

Lehdistötiedote

14.7.2000

Vahvat matkatoimistot suosituimpia myös Internetissä

Ruotsalaiset, englantilaiset, saksalaiset ja ranskalaiset internetin käyttäjät ovat uskollisia kansallisesti tunnetuimmille matkatoimistoilleen. Tutkimuslaitos MMXI Europen selvityksen mukaan kansallisesti vahvat yritysnimet kuten esimerkiksi BritishAirways.com, Nouvelles-Frontiers.fr, Deutschebahn.de ja Ving.se ovat keränneet eniten kävijöitä vuoden 2000 alusta.

Vain internetissä toimivat matkoja välittävät saitit ovat hyvin suosittuja Euroopassa. Britanniassa toimiva LastMinute.com kuuluu jatkuvasti internetin suosituimpiin "matkatoimistoihin". Toukokuussa yrityksen sivuilla vieraili ennätyksellisesti peräti 5,5 prosenttia maan kaikista internet-käyttäjistä. Ranskassa, Saksassa ja Ruotsissa maiden suosituimmiksi sivuiksi nousivat toukokuussa kansalliset rautatieyhtiöt SNCF.fr, Deutschebahn.de ja SJ.se. Britanniassa raideliikenteen sivut ovat nousseet vasta viime aikoina suuren yleisön suosioon. Sekä TheTrainline.com että Railtrack.co.uk olivat toukokuussa ensimmäistä kertaa viiden suosituimman sitin joukossa.

"Samalla kuin internetin käyttö aikuistuu, perinteiset matkatoimistot vahvistavat brandiaan verkon välityksellä. Vaikka verkon käytössä on Euroopan eri maissa huomattaviakin vaihteluita, niin valmiiksi vahvoilla yrityksillä on helpompi toimia menestyksekkäästi internetissäkin. Tämä toimii tietenkin siinä tapauksessa, että heillä on tarjota asiakkailleen jotain lisäarvoa verkon kautta " MMXI:n toimitusjohtaja Arielle Dinard kertoo.

Matkailusivuilla vierailaan vartti

Matkailuaiheisilla sivuilla vierailaan keskimäärin hyvin pitkiä aikoja. Britanniassa matkakohteita tutkitaan 14,5 minuuttia ja Saksassa 12,8 minuuttia.

Sukupuolierot

Sukupuolierot ovat korostuneet mielenkiintoisesti eri maissa. Brittimiehet kansoittavat paikallisten rautatieyhtiöiden sivut 75 prosenttisesti, kun taas Saksassa Deutschebahnin sivuilla vain 58,7 prosenttia kävijöistä on miehiä. LastMinute.comin kävijöistä brittimiehiä on yli puolet eli 56,1 prosenttia, kun taas ranskalaismiehistä vain reilu kolmannes (37,1 prosenttia) käy samoilla sivuilla.

MMXI Europé, Vierailut matkailusivuilla, toukokuu 2000, kotitalouspaneeli

Top 5 Ruotsi, Britannia, Saksa ja Ranska

Britannia				Saksa			
Sija	Sija		Lask. %	Sija	Sija		Lask. %
Huhti	Touko	Matkailusaitit, yht.	20.5	Huhti	Touko	Matkailusaitit yht.	20.5
1	1	Lastminute.com	5.5	1	1	Deutschebahn.de	11.6
5	2	Railtrack.co.uk	3.1	2	2	Lufthansa.de	2.3
10	3	Thomascook.co.uk	3.0	4	3	TUI.de	1.5
2	4	British-Airways.com	2.6	6	4	Flug.de	1.3
9	5	TheTrainline.com	2.5	5	5	Reiseplanung.de	1.3

Ranska				Ruotsi			
Sija	Sija		Lask. %	Sija	Sija		Lask. %
Huhti	Touko	Matkailusaitit yht.	18.5	Huhti	Touko	Matkailusaitit yht.	22.2
1	1	SNCF.fr	8.0	1	1	Sj.se	4.3
2	2	Degriftour.fr	3.3	2	2	Mrjet.com	3.3
3	3	Nouvelles-Frontieres.fr	3.3	4	3	Reseguiden.se	3.1
5	4	Travelprice.com	2.2	5	4	Ving.se	2.6
6	5	Lastminute.com	2.1	6	5	Resfeber.se	2.5

Lask%: Luku ilmaisee matkailusivustoilla käyneiden ihmisten määrän osuuden kaikista maan internet-käyttäjistä yhden kuukauden aikana.

www.mmxinordic.com

Lisätiedot:

Lars Björkman, toimitusjohtaja MMXI Nordic, puh.+46 8 507 430 10, GSM 07 08 20 69 59
e-mail: lars.bjorkman@mmxinordic.com

Lucy Green, Markkinointijohtaja MMXI Europe, puh. +44 20 7734 8733, GSM +44 7780 616 424 e-mail: lgreen@mmxieurope.com

MMXI Nordic (aik. Sifo Interactive Media) on osa MMXI Europea ja oli Ruotsin ensimmäinen internetin käyttöä selvittävä tutkimuslaitos. Yritys laajenee pian myös Suomeen. MMXI Europe on tutkinut internetin käyttöä yksittäisillä saiteilla marraskuusta 1996 ja 1998 alkoivat internet-käyttäjätutkimukset. Tutkimustulostensa avulla yritys voi tuottaa ja analysoida tietoa erilaisista trendeistä, tulevaisuuden kehityksestä niin internet-trafiikin kuin myös käyttäjienkin osalta. Yrityksen tuottamaa tietoa käyttävät hyväkseen mm. kotisivujen ylläpitäjät, ilmoittajat, markkinointiyritykset, mediayritykset, verkkokauppiat jne. MMXI Nordic on osa MMXI Europea ja Media Metrix Inc:n tytäryhtiö. MMXI:llä on toimistot Lontoossa, Pariisissa, Nürnbergissä, Tukholmassa ja Kööpenhaminassa.

Media Metrix on maailman johtava interaktiivisen median ja digitaalisen teknologian tutkimuslaitos.

Media Metrix pystyy tutkimusmetodeillaan kattamaan 85 prosenttia maailman internet-käyttäjistä. Kuluttajapaneeleja on mm. USA:ssa, Kanadassa, Australiassa ja Japanissa sekä pian myös Meksikossa, Brasiliassa sekä Argentiinassa.

Kesäkuussa Media Metrix Inc. ja Jupiter Communications ilmoittivat fuusiosta. Uusi yritys Jupiter Media Metrix on ensimmäinen tutkimuslaitos, joka yhdistää edistyksellisen internet-tiedon ja markkina-analyysin.