

# eBay: Staycation Report

## Zielgenaue Kundenansprache

Donnerstag, 25.06.2020

***Staycation statt Verreisen: So lautet das Motto der Deutschen im Pandemie-Sommer 2020. Damit der Urlaub zuhause trotz aller Einschränkungen gelingt, haben die deutschen Konsumenten unterschiedliche Strategien entwickelt.*** Dabei zeichnen sich fünf verschiedene Urlaubertypen ab, die ihr Shopping-Verhalten direkt auf die neue Staycation-Situation anpassen. Vom „Home-Beacher“ und „Outdoorfan“ über den „Familienurlauber“ und „Kulturliebhaber“ bis zum „Aktivurlauber“: Klassische Urlaubsprodukte wie Reisekissen (-75 Prozent), Reisestecker (-53 Prozent), Dachboxen (-49 Prozent) oder Koffer (-33 Prozent) sind in diesem Sommer nicht gefragt. Im Fokus der diesjährigen Staycation-Planungen stehen bei ihnen all jene Gadgets, die ihnen den Strand nach Hause holen, ihre Auszeit an der frischen Luft versüßen, die Kinder glücklich machen, fremde Kulturen in den eigenen vier Wänden erleben lassen oder einfach mehr Bewegung in den Urlaub bringen. Dies ist das Ergebnis des aktuellen „Staycation Report“, für den eBay Advertising die Suchanfragen bei ebay.de in den Lockdown-Monaten April und Mai 2020 im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2019 ausgewertet hat.

„Aufgrund der aktuellen Lage fällt der diesjährige Sommerurlaub für die meisten von uns etwas anders aus als sonst“, so Mike Klinkhammer, EU Advertising Sales Director bei eBay. „Ungewöhnlich viele Deutsche werden ihren Urlaub diesmal zu Hause verbringen. Was für die traditionelle Reisebranche eine echte Herausforderung ist, bietet vielen anderen Marken eine große Chance, vom Holiday Business 2020 zu profitieren. Denn viele Deutsche investieren ihr Reisebudget direkt in das Gelingen ihrer Staycation. Die von uns ausgemachten Urlaubertypen zeigen daher nicht nur, wie die Deutschen ihren Urlaub zuhause verbringen wollen, sondern vor allem, welche Zielgruppen Marketer in diesem Sommer ins Visier nehmen sollten. Mit unserem gezielten eBay Suchdaten-Targeting bieten wir Marken und Werbetreibenden dafür genau die richtige Lösung.“

Bei dieser Targeting-Option werden zwischen den Ad Calls die jeweiligen Suchdaten der aktiven Nutzer in Echtzeit aktualisiert und somit bei jeder Werbeeinblendung nur die relevante Zielgruppe angesprochen. Sämtliche Suchdaten-Segmente können dabei über programmatische Kanäle wie Private Deals oder Guaranteed Deals sowie über Direktbuchungen genutzt und individuell auf die gewünschte Zielgruppe zugeschnitten werden.

## Zielgenaue Kundenansprache

### Links

- [eBay](#)

