

PRESSEMELDUNG

Online-Reisegeschäft auf Wachstums-Kurs: Studie von VIR und GfK bescheinigt Branche starken Aufwärts-Trend

München, 20. Juli 2017 – Immer mehr deutsche Urlauber buchen ihre Sommerurlaube online. Das ist das Ergebnis einer gemeinsamen Auswertung des Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) und der Marktforschungsgesellschaft GfK. Demnach stiegen die über Reiseportale der OTAs (Online Travel Agencies) und Reiseveranstalter online gebuchten Sommerumsätze im Vorjahresvergleich um insgesamt neun Prozent. In den stationären Reisebüros fällt das Wachstum mit drei Prozent zum Buchungsstand Ende Mai 2017 sichtlich kleiner aus.

Für ihre Sommerurlaube 2017 haben die Deutschen bislang insgesamt 10,5 Milliarden Euro im stationären Reisebüro und auf Online-Reiseportalen ausgegeben – ein Plus von fast vier Prozent im Vergleich zu 2016. Der Großteil der als Pauschalreise oder als Bausteine zusammengestellten Urlaube wird zwar nach wie vor über stationäre Reisebüros verkauft, mit einem Umsatzplus von neun Prozent konnte der Online-Reisevertrieb jedoch stärker zulegen. Immer häufiger buchen die Deutschen neben Flügen, Bahntickets oder Hotels auch ihre Veranstalterreisen online.

„In den kommenden Buchungswochen werden die Online-Reiseportale ihren Vorsprung gegenüber dem stationären Reisevertrieb aller Voraussicht nach weiter ausbauen“, prognostiziert Dörte Nordbeck, Head of Travel & Logistics GfK Deutschland. „Der Grund dafür liegt in der Stärke der Onliner im Last Minute- und Kurzfristgeschäft. Im Buchungsmonat Mai entfiel mit 30 Prozent bereits fast ein Drittel des online gebuchten Monatsumsatzes auf kurz entschlossene Urlauber, bei denen zwischen Buchung und Abreise weniger als ein Monat vergeht. In den kommenden Buchungsmonaten wird dieser Last Minute-Anteil auf bis zu rund 40 Prozent weiter zulegen.“

Griechenland online die Nummer 1

Griechenland, klare Trenddestination des diesjährigen Sommers, ist online das meistgebuchte Urlaubsland. Bis zum Buchungsstand Ende Mai 2017 steht das Land im Südosten Europas im Online-Reisevertrieb für 18 Prozent des bislang erzielten Sommerumsatzes. Urlaubsreisen auf die Balearen und die Kanaren folgen mit 17 bzw. 14 Prozent auf den Rängen zwei und drei. Türkei-Urlaube liegen zwar immer noch unter dem Niveau vom Vorjahr, verkaufen sich online aber besser als im Reisebüro: Die Türkei steht bei den Reiseportalen der Veranstalter sowie bei den OTAs für einen Umsatzanteil von zwölf Prozent, im Reisebüro sind es nur noch fünf Prozent. Auch Ägypten verkauft sich im Internet gemäß der Untersuchung besser, obwohl auch die Nachfrage im Reisebüro stark wächst.

Zusammengenommen stehen die Top 5-Destinationen im Online-Reisevertrieb zum aktuellen Buchungsstand für zwei Drittel des Sommerumsatzes. „Gerade die einfach buchbaren, typischen Pauschalreiseziele wandern zunehmend ins Internet ab“, so Dörte Nordbeck weiter.

„Die aktuellen Auswertungen der GfK untermauern einmal mehr die enorm wachsende Bedeutung des Online-Reisevertriebs für die gesamte Touristik-Branche“, ergänzt Michael Buller, Vorstand des VIR. „Besonders unter den kurzentschlossenen Kunden sind die Internet-Portale sowie die Websites der Veranstalter eine unverzichtbare Adresse für Urlaubshungrige.“

Zur Datenquelle:

Das Vertriebspanel von GfK (Travel Insights) basiert auf den Reisebuchungen am Point of Sale. Die Buchungsdaten von rund 1.500 Reisebüros bilden den stationären Vertriebsmarkt repräsentativ ab. Im Onlinebereich werden die Buchungsdaten der Reiseportale und der Reiseveranstalter ausgewertet und ebenfalls repräsentativ auf den Gesamtmarkt hochgerechnet. Aussagen im Text beziehen sich auf den Buchungsstand Ende Mai 2017 für die Sommersaison 2017.

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) repräsentiert die digitale Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2016 rund 56 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorabgebuchten Leistungen ausmacht. Zu den VIR-Mitgliedern gehören mehr als 45 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service & Travel Technology sowie Start-up. Der VIR fungiert als Ansprechpartner für Verbraucher, Medien, Politik und die Branche selbst bei sämtlichen Themen rund um die digitale Touristik. Mitglieder des VIR sind: ACCON-RVS, Adara, Allianz Global Assistance, Amadeus Germany, amavido, Beach-Inspector, Bewotec, Berge & Meer, BillPay, BPCS Consulting Services, CEWE Stiftung & Co. KGaA, Datatrans, DB Vertrieb, DERTOUR, ebookers.de, Expedia.de, For You Travel, EC Travel, ERV (Europäische Reiseversicherung AG), Fabrik 19, FTI Touristik, Germania, GetYourGuide, GIATA, Groupon, H&H Touristik, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMercur, HolidayCheck, Holidu, HRS, Innovation Norway, Intent Media, JT Touristik, lastminute.de, LEGOLAND Holidays, MisterTrip, NellesVerlag, PayPal, Pisano Holding, ruf, Sabre Travel Network, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, Traffics, Travelport, Traveltainment, TrustYou, weg.de, 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.