

Auswertung März 2018

für fwv

11. April 2018

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

Anhaltend gute Urlaubsnachfrage

Nürnberg, 11. April 2018 – Trotz der beginnenden Osterferien erzielt der Reisevertrieb (on- und offline) im Buchungsmonat März 2018 ein ansehnliches Umsatzplus von zehn Prozent. Darin enthalten sind sieben Prozent höhere Umsätze für die anstehende Sommersaison 2018 sowie ein starkes Last-Minute- und Frühbuchergeschäft für die noch andauernde beziehungsweise kommende Wintersaison.

Mit einem siebenprozentigen Umsatzwachstum im Buchungsmonat März steht die Sommersaison 2018 kumuliert nun bei 15 Prozent Mehrumsatz im Vorjahresvergleich. Das per Ende Januar, dem buchungsstärksten Monat des Jahres, aufgelaufene Umsatzplus (+18 Prozent) schmilzt damit erwartungsgemäß ab, weist aber immer noch ein außergewöhnlich hohes Niveau auf. Das aktuelle Wachstum bei den Sommerbuchungen ist größtenteils online gebuchten Urlaubsreisen geschuldet.

Der Pfingstferienmonat Mai ist der wachstumsstärkste Reisemonat der anstehenden Sommersaison 2018 (+39,5 Prozent). Er steht für gut ein Fünftel aller bisher erzielten Urlaubsumsätze im Reisebüro und im Online-Reisevertrieb der Veranstalter und Online Travel Agencies (OTAs). Insgesamt sind 68,7 Prozent der Buchungsumsätze im März Sommerurlauben im Reisezeitraum von Mai bis Oktober geschuldet. Jeweils ein Viertel des Monatsumsatzes entfällt auf Reisen im Frühsommer Mai/Juni sowie der Hauptreisezeit im Juli/August.

Trotz Osterferien: starke Nachfrage sorgt für Umsatzzuwächse



Source: GfK Travel Insights
 © GfK 2018

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

Mit einem Umsatzanteil von gut 17 Prozent haben viele deutsche Urlauber im März kurzfristig noch Urlaube mit Abreise im März oder April gebucht. Das Umsatzwachstum (+15 Prozent) fällt aber zum Ende der Saison hin nicht mehr stark ins Gewicht: Kumuliert weist die Wintersaison 2017/18 wie im Vormonat ein Plus in Höhe von zehn Prozent auf. Der Winter steuert damit kurz vor Saisonende auf ein schönes Wachstum im Endergebnis, das sich vom aktuellen Stand nicht mehr maßgeblich unterscheiden dürfte.

Gut 14 Prozent des Monatsumsatzes waren im März zudem Frühbuchern geschuldet, die sich jetzt schon ihre Winterreisen ab November 2018 sichern. Sie weisen ein fast ebenso hohes Wachstum auf (+14 Prozent), doch ist das Umsatzniveau insgesamt für valide Trendaussagen noch zu klein. Die Wachstumsquoten verweisen grundsätzlich aber auf eine anhaltend gute Urlaubsnachfrage im deutschen Markt.

Legende:

Im Chart werden die im März 2018 und kumuliert bis Ende März 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

Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de