



## Pressemeldung

**Trendstudie „Werbung & Kommunikation im Tourismus 2014“ erschienen**

**Ostfildern, 20. Januar 2014.** Die neue Ausgabe der Trendstudie „Werbung & Kommunikation im Tourismus“ von MAIRDUMONT MEDIA bietet einen Blick auf die Planungen der Reisebranche zum Jahresauftakt. Die Studie beschäftigt sich mit Fragen, welche Themen 2014 die Kommunikation der Tourismusbranche bestimmen, wie sich die Budgets entwickeln oder auf welche Medien im kommenden Jahr ein besonderer Fokus gesetzt wird.

**Ein kostenloses, umfassendes Summary kann bei MAIRDUMONT MEDIA bestellt werden.**

Zum dritten Mal in Folge wird die Trendstudie „Werbung & Kommunikation im Tourismus“ zum Jahresauftakt durch MAIRDUMONT MEDIA veröffentlicht. Mit einem kompakten Ausblick auf die Marketing-Trends, unterstützt sie Entscheider in Unternehmen und Agenturen. Befragt wurden 228 Marketingentscheider von Tourismusverbänden, Reiseveranstaltern und Verkehrsträgern.

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick: 2014 kann ein gestiegenes Interesse der Touristiker an der Zielgruppe der „Aktiv-Reisenden“ erkannt werden. Sie ist die Trend-Zielgruppe in der Branche in diesem Jahr. Der wichtigste Indikator für eine positive Marktentwicklung sind stabile Budgets, wie sie die Mehrheit der Befragten angegeben hat. Deutlich zu erkennen ist die Erwartung eines positiven Marktes für Privatreisende sowie eine Trendwende bei Geschäftsreisen.

Wie bereits im Vorjahr, sind die digitalen Medien zentrale Werbeträger der Touristikbranche. Erstmals lässt sich eine deutliche Zurückhaltung im Social Media erkennen. Dreiviertel der Befragten werden den inhaltlichen Fokus der Kampagnen auf das Image legen. Der Einsatz von Print-Werbemedien verzeichnet eine positive Tendenz in den Gattungen Zeitung, Fachzeitschrift, Reiseführer, Reisemagazin sowie Katalog und Flyer. Die Werbung per Post wird dagegen von weniger Unternehmen eingesetzt.

### **Über MAIRDUMONT MEDIA**

MAIRDUMONT MEDIA ist einer der führenden Special-Interest Vermarkter für Outdoor und Reiseumfelder. Im Bereich der High-Interest-Medien ist MairDumont Media Marktführer und zählt mit rund 9 Mio. Unique Usern zu den TOP 20 der OVK-Vermarkter in der Online-Media-Branche.

Die Werbevermarktung umfasst über 30 Marken im Bereich der Print-, Online- und Mobile-Medien. Zum Portfolio zählen u. a. Produkte von ADAC, Baedeker, DK, DuMont, Falk, Kompass, Lonely Planet, Marco Polo, National Geographic sowie im digitalen Umfeld Webseiten und Applikationen der Schneemenschen GmbH und die Reiseportale der Thomas Cook AG in DACH sowie 4trips.de, Bergfex.de, Discover-Outdoor.com, Dumontreise.de, Holidaycheck.at / .ch, Reiseplanung.de, Stefan-Loose.de, Tiscover.com, Tripwolf.com, VerkehrsmittelVergleich.de / .at / .ch und Zoover.de. Sitz des Unternehmens ist Ostfildern bei Stuttgart.

### **MAIRDUMONT GmbH & Co KG**

**Geschäftsbereich MEDIA**, Marco-Polo-Str. 1, 73760 Ostfildern

Das **Summary** sowie weitere Informationen können angefordert werden bei:

Marc Hiller  
Geschäftsbereichsleitung  
Business Development & Media  
Telefon: +49/711/4502-440  
[m.hiller@mairdumont.com](mailto:m.hiller@mairdumont.com)

Thorsten Gerke  
Head of Digital Sales  
& Cooperations  
Telefon: +49/711/4502-3990  
[t.gerke@mairdumont.com](mailto:t.gerke@mairdumont.com)

Antje Friedrich  
Assistenz Geschäftsbereich  
Business Development & Media  
Telefon: +49/711/4502-1045  
[antje.friedrich@mairdumont.com](mailto:antje.friedrich@mairdumont.com)