

06.03.2014 – 15:10 Uhr

JOM Studie: Reisebranche mit Optimierungspotenzial im Suchmaschinenmarketing

Hamburg (ots) -

Der Jahresbeginn ist für die Reisebranche bekanntlich die werbeintensivste Zeit. 2013 investierte die Branche laut Nielsen Media Research rund 750 Millionen Euro in die klassischen Werbekanäle, allein 280 Millionen Euro in das Kern-Medium TV. Hingegen reduzierten viele Reiseveranstalter und -vermittler in den vergangenen drei Jahren ihre Ausgaben in den Werbekanal Internet und dementsprechend in die Online-Kapitalisierung ihrer strategischen Investitionen. Diese Entwicklung hat die Hamburger Agenturgruppe JOM zum Anlass genommen, die aktuellen Aktivitäten der Reisebranche im Suchmaschinenmarketing (SEM) näher zu analysieren. Gegenstand der Untersuchung war neben der Betrachtung der generellen SEM-Nutzung die Analyse der SEM-Sichtbarkeit von Unternehmen bei verschiedenen relevanten Reise-Begriffen. Daneben wurden weitergehende spezifische Analysen zur Qualität der SEM-Maßnahmen, wie der Nutzung unterschiedlicher Keyword-Optionen oder der Einsatz professioneller Bidmanagement-Software durchgeführt.

Obwohl sich SEM in der Reisebranche als Vertriebs- und Werbekanal etabliert hat, lassen verschiedene Indikatoren darauf schließen, dass viele Unternehmen zum Teil erhebliche Optimierungs- und Einsparungspotenziale haben. Zu diesem Ergebnis kommen die Experten von JOM.

Von den 134 betrachteten Unternehmen und Portalen der Reisebranche nutzten im Januar 2014 95% Google AdWords. Immerhin 49% dieser Unternehmen setzten zusätzlich auch Bing-Ads ein. Im Vergleich zu vielen anderen Branchen ist die SEM-Nutzung der Reisebranche damit sehr hoch. Überraschenderweise sind unter den 5% SEM-Abstinenten Unternehmen wie nicko tours, trendtours Touristik und Reise.com vertreten, die laut Nielsen Media Research im Jahr 2013 zusammen knapp 55 Millionen EUR brutto in die klassischen Werbekanäle investierten. Damit wird ein erheblicher Anteil dieser Investitionen online nicht kapitalisiert. Unter den relevanten Suchbegriffen zum Thema "Reisen" zeigt das Unister-Portal Ab-in-den-urlaub.de mit Abstand die höchste Präsenz unter den bezahlten Suchtreffern. Im Vergleich decken viele andere Reiseveranstalter und -vermittler nur spezifische Teilbereiche ab und sind daher weniger sichtbar. Etwas hinterher ist die Branche in puncto der mobilen Websites. Aktuell setzen nur ein Viertel der betrachteten Unternehmen mobile Webseiten ein. Auch unter den Werbetreibenden mit mobiler SEM-Ausrichtung verlinkt ein Großteil auf nicht mobil-optimierte Seiten (70% mit mobiler SEM-Ausrichtung haben keine mobil optimierte Seite). Obwohl SEM einen der wichtigsten Performance-Kanäle für die Reisebranche darstellt, nutzen momentan nur etwa ein Drittel der betrachteten Unternehmen professionelle Bidmanagement-Software. Auch bei der Nutzung von Keyword-Optionen zeigen sich zwischen den Unternehmen große Unterschiede in Bezug auf die Qualität der Kontenstruktur.

Die Analyse zu den SEM-Aktivitäten der Reisebranche kann unter www.jomhh.de kostenlos heruntergeladen werden.

Über das Unternehmen:

JOM ist eine Agenturgruppe für Kommunikationsberatung mit Fokus auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit einem betreuten Billingvolumen von rund 179 Mio. EUR im Geschäftsjahr 2013 gehört das Unternehmen zu den Top 4 inhabergeführten Agenturen in Deutschland und ist Top 2 Agentur im Online-Markt. Zu den Kernkompetenzen zählen Mediaberatung in allen On- und Offline-Medien, Performance-Marketing, Kreation, PR, Regionalmarketing und Strategieentwicklung. JOM steht für kundennahe, vermarkterunabhängige und effizienzorientierte Beratung. Auf Spitzenniveau und mit klaren Mehrwerten für die Kunden des Unternehmens. Die Agentur wurde 1997 von Michael Jäschke gegründet, zur Unternehmensgruppe gehören heute die beiden operativen Firmen JOM Jäschke Operational Media GmbH und JOM com GmbH. Am Firmensitz in der Hamburger HafenCity sind derzeit 55 Mitarbeiter beschäftigt.

Kontakt:

Volker Neumann
Telefon: 040-27822-0
E-Mail: volker.neumann@jomhh.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100014622/100752506> abgerufen werden.