

Auswertung Juni 2017

für fwv

12. Juli 2017

Dörte Nordbeck
 Melissa Neust
 T +49 911 395-2832
 F +49 911 395-4613
travel-insights@gfk.com

Leichtes Sommerplus im Juni

Nürnberg, 12. Juli 2017 – Als Reisemonat endet der diesjährige Pfingstmonat Juni mit einem schönen Wachstum (+20 Prozent). Als Buchungsmonat weist der Juni hingegen nur ein moderates Umsatzplus von 2 Prozent auf – im Vergleich zum Vorjahresmonat Juni 2016 mit einem Minus von 16 Prozent ein also eher schwaches Wachstum.

So richtig in Schwung kommt die diesjährige Sommersaison gemessen an den Buchungen im Reisebüro nicht. Sie läuft zwar besser als die letztjährige Saison (kumuliert +3 Prozent), das gute Niveau des Sommers 2015 ist aber noch nicht wieder erreicht (kumuliert -3 Prozent). Einer der Gründe dafür ist die unverändert schwache Nachfrage für Urlaube in der Türkei. Die kurzfristigen Buchungen ziehen hier zwar sichtlich an, dies aber auf der Basis von großen Verlusten im Vorjahr. Insgesamt haben Türkei-Urlaube zum aktuellen Buchungsstand im Vergleich zur Sommersaison 2015 zwei Drittel ihres Umsatzes eingebüßt. Dieses Loch können auch die in diesem Jahr so wachstumsstarken Urlaubsziele wie Griechenland oder Ägypten nicht auffüllen. Erschwerend kommt hinzu, dass die USA als starkes Fernreiseziel im deutschen Markt in diesem Sommer schwächeln.

Seit April steht die Sommersaison 2017 unverändert bei einem kumulierten Umsatzplus in Höhe von 3 Prozent im Vorjahresvergleich. Selbst ohne Wachstum in den noch verbleibenden vier Buchungsmonaten würde der Sommer 2017 noch mit einem gut zweiprozentigen Umsatzplus abschließen. Dabei stehen die Chancen für ein größeres Wachstum nicht schlecht:

Sommerbuchungen legen um 2 Prozent zu



GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nürnberg
 T +49 911 395 0

Vorstand:
 Peter Feld (CEO)
 Christian Diedrich (CFO)
 Dr. Gerhard Hausruckinger
 David Krajicek
 Alessandra Cama

Vorsitzender des
 Aufsichtsrats:
 Ralf Klein-Bölting

Registergericht
 Nürnberg HRB 25014



Source: GfK Travel Insights
 © GfK 2017



Auch in den kommenden Buchungsmonaten laufen die Umsätze noch gegen schwache Vorjahreszahlen.

Im Juni 2017 sind 68 Prozent des Monatsumsatzes noch Buchungen von Sommerurlaube geschuldet. Mit 32 Prozent entfällt aber fast schon ein Drittel des Umsatzes auf Winterurlaube und sehr frühe Sommerurlaubsbuchungen für 2018. Vor allem der kommende Winter rückt jetzt zunehmend in den Fokus der Reisebükunden. Für echte Trendaussagen ist das bisher aufgelaufene Umsatzniveau für das winterliche Reisehalbjahr noch zu klein, aber als erste Wasserstandsmeldung vorab: Zu diesem frühen Buchungszeitpunkt haben die Frühbucher der Wintersaison 2017/18 einen schönen Vorsprung von plus 11 Prozent verschafft.

Legende:

Im Chart werden die im Juni 2017 und kumuliert bis Ende Juni 2017 über Reisebüros in Deutschland generierten Reiseumsätze für die Sommersaison 2017 im Vergleich zum Vorjahr aufgezeigt. Basis der Auswertungen ist Umsatz. Links im Chart wird angezeigt, wieviel Umsatz in Prozent für die Sommersaison im Vorjahresvergleich aufgelaufen ist.

GfK Travel Insights

Die Auswertungen von Travel Insights, dem Tourismus-Vertriebspanel von GfK, basieren auf den Buchungsdaten von rund 1.500 Reisebüros, die den stationären Vertriebsmarkt in Deutschland repräsentativ abbilden. Durchschnittlich 340.000 Buchungssätze dieser konstanten Stichprobe fließen pro Monat in die Systeme der GfK. 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.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de