



Trendscope Report

# Reise-Apps: Nutzung, Erwartungen, Preisbereitschaft

[www.trendscope.com](http://www.trendscope.com)

## Kontakt

Gerrit Seul

[g.seul@trendscope.com](mailto:g.seul@trendscope.com)

T +49 (0) 221 9851083-13

**TRENDSCOPE**



# Einleitung

**Smartphones sind der Trend der Stunde, kein Tag vergeht ohne neue Rekorde und Erfolgsmeldungen. Dabei sind mobile Applikationen (Apps) die wichtigsten Erfolgstreiber der kleinen mobilen Alleskönner. Durch sie wird das Endgerät zum individuellen, personalisierten Allzweckwerkzeug.**

Auch die Touristik fährt schon länger auf diesem Zug, denn gerade das Thema Reisen ist prädestiniert für mobile Anwendungen und Location Based Services.



Doch bevor die mitunter hohen Kosten für die Entwicklung einer eigenen App investiert werden, stellen sich touristische Unternehmen häufig elementare Fragen zur Konzeption:

- ▶ Welche Erwartungen haben meine Zielgruppen an Reise-Apps?
- ▶ Welche Produkteigenschaften muss eine erfolgreiche Reise-App mitbringen?
- ▶ Welches sind die bevorzugten Informationskanäle der Zielgruppen?
- ▶ Wie hoch ist die Preisbereitschaft potenzieller Kunden?

Die vorliegende Studie beantwortet auf über 100 Seiten genau diese Fragen und liefert damit eine wertvolle Grundlage für die erfolgreiche Konzeption und Weiterentwicklung mobiler touristischer Services!



# Studiensteckbrief

## Die Ergebnisse des Trendscape Reports „Reise-Apps: Nutzung, Erwartungen, Preisbereitschaft“ basieren auf zwei verschiedenen Erhebungen:

In Stichprobe A wurden 1.021 deutsche Smartphone-Besitzer befragt, davon 300 via Mobile- und 700 via Online-Befragung. Die Ergebnisse von Kapitel 1 bis 5 beziehen sich auf diese Erhebung.

- ▶ **Untersuchungsgebiet:** Deutschland
- ▶ **Erhebungszeitraum:** April 2011
- ▶ **Erhebungsmethode:** Online-Panel, kombiniert via Mobiler-Befragung und Online-Befragung
- ▶ **Stichprobengröße:** n = 1.021

Zusätzlich wurden in Stichprobe B deutsche Internetnutzer befragt, den Trendscape Reisetypen<sup>©</sup> zugeordnet und die Ergebnisse so auf Basis unserer Reisetypologie analysiert.

- ▶ **Untersuchungsgebiet:** Deutschland
- ▶ **Erhebungszeitraum:** Februar 2011
- ▶ **Erhebungsmethode:** Online-Panel
- ▶ **Stichprobengröße:** n = 1.005, bevölkerungsrepräsentativ gewichtet



# Inhalt

## 1. Nutzung Apps – allgemein

- ▶ Art der genutzten Betriebssysteme, Art der genutzten Apps, Anzahl genutzter Apps

## 2. Reise-Apps: Nutzung

- ▶ Anzahl genutzter Reise-Apps, Zeitpunkt der Nutzung, Auslandsnutzung, Potenzial: Zukünftige Nutzung

## 3. Reise-Apps: Informationsverhalten

- ▶ Genutzte Informationskanäle

## 4. Reise-Apps: Produktpräferenzen

- ▶ Relevanz einzelner Produkteigenschaften

## 5. Reise-Apps: Preisbereitschaft

- ▶ Ausgabeverhalten, Preisbereitschaft nach Art der Reise-Apps, maximale Preisbereitschaft

## 6. Trendscape Reisetypen<sup>©</sup>: Nutzung Smartphones & (Reise-)Apps

- ▶ Smartphone-Besitz, Nutzung und Nutzungshäufigkeit von Apps, Nutzung von Reise-Apps, Art der genutzten Reise-Apps, Relevanz Produkteigenschaften

## 7. Die Trendscape Reisetypen<sup>©</sup>

## 8. Über Trendscape



# Studienbestellung

**FAX-Nr.: +49 (0)221 9851083-19**

z. Hd. Herrn Gerrit Seul

- Hiermit bestelle ich verbindlich den Trendscape Report  
„Reise-Apps: Nutzung, Erwartungen, Preisbereitschaft“  
zum Preis von 490,- Euro (zzgl. MwSt.)

<b>Unternehmen:</b>	_____
<b>Straße:</b>	_____
<b>PLZ, Ort:</b>	_____
<b>Name, Vorname:</b>	_____
<b>Position:</b>	_____
<b>Telefonnummer:</b>	_____
<b>E-Mail:</b>	_____

\_\_\_\_\_

Ort, Datum

\_\_\_\_\_

Unterschrift

Die Lieferung erfolgt in elektronischer Form als pdf-Datei an die angegebene E-Mail-Adresse. Sie umfasst 106 Folien und enthält die vollständigen Studienergebnisse sowie Angaben zum Studiendesign und Informationen über die Trendscape Reisetypen<sup>®</sup>. Die Abrechnung erfolgt nach Lieferung gegen Rechnungsstellung durch die Trendscape GbR, Gottfried-Hagen-Str. 60, 51105 Köln. Diese Vereinbarung unterliegt den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Trendscape GbR.

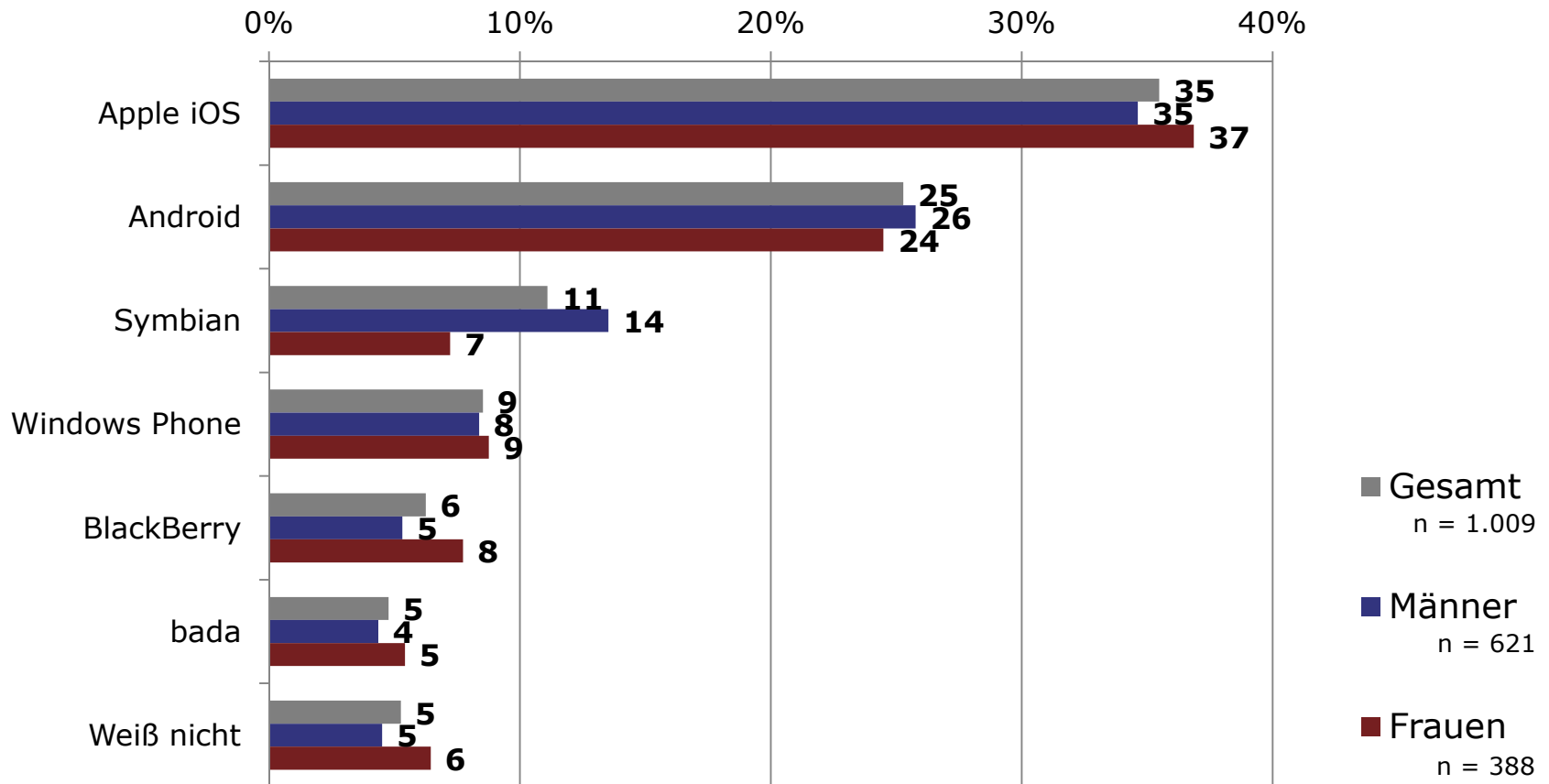


# AUSZUG Studieninhalte



# Genutzte Betriebssysteme – TOP 6 (Gesamt und nach Geschlecht)

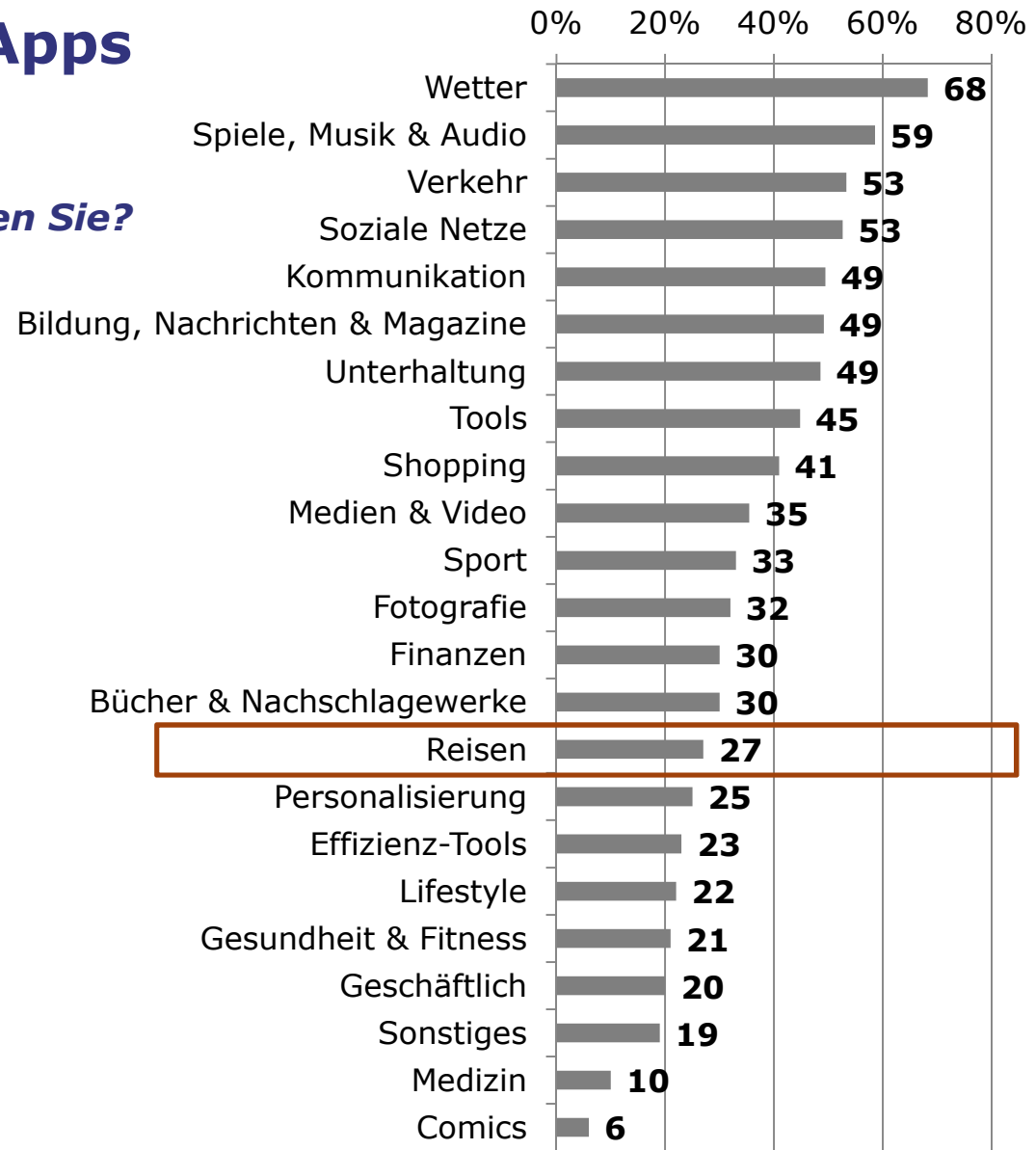
„Welches Betriebssystem nutzen Sie auf Ihrem Smartphone?“





# Art der genutzten Apps (Gesamt)

„Welche Arten von Apps nutzen Sie?  
(Mehrfachantworten möglich)“

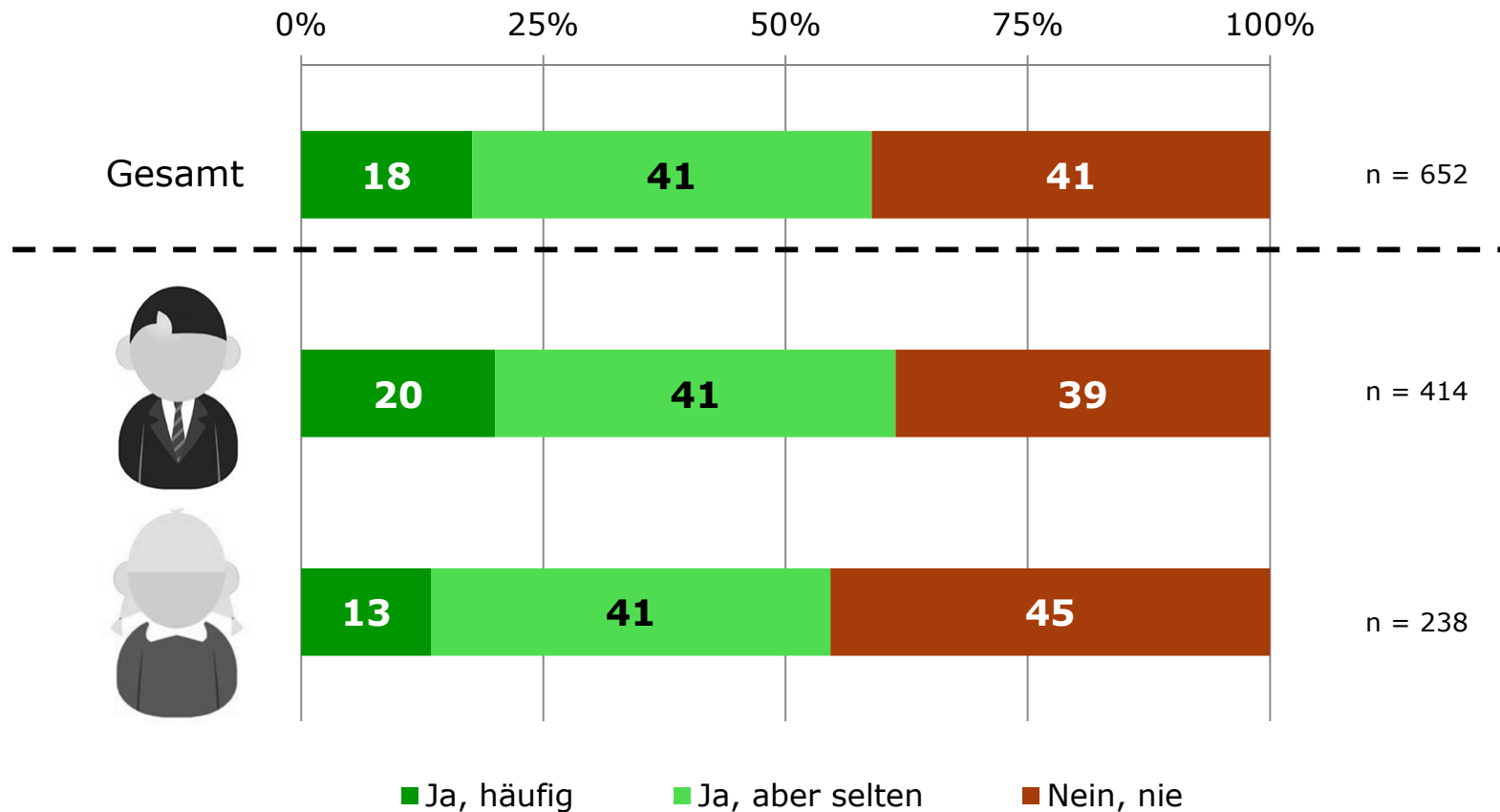


n = 1.009



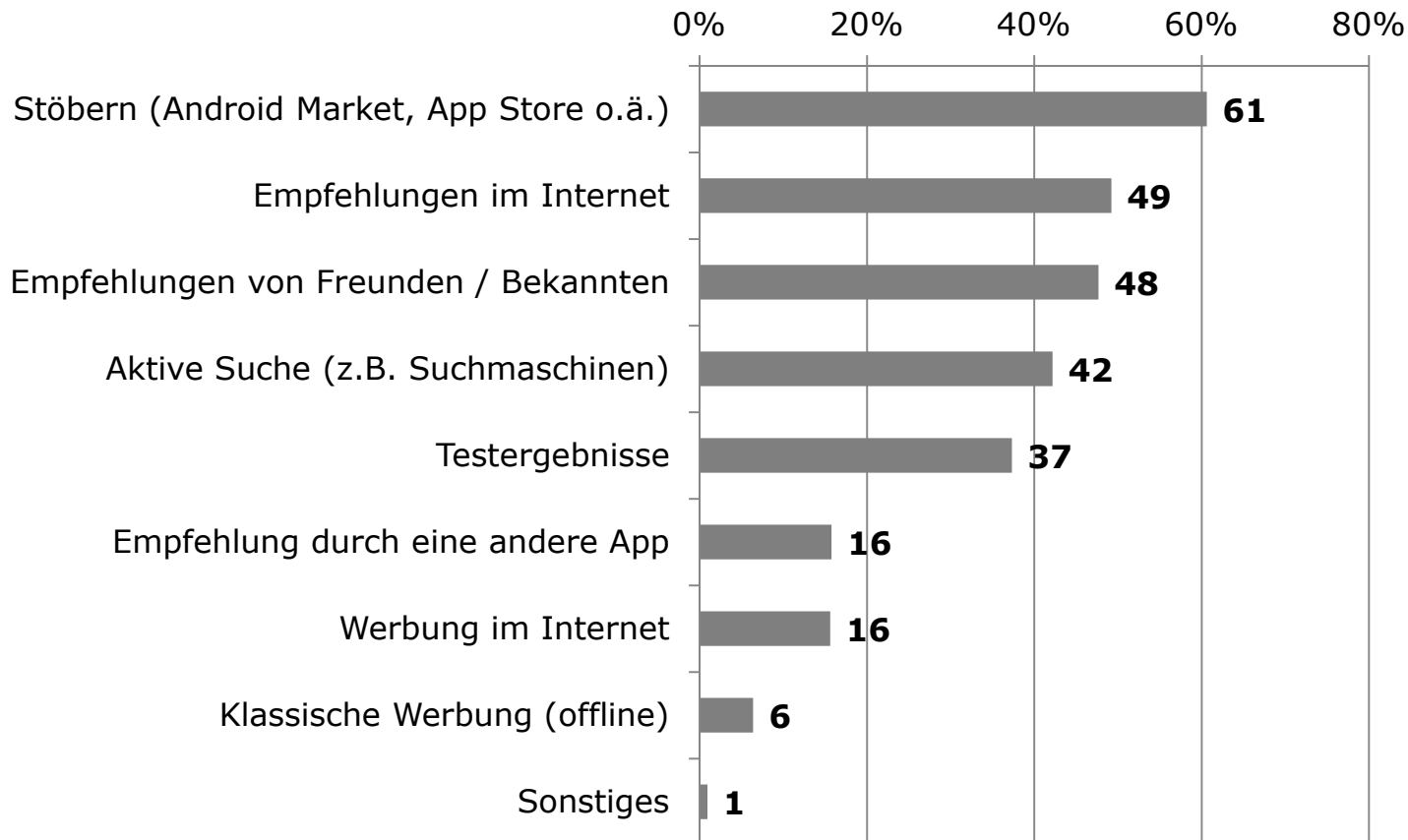
# Nutzung Inland vs. Ausland (Gesamt und nach Geschlecht)

„Nutzen Sie Ihre Reise-Apps auch im Ausland?“



## Informationskanäle Nutzer (Gesamt)

„*Wie informieren Sie sich vor dem Herunterladen über Reise-Apps?*“  
(Mehrfachantworten möglich)

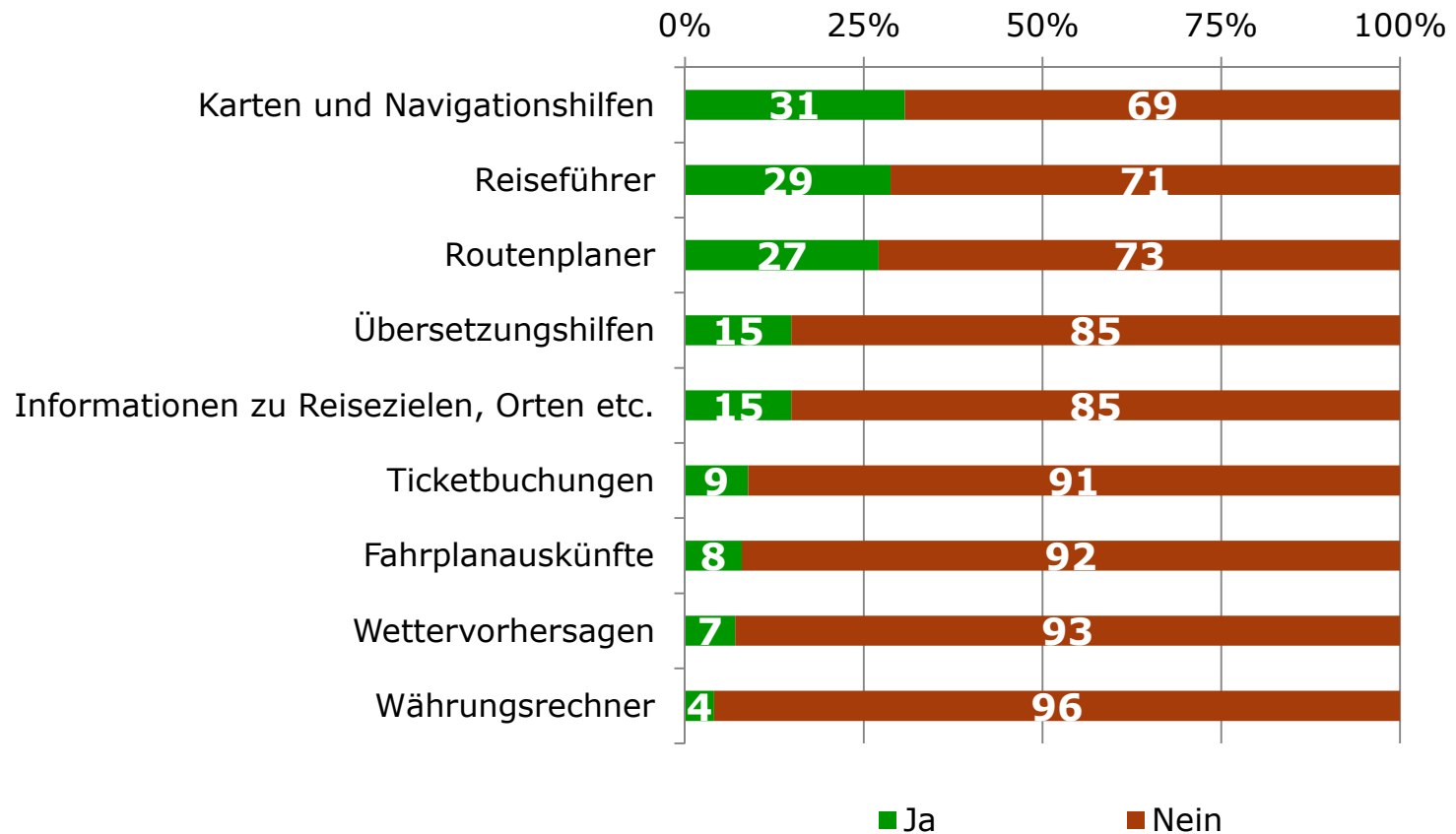


n = 640



# Preisbereitschaft nach Arten von Reise-Apps (Gesamt)

„Für welche Art(en) von Reise-Apps wären Sie bereit, Geld zu bezahlen?“



n = 1.009

# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup>



**Familiäre  
Balancesucher**



**Serviceorientierte  
Paradiessucher**



**Zielorientierte  
Rationalisten**



**Statusorientierte  
Sammler**

**Informierte  
Abenteurer**



**Gelassene  
Begegnungssucher**



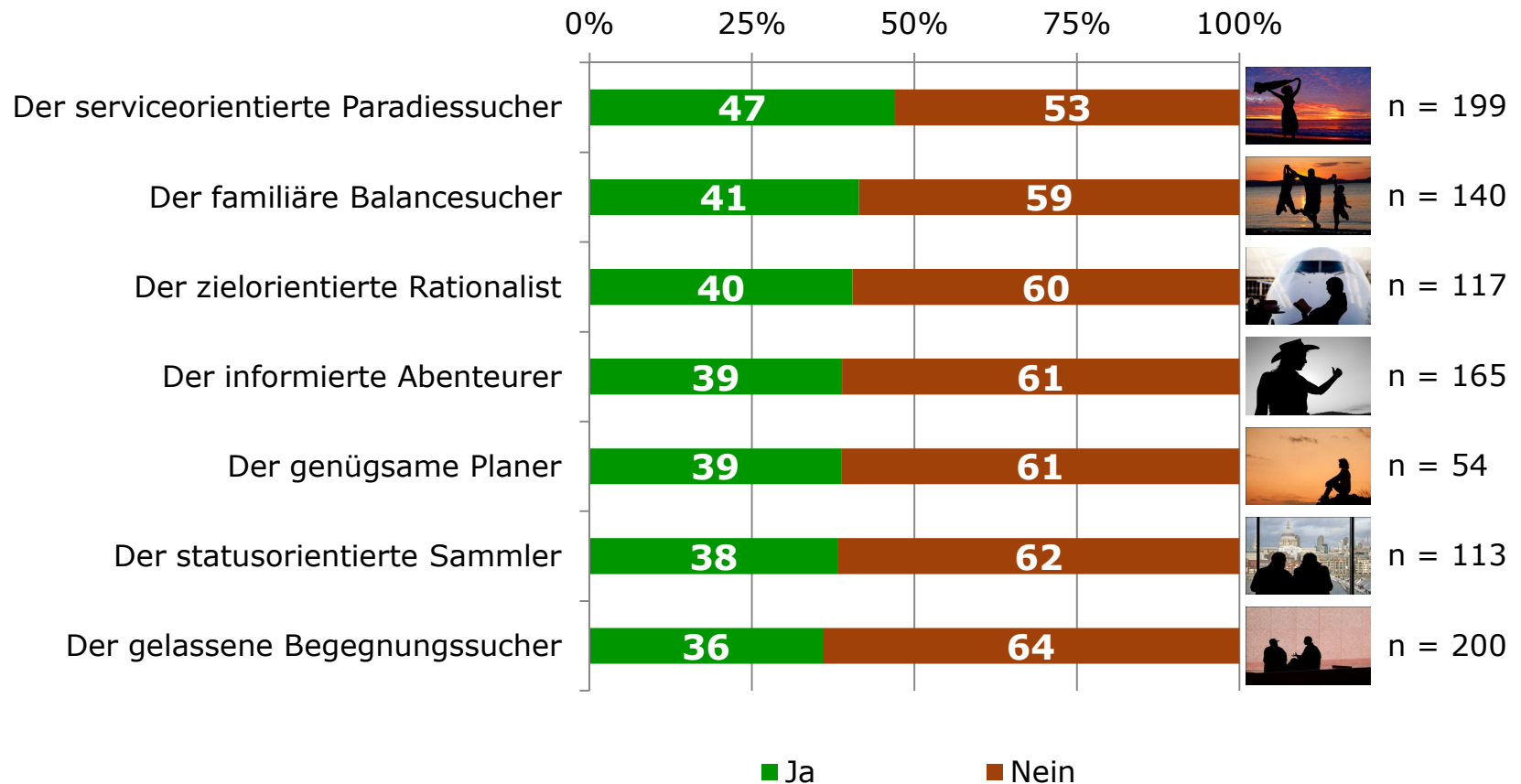
**Genügsame  
Planer**





# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup> - Besitz eines Smartphones

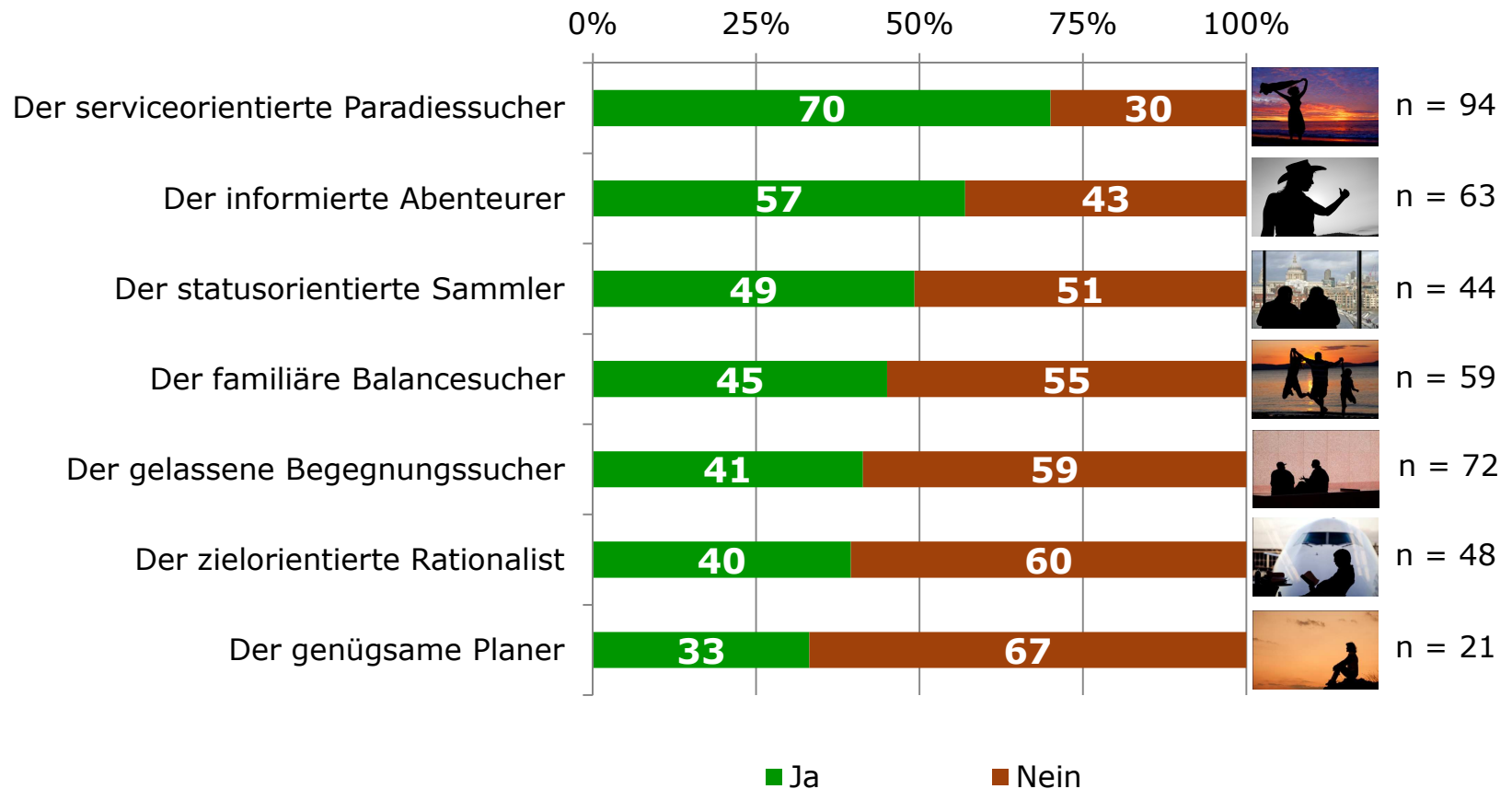
„Besitzen Sie persönlich ein internetfähiges Handy, ein sogenanntes ‚Smartphone‘?“





# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup> - Nutzung von Apps

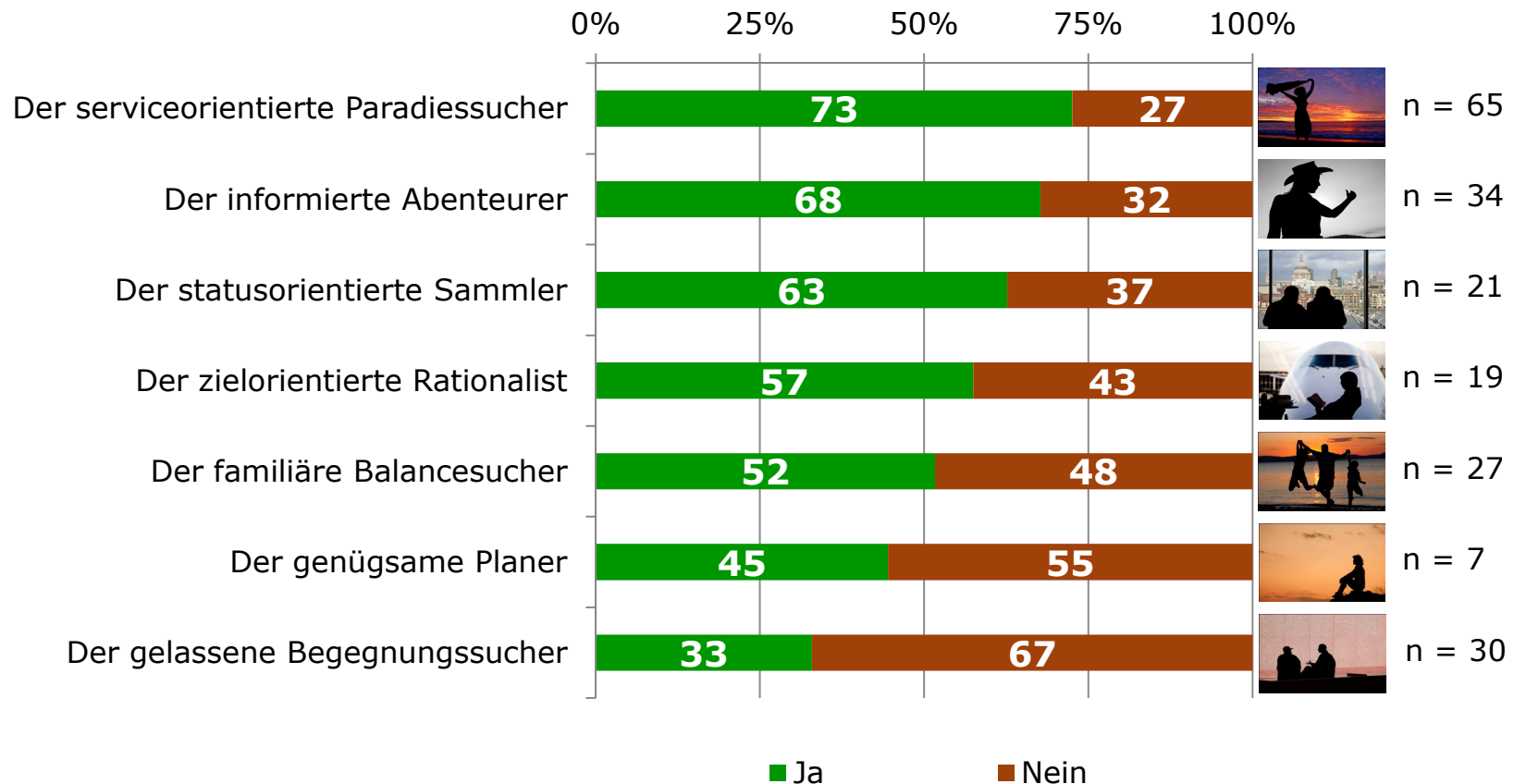
*„Benutzen Sie für Ihr Smartphone mobile Applikationen („Apps“), also kleine Programme, welche die Funktionen Ihres Handys erweitern?“*





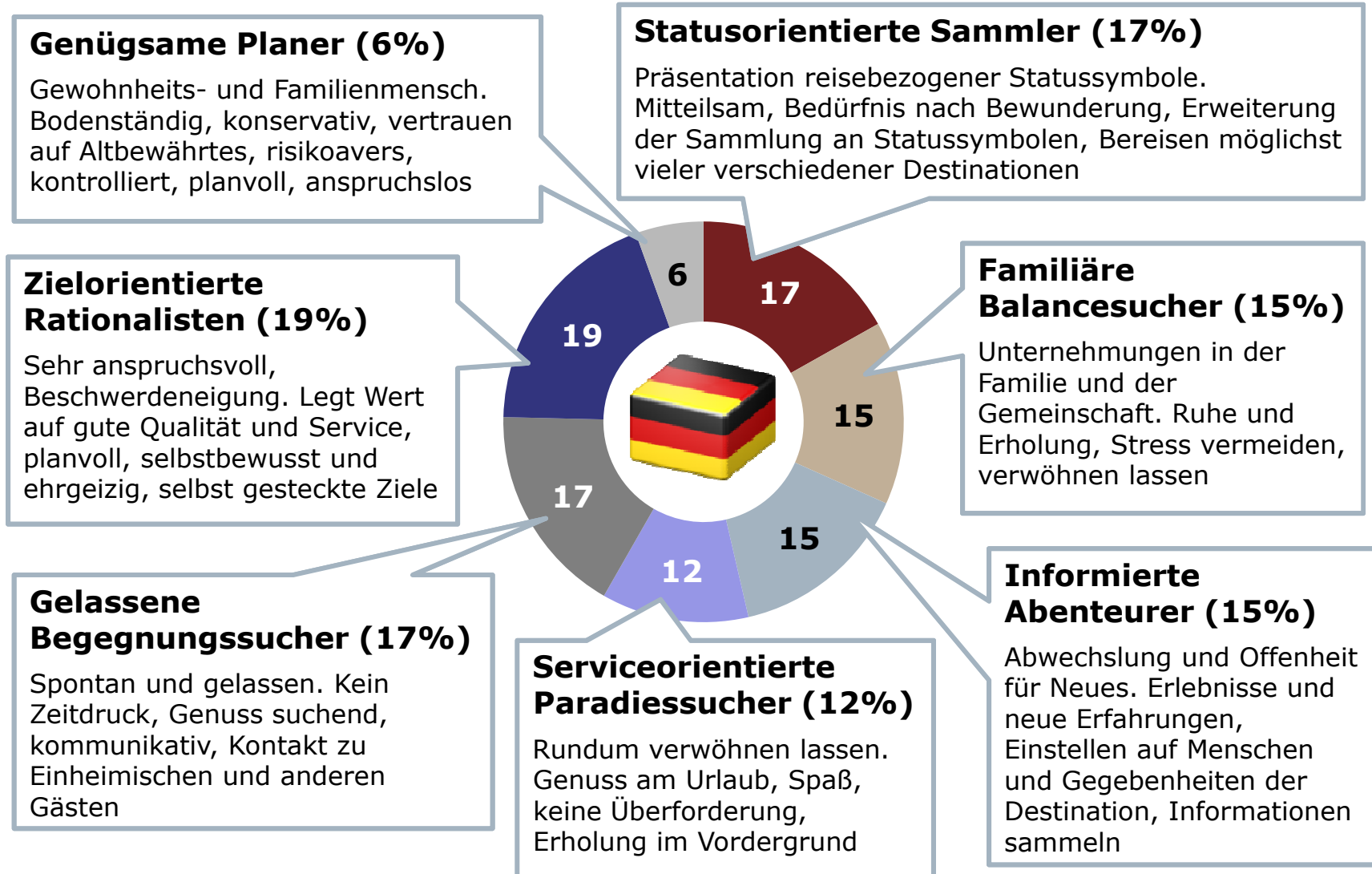
# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup> - Nutzung von Reise-Apps

„Nutzen Sie für Ihr Smartphone Apps rund um das Thema Reisen und Urlaub (z.B. Übersetzungshilfen, Karten und Navigationshilfen etc.)?“





# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup> - Verteilung in D (2010)



# Trendscope Reisetypen<sup>©</sup> - Verteilung in Europa (2010)

1. Statusorientierte Sammler

2. Familiäre Balancesucher

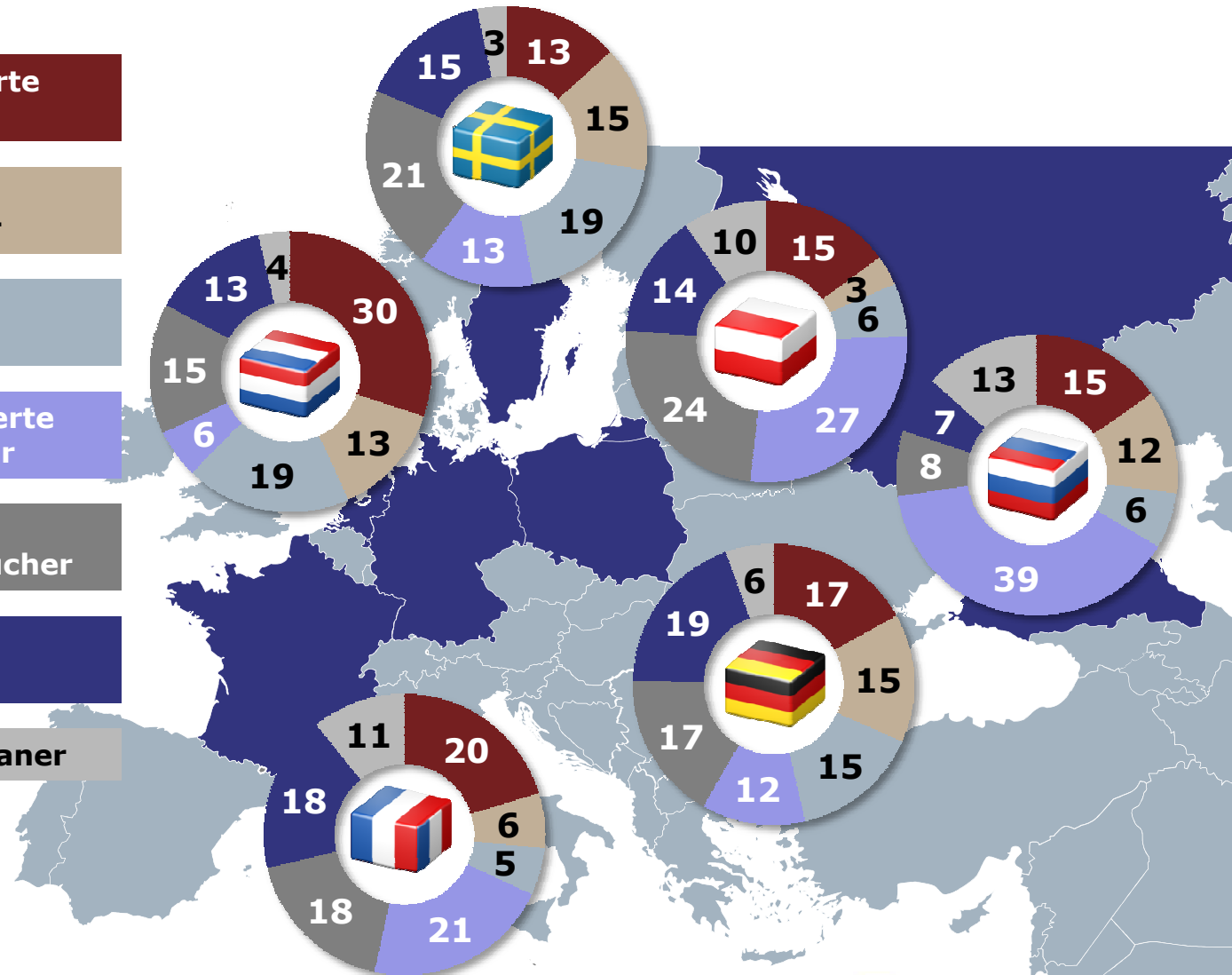
3. Informierte Abenteurer

4. Serviceorientierte Paradiessucher

5. Gelassene Begegnungssucher

6. Zielorientierte Rationalisten

7. Genügsame Planer

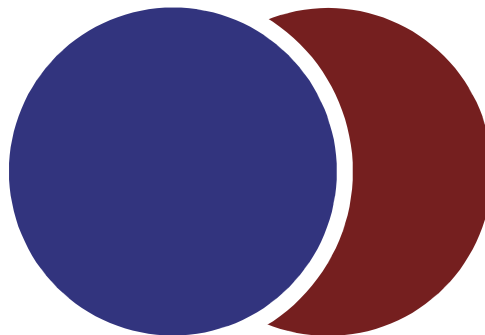




## Über Trendscope

- ▶ Wir sind die Experten für **Marktforschung und Marketingberatung** in den Feldern **Tourismus, Sport und Logistik**.
- ▶ Wir kombinieren **Branchenexpertise** mit wissenschaftlicher **Methodenkompetenz**.
- ▶ Wir schaffen **verlässliche Grundlagen** für Ihr erfolgreiches Marketing, strategische Entscheidungen und kontinuierliches Qualitätsmanagement.
- ▶ Wir sind Ihr kompetenter **Full-Service-Partner**: Von der Erhebung über die Analyse bis zur Umsetzungsberatung.
- ▶ Wir verknüpfen **individuelle Marktforschung** mit **forschungsbasierter Beratung**.

**Marktforschung**



**Marketingberatung**



# Über Trendscope – Marktforschung

Unsere Forschung ermöglicht Ihnen die gezielte Optimierung der relevanten Bestandteile Ihrer Marktaktivitäten:



# Über Trendscape – Unsere Kunden (Auszug)



# Über Trendscape – Presse (Auszug)

FINANCIAL TIMES  
DEUTSCHLAND

Merken Drucken

Reiseindustrie

## Flugsteuer zahlen allein die Passagiere

Die von der Bundesregierung beschlossene Luftverkehrsabgabe müssen nach Einschätzung der Reisebranche in vollem Umfang die Passagiere tragen. In einer am Sonntag veröffentlichten Umfrage unter 251 Entscheidern der deutschen Reiseindustrie waren 96 Prozent der Befragten der Meinung, dass die Fluggesellschaften die neuen

SPIEGEL ONLINE REISE

Studie

## Wanderer mögen keine Strapazen



ONLINE FOCUS

Kommunen

## Schlafen in fremden Betten wird teurer

Sonntag 10.10.2010, 15:36

WELT ONLINE

WELT AM SONNTAG: 10.10.10 | BETTENSTEUER

## Städtereisen drohen spürbar teurer zu werden

Von Sönke Krüger

Die Stadt Köln hat zum 1. Oktober den Hotelübernachtungspreis ein wenig erhöht. In der deutschen Reiseindustrie ist dies ein spürbarer Anstieg der spürbaren Verteuerung von Städtereisen. Eine Umfrage des Marktforschungsinstituts Travel Industry Clubs (TIC) zeigt

Bild.de

## Immer mehr Radler auf dem südlichen Elberadweg

RZ 2010, 13:45 UHR

Immer mehr Radtouristen entdecken den südlichen Elberadweg. In der vergangenen Woche sind dort 1000 Radfahrer vorgestellt wurde.

Frankfurter Rundschau

URLAUBSTREND NR. 1

## Jeder zweite Deutsche wandert regelmäßig

Fast 40 Millionen Deutsche wandern regelmäßig. Das zeigt eine Studie des D

Liebblingsziel welcher Aus

ksta.de  
Kölnischer Stadt-Anzeiger

REISETREND

## So wandert Deutschland

Erstellt 18.09.10, 08:18h

Ob am Wochenende zuhause oder im Urlaub, was das Zeug hält. Der Trend zum Heimurlaub

Frankfurter Allgemeine FAZ.NET

Thüringen

## Das graue Band der Sympathie

Thüringen wirbt um Radtouristen. Dass die Strecken nicht per se so attraktiv sind, macht sie besonders attraktiv. Bezaubernde Flussufer und malerische Dörfer sind nur noch Pünktchen auf dem i

Von Gerhard Fitzthum

fit FOR FUN

Radurlaub

## Abfahren auf Andalusien

Achim Sam

Der südlichste Zipfel Spaniens hat mehr zu bieten als Strand und Sonne: Viele Panoramastraßen bilden ein super Revier für Biketouren – wir haben sie abgefahren!

n-tv.de

## Flugsteuer wird durchgereicht

## Nur Passagiere zahlen

Die von der Regierungskoalition beschlossene Steuer für Abflüge ab 1. Januar 2011 zahlen müssen: bei einer Umfrage ergab sich, dass die Fluggesellschaften

Handelsblatt

NICHT IN KÖLN ÜBERNACHTEN

## Bayer-Konzern macht Front gegen Kölner „Bettensteuer“

Bei Städtereisen in Deutschland droht nach Einschätzung der Reiseindustrie ein deutlicher Preisschub. Die Experten befürchten, dass das Kölner Beispiel einer „Bettensteuer“ Schule machen wird. Der Leverkusener Bayer-Konzern hat bereits reagie