

Pressemitteilung

27. Februar 2019

Roland Gaßner
T +49 911 395 4535
roland.gassner@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4151
julia.richter@gfk.com

Rekordjahr für die Reisebranche

Türkei feiert Comeback des Jahres

Nürnberg, 27. Februar 2019 – Die Deutschen sind in bester Reiselaune. Die Gesamtausgaben für Urlaubs- und Privatreisen steigen nach einem bereits wachstumsstarken Vorjahr erneut um fünf Prozent an (2017: +8 Prozent). Vor allem die Veranstalterreise, insbesondere der Pauschalurlaub, haben durch das Comeback der Türkei und dank einer starken Nachfrage nach Badeurlaube vom Wachstum überdurchschnittlich profitiert. Auch für den kommenden Sommer 2019 ist die Türkei wieder stark nachgefragt. Das sind Ergebnisse von GfK zum Reisemarkt in Deutschland anlässlich der ITB 2019 in Berlin.

Insgesamt 67,9 Milliarden Euro haben die Deutschen im Reisejahr 2018 für pauschal als auch individuell vorab gebuchte Urlaubs- und Privatreisen ab einer Übernachtung ausgegeben. Das entspricht Mehrausgaben in Höhe von 3,3 Milliarden Euro beziehungsweise einer Steigerung zum Vorjahr von fünf Prozent. Inklusive der Ausgaben vor Ort am Urlaubsziel summieren sich die Gesamtausgaben sogar auf 95,6 Milliarden Euro.

Die Zuwächse bei den privaten Konsumausgaben sind damit im vergangenen Jahr zu einem außerordentlichen Anteil in den Reisemarkt geflossen. Die Deutschen sind vor allem häufiger verreist, im Schnitt drei Mal im Jahr (+3 Prozent). Dazu hat auch das ausnehmend schöne Sommerwetter in Deutschland beigetragen. Die Kurzreisen in Deutschland haben auf Basis Ausgaben um sechs Prozent zugenommen.

Starkes Wachstum bei den Veranstalterreisen

36 Milliarden Euro der Reiseausgaben gesamt entfallen auf die pauschal oder in Bausteinen organisierte Veranstalterreise, die im Vergleich zum Vorjahr um sieben Prozent zulegen kann. Die Reiseausgaben für individuell organisierte Urlaubs- und Privatreisen wachsen hingegen um lediglich drei Prozent.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Das überdurchschnittliche Wachstum bei den Veranstalterreisen ist vor allem den wieder stark anziehenden Reisebuchungen für Badeferien in der Türkei, in Ägypten und Tunesien geschuldet. Diese Reiseziele werden zu einem hohen Anteil „pauschal“ gebucht. Bei den Pauschalreisen ist der Badeurlaub mit einem Plus von 18 Prozent daher besonders stark gewachsen. Mit jeweils zweistelligem Wachstum haben auch pauschal organisierte Städtereisen und die Kreuzfahrten zur guten Entwicklung im Veranstaltermarkt beigetragen.

Top 5 Urlaubsarten 2018 bei den Veranstalterreisen (nach Ausgaben)¹

in %	Umsatzanteil	Veränderung	Pauschal
Badeurlaub	43%	+15%	+18%
Rund- und Studienreisen	20%	-8%	-7%
Kreuzfahrten	15%	+6%	+11%
Städtereise inkl. Shopping	8%	+12%	+16%
Sport- und Aktivurlaub, Wellness	6%	+8%	+10%

Quelle: GfK MobilitätsMonitor, Touristikjahr 2017-2018

¹ Urlaubsreisen im Veranstaltermarkt (pauschal und in Bausteinen), Vergleich zum Vorjahreszeitraum

Wachstumstreiber Online-Buchungen

Mit einem Plus von 16 Prozent wachsen online gebuchte Urlaubsreisen weiterhin dynamisch. Damit steigt der Online-Anteil bei der pauschal oder in Bausteinen organisierten Veranstalterreise von 32 auf knapp 35 Prozent.

Im individuell organisierten Reisemarkt wird über die Hälfte der Reiseleistungen bereits online gebucht. Auch hier wachsen Online-Buchungen im zweistelligen Bereich. Organisiert der Reisende seinen Städtetrip, seinen Verwandtenbesuch oder seine Urlaubsreise selbst, bucht er hauptsächlich bei Bahn, Fluggesellschaft oder Hotel direkt. Eine zunehmende Bedeutung haben die Produktportale, die online Nur-Flug- oder Unterkunftsangebote bündeln. Sie wachsen im abgelaufenen Reisejahr 2018 um 16 Prozent und stehen damit für 16 Prozent der Reiseausgaben bei den individuell organisierten Privat- und Urlaubsreisen.

Ausblick Sommer 2019

Für den kommenden Sommerurlaub 2019 weist die Türkei zum aktuellen Buchungsstand im Reisevertrieb das größte Wachstum auf (in Umsatz: +58,0 Prozent). Damit ist das einst und nun wieder so beliebte Urlaubsland definitiv zurück auf der touristischen Landkarte. Lediglich Griechenland ist zum jetzigen Zeitpunkt als Sommerreiseziel noch bedeutender, muss mit dem starken Comeback der Türkei aber Umsatzeinbußen einstecken. Insgesamt weisen die

Urlaubsländer im östlichen Mittelmeer im Reisevertrieb aktuell ein Umsatzwachstum in Höhe von neun Prozent auf. Die Reiseländer im westlichen Mittelmeer geben hingegen im zweistelligen Prozentbereich nach. Mallorca bleibt jedoch auf der Basis von Urlaubsregionen, nicht -ländern, eines der meistgebuchten Sommerreiseziele.

Die fünf meistgebuchten Ferienregionen für den Sommerurlaub 2019 sind zum aktuellen Buchungsstand:

1. Antalya (Türkei)
2. Palma de Mallorca (Balearen/Spanien)
3. Kreta (Griechenland)
4. Hurghada (Ägypten)
5. Kos (Griechenland)

Insgesamt liegen die in stationären Reisebüros und online auf den Reiseportalen der Veranstalter und Online-Reisebüros gebuchten Umsätze für die Sommersaison 2019 zwei Prozent unter Vorjahr (zum Buchungsstand bis Ende Januar 2019). Die kommende Sommersaison 2019 muss sich allerdings gegen eine extrem starke Vorjahressaison behaupten, die zu diesem Zeitpunkt 2018 Zuwächse von 18 Prozent aufwies. „Auch, wenn der Sommer 2019 noch nicht ganz so stark gebucht ist wie der Vorjahressommer, gehen wir derzeit von einer anhaltend guten Entwicklung bei der Urlaubsnachfrage im deutschen Markt aus“, erklärt Roland Gaßner, Tourismusexperte bei GfK.

Zur Studie

Im GfK Mobilitätsmonitor werden monatlich ca. 19.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte in Deutschland (ca. 38.000 Personen) zu ihrem Reise-, Buchungs- und Informationsverhalten befragt. Erhoben werden neben Urlaubsreisen (Haupturlaub, Zweit- und Dritturlaube) auch Geschäftsreisen, Tagesausflüge und sonstige Privatreisen, etwa Besuche bei Verwandten/Bekanntem.

Das Vertriebspanel von GfK (Travel Insights) basiert auf den Reisebuchungen am Point-of-Sale. Die Buchungsdaten aus den Reservierungs- und Midoffice-Systemen von rund 2.000 Reisebüros werden repräsentativ auf den stationären Vertriebsmarkt hochgerechnet. Zusätzlich werden im Onlinebereich die Buchungsdaten der klassischen Reiseportale und der Reiseveranstalter erfasst. Das Kerngeschäft von Reisebüros und den Online-Reiseportalen der Veranstalter und sogenannten Online Travel Agencies (OTAs) beruht auf pauschal oder in Bausteinen gebuchten Veranstalterreisen.

Weitere Informationen:

Patrick Weber, GfK Mobilitätsmonitor, T +49 911 395 2198, patrick.weber@gfk.com

Alexandra Weigand, GfK Travel Insights, T +49 911 395 3045, alexandra.weigand@gfk.com

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