

## Tradedoubler Untersuchung: User Journey im Reisemarkt 33 Prozent kürzer als in anderen Branchen

**Tradedoubler untersucht die Kaufpfade europäischer Konsumenten im Reisemarkt mit seiner User Journey-Technologie**

**München, 25. November 2015** - Eine typische User Journey im Online-Reisemarkt dauert in Europa fünf Tage, 21 Stunden und 30 Minuten und ist damit 33 Prozent kürzer als der branchenübergreifende Schnitt. Auch brauchen Reisebuchende durchschnittlich 20 Klicks weniger als der restliche Markt bis zur Conversion. Dies ergab eine aktuelle User Journey-Untersuchung von Tradedoubler, Anbieter von Performance und datengetriebinem Marketing, zum Online-Kaufverhalten in Europa anhand über acht Millionen Online-Verkäufe.

### Eine typische User Journey im europäischen Reisemarkt

	Marktdurchschnitt	Reisebranche	Differenz
<b>Dauer</b>	8 Tage, 19 Stunden und 30 Minuten	5 Tage, 21 Stunden und 30 Minuten	↓ 33 %
<b>Webseiten</b>	1,59	2,83	↑ 78 %
<b>Klicks</b>	25,44	5,34	↓ 79 %
<b>Besuchte Seiten pro Webshop</b>	1,27	1,38	↑ 8 %

### Wochen- statt Monatszyklus

Legt man alle User Journeys branchenübergreifend übereinander, so ergibt sich ein monatlicher wiederkehrender Zyklus im Kaufverhalten. Nutzer, die in der Mitte des Monats konvertieren, haben eine durchschnittliche Journey-Zeit von sechs Tagen und brauchen über 30 Klicks bis zum Ziel. Am Anfang und Ende des Monats sieht dies anders aus: hier wird mehr Zeit aufgewendet, aber weniger geklickt. Auch im Reisemarkt lässt sich ein wiederkehrendes Bild erkennen, doch wiederholt sich dieses wöchentlich, mit kurzen Journey-Zeiten am Wochenende sowie im Wochenverlauf länger werdenden Klickpfaden. Dabei steigt im Reisesegment gerade bei kürzeren Journeys der durchschnittliche Warenkorbwert um rund fünf Prozent. Das Gegenteil lässt sich in der gesamtwirtschaftlichen Marktbeschreibung feststellen - hier steigt der Warenwert bei längeren Kaufpfaden.

„Unsere Untersuchung legt vor allem nahe, dass Verbraucher unter der Woche verschiedene Reiseoptionen recherchieren und dann am Wochenende ihren Kauf abschließen. Zu dem Zeitpunkt haben sie im Grunde längst entschieden, auf welchem Kanal sie konvertieren werden. Im Umkehrschluss bedeutet das: Hat der User bis Montag nicht gekauft, hat man ihn als Anbieter verloren“, fasst Mike Weiler, Acting Country Manager für Deutschland und Österreich bei Tradedoubler, die Ergebnisse zusammen. „Wer seine Marketing-Kampagnen auf



Performance hin optimieren will, der kommt an einer detaillierten Analyse der User Journeys nicht mehr vorbei. Alles andere ist Stochern im Nebel!"

Die Untersuchung wurde mithilfe von Tradedoublers neuer User Journey-Technologie durchgeführt. Die datengetriebenen Einsichten in das Online-Kaufverhalten des Verbrauchers, die mit User Journey möglich sind, räumen mit Mythen auf und geben Marketern Einblicke in die oft überraschenden Kaufpfade des Online-Nutzers. Mithilfe dieser Erkenntnisse können Marketingverantwortliche noch gezielter und effektiver ihre Kunden ansprechen.

###

## Pressekontakt

Gerrit Breustedt & Julia della Peruta  
Oseon  
040-228 17 00-15 / 069-25 73 80 22-12  
[tradedoubler@oseon.com](mailto:tradedoubler@oseon.com)

## Über Tradedoubler

Tradedoubler ist ein international führender Anbieter von Performance Marketing-Lösungen und -Technologien, die digitalen Marketern mehr Erfolg durch smartere Ergebnisse liefert. Gegründet 1999 in Schweden ist Tradedoubler ein europäischer Pionier des Affiliate Marketing und hat seitdem sein Angebot stets erweitert, unter anderem mit datengetriebenen Insights und User Journey-Tracking dank seines firmeneigenen Daten-Visualisierungstools ADAPT. Das Unternehmen bietet einen einmaligen Mix an Traffic, Technologie und internationaler Expertise und hilft führenden Marken dabei, ihre Geschäftsziele auf verschiedenen digitalen Marketingkanälen zu erreichen. Tradedoubler war der erste Anbieter, der umsatzfördernde Geschäftsmodelle und Technologien für E- und M-Commerce integriert anbot.

Zu den werbetreibenden Kunden von Tradedoubler gehören unter anderem Accor, Disneyland Paris, Microsoft Store, HP und CDON. Die Aktie von Tradedoubler ist im Nasdaq OMX an der Stockholmer Börse notiert.

Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.tradedoubler.com>

