

# Auswertung Januar 2019

## für fwv

13. Februar 2019

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

### Sommer 2019 dreht ins Minus

**Nürnberg, 13. Februar 2019 – Der Januar 2019 fällt als Buchungsmo-  
 nat im Reisevertrieb enttäuschend aus. Die mit Winterurlaube für die  
 noch laufenden Saison 2018/19 erzielten Buchungsumsätze liegen  
 sechs Prozent unter dem Vorjahr. Noch schwerer wiegen die Rück-  
 gänge bei den Sommerurlaube 2019: Mit einem Umsatzrückgang in  
 Höhe von neun Prozent dreht sich die kumulierte Bilanz ins Minus.  
 Einziger Trost: Der neue Reisesommer läuft gegen ein starkes Vor-  
 jahr.**

Der Vorjahresmonat Januar 2018 war mit gut zweistelligen Umsatzzuwäch-  
 sen besonders wachstumsstark ausgefallen. Dies relativiert die Verluste im  
 jetzt abgelaufenen Buchungsmoat etwas. Dennoch irritiert die vergleichs-  
 weise schwache Urlaubsnachfrage im deutschen Markt: Selbst der sich  
 sonst so gut entwickelnde Online-Reisevertrieb kann im Januar bei den  
 Sommerbuchungen nicht an seine Vorjahresumsätze anschließen (-1 Pro-  
 zent). Bei den in den Reisebüros gebuchten Sommerurlaube sind die Um-  
 sätze nun schon den dritten Moat in Folge rückläufig.

Im Gesamtmarkt – also Urlaubsbuchungen in stationären Reisebüros und  
 online auf den Reiseportalen der Veranstalter und OTA's zusammenge-  
 nommen – steht der Sommer 2019 zum aktuellen Buchungsstand bei ku-  
 muliert minus zwei Prozent. Im Vergleich zum Vormonat hat die Bilanz da-  
 mit ganze fünf Prozentpunkte eingebüßt. Der Januar ist der stärkste Bu-  
 chungsmoat des Jahres. Da hinterlassen Verluste deutlich sichtbare Spu-  
 ren.

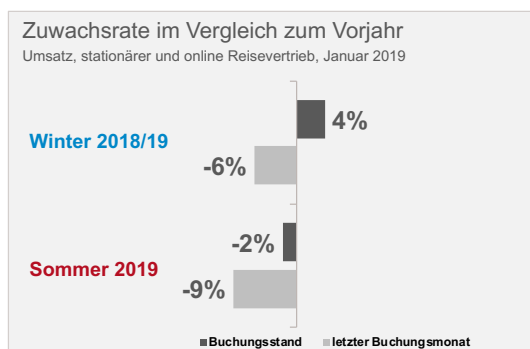
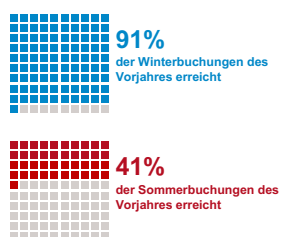
GfK SE  
 Nordwestring 101  
 90419 Nürnberg  
 Deutschland  
 T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
 Ralf Klein-Börling

Registergericht  
 Nürnberg HRB 25014

### Sommerbilanz dreht ins Minus



Source: GfK Travel Insights  
 © GfK 2019

Nach den rückläufigen Buchungsumsätzen im Januar weisen derzeit nur noch die sommerlichen Reisemonate Juni und Oktober 2019 positive Umsatzbilanzen auf. Das durch die alljährliche Verschiebung der Pfingstferien im Juni aufgelaufene Plus von 9,2 Prozent reicht aber schon nicht mehr aus, das im Gegenzug entstandene Mai-Minus von 15,8 Prozent aufzufangen. Die sommerlichen Hauptreisemonate Juli und August wie auch der September liegen aktuell zwischen ein bis drei Prozent unter Vorjahr. Mit 68,8 Prozent waren gut zwei Drittel der Buchungsumsätze im Januar Reisebuchungen für die Sommersaison 2019 geschuldet.

Die noch bis Ende April laufende Wintersaison 2018/19 verliert nach den Einbußen im Januar im Vergleich zum Vormonat kumuliert zwar ebenfalls (-2 Prozentpunkte), die Bilanz bleibt mit plus vier Prozent aber positiv. Der jüngst beendete Reisemonat Januar 2019 schließt noch mit 3,6 Prozent mehr Umsatz als im Vorjahr ab. Die kommenden acht Reisemonate werden bis auf den Ostermonat April und den Pfingstmonat Juni nach derzeitigem Stand aber allesamt nicht mehr an ihre jeweiligen Vorjahresumsätze anknüpfen können.

**Legende:**

Im Chart werden die im Januar 2019 und kumuliert bis Ende Januar 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](http://www.gfk.com/de)  
Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://www.twitter.com/gfk_de)