

Kontakt: Holger Alexander, Nielsen//NetRatings
Tel.: (040) 2 36 42-149 - E-Mail: Holger.Alexander@eRatings.com

Benedikt Grundemann-Falkenberg, Nielsen//NetRatings
Tel.: +44 1865 732 357 - E-Mail: Benedikt.Grundemann@eRatings.com

Europäische Fluglinien erleben einen Boom im Internet trotz düsteren Voraussagen nach dem 11. September

Lufthansa Webseite erreicht den höchsten Besucheranstieg

Nürnberg, 1. Oktober 2002 – Webseiten von Fluglinien sind in Europa populärer denn je, laut den neuesten Zahlen von Nielsen//NetRatings, dem globalen Standard in der elektronisch gemessenen Internetnutzung. Nach dem 11. September 2001 erlebte die Reiseindustrie im vierten Quartal einen wirtschaftlichen Rückschlag und es wurde zudem erwartet, dass die Fluglinien zusätzlich Einbußen in ihrer Online-Präsenz erfahren würden. Laut den neuesten Erhebungen verdoppelte der europäische Luftfahrt-Sektor seine Besucherzahlen im Internet seit Oktober des vergangenen Jahres.

Nielsen//NetRatings: Besucherwachstum auf Webseiten der Fluglinien, von zu Hause aus, Okt 2001 - Aug 2002

Land	Anstieg der Besucherzahlen "Airlines"	Anstieg der Besucherzahlen "All Travel"
Frankreich	230%	135%
Deutschland	179%	142%
Italien	56%	139%
Schweden	20%	27%
Grossbritannien	89%	112%

Quelle: Nielsen//NetRatings August 2002

In Frankreich und Deutschland hat der Anstieg der Besucherzahlen auf Webseiten der Fluglinien den allgemeinen Aufschwung auf Reiseseiten übertroffen. In Deutschland wurde dies vor allem durch die Lufthansa angetrieben, die durch den rapiden Anstieg an Besuchern auf ihren Seiten, in den letzten zwölf Monaten (442%), zur führenden europäischen Fluglinie im Internet wurde. Den zweitgrößten Anstieg der Besucherzahlen unter den europäischen Fluglinien generierte British Airways (170%) gefolgt von KLM (137%) sowie den Webseiten der Billigfluglinien Ryanair, Easy Jet und Go!.

[Continued below]

Nielsen//NetRatings Top 10 Europäische Fluglinien nach Anstieg der Besucherzahlen, European Index, @home Panel, August 2002.

Property	Besucheranstieg jaehrlich (%)	Aktive Reichweite Europa (%)	Unique Audience '(000)	Rang (jhrl. Besucher- anstieg)	Zeit pro Person	Land
Lufthansa	442	1.89	1.159	1	00:13:36	Germany
British	170	0.93	676	2	00:14:22	UK
KLM	137	0.85	603	3	00:05:44	Nlands
Ryanair	133	1.36	826	4	00:11:46	UK
British	132	0.29	235	5	00:13:00	UK
Easy	73	1.01	915	6	00:13:04	UK
Air France	62	0.29	185	7	00:16:15	France
Go Fly	56	0.59	540	8	00:13:35	UK
Alitalia	16	0.32	238	9	00:11:44	Italy
SAS	N/A	0.17	91	10	00:17:30	Sweden

Quelle: Nielsen//NetRatings August 2002

Online Reiseseiten, wie Lastminute.com und Expedia, bleiben in Europa weiterhin überaus beliebt. Während sowohl Expedia als auch Neuzugang Opodo einen respektablen Zuwachs ihrer Besucherzahlen in den letzten zwölf Monaten verzeichneten, konnte Lastminute.com keinen vergleichbaren Anstieg verbuchen, behauptete jedoch durch die Übernahme von travelselect.com, das einen Besucherwachstum von 110% aufweist, seine Marktführerposition.

Nielsen//NetRatings Year-on-Year Growth of Key European Travel Brands, European Index, @home Panel, August 2001 - August 2002

Domain	Besucheranstieg jaehrlich (%)	Unique Audience (000)	Verweildauer pro Person
travelchannel.de	112%	296	00:11:22
travelselect.com	110%	334	00:03:54
expedia.co.uk	91%	751	00:07:24
ltur.de	84%	558	00:14:59
expedia.de	80%	225	00:06:37
expedia.com	57%	219	00:03:33
ebookers.com	53%	426	00:04:18
buchungsmaschine.de	45%	414	00:06:30
lastminute.com	38%	1,852	00:08:18
lastminute.de	-36%	214	00:09:35
opodo.de	n/a	536	00:03:07
opodo.co.uk	n/a	312	00:05:23
opodo.fr	n/a	200	00:06:27

Quelle: Nielsen//NetRatings August 2002

Sonia Lopez-Sanchez, Internet Analyst bei Nielsen//NetRatings stellt fest „Das Online Luftfahrt-Segment trotz allen Vorhersagen vom Ende letzten Jahres. Der Online Reise Sektor erholt sich nun vom Wirtschafts- und Tourismusabschwung, besonders die Luftfahrtseiten erfahren einen Aufschwung.

Bemerkenswert ist, dass die am stärksten wachsenden Seiten - Lufthansa, British Airways und KLM – solche von herkömmlichen non-budget Fluglinien sind. Dies widerspricht zahlreichen Prognosen, der Online Markt werde von Billigfluglinien dominiert. Es sind die „full-price“ Fluglinien die sich in diesem Segment am besten etablieren. Lufthansa hat die low-cost Airlines überholt und wurde zum Marktführer in Europa. Die Internetnutzer suchen nach wie vor nach Schnäppchen, worauf der Erfolg von Reiseportalen hinweist, diese werden - neben den Billig-Airlines - jedoch auch von anderen Anbietern geboten“.

Lopez-Sanchez bemerkt: „Das weist darauf hin, dass sich die etablierten Fluglinien heute mehr auf das Medium Internet eingestellt haben, preislich konkurrenzfähiger sowie zuverlässiger und kundenfreundlicher geworden sind. Diese Veränderungen ermöglichen ihnen, dem Druck der Billiganbieter Stand zu halten.

Nielsen//NetRatings wird am 3. Oktober einen Europäischen Analyst-Call (per Telefon) für Kunden, Presse und alle Interessierte über die Online-Reisebranche abhalten. Für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an lucy.green@eratings.com.

Bitte verwenden sie als Quellenangabe: Nielsen//NetRatings

Über Nielsen//NetRatings

Der Nielsen//NetRatings Service von NetRatings bildet den globalen Standard auf dem Gebiet der Messung und Analyse von Internetnutzungsdaten. Nielsen//NetRatings ermöglicht es, Daten in Echtzeit von Individuen mit Internet-Anschluss weltweit aufzuzeichnen. Nielsen//NetRatings verfügt über eine einzigartige Technologie, um die gesamte Internet-Nutzung sowie auch das Verhalten gegenüber Werbung zu messen und liefert somit die aktuellsten, genauesten und umfassendsten Internet-Marktforschungsdaten. NetRatings bildet die Internet Measurement Division innerhalb VNU's Media & Measurement Information Gruppe. Weitere Informationen finden Sie unter www.nielsen-netratings.com.



NETRATINGS, INC.
890 HILLVIEW COURT
MILPITAS, CA 95035
1 888 634 1222

NIELSEN MEDIA RESEARCH
250 PARK AVENUE
NEW YORK, NY 10177
1 212 907 4220

ACNIELSEN ERATINGS.COM
1 STAMFORD LANDING
62 SOUTHFIELD AVENUE
STAMFORD, CT 06902
1 203 602 4500