



App and away: Reiseanbieter mit einer App erzielen 60 Prozent aller Buchungen mobil

Bis zu 80 Prozent der Last-Minute-Onlinebuchungen erfolgen über mobile Endgeräte, so der aktuelle Criteo Travel Flash Report

München, 27. März 2018 – [Criteo](#) (NASDAQ: CRTO), das Technologieunternehmen für Commerce Marketing, veröffentlicht im [Travel Flash Report \(Winter 2017/2018\)](#) aktuelle Zahlen zum weltweiten Online-Reisebuchungsverhalten. Trotz des anhaltenden Rückgangs von Buchungen über Tablets werden mobile Buchungen immer wichtiger. Unternehmen im Travel-Bereich, die eine App anbieten, profitieren dabei besonders: 60 Prozent ihrer Buchungen erzielen sie im Schnitt über mobile Endgeräte. Das entspricht einem Anstieg von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zudem verzeichnen sie über die App sowohl höhere durchschnittliche Warenkörbe als auch Conversion Rates als im mobilen Internet. Für den Report analysierte Criteo mehr als drei Milliarden Surf- und Buchungsdaten von über 1.800 Werbetreibenden in der Reisebranche in 59 Ländern.

Mobile Buchungen erfreuen sich zunehmender Beliebtheit. Nahezu jede zweite Buchung (45 Prozent) bei Online-Reisebüros (Online-Travel-Agencies, OTAs) weltweit erfolgt mittlerweile über Smartphone oder Tablet. Während Tablets gemäß dem allgemeinen Trend an Bedeutung verlieren (-21 Prozent im Jahresvergleich Q4/2016 zu Q4/2017), treiben Smartphones die Entwicklung (+61 Prozent); Buchungen über den Desktop gehen entsprechend zurück (-19 Prozent). Bei Last-Minute-Angeboten und kurzfristigen Übernachtungen steigt der Anteil mobiler Buchungen auf bis zu 80 Prozent.

„Reiseunternehmen weltweit registrieren immer mehr Buchungen über mobile Geräte und speziell über Apps. In Deutschland hinken wir diesem Trend allerdings hinterher: Nur 23 Prozent aller Onlinebuchungen erfolgen hierzulande über mobile Geräte, in Frankreich dagegen liegt der Wert beispielsweise bei 39 Prozent“, sagt Georg Sobczak, Managing Director DACH von Criteo. „Reisende lieben die Flexibilität mobiler Angebote, über die sie wortwörtlich ‚last-minute‘ buchen können, vergessen darüber aber nicht die Vorteile anderer Touchpoints. Dies belegt der hohe Anteil an Buchungen, die mehr als ein Gerät erfolgen. Für Anbieter in Deutschland und weltweit ist es daher Herausforderung und Chance zugleich, über eine geräteübergreifende und überzeugende Nutzererfahrung die zunehmend mobilen Nutzer für sich zu gewinnen.“

Zentrale Ergebnisse des Criteo Travel Flash Reports:

- Der Anteil mobiler Reisebuchungen nimmt weltweit zu. In Europa erfolgt jede dritte Buchung mobil (33 Prozent). Spitzenreiter ist der Nahe Osten mit 53 Prozent. Deutschland liegt mit 23 Prozent weit unter dem Durchschnitt und auch hinter Österreich (32 Prozent) und der Schweiz (31 Prozent).
- In sechs von neun Reisekategorien stammen mehr als ein Drittel der Buchungen von mobilen Endgeräten. Autovermietungen und Hotels zeigen die höchsten Zugewinne im Vergleich zum Vorjahr (+10 Prozent).
- Online-Reisebüros (OTAs) profitieren mit 45 Prozent Anteil am meisten vom Mobile-Geschäft an den Gesamtbuchungen; Direktanbieter liegen mit 16 Prozent weit zurück.



- 28 Prozent der Buchungen bei OTAs finden geräteübergreifend statt, bei Direktanbietern sind es sogar 32 Prozent.
- Anbieter mit Buchungs-App verzeichnen im Schnitt 60 Prozent aller Transaktionen auf mobilen Endgeräten. Bei Anbietern ohne App liegt der Wert dagegen nur bei 35 Prozent.
- Die Conversion Rates bei Apps liegen fünfmal höher als im mobilen Internet, doppelt so hoch wie beim Desktop und damit über dem Durchschnittswert für den Einzelhandel.

Studienmethodik

Der Criteo Travel Flash Report (Winter 2017/2018) beruht auf der Analyse von mehr als drei Milliarden Buchungen bei 1.800 Werbetreibenden in der Reisebranche im Zeitraum eines Jahres. Um das Buchungsverhalten weltweit abzubilden, wurden individuelle Surf- und Buchungsdaten aus 59 Ländern ausgewertet. Die vollständigen Ergebnisse sind zu [hier](#) finden.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) ist eines der führenden Unternehmen im Commerce Marketing, das sich zum Ziel gesetzt hat, ein offenes und das leistungsstärkste Commerce Marketing Ecosystem zu schaffen, das sowohl Händlern als auch Markenherstellern zusätzliche Abverkäufe und Umsätze bringt. Über 2.800 Criteo Mitarbeiter arbeiten mit weltweit 18.000 Kunden sowie tausenden Publishern zusammen. Unser Ziel ist es, messbare und skalierbare Performance zu liefern, indem wir Käufer mit den Dingen zusammenbringen, die sie brauchen und lieben. Das Criteo Commerce Ecosystem ist auf den Handel ausgerichtet, \$600 Milliarden Handelsumsätze werden pro Jahr über das Criteo Ecosystem verzeichnet.

Kontakte

Criteo:

Florian Herzing

Senior PR Manager

f.herzing@criteo.com

+49-89-189285-159

PR-Agentur:

HBI Helga Bailey GmbH - International PR & MarCom

Martin Stummer / Andrej Kornienko / Duygu Duru

martin_stummer@hbi.de / andrei_kornienko@hbi.de / duygu_duru@hbi.de

+49-89-99 38 87-34 / -37 / -44