



Pressemitteilung

28. Februar 2005

Über 13 Millionen Deutsche besuchen Reisewebsites

Nürnberg, 28. Februar 2005: Über 41% aller Deutschen, die sich im Januar 2005 ins Internet eingewählt haben, besuchten Reisewebsites, um ihre nächste Reise oder den nächsten Urlaub zu planen. 2,8 Millionen dieser Onlinenutzer nutzten laut dem Internetmarktforscher Nielsen//NetRatings Websites von Fluggesellschaften.

Top 10 Kategorie Travel

Rang	Brand oder Channel	Unique Audience
	Kategorie Travel	13.434.000
1	Die Bahn	3.792.000
2	Map24	2.923.000
3	Falk	1.572.000
4	Expedia	1.135.000
5	Hapag-Lloyd	1.008.000
6	TravelTainment	972.000
7	Lufthansa	944.000
8	ViaMichelin	922.000
9	T-Online onReisen	893.000
10	Germanwings	763.000

Quelle: Nielsen//NetRatings, NetView, home & work, Januar 2005

Die Deutsche Bahn hat mit über 3,7 Millionen Besuchern im Januar 2005 nach wie vor mit Abstand die reichweitenstärkste Reisewebsite in Deutschland. Auch Routenplaner und Kartendienste wie Map24, Falk und ViaMichelin sind bei den Deutschen sehr beliebt.

Die wahren Gewinner im letzten Jahr waren Fluggesellschaften. Sieben der Top 20 Brands/Channels in der Kategorie Travel waren im Januar 2005 von Fluggesellschaften oder Firmen, die hauptsächlich Flugreisen anbieten.

Hlx.com konnte seine Besucherzahlen über 107% steigern, von 428.000 Unique Audience im Januar 2004 auf 885.000 Unique Audience im Januar 2005. Auch die Website von einer der jüngsten deutschen Fluggesellschaften Germanwings hat Riesenschritte gemacht. Die Firma konnte die Besucherzahlen zu ihrer Website um 77% von 430.000 Unique Audience im Januar 2004 auf 763.000 Unique Audience im Januar 2005 steigern, was ihr eine Position in den Top 10 der Kategorie Travel eingebracht hat.

Top 7 Sub-Kategorie Airlines

Rang	Brand oder Channel	Unique Audience
	Kategorie Airlines	2.821.000
1	Lufthansa	944.000
2	hlx.com	885.000
3	Germanwings	763.000
4	Air Berlin	652.000
5	Condor	632.000
6	Ryanair.com	514.000
7	easyJet	345.000

Quelle: Nielsen//NetRatings, NetView, home & work, Januar 2005



Andere Anbieter von Billigflügen wie Air Berlin, Ryanair und easyJet konnten ebenfalls erfreuliche Wachstumsraten zwischen 3% und 16% verzeichnen.

Auch in der Online-Werbung waren Fluggesellschaften im Januar 2005 sehr aktiv, wie eine Analyse des Online-Werbungstracking-Tools AdRelevance(i) zeigt. Fast alle der Top 10 Werbetreibenden in der Sub-Kategorie Verkehrsmittel hatten mehr als eine Millionen Ad Impressions (AI) im Januar 2005. Besonders Easyjet und Lufthansa erreichten mit 45,5 Millionen AI und 28,1 Millionen AI im Januar 2005 bei weitem den stärksten Werbedruck innerhalb dieser Branche im Internet.

Top 10 Werber Kategorie Verkehrsmittel

Rang	Werbtreibender	Ad Impressions
1	Easyjet	45.511.000
2	Lufthansa	28.065.000
3	Deutsche Bahn	5.248.000
4	KLM - Royal Dutch Airlines	4.413.000
5	LTU	2.835.000
6	Germanwings	1.779.000
7	Condor Airlines	1.360.000
8	Air Berlin	1.299.000
9	Aida das Clubschiff	1.085.000
10	Hapag-Llyod Express	554.000

Quelle: Nielsen//NetRatings, AdRelevance(i), Deutschland, Januar 2005

Stefan Raum, Senior Director Sales & Marketing Central Europe von Nielsen//NetRatings, sagte: „Die deutsche Reisebranche hat schon früh das Potenzial des Internets erkannt. Große deutsche Namen wie Die Bahn und Lufthansa bieten seit Jahren umfangreiche Online-Dienste an. Immer mehr Reisewebsites schaffen es die richtige Kundschaft gezielt mit relevanten Angeboten anzusprechen, somit bleibt es weiter interessant zu sehen, welche Websites die beste Kombination aus Angebotstiefe und Benutzerfreundlichkeit erreichen und sich somit fest in den Top 10 etablieren.“

ENDE

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Nielsen//NetRatings
Andreas Gutjahr, Marketing Manager
Telefon: +44 (0)7799 866 650
eMail: agutjahr@netratings.com

Nielsen//NetRatings
Stephan Achstetter, Client Service Manager
Telefon: +49 (0) 911 520 97-14
eMail: sachstetter@intl.netratings.com

Über Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings ist der globale Standard für Internet-Nutzungsdaten und deren Analyse. Aktuelle und umfassende Daten und Analysen liefern zuverlässige Informationen zur allgemeinen Entwicklung des Internets, zum Nutzungsverhalten und den Markenpräferenzen der Surfer sowie zur Effizienz von Online-Werbung. Weitere Informationen finden Sie im Internet unter www.nielsen-netratings.com.