

Bitte beachten Sie die Sperrfrist: Mittwoch, 9. März 2016, 10.30 Uhr

PRESSEMELDUNG

Verband Internet Reisevertrieb e.V.:

Trend zur Individualisierung bei Internet-Reisebuchungen stellt große Chance für die Online-Touristik dar

Aktuelle Studien von FUR und GfK zeigen: Die Online-Reiseindustrie ist maßgeblicher Wachstumstreiber am Gesamt-Reisemarkt

München/Berlin, den 9. März 2016 (w&p) – Die Online-Touristik ist weiterhin auf Wachstumskurs: Die Gesamt-Touristik wuchs nach einer kontinuierlichen Befragung der GfK zum Urlaubsreise- und Freizeitreisemarkt von 54,5 Milliarden Euro Umsatz in 2014 auf 57,4 Milliarden Euro Umsatz in 2015. Über 60 Prozent des Wachstums kamen aus digitalen Vertriebskanälen. Der Umsatz aus den rein über den Online-Weg übermittelten Buchungen zeigt deutlich, dass das digitale Segment der wichtigste Vertriebskanal in der Urlaubs- und Freizeittouristik ist. Auch übersteigt laut GfK der Umsatz der online übermittelten Buchungen im Verhältnis deutlich den Umsatz der Buchungen, die über den persönlichen Kontakt bzw. vor Ort generiert werden.

Aktuellen Studien zufolge, die der Verband Internet Reisevertrieb e.V. ([VIR](#)) zum Auftakt der weltweit größten Reisemesse ITB Berlin vorstellte, ist bei den Online-Reisebuchungen zugleich ein starker Trend zur Individualisierung hinsichtlich der Kombination einzelner Buchungsleistungen festzustellen: Die User stellen sich die einzelnen Bestandteile ihrer Reise immer häufiger selbst im Internet zusammen.

„Aktuell ist die Pauschalreise bei Urlaubsreisen ab fünf Tagen über alle Vertriebskanäle gesehen zwar noch die wichtigste Organisationsform. Doch die Zahlen zeigen deutlich, dass der langfristige Strukturwandel zu Gunsten von einzelnen Reisebausteinen, vor allem getrieben durch die Dynamik bei den Online-Buchungen, in vollem Gange ist“, kommentiert VIR-Vorstand Michael Buller die Studienergebnisse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. ([FUR](#)) und der [GfK](#). Wie in der Reiseanalyse 2016 der FUR

aufgezeigt wird, liegt bei Online-Buchungen die Zahl von nur-Unterkunfts-buchungen mit 47 Prozent bereits vor den Pauschalreise-Buchungen (33 Prozent). Auch Tickets/Fahrscheine wie zum Beispiel Flugtickets werden mit 32 Prozent bereits häufig über das Internet gebucht.

In den Augen des VIR-Vorstands profitieren auch die Online-Reisebüros (OTA's) von der aktuellen Entwicklung. Michael Buller: „Es ist eine große Chance für sie, da die Produktpalette neben der reinen Pauschalreise über die letzten Jahre bereits um eine Vielzahl von Einzelleistungen ergänzt wurde, die dann von den Usern individuell zusammengestellt werden.“

Eine weitere interessante Entwicklung: Über den Online-Vertrieb boomen verstärkt Kurzurlaubsreisen, definiert als Reisen mit einer Dauer von zwei bis vier Tagen. Laut FUR wurden im Jahr 2015 rund 67 Prozent der Kurzurlaubsreisen per Online-Buchung getätigt. Wertmäßig kommt das Internet nach GfK TravelScope ebenso auf einen überdurchschnittlichen Anteilswert von 54 Prozent. Zudem stiegen sowohl das Volumen als auch die Ausgaben in diesem Segment deutlich an. Den Trend zu kürzeren Urlaubsreisen zeigt auch die Entwicklung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer, die inzwischen mit 6,1 Tagen pro Reise einen historischen Tiefpunkt erreicht hat. Das positive für die Branche ist, dass dadurch aber nicht weniger Geld ausgegeben wird, sondern die Ausgaben für vorab gebuchte Leistungen pro Tag im Vergleichszeitraum von 2012 auf 2015 von 88,5 € auf 94,9 € gestiegen sind.

Bei der Frage nach der Urlaubsplanung 2016 zeichnet sich einer Analyse von [Ulysses Web-Tourismus](#) zufolge ein starkes Last-Minute-Jahr ab. Auf die Frage, ob in diesem Jahr ein Kurzfrist-Urlaub geplant ist, antworteten 18,8 Prozent mit „Ja“. Im vergangenen Jahr waren es nur 14,4 Prozent. Beliebtestes Ziel der Last-Minute-Urlauber in 2015 war Spanien, das Deutschland von Platz eins verdrängt hat.

Vom Online-Zeitalter hin zur mobilen Ära ist ein weiterer Trend in der Online-Touristik. Durch die hohe Verbreitung mobiler Endgeräte in der Bevölkerung hat ihre Bedeutung als Kontaktkanal auch in der Reisebranche stark zugenommen. Laut der FUR wird das mobile Internet von 37 Prozent der

Internetnutzer vor der Reise zur Information genutzt. Während der Reise nutzten es 2015 bereits 26 Prozent, während es 2012 noch 15 Prozent waren.

Zugleich zeigen die Ergebnisse des „Young Traveler Kompass 2016“ von [ruf](#) reisen und dem VIR eindrucksvoll, wie selbstverständlich die Nutzung mobiler Endgeräte bereits in das Reiseverhalten der jungen Generation integriert ist. Mehr als 90 Prozent der Jugendlichen gehen mit ihrem Smartphone im Urlaub ins Internet, beispielsweise um Fotos zu versenden oder um sich über das Reiseziel zu informieren.

„Das Internet ist heute der größte Reisekatalog der Welt“, hebt VIR-Vorstand Michael Buller das Alleinstellungsmerkmal“ der Online-Touristik hervor. „Es gibt nicht nur jede Menge Informationen und Daten, die Urlauber können auch nach individuellen Ansprüchen suchen, aktuelle Verfügbarkeiten abfragen, sich von Filmen und Bildern inspirieren lassen und über Bewertungen die Erfahrungen anderer einholen.“

Der Online-Experte warnt davor, die positive Entwicklung der weltweiten Digitalisierung durch zu strenge Gesetzesauflagen zu bremsen. „Die Digitalisierung ist keine Randerscheinung, sondern die Zukunft“, so der Appell von Michael Buller, dessen Expertise unter anderem im Beirat für Fragen des Tourismus des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie gefragt ist.

Quellen der auf dem „VIR Online Summit 2016“ vorgestellten Ergebnisse: „FUR-Reiseanalyse 2016“, „GfK - TravelScope 2.0“, „Last-Minute-Reisen 2016“ von Ulysses Web-Tourismus sowie „ruf Reisen - Young Traveler Kompass 2016“, veröffentlicht im Branchenbericht „VIR Daten & Fakten 2016 zum Online-Reisemarkt“ des Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR). Er ist ab sofort auf der Internet-Seite www.v-i-r.de kostenfrei abrufbar.

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der touristischen Internetwirtschaft. Zu seinen Mitgliedern gehören mit ebookers.de, Expedia.de, HolidayCheck, HRS, lastminute.de, L'TUR, travelchannel.de und weg.de acht der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland, die zusammen über drei Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften. Die VIR-Mitgliedsunternehmen verpflichten sich der neutralen Zertifizierung durch die Siegel „safer-shopping“ und „ServiceQualität“ des TÜV SÜD und nehmen damit eine Vorbildfunktion für die gesamte Reisebranche ein.

Fördermitglieder des VIR sind Allianz Global Assistance, Amadeus Germany, Bewotec, Berge & Meer, BillPay, BPCS Consulting Services, CEWE Stiftung & Co. KGaA, Datatrans, DB Vertrieb, DERTOUR, EC Travel, FTI Touristik, GetYourGuide, GIATA, H&H Touristik, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMerkur, JT Touristik, NellesVerlag, Passengersfriend, PayPal, Pisano Holding, ruf, Sabre Travel Network, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, Traffics, Travelport, TravelTainment, TrustYou, TUI interactive, Wirecard und Xamine.

Geschäftsstelle:

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, 82008 Unterhaching, Telefon: 089-610667-29, E-Mail: presse@v-i-r.de, info@v-i-r.de, Internet: www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet unter www.v-i-r.de im Bereich „Presse“ zum „downloaden“ zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler über das Internet möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie die VIR RSS-Feeds.