

# Auswertung September 2015

## für fwv

09. Oktober 2015

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

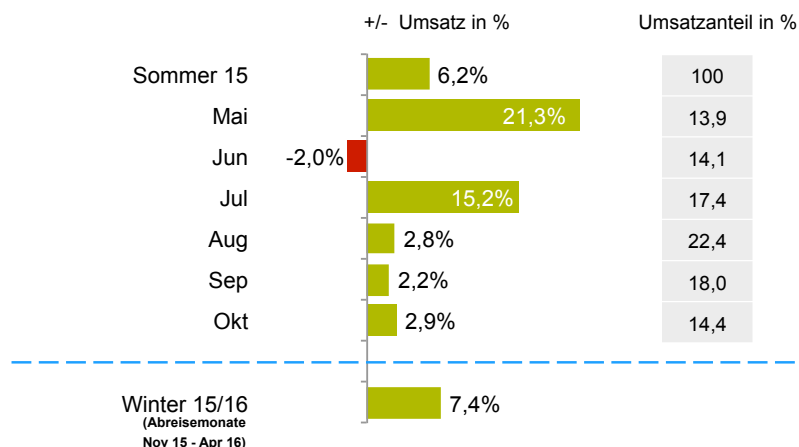
### Gutes Saisonergebnis absehbar

**Nürnberg, 9. Oktober 2015 – Die gute Nachricht vorweg: Einen Monat vor Ende der Saison übertreffen die bislang generierten Sommerumsätze in den Reisebüros das letztjährige Saisonergebnis bereits um rund 5 Prozent. Der letzte, noch offene Buchungsmonat Oktober wird also nur noch darüber entscheiden, wie viel höher das Gesamtwachstum letztlich ausfallen wird.**

An den buchungsstarken Vorjahresmonat reichen die diesjährigen September-Umsätze in den Reisebüros nicht ganz heran: Insgesamt liegen sie 1,1 Prozent darunter, was angesichts eines Vorjahreswachstums von knapp 13 Prozent jedoch wahrlich kein schlechtes Monatsergebnis ist. Das moderate Umsatzminus ist in erster Linie den Frühbuchern für die Sommersaison 2016 geschuldet, deren Umsätze im hohen einstelligen Bereich zulegen können. Die mit Kurzfristbuchungen noch für die Sommersaison 2015 erzielten Umsätze liegen 3,6 Prozent unter dem Vorjahresmonat, die für die anstehende Wintersaison weisen ein Minus von 2 Prozent auf.

Zum Buchungsstand per Ende September 2015 steht die Sommersaison 2015 kumuliert bei einem Umsatzplus von 6,2 Prozent und hat, wie eingangs erwähnt, auch die gesamten Sommerumsätze des Vorjahres bereits sichtlich übertroffen. Der Reisemonat September endet mit 2,2 Prozent mehr Umsatz. Der noch nicht abgeschlossene Reisemonat Oktober verliert

Abreisemonate Sommer 15,  
 Gebucht bis Sep 15 vs. Vorjahr gebucht bis Sep 14



GfK SE  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg  
 T +49 911 395 0  
 F +49 911 395 2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Vorstand:  
 Matthias Hartmann (CEO)  
 Christian Diedrich (CFO)  
 Dr. Gerhard Hausruckinger  
 Debra A. Pruent

Vorsitzender des  
 Aufsichtsrats:  
 Dr. Arno Mahlert

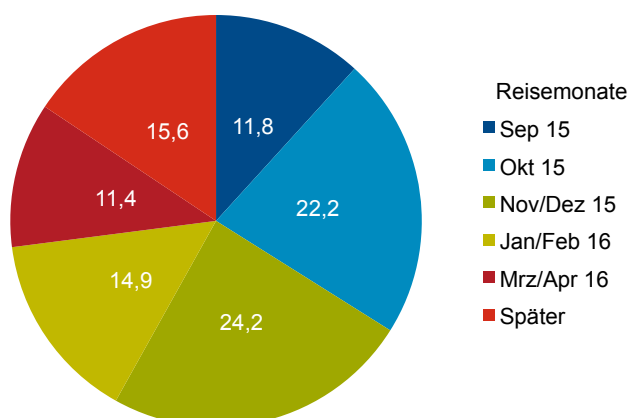
Registergericht  
 Nürnberg HRB 25014

aufgrund der schwachen Kurzfristumsätze sichtlich: Wies er im Vormonat noch ein Wachstum von 4,3 Prozent auf, sind es jetzt nur noch 2,9 Prozent.

Im Vormonatsvergleich haben auch die kumuliert für die anstehende Wintersaison 2015/16 aufgelaufenen Umsätze an Boden verloren: Sie präsentieren sich mit einem Umsatzplus von 7,4 Prozent aber immer noch wachstumsstärker als im Vorjahr (+5,6 Prozent).

Das winterliche Reisehalbjahr steht im Buchungsmonat September für rund die Hälfte des Gesamtumsatzes. Die Umsatzverteilung auf die einzelnen Reisemonate der Wintersaison stellt sich im Vorjahresvergleich nahezu unverändert dar: Ein knappes Viertel des gesamten Monatsumsatzes entfällt auf Urlaube im November und Dezember, knapp 15 Prozent auf die Reisemonate Januar und Februar und rund 11 Prozent auf die Reisemonate März und April. Umsatzanteilig im September am stärksten gebucht, sind Herbstferien im Oktober. Insgesamt fallen die mit kurzfristigen Urlaubsbuchungen für September und Oktober erzielten Umsätze aber etwas kleiner aus als im Vorjahresmonat (-0,8 Prozentpunkte). Dafür steigt der Umsatzanteil der Frühbucher, die sich jetzt schon den Sommerurlaub 2016 sichern, deutlich an. Obwohl die neuen Sommerkataloge jetzt erst nach und nach veröffentlicht werden, stehen die Buchungsumsätze, die Reisebüros mit Sommerurlauben im kommenden Jahr erzielen, bereits für fast 16 Prozent des Monatsumsatzes im September. Dies entspricht im Vorjahresvergleich einem Zuwachs von 1,3 Prozentpunkten.

Panelmarkt, Alle Buchungen  
Umsatz in %, September 2015



Legende:

In Chart 1 werden die bis Ende September 2015 generierten Reiseumsätze für die Sommersaison 2015 im Vergleich zum Vorjahr aufgezeigt. Basis der Auswertungen ist Umsatz.

Chart 2 schlüsselt die Buchungsumsätze im September 2015 nach den Reisemonaten September 2015 bis April 2016 und später auf. Basis der Auswertung ist Umsatz.

### **GfK Travel Insights**

Die Auswertungen von Travel Insights, dem Tourismus-Vertriebspanel von GfK, basieren auf den Buchungsdaten von rund 1.200 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.

### **Zu 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 80 Jahre 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](http://www.gfk.com/de).