

# Auswertung September 2018

## für fwv

10. Oktober 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)

### Deutsche bleiben im Winter reisefreudig

**Nürnberg, 10. Oktober 2018 – In den stationären Reisebüros und auf den Online-Reiseportalen der Veranstalter und OTAs endet der Buchungsmontat September 2018 mit einem neunprozentigen Umsatzplus. Das Wachstum ist hauptsächlich Urlaubsbuchungen für die anstehende Wintersaison geschuldet (+11 Prozent). Die noch laufende Sommersaison 2018 hält ihr hohes Niveau.**

Gut ein Drittel des Monatsumsatzes (35,4 Prozent) entfällt im Buchungsmontat September 2018 noch auf Urlaubsbuchungen für September und Oktober, die beiden letzten Reisemonate der Sommersaison. Das dreiprozentige Umsatzplus, das für die Sommersaison generiert wurde, geht dabei auf den Onlinevertrieb zurück. In den Reisebüros waren die Sommerbuchungen im September, wie schon in den Vormonaten, leicht rückläufig (-1 Prozent). Insgesamt übertrifft die Sommersaison 2018 einen Buchungsmontat vor ihrem Ende die gesamten Saisonumsätze des Vorjahres bereits um zehn Prozent. Der Reisevertrieb, stationär wie online, steuert damit auf ein wachstumsstarkes Saison- und Jahresergebnis 2018.

Gemessen an den bislang gebuchten Winterurlaube für das Reisehalbjahr von November 2018 bis April 2019 hält die gute Urlaubsnachfrage in Deutschland weiterhin an. Für die Wintersaison 2018/19 wurden im Buchungsmontat September elf Prozent mehr Umsatz im Vergleich zum Vorjahresmonat erzielt. Damit weist der neue Winter kumuliert derzeit ein ebenfalls ansehnliches Wachstum von neun Prozent auf.

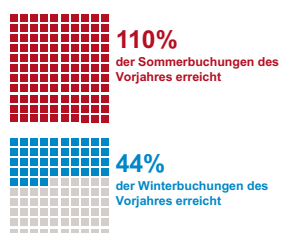
Gute Urlaubsnachfrage hält für Reisen im Winter an



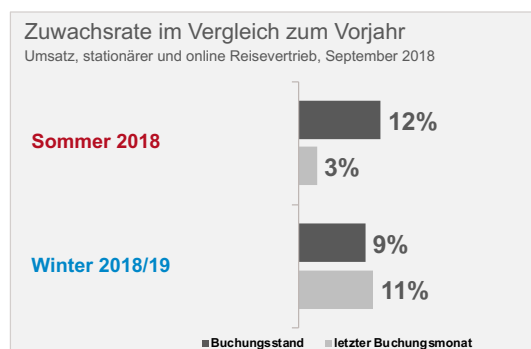
GfK SE  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg  
 Deutschland  
 T +49 911 395 0  
 Vorstand:  
 Peter Feld (CEO)  
 Christian Bigitá Joseph (CFO)

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
 Ralf Klein-Börling

Registergericht  
 Nürnberg HRB 25014



Source: GfK Travel Insights  
 © GfK 2018



Mit einem Umsatzanteil von 41,3 Prozent stehen Winterurlaube derzeit im Fokus der Kunden. Mit 23,4 Prozent des Monatsumsatzes nehmen im September aber auch die frühen Buchungen für Sommerurlaube 2019 bereits einen beachtlichen Anteil ein. Für Prognosen ist das Umsatzniveau noch zu klein, doch deuten die zweistelligen Zuwächse in eine positive Richtung. Sie haben den neunprozentigen Umsatzzuwachs im abgelaufenen Buchungsmontat September maßgeblich mit beeinflusst.

#### Legende:

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

Mit dem 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](http://www.gfk.com/de)  
Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)