

Zaventem, 10 december 2008

ABTO Panel Research onderzoek
RESULTATEN ZOMER 2008 (april-oktober)
RESULTATEN VOORBIJE JAAR (november 2007-oktober 2008)
EERSTE TENDENSEN WINTER 2008/2009
(21oktober 2008-20 maart 2009 - situatie per 30/11)

I. DE VAKANTIES IN DE VOORBIJE ZOMER

GEORGANISEERDE VAKANTIEMARKT = TOUROPERATORREIZEN **ALGEMEEN OVERZICHT VAKANTIES ZOMER 1990 TOT EN MET ZOMER 2008**

De georganiseerde vakantiemarkt bereikte de afgelopen zomer een nieuw record. De zomer werd afgesloten met een groei van 3,4%. Er werden maar liefst 2.395.000 vakanties verkocht, ongeveer 90.000 vakanties meer dan vorig jaar. De gevolgen van de economische crisis bleven beperkt. De Belg snoeit niet graag in zijn vakanties en vakantie wordt steeds meer als een basisbehoefte gepercipieerd.

Vandaag worden ruim 2,5 keer meer vakanties verkocht dan bij het begin van de jaren 90.

Ook het marktaandeel van de touroperators in alle commerciële reizen blijft stijgen. Het marktaandeel bedraagt nu ongeveer 30%.

VAKANTIES IN DE VOORBIJE ZOMERPERIODE 2008: + 3,4% (volume: 2.395.605)

Wanneer we de resultaten van de belangrijkste bestemmingen van naderbij analyseren kunnen we vaststellen dat de marktaandelen van de 3 marktleiders steeds dichter bij elkaar komen te liggen. Frankrijk (+1,6%), Spanje (-2,5%) en Turkije (+8%) vertegenwoordigen samen ongeveer de helft van alle touroperatorreizen.

- Bij de autovakanties valt de mooie score van de dichtbij-bestemmingen op. Nederland (+37,6%), België (+26,5%) en Duitsland (+7,8%) noteren een mooie plus.
- Bij de vliegvakanties komen **Egypte** (+21,5%) en **Turkije** (+8%) als grote winnaars uit de bus. De uitstekende prijs-kwaliteitsverhouding speelt duidelijk in de kaart van deze bestemmingen.
- Marokko (-11,8%), Tunesië (-6,2%) waren duidelijk minder populair.
- De verre bestemmingen (+1,2%) maken het verlies van vorig jaar opnieuw goed. De groei situeert zich vooral in het Amerikaans continent (+13,2%) waar de Verenigde Staten, Canada en Mexico een puik resultaat neerzetten. De voordelige dollarkoers is hier niet vreemd aan.

DE VAKANTIES VOLGENS PRODUCT.

De vliegvakanties blijven duidelijk het belangrijkste marktsegment. 61% van alle reizen kunnen beschouwd worden als vliegvakantie, een vakantie waar zowel vlucht als verblijf wordt geboekt bij de touroperator.

In 37,6% van de gevallen wordt enkel het verblijf geboekt bij de touroperator.

De overige 1,4% betreft pakketreizen met autocar of trein.

A/ DE VLEIEGVAKANTIES: +1,6%

1. Short & Medium Haul: + 1,7% (marktvolume: 1.371.544 vakanties)

- Turkije (+8%) verstevigt zijn marktleiderschap bij de vliegvakanties. Ruim een kwart van alle vliegvakanties gaat richting Turkije. De populariteit van de bestemming is de afgelopen jaren gestaag toegenomen.
- Spanje (-2,1%), Griekenland (-2,5%) en Tunesië (-6,1%) deden het de afgelopen zomer wat minder goed.
- Egypte (+21,4%) daarentegen is de grote winnaar van de afgelopen zomer. Andere bestemmingen die het deze zomer erg goed deden zijn Cyprus (+15,1%) en Bulgarije (+13,1%).
- Bij de verliezers vinden we verder ook Marokko (-13,5%), Italië (-7,4%) en Portugal (-3,1%)

2. Long Haul: +1,2% (Marktvolume 98.096)

- De verre bestemmingen noteren vooral dankzij de voordelige dollarkoers een groei van 1,2%.
- Het Amerikaanse continent (+13,1%) noteert een mooie groei. Marktleider Dominicaanse Republiek tekent met een winst van 0,8% voor een bijna status quo. Grote winnaars zijn de Verenigde Staten (+46,2%) en Mexico (+28,7%).
- Afrika (-41%) levert dit jaar zwaar in. De resultaten houden rechtstreeks verband met de zware terugval van voormalig marktleider Kenia (-87,9%), te wijten aan de onlusten van begin 2008. Ook Senegal (-52,2%) deelt in de klappen. In deze regio wordt Zuid-Afrika (+3,2%) de nieuwe marktleider.
- Azië (-4,5%) gaat lichtjes achteruit. Marktleider Thailand (+20,6%) presteert uitstekend. Grote verliezer is China (-60%). De terugval houdt rechtstreeks verband met de Olympische spelen. De gewone vakantieganger heeft tijdens de olympische zomer duidelijk afgehaakt.
- Ook Australië (-4,1%) noteert een klein verlies.

B/ AUTOVAKANTIES & ACCOMMODATION ONLY: +6,2%

De "accommodation only" noteert een groei van 6,2%. Het marktvolume bedraagt nu 902.703 vakanties.

- Frankrijk (+1,3%) blijft de onbetwiste marktleider bij de autovakanties. Als we de diverse regio's van naderbij analyseren zien we dat vooral Disneyland Parijs -14,3% minder goed scoorde dan in 2007, waarin het met speciale acties zijn verjaardag vierde
- Duitsland (+7,8%) versterkt opnieuw zijn marktaandeel.
- Italië (+9,4%) wordt nu de 3e bestemming bij de autovakanties, voor Spanje (+0,4%).
- Grote winnaars van de afgelopen zomer zijn net als vorig jaar Nederland (+37,6%) en België (+26,6%). In de Bergregio's scoort vooral Zwitserland (+21,2%) opnieuw zeer goed. Oostenrijk (+0,9%) noteert een lichte groei.

II. VAKANTIES IN HET VOORBIJE JAAR (11/2007-10/2008)

De georganiseerde reismarkt heeft opnieuw een mooi jaar achter de rug. Zowel de winter (+4,7%) als de zomer (+3,4%) werden met positieve cijfers afgesloten. 2008 is opnieuw een recordjaar. Nooit eerder boekten zoveel reizigers hun vakantie bij een Belgische reisorganisator.

DE VAKANTIES IN HET ALGEMEEN (+4%)

Over het ganse jaar noteert de markt een groei van 4%, goed voor 3.117.560 vakanties. (excl. Citytrips en seat only's)

- Bij de vliegvakanties komen Egypte (+26,8%) en Turkije (+9,7%) als grote winnaars uit de bus.
- Grote verliezer is Marokko (-9,9%).
- Bij de dichtbijbestemmingen waren vooral Nederland (+23,6%) en België (+11,5%) erg populair.
- Wat de bergregio's betreft zien we dat Zwitserland (+18,1%) marktaandeel wint. Ook de Franse Alpen (+7,5%) en Italiaanse bergregio's (+9,6%) scoorden relatief beter dan Oostenrijk (+0,2%).
- De Long Haul (+4,4%) noteert op jaarbasis een mooie groei.

DE VAKANTIES VOLGENS PRODUCT.

- Vliegvakanties: +3,3%
+3,2% voor de short & medium haul
+ 4,4% voor de long haul
- "Accommodation only": + 5,1%

A/ DE Vliegvakanties: +3,3%

Short & medium Haul (+3,2%) (marktvolume: 1.657.580)

- Egypte (+26,8%) en Turkije (+9,6%) komen als grote winnaars uit de bus.
- Spanje (-1,9%) blijft op jaarbasis nipt marktleider bij de vliegvakanties, voor Turkije.
- Griekenland (-3%) en Tunesië (-4,9%) leveren in. Egypte wordt voor het eerst de 4e bestemming bij de vliegvakanties.

Long Haul (+4,4%) (marktvolume 161.600)

- De verre bestemmingen (+4,4%) scoren op jaarbasis beduidend beter dan de afgelopen zomer.
- Het Amerikaans continent stijgt met 10,1%. Deze regio vertegenwoordigt ruim 65% van alle verre reizen. Procentueel gezien presteren vooral Verenigde Staten (+43,1%) en Mexico (+20,7%) uitstekend. Grote verliezer is Cuba (-9,4%). De Dominicaanse Republiek (+1,8%) presteert onder het marktgemiddelde.
- Azië (+10,9) noteert mooie groei. Vooral Indonesië (+57,2%) en Thailand (+43%) noteren mooie groei. Grote verliezers zijn Sri Lanka (-75%) en China (-52,7%).
- Afrika (-25%) noteert als enige regio een verlies. De verliezen situeren zich uitsluitend bij Kenia (-62,2%) en Senegal (-30,9%). De overige bestemmingen noteren een mooie groei.
- Australië, Nieuw-Zeeland blijven goed scoren. (+2,9%)

B/ AUTOVAKANTIES & ACCOMMODATION ONLY: +5,1% (marktvolume: 1.239.098)

- Quasi alle bestemmingen noteren een plus.
- Positieve uitschieters zijn Nederland (+23,6%), Zwitserland (+17,6), België (+11,8%) en Italië (+8,8%).
- Bij de overige bestemmingen onthouden we nog de mooie score van Hongarije (+54,4%) en Tsjechië (+307%). De volumes blijven evenwel beperkt. Kroatië (-11,5%) en het Verenigd Koninkrijk (-24%) noteren een verlies

III. DE CITYTRIPS IN DE VOORBIJE ZOMER

ALGEMEEN OVERZICHT ZOMER 1990 TOT EN MET DE ZOMER 2008

De markt van de stedenreizen noteert voor het eerst in jaren een daling. De stijgende brandstofprijzen evenals het wegvallen van rechtstreekse vluchten speelden niet in de kaart van de citytrips. De voorbije zomer noteerden de citytrips een verlies van 7,4%. Het marktvolume bedroeg de afgelopen zomer 218.588 eenheden.

CITYTRIPS ZOMER 2008 : -7,4%

- De markt van de stedenreizen noteert voor het eerst in jaren een daling.
- De cijfers werden negatief beïnvloed door het samenvallen van 2 lange weekends. (de weekends van 1 mei en Hemelvaart vielen dit jaar samen.)
- De marktaandelen vertonen een duidelijke verschuiving en de prijs blijkt weerom een doorslaggevende factor te zijn.
- Vooral de vliegbestemmingen verliezen terrein. De hogere vervoerskosten en brandstofsupplementen, evenals minder flexibele vluchten deden heel wat klanten afhaken.
- Bij de verliezers vinden we Barcelona (-24,9%), Venetië (-23,9%), Rome (-22,1%), Berlijn (-12,4%), Amsterdam (-12,3%) en Lissabon (-11,3%)
- Grote winnaar is Londen (+18,4%). Het voordelige pond speelt duidelijk in de kaart van de bestemming. Het pond verloor het afgelopen jaar ruim 20% van haar waarde t.o.v de Euro.
- Ook Praag (+17,4%) profiteert van een aantrekkelijke prijs/kwaliteitsverhouding.
- Bij de overige winnaars vinden we Madrid (+4,9%) en Istanbul (+1,3%)
- Marktleider Parijs (-2,2%) verliest lichtjes terrein, maar verstevigt desalniettemin zijn marktaandeel.

IV. DE CITYTRIPS IN HET VOORBLIE JAAR 2007/2008 (-3,6%)

ALGEMEEN OVERZICHT

Op jaarbasis beperkt het verlies zich tot 3,6%. Het marktvolume bedraagt nu 358.533 eenheden.

CITYTRIPS VOORBLIE JAAR

- Procentueel zijn de grote winnaars:
 - Praag (+28,7%)
 - Londen (+19%)
 - Istanbul (+14,6%)
 - Wenen (+13,6%)
 - Madrid (+10,8%)

- Bij de verliezers noteren we:
 - Barcelona (-16,8%)
 - Venetië (-16,5%)
 - Rome (-16%)
 - Amsterdam (-13,1%)
- De Belg kiest steeds meer voor pakketreizen.
- Ruim 60% (58% in 2007) van de stedenreizen kunnen bestempeld worden als pakketreizen, reizen waarbij zowel transport als logies gereserveerd worden bij een touroperator.
- De prijs en beschikbaarheid van een aantrekkelijk geprijsd vluchtaanbod blijven belangrijke factoren voor het succes van een citytripbestemming.

V. TENDENSEN WINTER 2008/2009

Vertrekken winter 2008/2009: + 0,8% (vertrekken 21 oktober - 30 november)

Traditiegetrouw blikken we ook even vooruit naar de komende winter. Niettegenstaande de economische onzekerheid en het tanend consumentenvertrouwen de voorspellingen bemoeilijken komen we toch tot een aantal opmerkelijke vaststellingen:

- Het boekingspatroon van de consument is duidelijk gewijzigd.
- Net als in andere sectoren kunnen we vaststellen dat de consument een afwachter houding aanneemt.
- Op dit moment boekt de consument duidelijk kortere voor vertrek. De last minutes voor oktober (boekingen voor oktober met vertrek in oktober) stegen bijvoorbeeld nog met 13,3%. De vertrekcijfers van november tonen aan dat blijft reizen, doch dat hij dichterbij afreis boekt. In november stegen de afreizen van de georganiseerde reismarkt met 2,9%.
- Vandaag is het daardoor uitermate moeilijk om al een prognose te maken voor het verder verloop van de winter.
- Positief gegeven zijn de dalende brandstofprijzen. Verdere prijsdalingen kunnen de reismarkt opnieuw aanzwengelen.
- Positief is ook het feit dat vakantie voor heel wat Belgen een absolute must is geworden. Uitstel is daarom geen afstel. Heel wat klanten hebben hun vakantie deze winter dan wel uitgesteld, maar we gaan er van uit dat de Belg wil blijven reizen.
- Er zullen uiteraard wel verschuivingen plaatsvinden binnen de bestemmingen. De prijs wordt meer dan ooit een belangrijk beslissingscriterium. Veel hangt af van het verdere verloop van de crisis en het consumentenvertrouwen.
- Uit de eerste cijfers blijkt dat dichtbijvakanties het goed blijven doen de komende winter.