

Bitte beachten Sie die Sperrfrist: **Mittwoch, 8. März 2017, 10.30 Uhr**

PRESSEMELDUNG

Verband Internet Reisevertrieb e.V.:

FUR-Reiseanalyse zeigt: Lange Urlaubsreisen werden immer stärker digital gebucht – Bei den kurzen Urlaubsreisen dominiert die Digital-Touristik bereits den Markt

München/Berlin, den 8. März 2017 (w&p) – Die Deutschen buchen ihre Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer immer stärker online: Entsprechend der heute auf dem „Online Summit 2017“ des Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) auf der ITB Berlin präsentierten Studie Reiseanalyse 2017 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) liegen in diesem Segment auch die größten Wachstumspotenziale für die digitalen Kanäle. Zudem hat sich bei den über digitale Kanäle gebuchten Urlaubsreisen der Strukturwandel bei der Urlaubsorganisation schon vollzogen: Einzelbuchungen von Unterkünften dominieren bereits jetzt deutlich vor der Pauschalreise.

Der FUR-Reiseanalyse zufolge stieg die Anzahl der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, bei denen mindestens eine Leistung über digitale Kanäle gebucht wurde, um 1,3 Millionen an. Der Gesamtmarkt aller vorab gebuchten Urlaubsreisen ab einer Übernachtung ist hingegen lediglich um 0,9 Millionen Reisen auf insgesamt 119,6 Millionen Reisen gewachsen. Der Anteil der digitalen Kanäle an diesem Markt liegt aktuell bei insgesamt 61,5 Prozent. Bei 56,1 Prozent der Reisen wurde sogar ausschließlich digital gebucht. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass das Wachstum der digitalen Kanäle komplett bei den umsatzstärkeren langen Urlaubsreisen von fünf Tagen und mehr generiert wurde. Ein Segment, in dem die digitale Touristik FUR zufolge ihr größtes Wachstumspotenzial hat. Bestätigt wird diese Prognose durch den Blick auf die Gesamtausgaben bei den langen Urlaubsreisen. Demnach wird der Löwenanteil der Ausgabesteigerungen bei den digital gebuchten Reisen generiert, konkret 1,5 von 1,7 Milliarden Euro.

Trotz eines Rückgangs bei der Anzahl von ausschließlich analog gebuchten Reisen können die Umsätze in diesem Segment um 200 Millionen Euro zulegen. Gründe hierfür sind der FUR zufolge vor allem die deutlich gestiegenen Ausgaben pro Buchung, unter anderem durch mehr verkaufte Kreuzfahrten und höherpreisige Destinationen.

„Die Ergebnisse der Reiseanalyse unterstreichen eindrucksvoll, welche enorme Steigerungsraten die Digital-Touristik im Bereich der langen Urlaubsreisen noch erzielen kann“, betont VIR-Vorstand Michael Buller. „Die Urlauber interessieren sich nicht nur verstärkt für das digitale Reiseangebot, sondern vertrauen den digitalen Kanälen auch mehr als je zuvor, wie die hohen Zuwachsraten bei den Buchungen der langen Urlaubsreisen zeigen.“

Bleibt die Pauschalreise bei allen gebuchten Urlaubsreisen aktuell noch die wichtigste Form bei der Urlaubsorganisation, so wurde sie auf den digitalen Kanälen bereits von Einzelbuchungen der Unterkunft überholt. In der Digital-Touristik dominiert diese Form deutlich vor der Pauschalreise. „Ein Ritterschlag für die Hotelbuchungsportale“, kommentiert VIR-Vorstand Michael Buller den positiven Trend. „Das Hotelangebot im Internet kommt beim Verbraucher an.“

Stark nachgefragt sind auch Kurzurlaubreisen im World Wide Web: Hier nehmen die digitalen Kanäle mit einem Anteil von 78 Prozent bereits eine Vormachtstellung ein. Für den Gesamtmarkt ab einer Übernachtung liegt der Anteil der vorab digital gebuchten Reisen bei 62 Prozent.

Die Urlaubsform mit dem stärksten Wachstumspotenzial sind der FUR-Reiseanalyse zufolge Kreuzfahrten auf hoher See. Bereits 3,7 Prozent der Deutschen haben in den vergangenen drei Jahren eine Kreuzfahrt absolviert, 23 Prozent zeigten grundsätzlich Interesse an einer Kreuzfahrt in den kommenden drei Jahren.

Auch die Top-Reiseziele der Deutschen in den vergangenen 25 Jahren nahmen die Analysten der FUR näher unter die Lupe. Demnach erweist sich die eigene Heimat als das bevorzugte Reiseziel: Beinahe jede dritte Urlaubsreise von fünf und mehr Tagen Dauer wird innerhalb Deutschlands verbracht. Im Ausland führt Spanien mit 15 Prozent aller langen Urlaubsreisen vor Italien (acht Prozent) und der Türkei (sechs Prozent). In 2016 konnten vor allem Spanien, Griechenland, Kroatien und die Niederlande bei den Top 10 Reisezielen zulegen.

VIR-Vorstand Michael Buller nutzte den „Online Summit 2017“ auf der weltweit größten Reisemesse auch, um Politiker und Unternehmer aufzufordern, stärker und intensiver über die Förderung der Digitalisierung zu diskutieren und entsprechend zu handeln. „Wir müssen deutlich an Geschwindigkeit aufnehmen, um im internationalen Wettbewerb nicht den Anschluss zu verlieren“, warnte er. Sein Appell speziell an die Tourismusbranche: „Wir müssen uns den Herausforderungen der Digitalisierung stellen und die sich daraus bietenden Chancen ergreifen. Denn zweifelsohne bietet der digitale Wandel für den gesamten touristischen Vertrieb große Möglichkeiten für wirtschaftliche Erfolgsgeschichten.“

Quelle der auf dem „VIR Online Summit 2017“ vorgestellten Ergebnisse ist die „FUR-Reiseanalyse 2016-2017“, veröffentlicht im Branchenbericht „VIR Daten & Fakten 2017 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 und auch über die kostenlose App des VIR verfügbar. Die App gibt es im Google und Apple Appstore unter <https://v-i-r.de/app/>.

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) repräsentiert die digitale Touristik, die laut GfK-Zahlen von 2015 rund 43 Prozent des insgesamt im Internet erzielten Umsatzes ausmacht. Zu den VIR-Mitgliedern gehören mit ebookers.de, Expedia.de, HolidayCheck, HRS, lastminute.de und weg.de einige der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland. Der VIR fungiert als Ansprechpartner für Verbraucher, Medien, Politik und die Branche selbst bei sämtlichen Themen rund um die digitale Touristik.

Weitere Mitglieder des VIR sind ACCON-RVS, Adara, Allianz Global Assistance, Amadeus Germany, Bewotec, Berge & Meer, BillPay, BPCS Consulting Services, CEWE Stiftung & Co. KGaA, Datatrans, DB Vertrieb, DERTOUR, EC Travel, ERV (Europäische Reiseversicherung AG), For You Travel, FTI Touristik, Germania, GetYourGuide, GIATA, Groupon, H&H Touristik, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMercur, Innovation Norway, Intent Media, JT Touristik, LEGOLAND Holidays, NellesVerlag, Passengersfriend, PayPal, Pisano Holding, ruf, Sabre Travel Network, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, Traffics, Travelport, Traveltainment, TrustYou, 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-Feed.