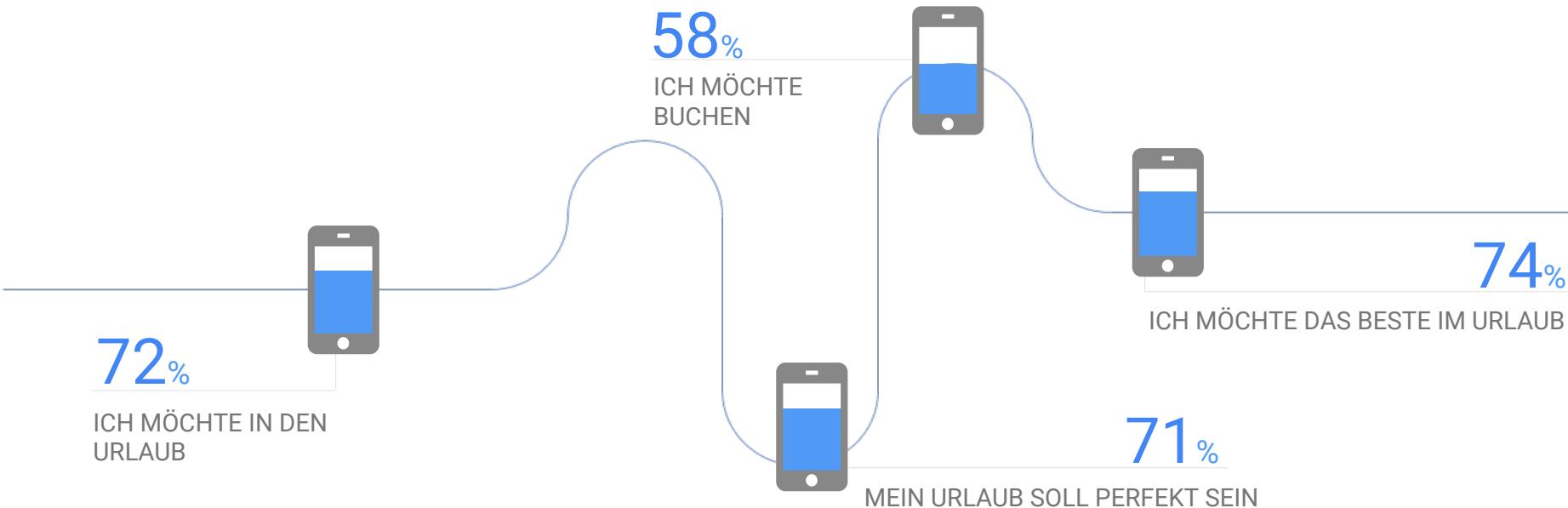


Fragen: Für welche dieser Informationen haben Sie Apps / den mobilen Browser auf Ihrem Smartphone verwendet?

Basis: Alle Privatreisen Buchenden, die über das Smartphone recherchierten n=962

Quelle: The Mobile Traveller 2016

# Das Smartphone hat für die Nutzer in jeder Phase einen hohen Wert



Denken Sie an Ihren Entscheidungsprozess zurück: Wie hilfreich war das Smartphone bei jedem Schritt?

Top Two der Skala 1: Sehr hilfreich – 4: Überhaupt nicht hilfreich

Basis: Alle Privatreisen Buchenden, die über das Smartphone recherchierten n=962

Quelle: The Mobile Traveller 2016