

# Auswertung Januar 2018

## für fwv

14. Februar 2018

Dörte Nordbeck  
 Alexandra Weigand  
 Melissa Neust  
 T +49 911 395-2832  
 F +49 911 395-4613  
[travel-insights@gfk.com](mailto:travel-insights@gfk.com)

### Starke Urlaubsnachfrage in Deutschland

**Nürnberg, 14. Februar 2018 – Die Urlaubsnachfrage in Deutschland brummt: Per Ende Januar 2018, dem umsatzstärksten Buchungsmo-  
 nat des Jahres, steht die neue Sommersaison 2018 kumuliert bei ei-  
 nem Umsatzplus in Höhe von 18 Prozent. Enthalten sind hier alle Ur-  
 laubsbuchungen, die in stationären Reisebüros und online auf den  
 Reiseportalen der Veranstalter und den Online Travel Agencies  
 (OTAs) mit Pauschalreisenschwerpunkt bislang getätigt wurden. Mit  
 einem kumulierten Plus von elf Prozent steuert auch die aktuelle Win-  
 tersaison auf ein ansehnliches Ergebnis.**

Der Buchungsmonat Januar gilt als Gradmesser für die anstehende Som-  
 mersaison – und der Januar 2018 lässt in dieser Hinsicht nichts zu wün-  
 schen übrig: Die im ersten Monat des Jahres online und stationär erzielten  
 Buchungsumsätze liegen bemerkenswerte 17 Prozent über Vorjahr. Ein  
 kumulierter Sommerstand von plus 18 Prozent verweist darauf, dass auch  
 die Frühbucherumsätze zuvor bereits auf ähnlich hohem Niveau gewach-  
 sen sind.

Sowohl der stationäre als auch der Online-Reisevertrieb profitieren von der  
 so guten Urlaubsnachfrage im deutschen Markt. In absoluten Umsatzzu-  
 wächsen liegen die stationären Reisebüros derzeit vorn: Sie können ihre  
 Stärke im Frühbuchergeschäft ausspielen und verschaffen sich aktuell  
 einen schönen Vorsprung. Rund 84 Prozent der bisher erzielten Sommer-  
 umsätze – in der Hauptsache Pauschalreiseumsätze – gehen auf ihr Kon-  
 to.

GfK SE  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg  
 Deutschland

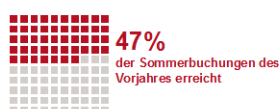
T +49 911 395 0

Vorstand:  
 Peter Feld (CEO)  
 Christian Bigitá Joseph (CFO)

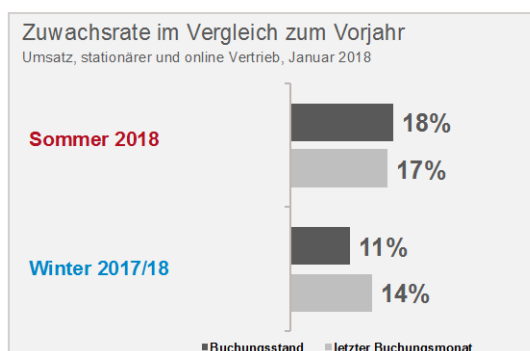
Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
 Ralf Klein-Börling

Registergericht  
 Nürnberg HRB 25014

### Starke Urlaubsnachfrage im deutschen Markt



Source: GfK Travel Insights  
 © GfK 2018



Unter den Reisemonaten der Sommersaison 2018 erweist sich der Mai aufgrund einer sehr guten Nachfrage für die Pfingstferien als besonders wachstumsstark (+47 Prozent). Mit überdurchschnittlichen Zuwächsen sticht zudem der Reisemonat September (+21 Prozent) hervor.

Auch wenn im Buchungsmonat Januar der Fokus der Urlauber eindeutig auf Sommerurlaube gerichtet ist (Umsatzanteil: fast 70 Prozent), entwickelt sich auch die noch laufende Wintersaison 2017/18 weiterhin gut. Kumuliert weist die Wintersaison aktuell ein Umsatzplus in Höhe von 11 Prozent auf. Zum aktuellen Stand sind 97 Prozent des letztjährigen Winterumsatzes bereits gebucht, drei Buchungsmonate stehen bis zum Saisonende im April 2018 noch aus. Damit stehen die Chancen gut, dass die diesjährige Wintersaison mit ansehnlichen Zuwächsen enden wird.

**Legende:**

Im Chart werden die im Januar 2018 und kumuliert bis Ende Januar 2018 generierten Reiseumsätze für die Sommersaison 2018 und die Wintersaison 2017/18 im Vergleich zum Vorjahr aufgezeigt. Sowohl Urlaubsreisebuchungen in stationären Reisebüros als auch online auf den Reiseportalen der Veranstalter und Online Travel Agencies (OTAs) mit Schwerpunkt Pauschalreisen fließen ein. Links im Chart wird jeweils angezeigt, wieviel Umsatz in Prozent für die Sommer- bzw. Wintersaison im Vergleich zur Vorjahressaison (Endstand) aufgelaufen ist.

Mit dem neuen Touristikjahr 2017/18 basiert GfK Travel Insights auf einer neuen, breiteren Datenbasis. Neben den Urlaubsbuchungen über die Reservierungssysteme (CRS) fließen nun auch Buchungsdaten aus den Mid-Office-Systemen der Reisebüros in die neue Datenbasis. Damit werden die Buchungen über Direktanbindungen bei Veranstaltern besser erfasst. Außerdem ist die repräsentative Reisebüro-Stichprobe von 1.500 auf 2.000 Reisebüros angewachsen. Im Online-Panel wurden weitere, wichtige Player im Markt integriert, so dass auch hier die Datentiefe angewachsen ist. Aufgrund der neuen Datenbasis sind direkte Vergleiche mit Veröffentlichungen in den Vorjahren nicht mehr möglich.

### **GfK Travel Insights**

Die Auswertungen von Travel Insights, dem Tourismus-Vertriebspanel von GfK, basieren auf den Buchungsdaten von rund 2.000 Reisebüros, die den stationären Vertriebsmarkt in Deutschland repräsentativ abbilden. Zusätzlich werden im Onlinebereich die Buchungsdaten der klassischen Reiseportale und der Reiseveranstalter erfasst. Hochgerechnet auf den Gesamtmarkt erlauben die Auswertungen von GfK Travel Insights verlässliche Rückschlüsse auf das Buchungs- und Reiseverhalten der deutschen Urlauber. Aktuelle Trends und Entwicklungen im touristischen Markt sind zeitnah nachvollziehbar. Das Kerngeschäft von Reisebüros und den Online-Reiseportalen der Veranstalter und sogenannten OTAs (Online Travel Agencies) beruht auf pauschal oder in Bausteinen gebuchten Urlaubsreisen. Der individuell von Konsumenten direkt organisierte Reisemarkt ist hier nicht enthalten.



## **Über GfK**

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com/de](http://www.gfk.com/de)

Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)