

Auswertung Februar 2019

für fwv

13. März 2019

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

Sommerbilanz verbessert sich leicht

Nürnberg, 13. März 2019 – Mit drei Prozent höheren Umsätzen endet der Buchungsmonat Februar 2019 im Reisevertrieb. Davon entfällt ein Plus von sieben Prozent auf die noch laufende Wintersaison 2018/19, die damit bereits annähernd ihr gutes Vorjahresniveau erreicht hat. Die mit Urlaubsbuchungen für den kommenden Sommer 2019 erzielten Umsätze übertreffen den Vorjahresmonat um lediglich ein Prozent. Die Sommerbilanz verbessert sich damit trotzdem um einen Prozentpunkt auf kumuliert nur noch minus ein Prozent.

Dank eines guten Kurzfristgeschäfts gelingt der laufenden Wintersaison 2018/19 zum aktuellen Buchungsstand per Ende Februar 2019 der Anschluss an eine wachstumsstarke Vorjahressaison: 99 Prozent der Saisonumsätze des vergangenen Jahres sind bereits erreicht. Im Februar war fast ein Viertel des Monatsumsatzes (23,3 Prozent) kurzfristigen Urlaubsbuchungen für die noch bis April andauernde Wintersaison geschuldet. Die Zuwächse entsprechen in Umsatz einem Plus von sieben Prozent. Am kumulierten Stand ändert dies gleichwohl nichts: Wie im Vormonat weist der aktuelle Winter ein Umsatzwachstum von insgesamt vier Prozent auf. Die Wintersaison 2018/19 wird das überaus gute Vorjahresniveau damit aller Wahrscheinlichkeit nach sogar noch übertreffen.

Für die kommende Sommersaison wurde in stationären Reisebüros und online auf den Reiseportalen der Veranstalter und OTAs zusammengekommen in Umsatz ein Prozent mehr Urlaubsreisen gebucht. Die vergleichsweise schwachen Januareingänge kann der Februar damit zwar nicht kompensieren, aber kumuliert verbessert sich die Sommerbilanz auf

Sommerbilanz verbessert sich auf minus ein Prozent



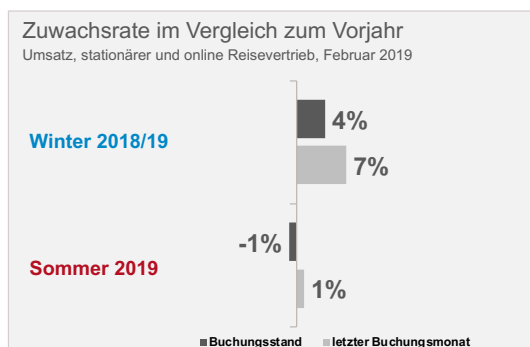
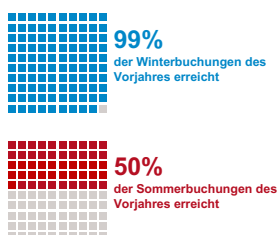
GfK SE
 Nordwestring 101
 90419 Nürnberg
 Deutschland

T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
 Ralf Klein-Börling

Registergericht
 Nürnberg HRB 25014



ein Minus von nur noch einem Prozent. Zum Vergleich: Vor genau einem Jahr stand die Sommersaison 2018 bei einem Plus von kumuliert 16 Prozent. Damit ist der neue Sommer 2019 gar nicht mehr weit davon entfernt, mit einem wachstumsstarken Vorjahr gleichzuziehen.

Im Februar entfielen jeweils etwa ein Viertel des Monatsumsatzes auf Urlaubsbuchungen für die Reisemonate Mai und Juni (24,2 Prozent) sowie Juli und August (25,1 Prozent). Zum aktuellen Buchungsstand sind der Juni und Juli die umsatzstärksten Reisemonate der kommenden Sommersaison (Umsatzanteil: 42,4 Prozent). Der Pfingstmonat Juni weist dabei ein Umsatzplus von 9,9 Prozent auf, der Ferienmonat Juli liegt noch 1,9 Prozent unter Vorjahr. Auf ähnlichem Niveau bewegen sich auch die Umsatzbilanzen der Reisemonate August (-1,6 Prozent) und September (-1,9 Prozent). Beide haben sich im Vergleich zum Vormonat verbessern können. Gut möglich, dass sie ihre Minus-Bilanzen bald schon ausgeglichen haben.

Legende:

Im Chart werden die im Februar 2019 und kumuliert bis Ende Februar 2019 generierten Reiseumsätze für die Sommersaison 2019 und die Wintersaison 2018/19 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.

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