



Leseranalyse Reisemedien 2016
Die Highlights

Agenda

1

Basisinformationen

2

Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung

3

Interesse der Leser an landestypischen Produkten

4

Diese Produkte werden vor der Reise gekauft

5

Hohe Ausgabebereitschaft

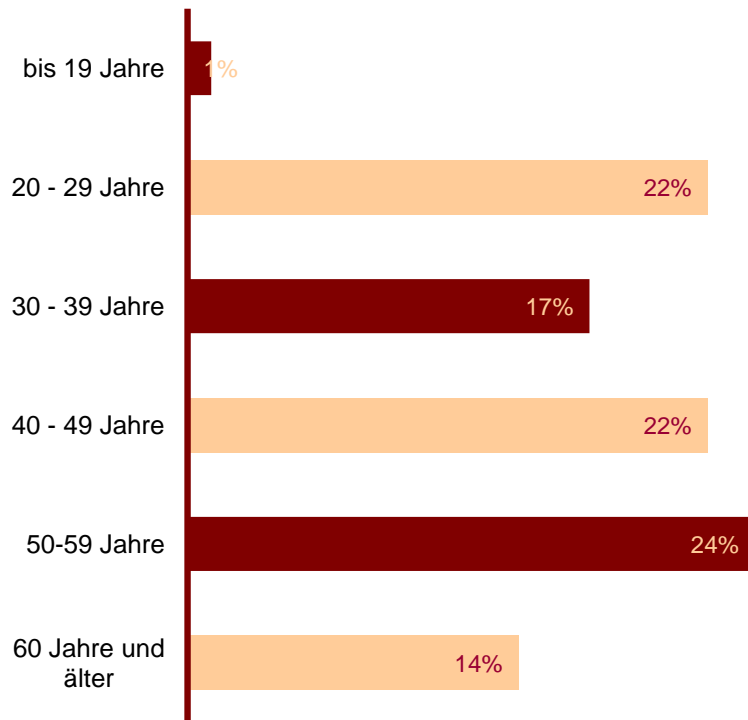
6

Crossmediale Nutzung

7

Reisemagazine

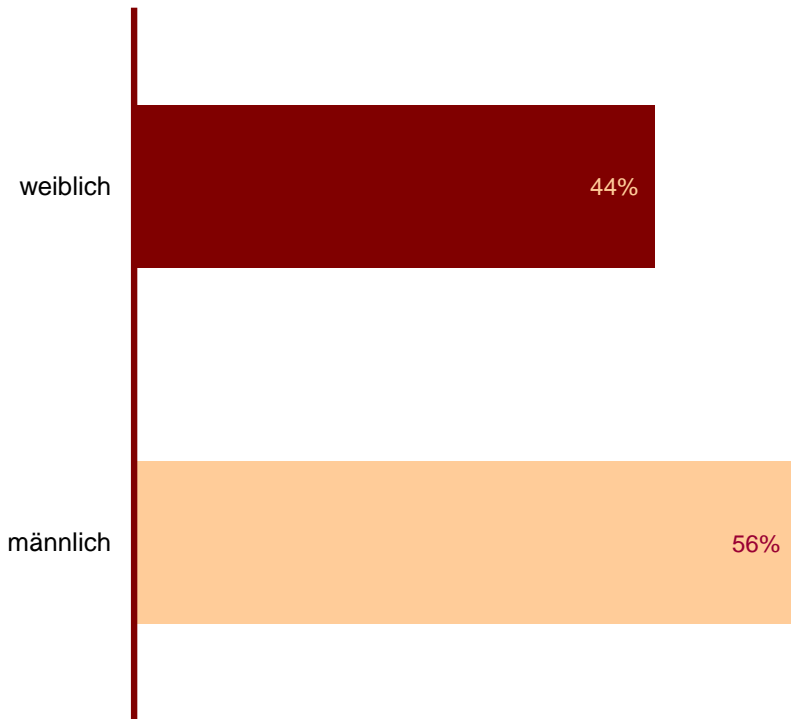
Die Teilnehmer | Altersstruktur



**Im besten Alter:
Knapp 2/3 der Befragten
ist zwischen 30 und 59
Jahren**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

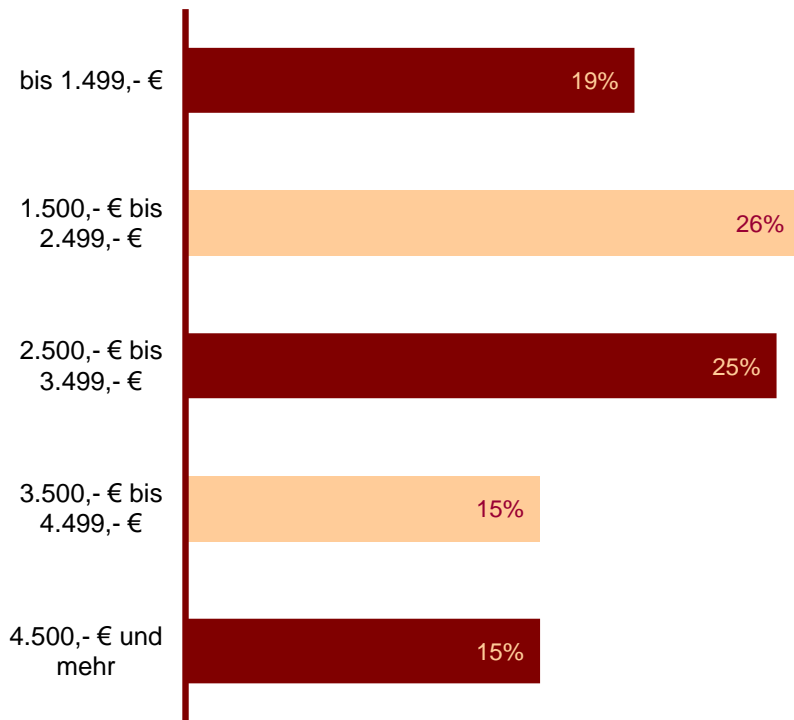
Die Teilnehmer | Geschlecht



**Ausgeglichenes
Geschlechter-Verhältnis**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Die Teilnehmer | Haushaltsnettoeinkommen



**Gutes Einkommen:
Jeder Zweite hat mehr als
2.500 €
Haushaltsnettoeinkommen**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

1

Basisinformationen

2

Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung

3

Interesse der Leser an landestypischen Produkten

4

Diese Produkte werden vor der Reise gekauft

5

Hohe Ausgabebereitschaft

6

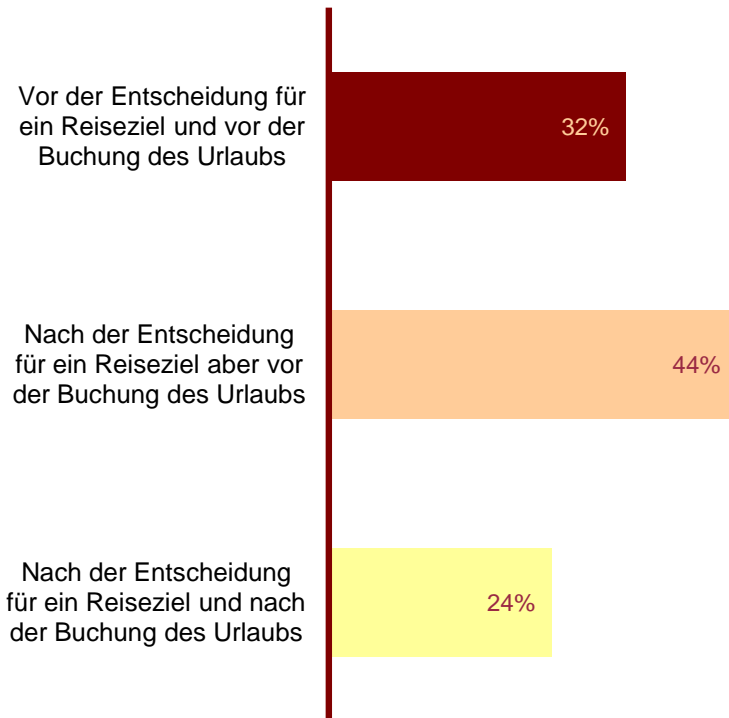
Crossmediale Nutzung

7

Reisemagazine

Leseranalyse Reisemedien 2016

Kaufzeitpunkt der Reiseführer

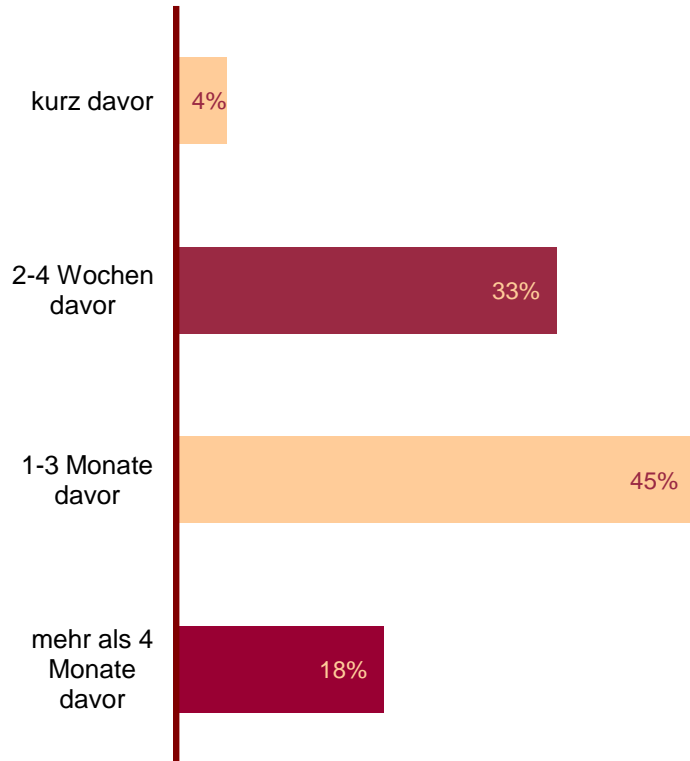


Fast 80% der Reiseführer werden vor der Reisebuchung gekauft!

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reiseführer

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich kaufe meinen Reiseführer... vor meinem Urlaub.

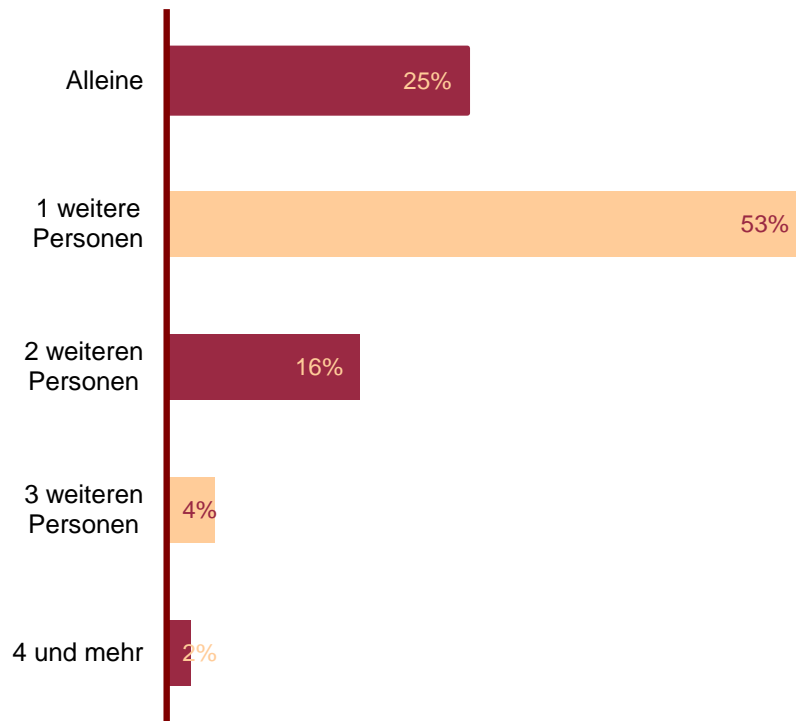


2/3 der Reiseführer werden 1 und mehr Monate vor der Reise gekauft.

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reiseführer

Leseranalyse Reisemedien 2016

Mehrfachverwendung der Reiseführer

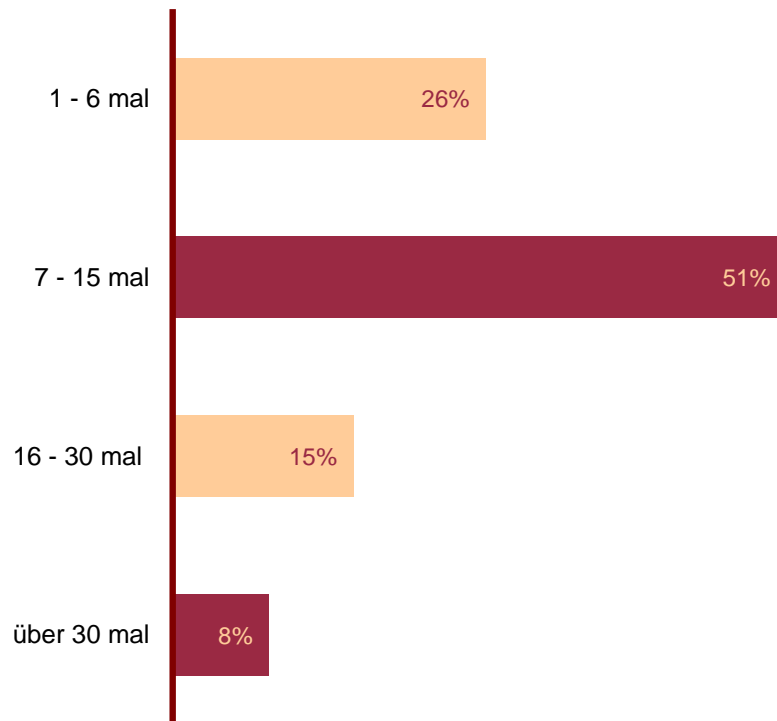


Bei 75% der Befragten nutzen mehrere Personen den Reiseführer

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reiseführer

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich habe meinen Reiseführer.... in der Hand

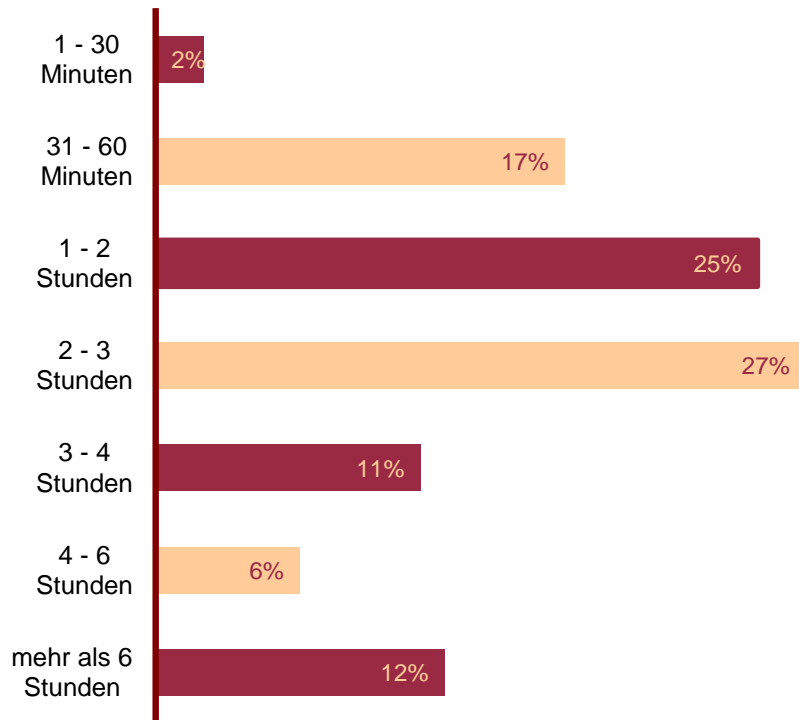


Fast 75% der Leser nehmen ihren Reiseführer mindestens 7 mal zur Hand

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reiseführer

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich nutze meinen Reiseführer im Durchschnitt

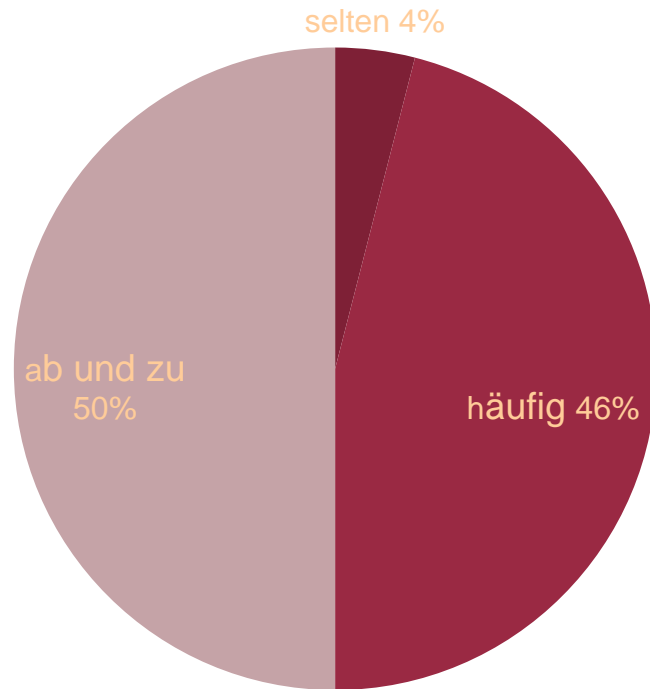


Mehr als jeder 2te Leser nutzt seinen Reiseführer mindestens 2 Stunden im Schnitt

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reiseführer

Leseranalyse Reisemedien 2016

Interesse an anderen, ähnlichen Reiseländern



**Offen für Neues:
Fast jeder ist an
ähnlichen Reisezielen
interessiert**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

1

Basisinformationen

2

Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung

3

Interesse der Leser an landestypischen Produkten

4

Diese Produkte werden vor der Reise gekauft

5

Hohe Ausgabebereitschaft

6

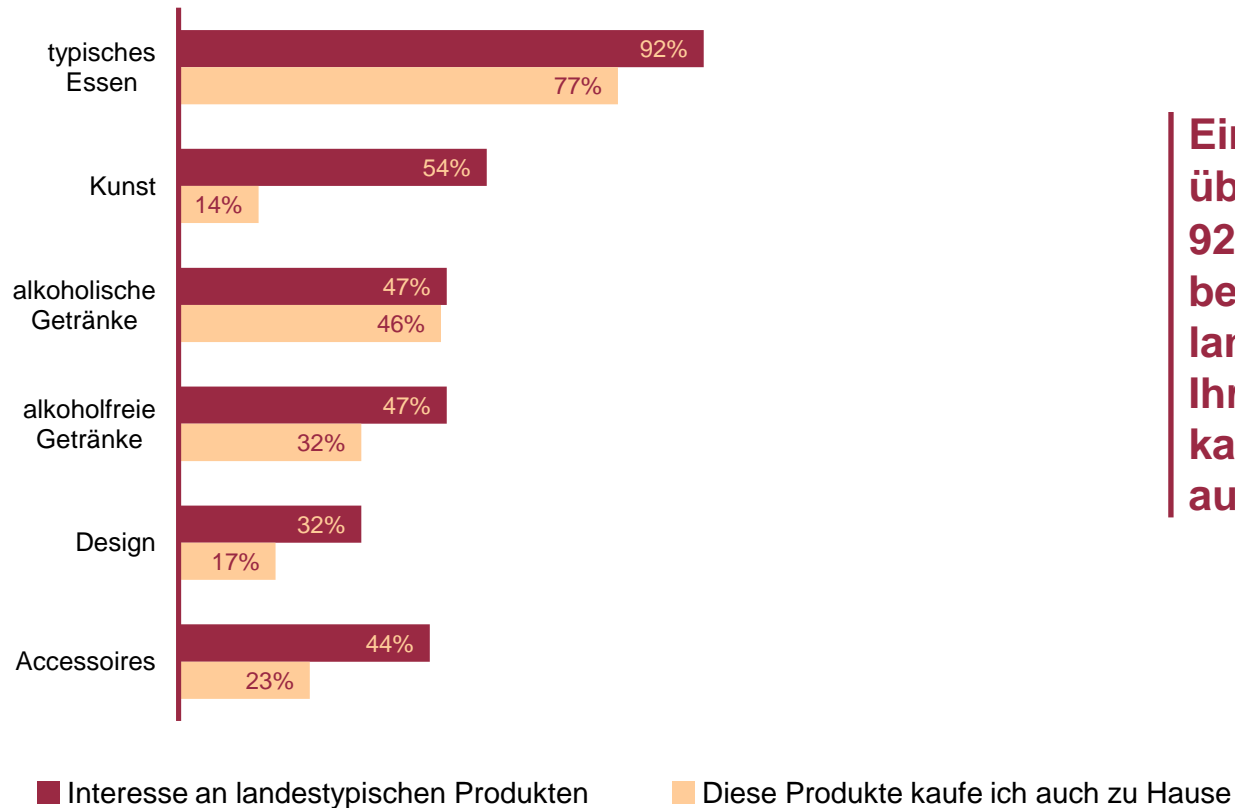
Crossmediale Nutzung

7

Reisemagazine

Die Leserschaft | Hohes Interesse an Kultur

Ich interessiere mich für landestypische Produkte meiner Reiseländer



Ein Land erschließt sich über die Küche: 92% interessieren sich besonders für landestypisches Essen Ihrer Urlaubsregion – 77% kaufen diese Produkte auch zu Hause!

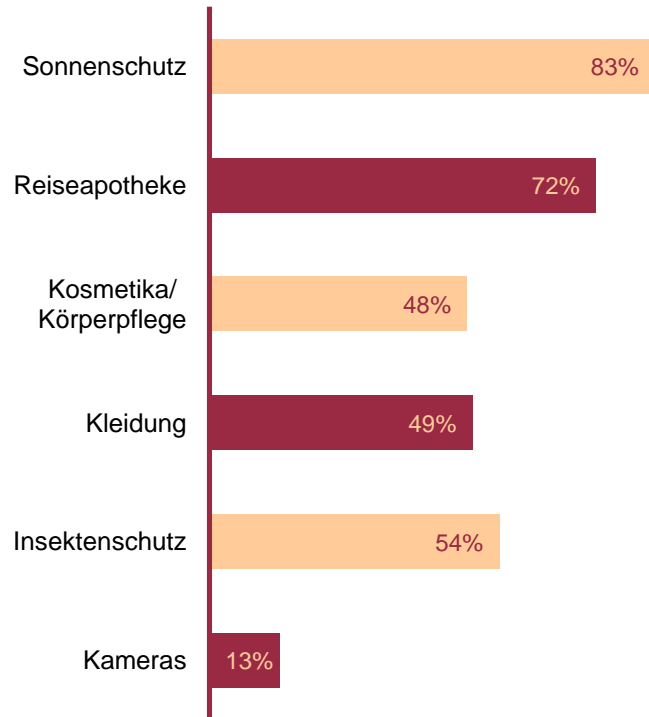
Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

- 1 Basisinformationen
- 2 Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung
- 3 Interesse der Leser an landestypischen Produkten
- 4 Diese Produkte werden vor der Reise gekauft
- 5 Hohe Ausgabebereitschaft
- 6 Crossmediale Nutzung
- 7 Reisemagazine

Die Leserschaft

Diese Produkte kaufe ich kurz vor meinem Urlaub

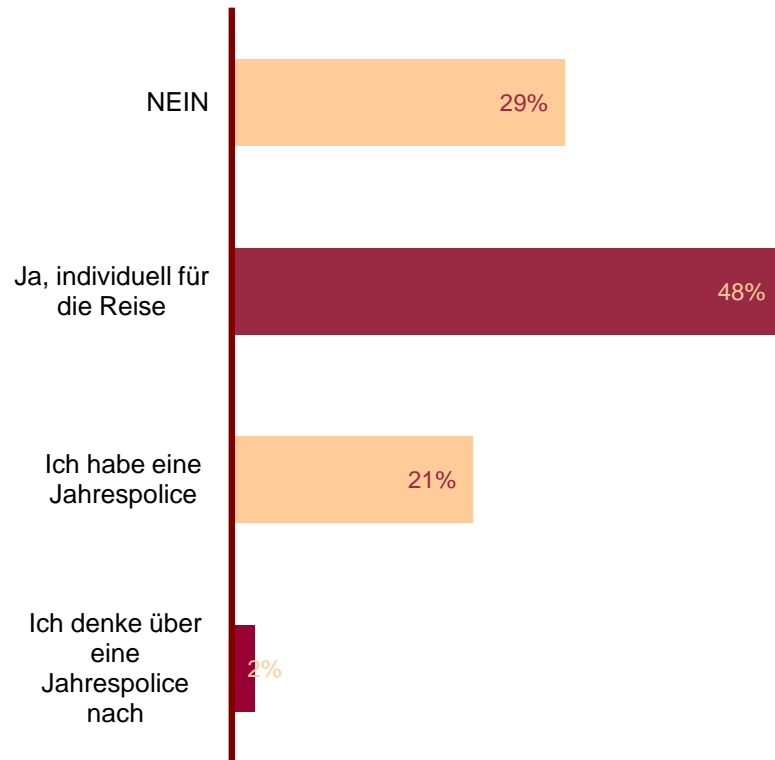


**Sonnenschutz und
Reiseapotheke sind
elementare Produkte
beim Einkauf für den
Urlaub**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Die Leserschaft

Potenzial für Reiseversicherer & Reiseschutz:



Nur 21% der Reiseplaner besitzen eine Jahrespolice für Reiseversicherungen. Jeder 2te entscheidet sich individuell

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

1

Basisinformationen

2

Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung

3

Interesse der Leser an landestypischen Produkten

4

Diese Produkte werden vor der Reise gekauft

5

Hohe Ausgabebereitschaft

6

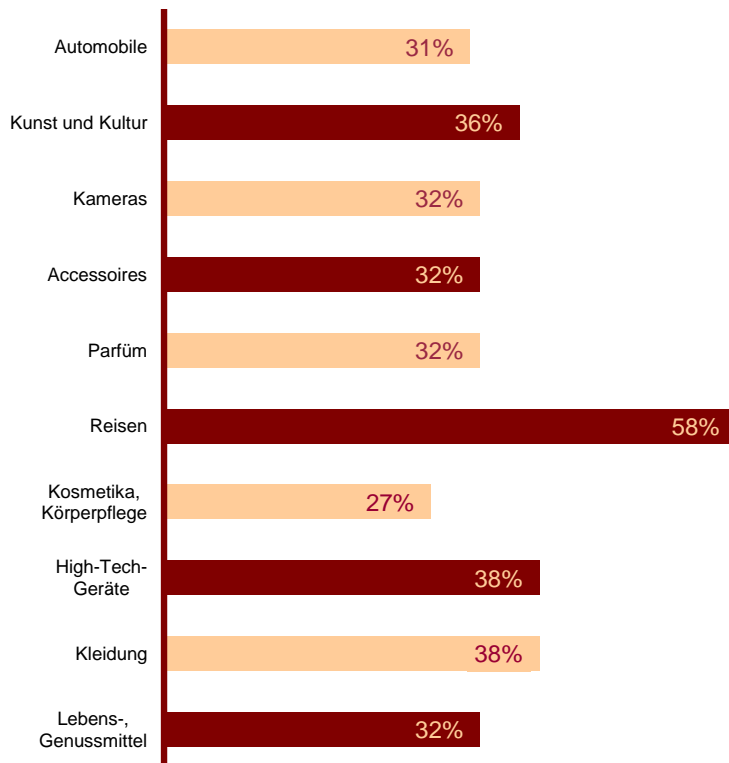
Crossmediale Nutzung

7

Reisemagazine

Die Leserschaft | Beim Reisen wird nicht gespart!

Für folgende Produkte bin ich bereit mehr Geld zu investieren:



Große Bereitschaft für Luxus zu investieren; Am meisten für das Reisen!

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

1

Basisinformationen

2

Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung

3

Interesse der Leser an landestypischen Produkten

4

Diese Produkte werden vor der Reise gekauft

5

Hohe Ausgabebereitschaft

6

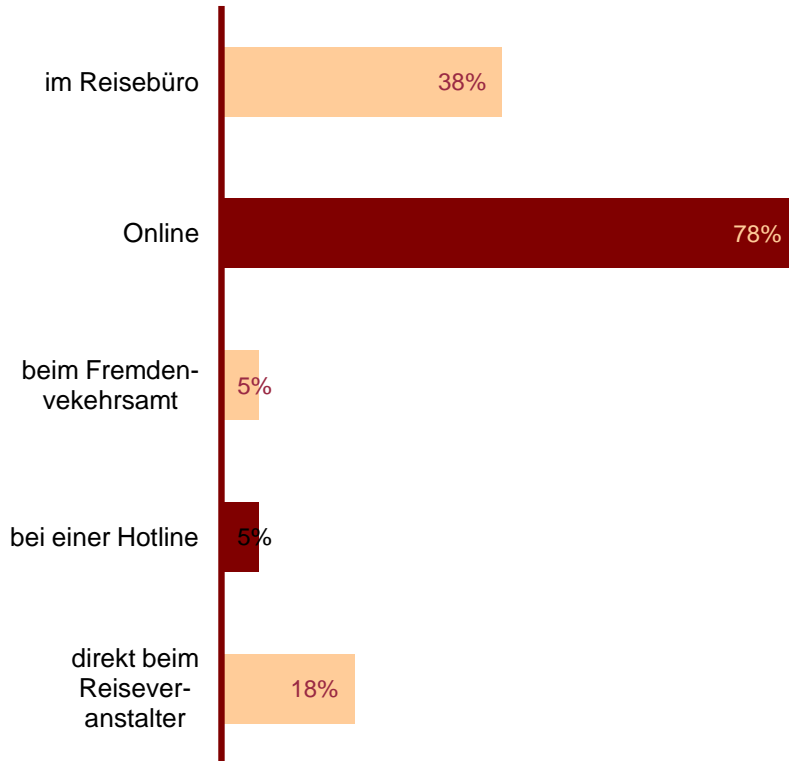
Crossmediale Nutzung

7

Reisemagazine

Die Leserschaft

Hier buche ich meistens meine Reise:



Mehr als 1/3 der Leser
buchen ihre Reise
Stationär.
Digital sind 78% unterwegs.

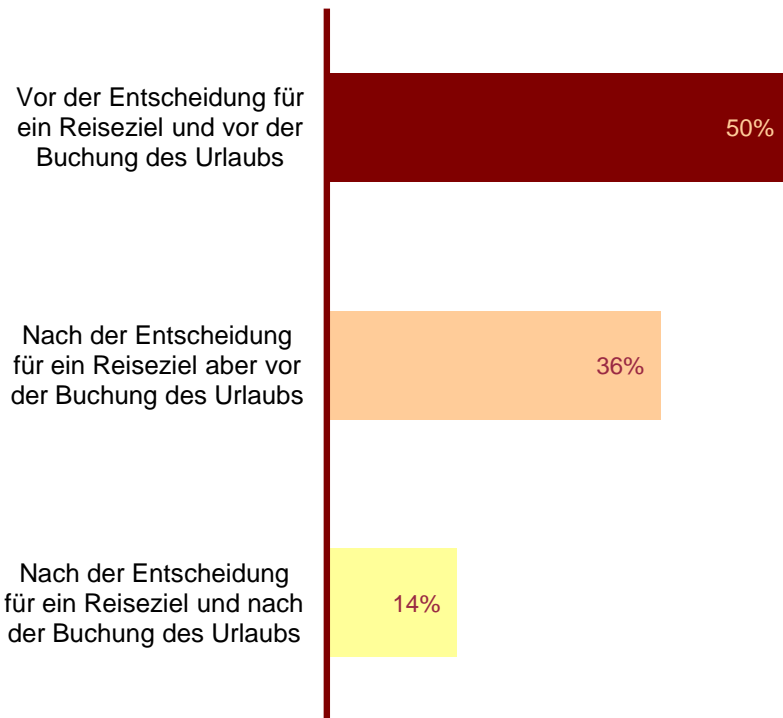
Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016

Agenda

- 1 Basisinformationen
- 2 Kaufzeitpunkt & Mehrfachnutzung
- 3 Interesse der Leser an landestypischen Produkten
- 4 Diese Produkte werden vor der Reise gekauft
- 5 Hohe Ausgabebereitschaft
- 6 Crossmediale Nutzung
- 7 Reisemagazine

Leseranalyse Reisemedien 2016

Kaufzeitpunkt der Reisemagazine

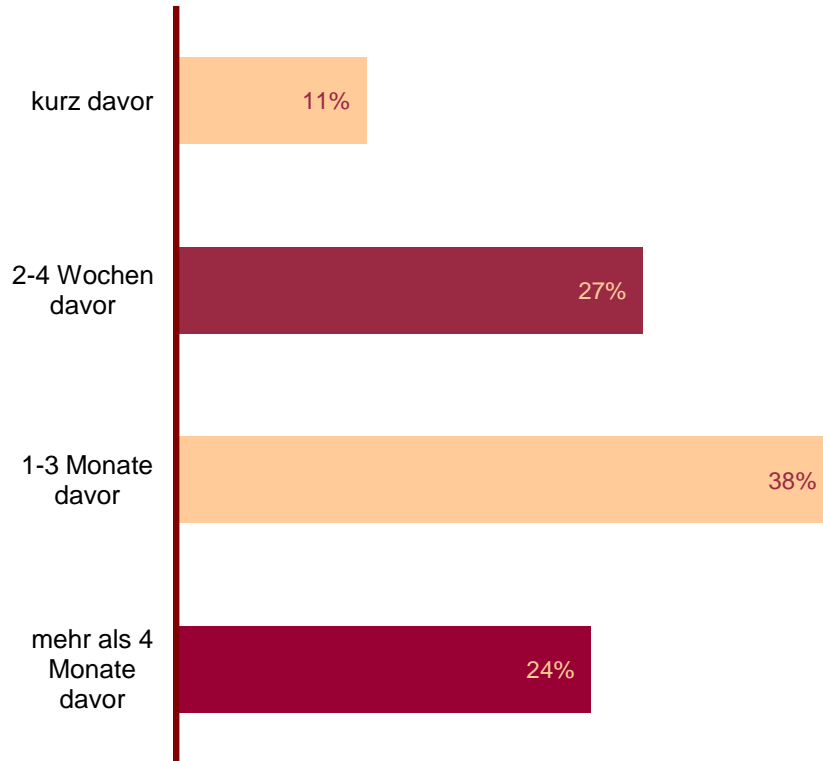


Nahezu 90% der Reisemagazine werden vor der Reisebuchung gekauft!

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reisemagazine

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich kaufe mein Reisemagazin... vor meinem Urlaub.

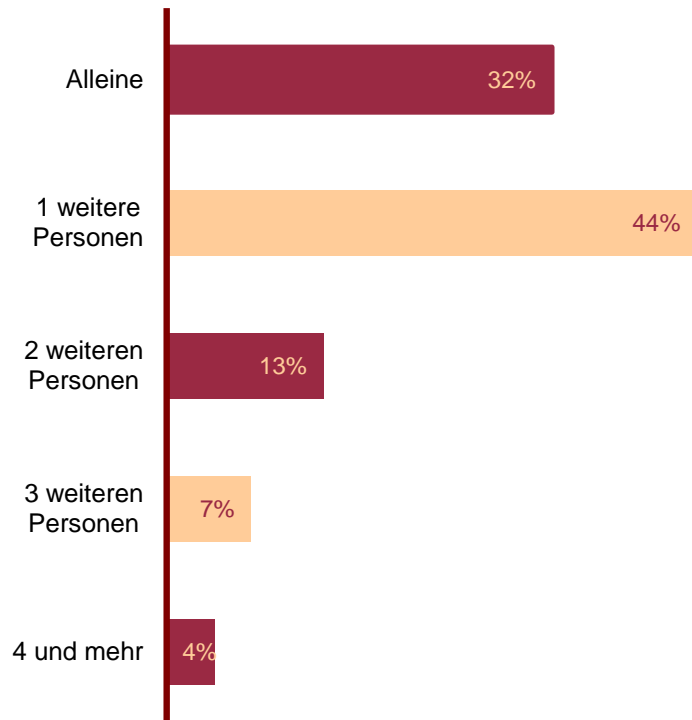


Fast 2/3 der Reisemagazine werden 1 und mehr Monate vor der Reise gekauft.

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reisemagazin

Leseranalyse Reisemedien 2016

Mehrfachverwendung der Reisemagazin

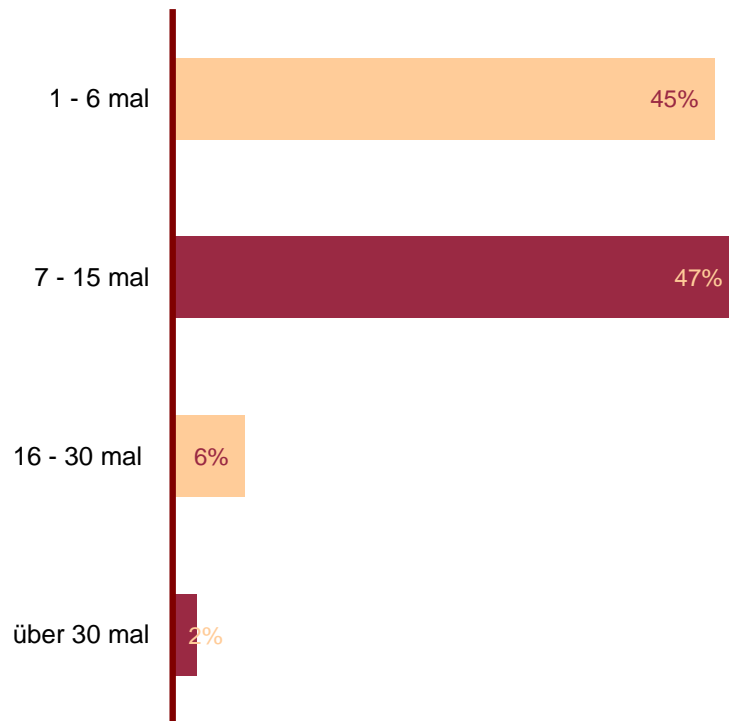


Bei 2/3 der Befragten nutzen mehrere Personen das Reisemagazin

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reisemagazin

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich habe mein Reisemagazin.... in der Hand

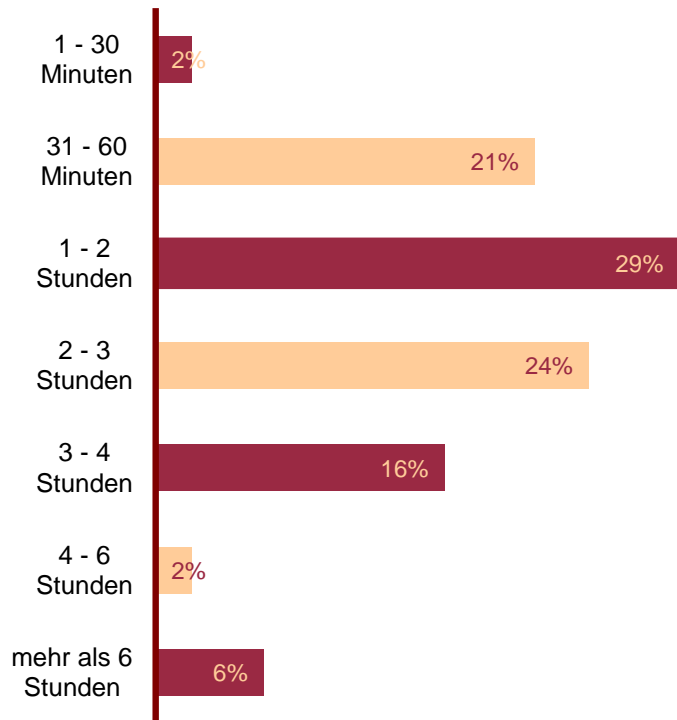


Über 50% der Leser nehmen ihr Reisemagazin mindestens 7 mal zur Hand

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reisemagazin

Leseranalyse Reisemedien 2016

Ich nutze mein Reisemagazin im Durchschnitt



**Fast jeder 2te Leser
nutzt sein Reisemagazin
mindestens 2 Stunden
im Schnitt**

Quelle: Leseranalyse Reisemedien 2016, Vorfilter: Reisemagazin



MAIRDUMONT

MEDIA

Ihr Kontakt für mehr Informationen oder Branchenabhängige Auswertungen

MAIRDUMONT MEDIA

Marco-Polo-Str. 1

73760 Ostfildern

Telefon: + 49 711 45 02 - 333

media@mairdumont.com

media.mairdumont.com

Felix Lache

Junior Account Manager Print Sales

Telefon: + 49 711 45 02 - 122

Telefax: + 49 711 45 02 - 1012

f.lache@mairdumont.com

„Man entdeckt keine neuen Erdteile, ohne den Mut zu haben, alte Küsten aus den Augen zu verlieren.“
(André Gide)