

# Auswertung November 2018

## für fwv

12. Dezember 2018

Roland Gaßner  
 Alexandra Weigand  
 Melissa Neust  
 T +49 911 395-2832  
 F +49 911 395-4613  
[travel-insights@gfk.com](mailto:travel-insights@gfk.com)

### November bleibt hinter buchungsstarkem Vorjahresmonat zurück

Nürnberg, 12. Dezember 2018 – An die Buchungsumsätze eines extrem starken Vorjahresmonats reicht der diesjährige November nicht ganz heran: Die mit Winterurlaube für die aktuelle Saison 2018/19 erzielten Buchungsumsätze liegen ein Prozent darunter, die mit Sommerurlaube 2019 zwei Prozent. Die Verluste sind dabei im stationären Reisevertrieb aufgelaufen. Ohne das zweistellige Wachstum im Online-Reisevertrieb, das für knapp ein Fünftel des Monatsumsatzes im Gesamtmarkt steht, wäre die Novemberbilanz negativer ausgefallen.

Die Wintersaison 2018/19 steht zum aktuellen Buchungsstand per Ende November 2018 kumuliert bei einem Umsatzplus von sieben Prozent. Damit hat sie im Vergleich zum Vormonat erneut einen Prozentpunkt eingebüßt. Trotzdem bleibt das aufgelaufene Plus ansehnlich. Rund 3,8 Milliarden Euro haben die Deutschen bislang für ihre Winterurlaube ausgegeben – das meiste davon für Reisen im November und Dezember (Umsatzanteil: 46,5 Prozent).

Mit dem Buchungsmonat November rücken endgültig Sommerurlaube für das kommende Jahr in den Fokus der Kunden: Sie stehen für 56,8 Prozent des Monatsumsatzes. Obwohl die sommerlichen Reisebuchungen im abgelaufenen Buchungsmonat ihr Vorjahresniveau nicht halten konnten (-2 Prozent), weist die Sommersaison 2019 kumuliert ein ordentliches Plus in

November 2018 bleibt unter buchungsstarkem Vorjahresmonat



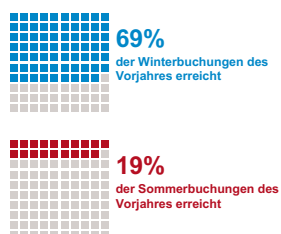
GfK SE  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg  
 Deutschland

T +49 911 395 0

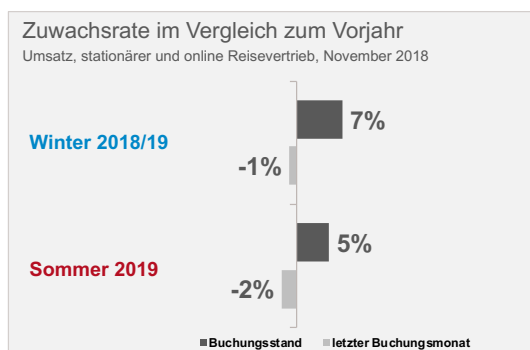
Vorstand:  
 Peter Feld (CEO)  
 Christian Bigitá Joseph (CFO)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
 Ralf Klein-Börling

Registergericht  
 Nürnberg HRB 25014



Source: GfK Travel Insights  
 © GfK 2018



Höhe von fünf Prozent auf. Die bis dato aufgelaufenen Frühbucherumsätze haben demnach bereits für ein schönes Wachstum gesorgt.

Unter den Reisemonaten der kommenden Sommersaison 2019 sticht der Pfingstreisemonat Juni hervor: Er weist aktuell ein Umsatzwachstum von 17,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf und steht mit einem Umsatzanteil von 23,9 Prozent für fast ein Viertel aller bisher generierten Sommerumsätze. Bis auf den Mai, der durch die übliche Verschiebung der Pfingstferien verliert (-9,5 Prozent), weisen alle Reisemonate des Sommers 2019 derzeit positive Umsatzzuwächse auf.

**Legende:**

Im Chart werden die im November 2018 und kumuliert bis Ende November 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](http://www.gfk.com/de)  
Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)