

## Onlinebuchungen wachsen deutlich – Veranstalterreisen werden mehrheitlich im stationären Reisebüro gebucht – Struktur des Touristikmarktes: Neue Methodik zur Datenerhebung

**Immer mehr Reiseleistungen werden über das Internet verkauft – diesen Trend bestimmen die traditionellen und professionellen Anbieter von Pauschal- und Bausteinreisen entscheidend mit und partizipieren davon. Im Touristikmarkt bieten sämtliche Anbieter das Reiseangebot online- wie offline an. Dies ergibt eine Auswertung des Markts der Urlaubsbuchungen, die der Deutsche ReiseVerband (DRV) und das Marktforschungsunternehmen GfK im Vorfeld der Reisemesse ITB Berlin 2017 vorlegen. Wichtige Erkenntnis: Immer weniger Deutsche fahren ohne Buchung in den Urlaub, sondern reservieren ihre Reise vorab – entweder komplette Leistungen bei Veranstaltern und Reisebüros oder einzelne Leistungen bei reinen Hotel- oder Fluganbietern (Leistungsträgern) und Produktportalen.**

„Der Wettbewerb der Zukunft wird nicht online oder offline entschieden. Relevant wird, ob die Kunden bei Leistungsträgern und Produktportalen buchen und damit also nur Einzelleistungen ohne Beratung kaufen. Oder ob sie auf das komplette Rundum-Sorglos-Paket der Reiseveranstalter mit An- und Abreise, Unterkunft und Transfers sowie der besseren Absicherung mit einem Krisenmanagement setzen und sich kompetent von Reiseprofis im Reisebüro beraten lassen“, erklärt DRV-Präsident Norbert Fiebig bei der Vorstellung der neuen Methodik zur Datenerhebung.

Diese neue Gesamtsicht erfasst alle Ausgaben der deutschsprachigen Bevölkerung für Urlaubs- und Privatreisen ab einer Übernachtung. Diese Definition ersetzt die bisherige DRV-Betrachtung der Wirtschaftsergebnisse des deutschen Reisemarktes, die bislang die Umsatzentwicklung bei Reiseveranstaltern und Reisebüros im Blick hatte – und nicht die Ausgaben der Kunden auch für selbstorganisierte Reisen. Die folgende Auswertung zeigt in zwei Analysen auf, bei welchen Anbietern (Reiseveranstalter, Leistungsträger, Produktportale) und über welche Buchungswege (offline/online) die Bundesbürger ihre vor Reiseantritt gebuchten Leistungen kaufen.

Die Gesamtzahl: Für ihre Urlaubs- und Privatreisen mit mindestens einer Übernachtung geben die Deutschen rund 86 Mrd. Euro aus – davon werden Reiseleistungen in Höhe von 59,8 Mrd. Euro (plus 2,0 Prozent gegenüber Vorjahr) vor Reiseantritt in Deutschland gebucht. Dieser für die deutsche Touristik relevante Markt von rund 60 Mrd. Euro teilt sich in drei Segmente der Buchungsmöglichkeiten auf:

1. Veranstalterreisen
2. Leistungsträger
3. Produktportale

Zu 1) Die Kunden buchen Veranstalter-Reisen:

Von den knapp 60 Mrd. Euro werden über die Hälfte (50,5 Prozent oder 30,2 Mrd. Euro) Leistungen bei Reiseveranstaltern gebucht.

Wo buchen die Deutschen ihre Veranstalterreisen?

Rund die Hälfte dieser Reiseveranstalter-Umsätze (und somit 15,2 Mrd. Euro) geht über den Ladentisch der stationären Reisebüros. Der Verkauf von Reiseveranstalterreisen über Online-Reisebüros wächst leicht auf rund elf Prozent, Wachstumstreiber ist der Verkauf der Veranstalterreisen über die jeweilige eigene Website des Veranstalters (Direktvertrieb mit Anteil von fast 18 Prozent).

Zu 2) Die Kunden buchen direkt bei einzelnen Leistungsträgern:

Neben der Buchung von Reiseveranstalter-Angeboten reservieren die Kunden auch direkt bei den sogenannten Leistungsträgern. Mehr als ein Drittel der insgesamt fast 60 Mrd. Euro Reiseausgaben (36 Prozent) buchen die Deutschen bei Fluggesellschaften, Bahn-, Hotel- und Mietwagenanbietern direkt – das sind 21,6 Mrd. Euro.

Wie und wo buchen die Deutschen bei den einzelnen Anbietern?

Hierbei dominiert mit 57 Prozent der Verkauf über Offline-Kanäle gegenüber dem Onlinevertrieb. Offline bedeutet: Der Kunde ruft beispielsweise direkt beim Hotel oder im Call Center der Fluggesellschaft bzw. des Mietwagenanbieters an oder ist Stammkunde bei einem Unterkunftsanbieter.

Zu 3) Die Kunden buchen eine Einzelleistung über Produktportale

Acht Prozent der Reiseausgaben (von dem Gesamtkuchen von rund 60 Mrd. Euro sind das 5 Mrd. Euro) werden auf Produktportalen gebucht. Das sind Hotel-, Flug-, Mietwagen-Websites, auf denen jeweils nur eine Produktart gekauft werden kann und keine Produktkombinationen möglich sind.

Fazit aus der Betrachtung der drei Segmente: Die von Veranstaltern angebotene klassische Pauschalreise mit verschiedenen eingeschlossenen Leistungen wie Anreise, Transfer, Hotel, Verpflegung etc. sowie die individuelle zusammengestellte Bausteinreise bleibt das bevorzugte Reiseprodukt der Bundesbürger. Und: Wer eine organisierte Reise bucht, bucht sie vornehmlich über stationäre Reisebüros und Online-Reisebüros. Aber die Entwicklung der vergangenen zwei Jahre zeigt: Die Umsätze, die über Leistungsträger und Produktportale generiert werden, steigen. Der Reiseveranstaltermarkt hingegen ist 2016 rückläufig, nachdem er 2015 noch deutlich gewachsen ist.

Analyse der Buchungsstellen: Wie reservieren die Deutschen?

Von den vorab gebuchten 59,8 Mrd. Euro Reiseleistungen wurden 2016 insgesamt fast 39 Prozent über Online-Kanäle und die überwiegende Mehrzahl von 61 Prozent über Offline-Vertriebswege wie dem stationären Reisebüro, Call Center oder direkt beim Leistungsträger gekauft. Aber: Der Online-Anteil hat in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen.

Im Offline-Reisemarkt (die oben genannten 61 Prozent bzw 36,5 Mrd. Euro Umsatzvolumen) stellen die stationären Reisebüros mit rund 47 Prozent immer noch das größte Segment, vor den Leistungsträgern mit 33 Prozent und dem Veranstalter-Direktvertrieb mit 17 Prozent.

Bei den Online-Buchungen (23 Mrd. Euro Marktvolumen) ist das Wachstum stark getrieben von Produktportalen (plus 24 Prozent gegenüber 2014) wie booking.com oder Airbnb. Sie stehen für acht Prozent der Gesamtausgaben. Online-Buchungen für Veranstalterreisen erfolgen über die eigenen Veranstalter-Websites (5,4 Mrd. Euro) sowie über Online-Reisebüros (3,4 Mrd. Euro).

Fazit: Immer mehr Deutsche buchen online – ganz unabhängig davon, welchen Anbieter sie wählen. Vom absoluten Volumen her dominieren online allerdings nicht die Verkäufe von kompletten Veranstalterreisen sondern die Einzelleistungen wie Flug, Bahn und Hotel – der Verkauf von Pauschalpaketen und Bausteinreisen bleibt die Domäne der stationären Reisebüros.

Hintergrund:

Der Deutsche ReiseVerband (DRV) stellt ab sofort die Erhebung von Marktzahlen über den deutschen Touristikmarkt auf eine neue Methodik um. Bislang wurde der Markt von der

Angebotsseite (Reiseanbieter, Reisebüros) betrachtet, jetzt erfolgt die Marktbetrachtung von der Nachfrageseite (Kunden) her. Die Basis dafür ist das GfK-Konsumentenpanel (Mobilitätsmonitor), bei dem monatlich 19.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte (rund 40.000 Personen) zu ihrem Reise- und Buchungsverhalten befragt. Die neue Methodik – die ab sofort der Branchenstandard ist – erlaubt in sich konsistente Betrachtung des Reisemarktes und seiner Segmente.

**Pressekontakt:**

Dr. Ellen Madeker  
Telefon: (030) 2 84 06-15  
E-Mail: [presse@drv.de](mailto:presse@drv.de)

**Unternehmen**

DRV Deutscher ReiseVerband e. V.  
Schicklerstraße 5 - 7  
10179 Berlin

Internet: [www.drv.de](http://www.drv.de)