



Pressemitteilung

Datum
24. Januar 2012

Dörte Nordbeck
GfK Retail and Technology
Tel. +49 911 395-2357
doerte.nordbeck@gfk.com

Regine Oyntzen
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-4151
Fax +49 911 395-4041
regine.oyntzen@gfk.com

GfK Travel Insights analysiert Online-Reisebuchungen in Deutschland

Nürnberg, 24. Januar 2012 - Mit der Integration von Online-Portalen in das Tourismus-Vertriebspanel baut die GfK ihre touristische Marktforschungskompetenz markant aus: Erstmals stehen jetzt die über Online-Reiseportale getätigten Urlaubsbuchungen für fundierte Marktanalysen zur Verfügung.

Mehr als 30 Online-Reiseportale, darunter einige der größten in der Branche, nehmen am neuen Online-Panel von GfK Travel Insights teil. Ihre Buchungsdaten fließen von nun an wöchentlich in die Systeme der GfK und stehen anonymisiert für eine kontinuierliche Beobachtung der Marktentwicklung zur Verfügung. Die Panelteilnehmer repräsentieren etwa 60 Prozent des Veranstalterumsatzes, der in Deutschland online über Reiseportale generiert wird. Nach der fast einjährigen Aufbauphase des neuen Panels stehen die Online-Buchungsdaten nun ab Anfang 2010 zur Verfügung. Damit sind für die aktuelle Wintersaison 2011/2012 und die kommende Sommersaison 2012 bereits Vorjahresvergleiche möglich. "Bislang basierten die Informationen zum Online-Reisemarkt mehrheitlich auf den freiwilligen Angaben der Portalbetreiber, Befragungen und der Einschätzung von Branchenexperten. Mit dem neuen Online-Panel stehen jetzt erstmals in Deutschland Fakten aus dem Online-Vertrieb in beliebiger Detailtiefe zur Verfügung", erklärt Dörte Nordbeck, Produktmanagerin von GfK Travel Insights.

Konzentrierter Online-Markt

Die Buchungen im stationären Reisevertrieb beobachtet GfK Travel Insights bereits seit 2005, so dass die Marktentwicklungen jetzt in den beiden Vertriebskanälen stationär/online nachvollzogen werden können.

Im Vergleich zum stationären Reisevertrieb über die traditionellen Reisebüros zeigt sich das Online-Segment deutlich konzentrierter: Bezogen auf die Sommersaison 2011 vereinen Spanien, die Türkei und Griechenland, die Top 3 online gebuchten Reiseländer, einen Umsatzanteil von 62 Prozent auf sich. Im Reisebüro liegt deren Anteil mit 50 Prozent deutlich darunter.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Pamela Knapp (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
Debra A. Pruent

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den bis Ende Dezember 2011 aufgelaufenen Buchungsumsätzen für die laufende Wintersaison: Die Kanaren, Ägypten und Türkei kommen im Online-Vertrieb auf einen Anteil von 54 Prozent, während diese beliebten winterlichen Reiseziele im Reisebüro nur für 34 Prozent des Umsatzes stehen. Fernreisen haben dagegen im stationären Vertrieb die größere Bedeutung: Ihr Umsatzanteil liegt im Reisebüro aktuell bei mehr als einem Drittel (36 Prozent), während es im Online-Vertrieb lediglich knapp ein Viertel (24 Prozent) des Umsatzes ist.

Reisebüros mit dem größeren Wachstum

Die Buchungsnachfrage deutscher Urlauber entwickelt sich in beiden touristischen Vertriebskanälen derzeit sehr gut. Während die Zuwachsraten bezogen auf die reinen Veranstalterbuchungen jedoch annähernd dieselben sind, zeigt sich in der Gesamtbetrachtung, dass das Wachstum im stationären Reisevertrieb etwas höher ausfällt: Zum Buchungsstand per Ende Dezember 2011 haben die Reisebüros im Vergleich zum Vorjahr für die laufende Wintersaison 12 Prozent mehr Umsatz generiert (online +7 Prozent). Die kommende Sommersaison weist zum aktuellen Vorausbuchungsstand 16 Prozent mehr Umsatz auf, bei den Online-Portalen sind es 14 Prozent. Die unterschiedlichen Schwerpunkte im Kerngeschäft erklären die Wachstumsraten im stationären und Online-Reisevertrieb: Reisebüros erzielen beispielsweise ein überdurchschnittlich hohes Wachstum mit den Kreuzfahrten, die im Online-Reisevertrieb nur eine untergeordnete Rolle spielen.

Die bei den deutschen Urlaubern so stark nachgefragten Reiseländer Spanien und Türkei weisen im Online-Reisevertrieb dagegen aktuell die höheren Zuwachsraten auf. Ägypten, eines der gewöhnlich stärksten Winterziele, liegt online gebucht sogar leicht im Plus, während die Buchungsumsätze im Reisebüro noch rund 27 Prozent hinter dem Vorjahr zurück liegen.

Ausblick GfK Online-Panel

GfK Travel Insights plant für die nächste Ausbaustufe ihres Online-Panels die Einbindung der Online-Umsätze der stationären Reisebüros. In einer dritten Ausbaustufe ist die Erweiterung um den Online-Direktvertrieb von Reiseveranstaltern geplant.

Die GfK auf der ITB

Die GfK-Pressekonferenz auf der diesjährigen ITB in Berlin findet am Donnerstag, 8. März 2012, um 14.30 Uhr, Salon 17/18 im ICC Berlin statt. Aufgrund begrenzter Platzkapazitäten bitten wir per E-Mail um Voranmeldung an gfk_travelinsights@net-divine.de.

Zur Methode

GfK Travel Insights ist die touristische Handelspanelforschung der GfK Retail and Technology GmbH. Die Datenbasis sind hier die Verkäufe (Reisebuchungen) aus dem touristischen Vertrieb.

Im stationären Reisevertrieb werden die Buchungsdaten von rund 1.200 repräsentativen Reisebüros in Deutschland ausgewertet. Durchschnittlich 340.000 Buchungssätze dieser konstanten Stichprobe gehen monatlich an GfK Retail and Technology. Hochgerechnet auf den Gesamtmarkt erlauben die Auswertungen von GfK Travel Insights verlässliche Rückschlüsse auf das Buchungs- und Reiseverhalten der deutschen Urlauber. Trends und Entwicklungen im touristischen Markt sind zeitnah nachvollziehbar.

Das neue Panel im Online-Reisevertrieb bezieht die Buchungsdaten von rund 30 Online-Reiseportalen in Deutschland, die rund 60 Prozent des Veranstalterumsatzes repräsentieren. Die Buchungsdaten aus dem Online-Reisevertrieb werden nicht hochgerechnet. Nach den Online-Reiseportalen sollen auch die Online-Buchungen von Reisebüros und der Online-Direktvertrieb von Reiseveranstaltern zunehmend eingebunden werden.

Die aktuellen Auswertungen beziehen die Buchungsdaten aus dem stationären und Online-Reisevertrieb von Januar 2010 bis Dezember 2011 ein. Aussagen zur aktuellen Wintersaison 2011/2012 mit den Reisemonaten bis April 2012 sowie zur Sommersaison 2012 (Reisemonate Mai bis Oktober 2012) stellen zum Buchungsstand per Ende Dezember 2011 Momentaufnahmen dar.

Weitere Informationen: Dörte Nordbeck, +49 911 395-2357,
doerte.nordbeck@gfk.com

Über die GfK

Die GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Ihre 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt die GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert die GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK 1,29 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com