

Auswertung Dezember 2018

für fwv

9. Januar 2019

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

Sommergeschäft im Dezember unter Vorjahr

Nürnberg, 9. Januar 2019 – Der Dezember fällt als Buchungsmonat im Reisevertrieb durchwachsen aus. Insgesamt liegen die im Dezember 2018 stationär und online erzielten Buchungsumsätze zwar noch leicht über dem Vorjahresmonat (+1 Prozent), doch ist dies ausschließlich einem guten Kurzfristgeschäft mit Winterurlaube geschuldet (+4 Prozent). Das zurzeit bereits wichtigere Sommerurlaubsgeschäft liegt im Gesamtmarkt in Umsatz ein Prozent unter dem Vorjahr.

Wie bereits im Vormonat sind die Verluste im stationären Reisevertrieb aufgelaufen. Dank guten Frühbucheraufkommens starten aber auch die Reisebüros in Deutschland mit einer positiven Bilanz ins neue Touristikjahr 2018/19 (+3 Prozent).

Urlaubsbuchungen in Reisebüros und auf den Reiseportalen der Veranstalter und OTAs zusammengenommen, weist die laufende Wintersaison 2018/19 zum aktuellen Buchungsstand kumuliert ein Plus von sechs Prozent mehr Umsatz auf. Dies ist zwar erneut ein Prozentpunkt weniger als noch im Vormonat, aber immer noch ein ordentlicher Vorsprung, der auf ein voraussichtlich positives Saisonergebnis hoffen lässt.

Buchungen für Sommerurlaube 2019 stehen im Dezember 2018 für einen Umsatzanteil von 58,9 Prozent. Die Verluste im abgelaufenen Buchungsmonat wiegen daher schwerer: Die neue Sommersaison verliert kumuliert ganze zwei Prozentpunkte im Vergleich zum Vormonat und weist nun noch

GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nürnberg
 Deutschland

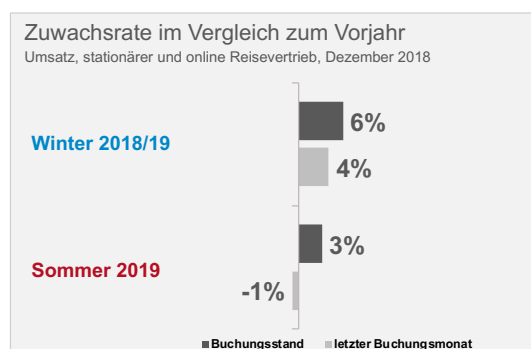
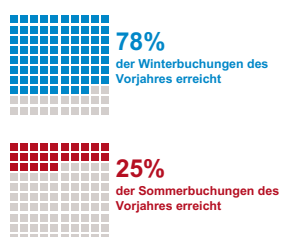
T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
 Ralf Klein-Börling

Registergericht
 Nürnberg HRB 25014

Weniger Umsätze mit Sommerurlaube als im Vorjahr



Source: GfK Travel Insights
 © GfK 2019

ein Plus von drei Prozent auf. Allerdings ist zum jetzigen Zeitpunkt erst etwa ein Viertel der Sommerumsätze gebucht, der Großteil steht also noch aus. Der Reisevertrieb dürfte mit Spannung den Januar, den buchungsstärksten Monat des Jahres, erwarten.

Legende:

Im Chart werden die im Dezember 2018 und kumuliert bis Ende Dezember 2018 generierten Reiseumsätze für die die Wintersaison 2018/19 und die Sommersaison 2019 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 angezeigt, wieviel Umsatz in Prozent für die Sommer- bzw. Wintersaison im Vergleich zur Vorjahressaison (Endstand) aufgelaufen ist.

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