



Travel Flash Report



Winter 2017/2018



Inhalt



Key Insights

Mobile Trends in der Tourismusbranche

Cross Device- und Last-Minute-Verhalten

Fokus auf Apps

Saisonabhängigkeit

Anhang



Key-Insights

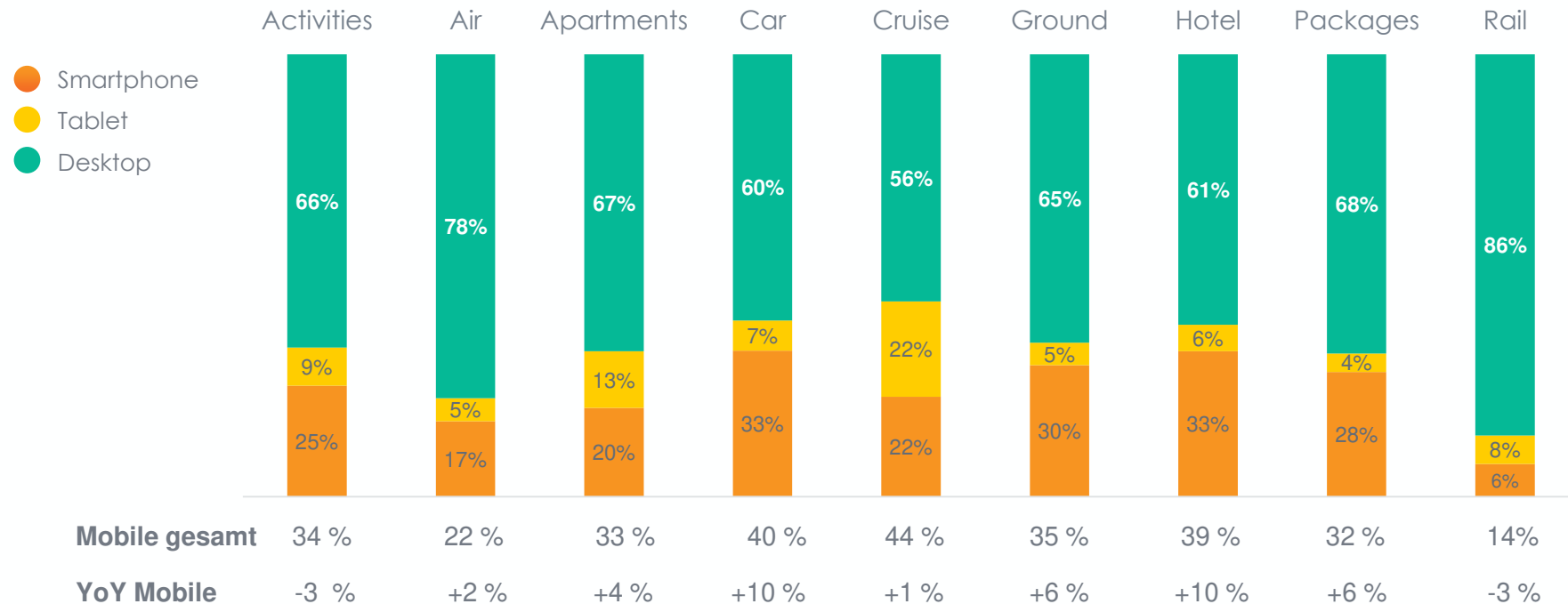


Criteos detaillierte Analyse von Daten aus der Reisebranche führt zu sieben Key Insights:

1. Wir sehen weiterhin ein stetiges Wachstum beim Mobile-Geschäft, speziell für Online-Reisebüros.
2. In allen Kategorien von Reise/Touristik geht die Tablet-Nutzung zurück.
3. Durch Cross-Device Optimierung kann möglicherweise die schlechtere Performance im Mobile-Bereich ausgeglichen werden.
4. Bis zu 80 % aller Last-Minute-Buchungen erfolgen mobil.
5. Reise-/Touristik-Unternehmen, die eine App zur Buchung anbieten, erzielen circa 60% ihres Umsatzes mobil.
6. Der durchschnittliche Umsatz pro Buchung ist auf Apps höher als auf mobilen Websites.
7. Die via Apps erzielte Conversion Rate ist fünfmal höher als auf mobilen Websites.

Anteil der Buchungen nach Endgerät

In sechs von neun Kategorien stammen mehr als ein Drittel der Buchungen von mobilen Endgeräten.*



*Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.



45 %

.....

der Buchungen von Online-Reisebüros werden über mobile Endgeräte abgewickelt.*

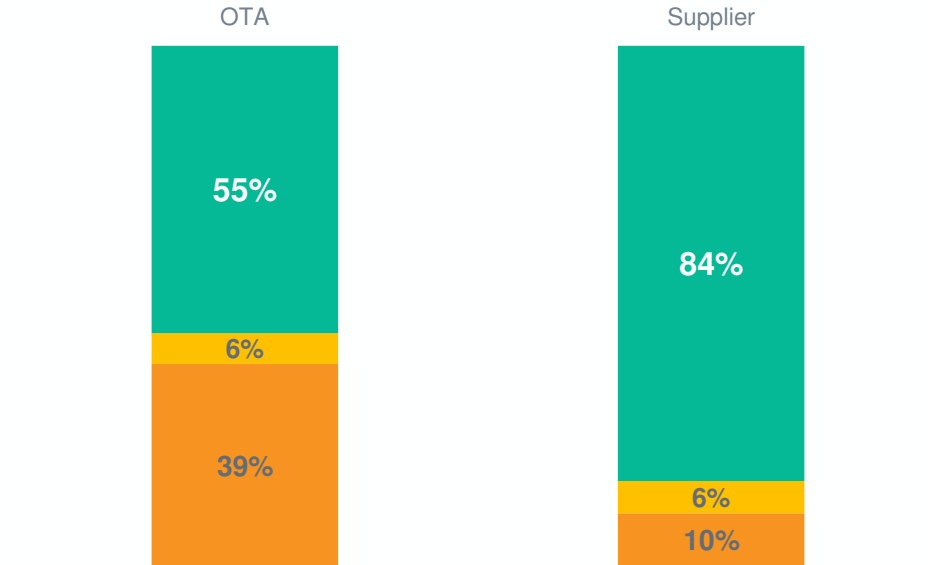
*Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.

Anteil der Buchungen nach Endgerät

Online-Reisebüros profitieren am meisten vom Mobile-Geschäft.*



- Smartphone
- Tablet
- Desktop



*Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.

Key Insight:

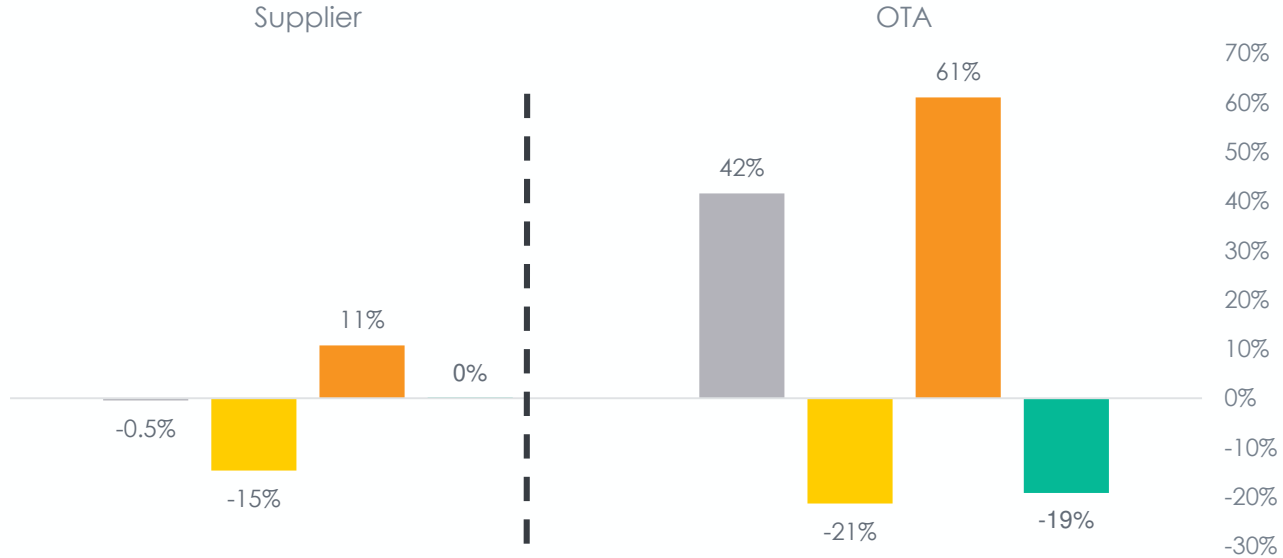
Online-Reisebüros profitieren am meisten vom Mobile-Geschäft.
Direktanbieter/Veranstalter hinken hinterher.

Entwicklung des Buchungs-Anteils nach Endgerät

Q4 2016 und Q4 2017 im Jahresvergleich.*



- Smartphone
- Tablet
- Desktop
- Total Mobile



*Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.

Key-Insight

- Das Mobile-Geschäft der Online-Reisebüros wächst schneller.
- Die Nutzung von Smartphones nimmt stetig zu; Tablets hingegen verlieren an Bedeutung.

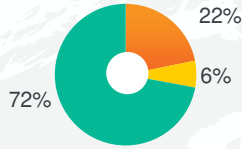
WELTWEIT

Der Anteil der mobilen Buchungen schwankt zwischen 28 und 53 %.



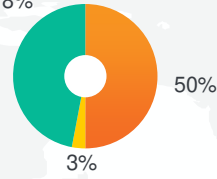
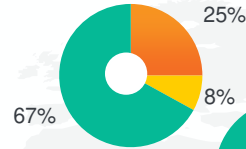
- Smartphone
- Tablet
- Desktop

Nordamerika



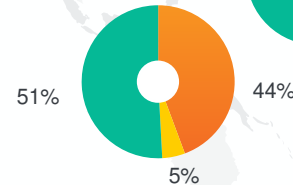
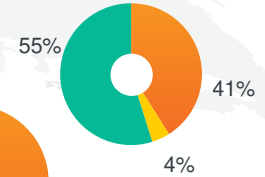
Lateinamerika

Europa



Naher Osten

Nord APAC



SÜD APAC

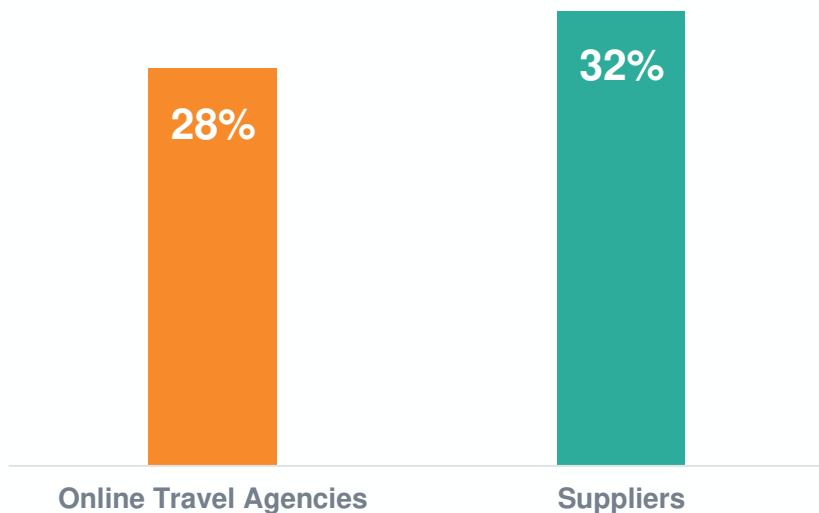
*Detaillierte Länderliste im Anhang. Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.
Nordamerika: 2 Länder; Lateinamerika: 9 Länder; Europa: 25 Länder; Naher Osten: 6 Länder; APAC: 14 Länder.

Kombination von Daten

Cross-Device-Daten erlauben einen Einblick in die Aktivität vor der Buchung*



Anteil der Buchungen nach einem Klick auf einem anderen Endgerät:



* Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale. Buchungen in der Folge eines Klicks auf eine Criteo-Ad.

Key-Insight

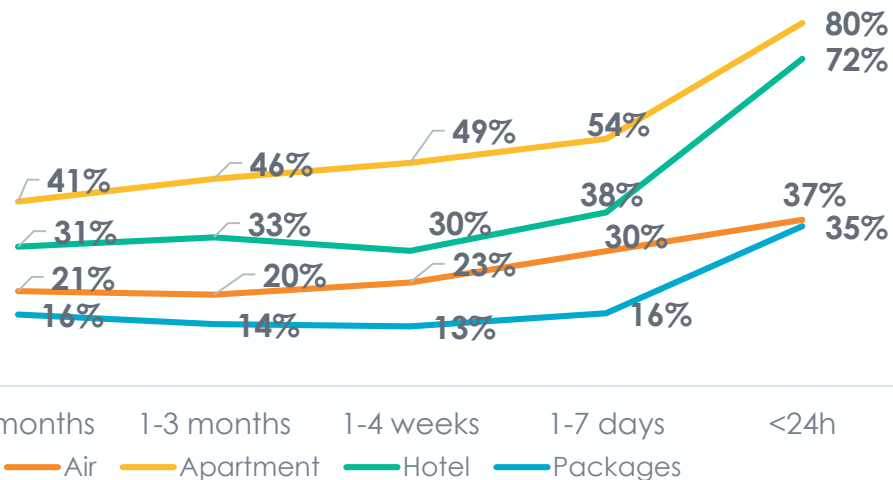
Trotz geringerer Mobile-Buchungen erzielen Direktanbieter einen größeren Anteil von Cross-Device-Transaktionen. Das zeigt, dass Datenkooperationen zwischen Unternehmen das Potenzial haben, eine schwächere Performance im Mobile-Geschäft auszugleichen.

Anteil der mobilen Buchungen in Abhängigkeit des Reiseterrmins



Der Großteil der Last-Minute-Buchungen erfolgt mobil.

Anteil der mobilen Buchungen, Tage bis zur Abreise, nach Kategorie



Key-Insight

Bis zu 80 % der Last-Minute-Buchungen erfolgen auf mobilen Endgeräten.

Quelle: Anteil der Buchungen nach Endgerät (Werbetreibende Reise/Touristik weltweit, viertes Quartal 2017). Ohne Apps und Vergleichsportale.



60%

.....

der Transaktionen auf mobilen Endgeräten
gehen an Anbieter mit einer Buchungs-App.

*Anteil der Buchungen nach Endgerät (einschließlich Apps), weltweit, Q4 2017.

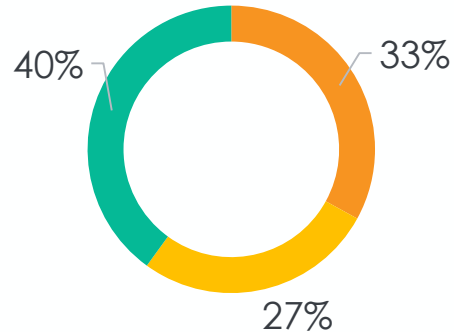
Der Fokus muss auf Apps liegen

Apps können bei Transaktionen der ausschlaggebende Faktor sein.

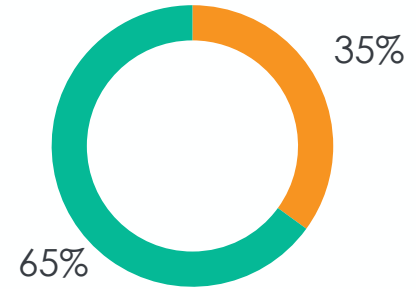


- Mobile Web
- App
- Desktop

Anteil der Buchungen nach Umgebung für Reiseanbieter mit einer Buchungs-App (weltweit)



Anteil der Buchungen nach Endgerät, alle Reiseanbieter weltweit, ohne Apps.



*Criteo-Daten, weltweit, Werbetreibende Reise/Touristik, viertes Quartal 2017, einschließlich Apps

Key-Insight

Reiseanbieter mit einer Booking-App erzielen insgesamt 60 % der Transaktionen auf mobilen Endgeräten. Im Vorjahr waren es noch 41 %.



41%

.....

des Last-Minute-Traffics* stammt von Apps.**

**Quelle: Reiseanbieter, die Buchungen sowohl über mobile Websites als auch über Apps erzielen. Criteo, weltweit, viertes Quartal 2017

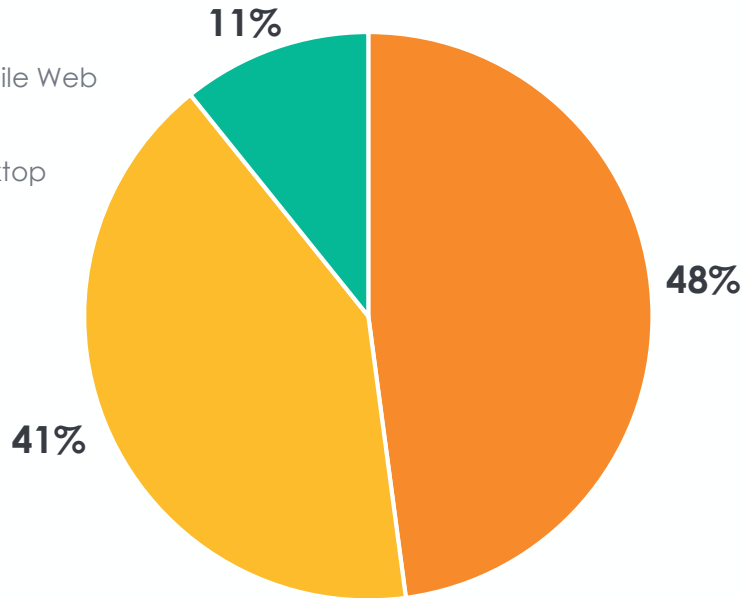
* Last-Minute-Buchungen erfolgen weniger als 24 Stunden vor dem Check-in bzw. der Abreise.

Fokus auf Apps

Traffic-Anteil nach Umgebung für Last-Minute-Buchungen



- Mobile Web
- App
- Desktop



Quelle: Criteo-Daten, weltweit, viertes Quartal 2017. Online-Reisebüros und Anbieter mit einer Booking-App. Last-Minute-Buchungen erfolgen weniger als 24 Stunden vor dem Check-in bzw. der Abreise.

Key-Insight

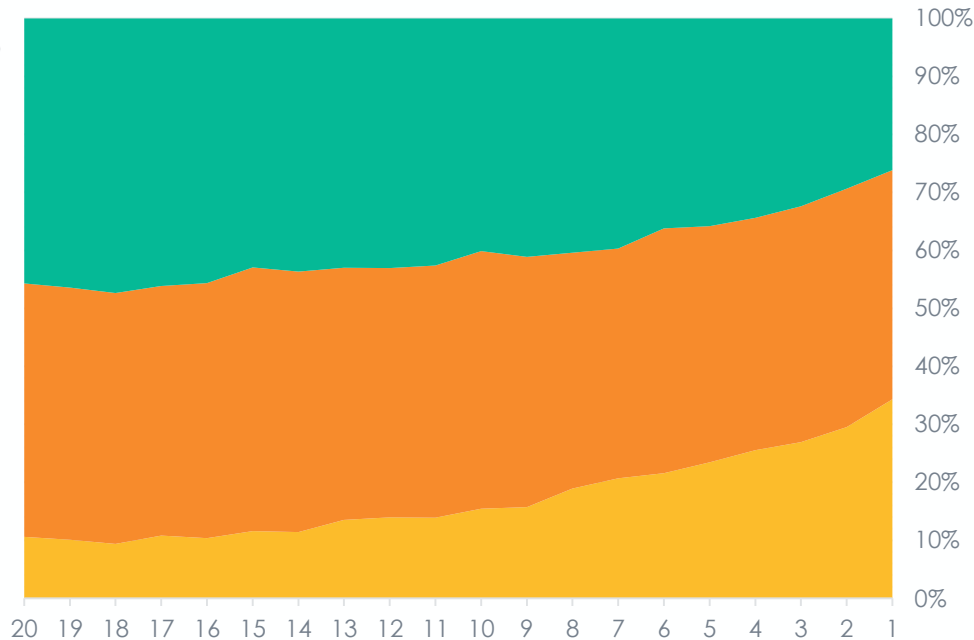
41% des Last-Minute-Traffics bzw. der Touchpoints stammen von Apps. Der Mobile-Anteil insgesamt beträgt 89 %.

Fokus auf Apps

Anteil des Traffics nach Umgebung / Anzahl der Übernachtungen – Hotel-Anbieter mit App.



- Mobile Web
- App
- Desktop



Key-Insight

33% aller Übernachtungen für eine Nacht werden über Apps gesucht.

Quelle: Criteo-Daten, weltweit, viertes Quartal 2017. Online-Reisebüros und Anbieter/Veranstalter mit einer Booking-App.

Fokus auf Apps

Touristik/Reise-Anbieter erzielen höhere Conversion Rates auf Apps als jemals zuvor. Sie übertreffen dabei sogar die Retail-Branche.*



	Mobile Web	App	Desktop
Reise/Touristik, Q4 2017	4%	23%	11%
Reise/Touristik, Q4 2016	7%	22%	13%
Jahresvergleich	-3 Prozentpunkte	<u>+1 Prozentpunkt</u>	-2 Prozentpunkte

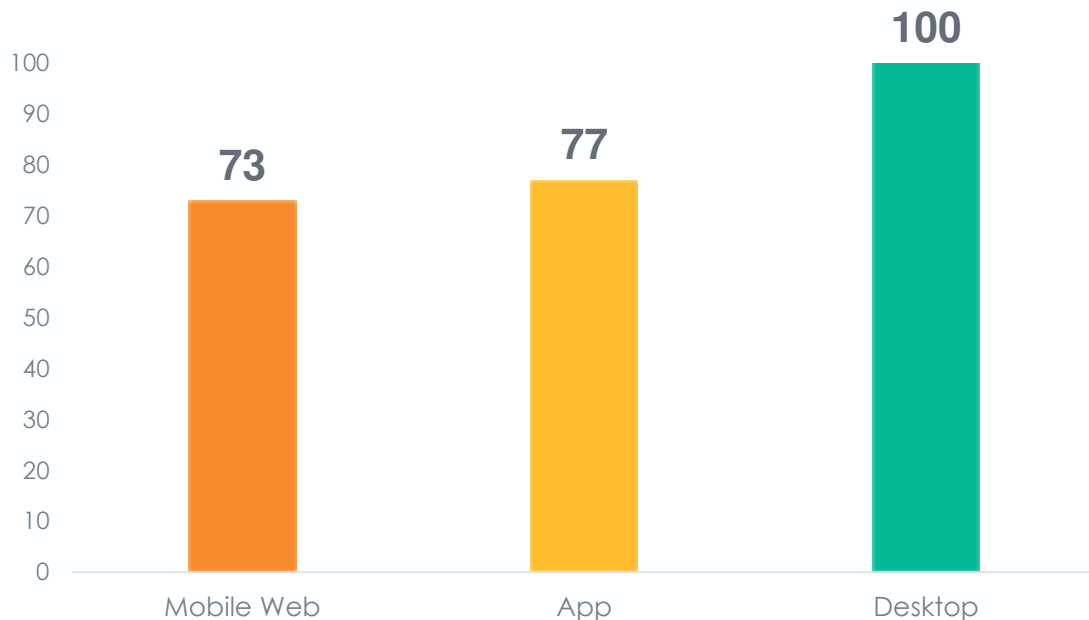
*Criteo Daten, weltweit, viertes Quartal 2017 und viertes Quartal 2016. CR = Käufer bzw. User, die sich Produktseiten ansehen. Online-Reisebüros und Anbieter/ Veranstalter. Ohne Vergleichsportale. Zum Vergleich: Im vierten Quartal 2017 lag die durchschnittliche Conversion Rate für Apps im Retail-Bereich bei 17 %.

Key-Insight

Die über Apps erzielte Conversion Rate ist fünfmal höher als die auf mobilen Websites und der Abstand wächst weiter.

Fokus auf Apps

Durchschnittlicher Buchungswert pro Kanal.
Index (100) = Buchungswert auf dem Desktop



Quelle: Criteo-Daten, weltweit, viertes Quartal 2017. Online-Reisebüros und Reiseanbieter. Ohne Vergleichsportale.

Key-Insight

Der durchschnittliche Buchungswert von Apps liegt unter dem von Desktops, jedoch leicht über dem von mobilen Websites.



70%

.....

Die Tourismusbranche erzielt in Q1 ein
tägliches Buchungsplus von mehr als 70 %.*

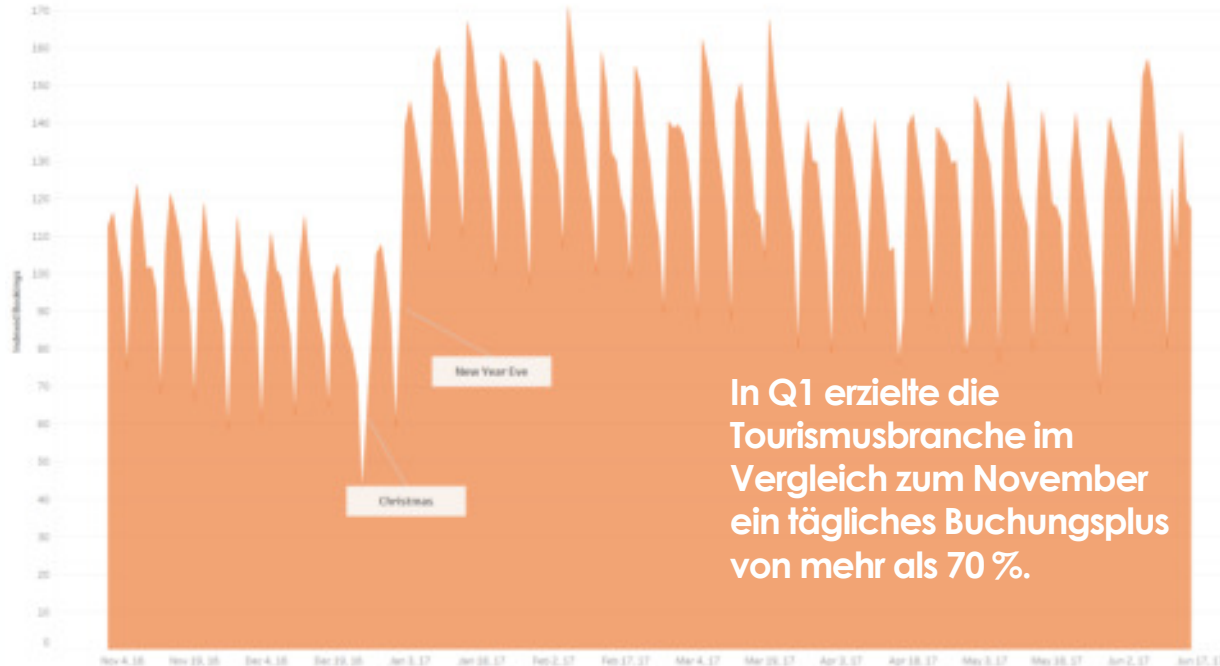
*Criteo -Daten, Deutschland, 2016-2017. Januar 2017 im Vergleich zu den Durchschnittswerten von November 2016 . Ohne Vergleichsportale.

Anhang

Saisonabhängigkeit: Winterbuchungen in Deutschland.



Daily Travel Bookings in Germany - Baseline: 100 = average in November



Key-Insight

Die Buchungs-Saison hat gerade erst begonnen.

Appendix



Anteil der Buchungen nach Endgerät für ausgewählte Länder und Regionen*

Land	Desktop	Smartphone	Tablet	Mobile gesamt
Japan	54%	41%	5%	46%
Kanada	56%	37%	7%	44%
Schweden	59%	32%	9%	41%
Frankreich	61%	33%	6%	39%
Spanien	62%	31%	6%	38%
Australien	63%	28%	9%	37%
Brasilien	63%	34%	3%	37%
Dänemark	64%	23%	13%	36%
Großbritannien	65%	25%	10%	35%
Niederlande	67%	22%	11%	33%
Österreich	68%	25%	7%	32%
Schweiz	69%	25%	6%	31%
Italien	70%	25%	5%	30%
Belgien	72%	20%	8%	28%
USA	72%	21%	6%	28%
Deutschland	77%	15%	8%	23%
Region				
LATAM	64%	33%	3%	36%
Nordamerika	72%	22%	6%	28%
Nord APAC	55%	41%	4%	45%
Süd APAC	51%	44%	5%	49%
Naher Osten	47%	50%	3%	53%
Mitteuropa	75%	18%	7%	25%
Nordeuropa	65%	25%	10%	35%
Südeuropa	64%	30%	6%	36%

Methodik



Criteo analysiert Browsing- und Buchungsdaten:

- Von mehr als 1800 Reise- und Touristikunternehmen weltweit,
- von mehr als 3 Milliarden Buchungen pro Jahr auf Desktops, mobilen Websites und in Apps
- und aus 59 Länder weltweit (Nordamerika 2, Lateinamerika 9, Europa 25, Naher Osten 6, Afrika 4 und APAC 14).

Wie können Werbetreibende diese Daten nutzen?

Sie ermöglichen einen Performance-Benchmark anhand relevanter KPIs für alle mobilen und Cross-Device-Channels.

Danke



Das Criteo Commerce Marketing Ecosystem erlaubt es Tausenden von Brands, Retailern und Publishern weltweit, Umsatz und Gewinn zu steigern. Mehr Infos dazu auf unserer Website: criteo.com/de/