

## British American Tobacco stellt 6. Gesamtdeutsche und 4. Europäische Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts vor

Seite:

Reisejahr 1995:  
Hohe Reiseintensität trotz Sparzwang 2

Reiseziele 1995:  
Inlandsreiseziele bleiben unter Druck,  
Auslandsreisemarkt festigt seine Position 2

Reiseabsichten 1996:  
Hohes Reisefieber im Westen -  
große Zurückhaltung im Osten 4

Neue Konsumprioritäten:  
Urlaubsreise so wichtig wie Wohnen 5

Urlaubsbudget pro Tag:  
100 Mark im Westen, 85 Mark im Osten 6

Alles inklusive?  
Die Nebenkosten am Urlaubsort 7

Der neue Spar-Trend:  
Kürzer, seltener, billiger reisen 7

Europäische Tourismusanalyse:  
Urlaubsausgaben im 3-Länder-Vergleich  
Deutschland/Österreich/Schweiz (D.A.CH) 8

**Herausgeber**

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH  
Alsterufer 4  
20354 Hamburg

**Wissenschaftlicher Leiter**

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

**Kontakt**

Dr. Ulrich Reinhardt  
Telefon (040) 4151-2448  
www.bat.de  
freizeitforschung@bat.de

## REISEJAHR 1995: HOHE REISEINTENSITÄT TROTZ SPARZWANG

Trotz Sparzwang und Steuerfrust bleibt die Reiselust der Deutschen fast ungebrochen. 55 Prozent der Bundesbürger leisteten sich im vergangenen Jahr eine Urlaubsreise von mehr als fünf Tagen Dauer (1994: 56%). Und 46 Prozent (1994: 47%) waren länger als zwei Wochen unterwegs. Dies geht aus der sechsten gesamtdeutschen Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts der British-American Tobacco hervor, in der 5.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 1995 und ihren Reiseabsichten 1996 befragt wurden.

Allerdings zeichnet sich eine Spaltung des Urlaubsmarktes ab: Während die Westdeutschen ungebremst ihrer Reiselust nachgingen (1994: 56% - 1995: 56%), schränkten sich die Ostdeutschen deutlich ein (1994: 58% - 1995: 52%). Die ostdeutsche Reiseintensität hat damit den tiefsten Stand seit vier Jahren erreicht (1991: 53%). Lediglich vor der deutschen Vereinigung im Jahre 1990 war die Reiselust geringer (49%). „Die neue Reisefreiheit hat zumindest in den neuen Bundesländern ihre finanziellen Grenzen erreicht, wenn nicht gar überschritten“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Leiter des Freizeit-Forschungsinstituts. „Den Traum von den schönsten Wochen des Jahres kann sich fast jeder zweite Ostdeutsche nicht mehr leisten.“

Die ostdeutsche Durchschnittsreisedauer von 13,1 Tagen lag 1995 deutlich unter dem westdeutschen Standard (16,5 Tage). Viele Ostdeutsche verreisen lieber etwas kürzer, als daß sie ganz auf ihre Urlaubsreise verzichten. Dennoch ist unter den neuen Bundesbürgern auch der Anteil der Nichtreisenden deutlich gestiegen (1994: 37% - 1995: 42%). Zwei von fünf Ostdeutschen haben sich im vergangenen Jahr nicht einmal eine Kurzreise von mindestens zwei Tagen Dauer geleistet. Bei den Westdeutschen hingegen ist der Anteil der Nichtreisenden sogar von 41 Prozent in 1994 auf 39 Prozent im letzten Jahr gesunken.

## INLANDSREISEZIELE BLEIBEN UNTER DRUCK, AUSLANDSREISEMARKT FESTIGT SEINE POSITION

In den letzten drei Jahren hat der Inlandsreisemarkt (1992: 26% - 1995: 23%) etwa zwei Millionen Urlauber in Deutschland verloren, während der Auslandsreisemarkt seine Position (1992: 37% - 1995: 38%) weiter gefestigt hat. Im vergangenen Jahr standen zwei Inlandsreisenden drei Auslandsreisende gegenüber. Konkret: Auf 14,5 Millionen Inlandsreisende kamen 23,5 Millionen Auslandsreisende.



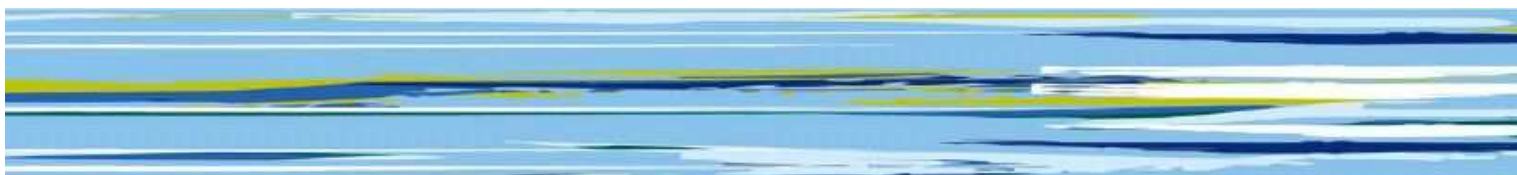
Vor allem die westdeutschen Feriengebiete verlieren zunehmend an Attraktivität - bei den Ostdeutschen genauso wie bei den Westdeutschen. Im ersten Jahr nach der deutschen Vereinigung hielt sich noch fast jeder zweite Ostdeutsche (45%) in westdeutschen Feriengebieten auf. Im vergangenen Jahr waren die alten Bundesländer nur mehr für ein Drittel der ostdeutschen Urlaubsreisenden (33%) interessant. Auch bei den Westdeutschen sinkt das Interesse an Urlaubsreisen in westdeutsche Feriengebiete kontinuierlich (1991: 37% - 1993: 34% - 1995: 30%).

Im Gegensatz dazu haben die Feriengebiete in den neuen Bundesländern in den letzten drei Jahren ihre Attraktivität stabilisiert. Vier Prozent der Westdeutschen und 16 Prozent der Ostdeutschen verbringen regelmäßig ihren Urlaub in den Ferienregionen zwischen Ostsee und Thüringer Wald. Vor allem die Ostsee an der mecklenburg-vorpommerschen Küste wird von den Ostdeutschen wiederentdeckt: Jeder elfte Urlaubsreisende aus den neuen Bundesländern (9% - zum Vergleich 1994: 7%) hielt sich im vergangenen Jahr dort auf.

Im Zeitvergleich der letzten vier Jahre ist gleichzeitig feststellbar: Bayern, die traditionell beliebteste Urlaubsregion der Deutschen, droht von der alten und neuen Ostseeküste verdrängt zu werden. Noch 1991 hielten sich doppelt so viele deutsche Urlauber in Bayern (12%) wie an der Ostsee (6%) auf. Im vergangenen Jahr haben die Ferienregionen an der Ostsee die gleiche Attraktivität wie Ostbayern, Oberbayern und Allgäu erreicht (jeweils 7%).

Die Devise „Starke Mark, billiger Urlaub“ hat 1995 die Reisesehnsucht der Deutschen in ausländische Ferienziele beflügelt. Jeder neunte Urlaubsreisende (11%) war im vergangenen Jahr in Spanien. Und Italien wurde 1995 von neun Prozent (1994: 8%) als Urlaubsziel gewählt. Gegen die starke Konkurrenz aus Spanien und Italien konnte sich Österreich in den letzten zwei Jahren allenfalls behaupten (1994: 8% - 1995: 7%). Aus der Rangskala der fünf beliebtesten Auslandsreiseziele hat inzwischen die Türkei Frankreich verdrängt. Die Türkei hat zu Griechenland (4%) aufgeschlossen und ist der Hauptsieger der Saison '95 - mit steigender Tendenz (1991: 2% - 1993: 3% - 1995: 4%).

Aus gesamtdeutscher Sicht ist auffallend, daß die Ostdeutschen Spanien, Italien und Österreich gleichermaßen favorisieren (jeweils 7%). In der Gunst der Westdeutschen aber nimmt Spanien (12%) deutlich die Spitzenposition ein (Italien: 9% - Österreich: 7%). In die Nähe der drei ausländischen Spitzenreiter rücken allenfalls noch Griechenland (5% im Westen) sowie Skandinavien (5% im Osten). Skandinavien hat bei den ostdeutschen Urlaubern mittlerweile Ungarn (1994: 5% - 1995: 3%) verdrängt.



## REISEABSICHTEN 1996: HOHES REISEFIEBER IM WESTEN - GROSSE ZURÜCKHALTUNG IM OSTEN

Aus gesamtdeutscher Sicht bleibt die Reiselust der Deutschen 1996 ungebrochen: Wie im vergangenen Jahr auch ist jeder zweite Bundesbürger (52%) zur Reise fest entschlossen. Und der Anteil der Befragten, die in der kommenden Saison auf eine Reise ganz verzichten wollen, ist im Vergleich zu den Vorjahren sogar noch gesunken (1994: 22% - 1995: 24% - 1996: 21%). Der statistische Durchschnitt täuscht allerdings über die großen Unterschiede in den Reiseabsichten der Bürger in den alten und neuen Bundesländern hinweg: Während das Reisefieber im Westen keine Grenzen kennt, müssen immer mehr Ostdeutsche im Urlaub zu Hause bleiben.

Die Reisetimmung der Westdeutschen läßt eine hervorragende Saison erwarten. 53% der Westdeutschen haben für 1996 feste Reisepläne. Im vergangenen Jahr waren es lediglich 51 Prozent gewesen. Ein ganz anderes Bild vermittelt die Urlaubsstimmung in den neuen Bundesländern. Noch im vergangenen Jahr waren 53 Prozent der Ostdeutschen zur Reise fest entschlossen, in diesem Jahr haben nur mehr 47 Prozent der Bürger in den neuen Bundesländern feste Reisepläne. Große Zurückhaltung ist bei vielen angebracht. Besonders hoch ist daher der Anteil der Ostdeutschen, die noch unsicher sind (28% - Vorjahr: 22%).

Drei Viertel der Bundesbürger mit festen Reiseabsichten (75%) wollen unbedingt ins Ausland. Im vergangenen Jahr hatten lediglich 71 Prozent der reiselustigen Deutschen ein Reiseziel im Ausland genannt. Wärme, Ferne und Weite gewinnen eine immer größere Attraktivität bei den Urlaubsreisenden. Wie in den Vorjahren werden die drei Spitzenreiter Spanien (12%), Italien (8%) und Österreich (8%) in der Gunst der deutschen Urlauber ungefährdet sein. Danach setzt aber der große Verdrängungswettbewerb ein: Griechenland (5%) und die Türkei (4%), Frankreich (4%) und Skandinavien (5%) wetteifern um die besten Plätze. Und das Fernweh wächst: Wenn die Bundesbürger ihre Reiseabsichten verwirklichen, dann werden sich 1996 erstmals neben USA/Kanada (4%) mehr deutsche Urlauber in der Karibik (3%) als in Tunesien und Marokko (2%) aufhalten.

## NEUE KONSUMPRIORITÄTEN: URLAUBSREISE SO WICHTIG WIE WOHNEN

In den letzten Jahren haben Versorgungsgüter deutlich an Konsumpriorität verloren, während finanzielle Einsparungen im Erlebnisbereich subjektiv immer



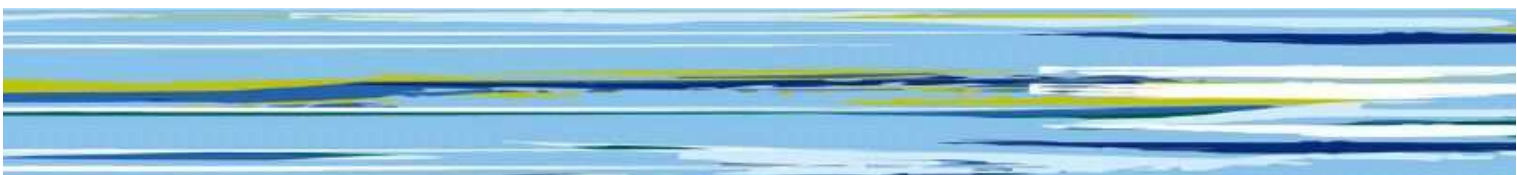
schwerer fallen. Für die Deutschen sind Urlaubsreisen mittlerweile so wichtig (1991: 40% - 1995: 41%) wie die Grundbedürfnisse Wohnen (1991: 41% - 1995: 39%) oder Kleiden (1991: 40% - 1995: 40%). Das Lebensnotwendige erscheint den meisten Bundesbürgern gesichert und nicht weiter steigerungsfähig. Infolgedessen haben seit 1991 auch Konsumbereiche wie Essen und Trinken an Priorität eingebüßt (1991: 53% - 1995: 49%), was die Umsatzrückgänge im Einzelhandel erklärt. Hingegen verzeichnen Erlebnisangebote wie Kino, Musical, Theater und Konzert (+5 Prozentpunkte) oder Disco, Kneipe und Restaurant (+4 Prozentpunkte) deutliche Zuwächse. Erlebniskultur und Erlebnisgastronomie haben von dem Wandel der Verbraucherbedürfnisse am meisten profitiert. Auch das Auto als eine Art Erlebnismobil hat seine Attraktivität behalten (+3 Prozentpunkte).

Erlebnisqualität wird heute als Lebensqualität empfunden. Die entscheidende Motivation ist nicht mehr der materielle Bedarf, sondern der erlebnispsychologische Wunsch nach Sich-Verwöhnen-Wollen. Im Erlebniskonsum spiegelt sich eine neue Konsummoral wider, die das unbefangene Erleben und Genießen des Lebens wieder zuläßt. So sucht der Urlauber in der touristischen Dienstleistung den Kontrast zum eigenen Alltag. Er sucht das rundum gute Gefühl, den freundlichen Service zum Wohlfühlen. Der Urlauber will das Gefühl haben, daß man ihn mag. Er will in Atmosphäre baden und ein wenig das Zeitgefühl verlieren. In Zukunft gilt mehr denn je: Der Kampf um den Kunden wird über den Service entschieden.

#### URLAUBSBUDGET PRO TAG: 100 MARK IM WESTEN, 85 DM IM OSTEN

In der neuen Tourismusanalyse 95/96 wurden jetzt erstmals auf gesamtdeutscher Ebene die Kosten einer Urlaubsreise ermittelt. Danach haben alle Befragten, die 1995 eine längere Urlaubsreise von mindestens zwei Wochen Dauer unternahmen, im Durchschnitt 1.433 Mark pro Person ausgegeben.

Im West-Ost-Vergleich sind jedoch deutliche Unterschiede feststellbar. Westdeutsche gaben durchschnittlich 1.460 Mark pro Person aus, was im Vergleich zu 1989 lediglich einer Preissteigerung von 15 Prozent in sechs Jahren entspricht. Unter Berücksichtigung der Inflationsrate ist das Urlaubsbudget der Westdeutschen annähernd gleich geblieben. Ein Urlaubstag ist den Westdeutschen heute etwa 100 Mark wert. Ostdeutsche müssen hingegen pro Urlaubstag mit etwa 85 Mark auskommen. Für eine längere Urlaubsreise standen den Ostdeutschen im vergangenen Jahr durchschnittlich 1.190 Mark pro Person zur Verfügung.



In den Gesamtkosten der Urlaubsreise sind neben den Reise- und Unterkunftskosten alle Nebenausgaben wie Essengehen und Einkaufsbummel, Ausflüge, Souvenirs und Trinkgelder enthalten. Die größte Kluft im Ausgabeverhalten der Urlauber ist zwischen Singles und Familien feststellbar. Familien mit Kindern müssen mit ihrem Reisebudget haushalten. Nur 1.026 Mark pro Person hatten die Familien im vergangenen Jahr zur Verfügung (zum Vergleich 1989: 930 Mark). Mehr als doppelt so viel (2.266 Mark) haben die Singles 1995 pro Person ausgegeben (zum Vergleich 1989: 2.123 DM).

Die Tourismusanalysen des Freizeit-Forschungsinstituts von British-American Tobacco lassen auch Aussagen über die Kosten kürzerer Urlaubsreisen zu, deren Dauer zwischen fünf und 13 Tagen liegt. Wer sich keinen Zwei-Wochen-Urlaub leisten will oder kann, kommt mit einem bescheideneren Reisebudget aus. Eine kürzere Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen und höchstens 13 Tagen Dauer kostete die Bundesbürger in der vergangenen Reisesaison im Durchschnitt 861 Mark pro Person (876 Mark im Westen, 788 Mark im Osten). Die Verkürzung der Urlaubsdauer stellt eine praktikable Möglichkeit dar, trotz begrenzter Budgetmittel im Urlaub zu verreisen. Infolgedessen haben sich im vergangenen Jahr auch mehr Ostdeutsche als Westdeutsche für eine kürzere Urlaubsreise entschieden.

## ALLES INKLUSIVE? DIE NEBENKOSTEN AM URLAUBSORT

„Alles inklusive“ heißt das Zauberwort, mit dem immer mehr Reiseveranstalter Urlauber in die Ferne locken. Urlauber wollen ihre Reisekosten gerne verlässlich vorkalkulieren und bei den Nebenkosten keine bösen Überraschungen erleben. Genau hierin liegt das Problem. Meist sind die Urlauber selbst die Verursacher, also ein Opfer ihrer eigenen Ansprüche, Gewohnheiten und Schwächen.

Die Repräsentativumfrage des Freizeit-Forschungsinstituts weist konkret nach, was den Deutschen im Urlaub lieb und teuer ist. Für zwei Drittel der Deutschen gehört das Essengehen im Urlaub einfach dazu (62%). Ein Drittel der Urlauber sucht regelmäßig Kneipen, Bistros und Tavernen auf (33%). Und jeder vierte Urlauber kann auf Besichtigungen (25%) und organisierte Ausflüge (28%) nicht verzichten. Und jeder fünfte Urlauber (21%) hat sich mit zusätzlichen Lebensmitteln eingedeckt.



## DER NEUE SPAR-TREND: KÜRZER, SELTENER, BILLIGER REISEN

Die Touristikbranche kann mit einem lachenden und einem weinenden Auge der nächsten Saison entgegensehen. Die Urlauberströme reißen nicht ab, aber immer mehr Touristen achten offenbar mehr als früher darauf, wofür sie ihr Geld ausgeben und in welchen Bereichen sie Einsparungen vornehmen können. Reiselust und Sparzwang gehen zwangsläufig eine Vernunfttehe ein.

Repräsentativ wurden 2.600 Personen ab 14 Jahren in Deutschland danach gefragt, welchen Einsparungen sie am Urlaub oder im Urlaub am ehesten zustimmen können. Eine knappe Mehrheit der Bundesbürger (54%) ist bereit, sich im Urlaub mit einer „neuen Bescheidenheit“ zu arrangieren. Zwischen Sparzwang und Schnäppchenjagd hin- und hergerissen entscheiden sich die Urlauber für die Devise: kürzer, weniger, billiger. Statt auf die Urlaubsreise zu verzichten, will etwa jeder sechste Bundesbürger lieber kürzer verreisen (16%), ein preiswerteres Reiseziel wählen (17%), sich bei Shopping und Souvenirkauf einschränken (19%). Zwölf Prozent der Befragten wollen sich auch mit billigeren Hotels zufriedengeben. Und jeder achte (13%) will seltener in Restaurants essen gehen.

Fast jeder zweite Bundesbürger vertritt aber auch die Auffassung: Wenn das Geld knapp ist, verreise ich nicht (46%). Dies trifft vor allem für Landbewohner zu (51%), während Großstädter mehr für Sparsamkeit im Urlaub (60%) als für Reiseverzicht (40%) sind. Das Vertrauen auf Schnäppchen und Last-Minute-Angebote ist in der Bevölkerung überraschend gering ausgeprägt (12%). Die meisten Bundesbürger verlassen sich lieber auf ihre eigene Sparsamkeit im Urlaub als auf das Versprechen der Reisebranche, viel Urlaub für wenig Geld zu bekommen. Und Last-Minute ist eigentlich nur ein anderes Wort für eine besondere Form des Jugend-Tourismus. Jeder fünfte Schüler oder Student (22%) und fast jeder vierte Reisende im Alter von 18 bis 24 (23%) wartet auf Sonderkonditionen im letzten Moment.

## EUROPÄISCHE TOURISMUSANALYSE: URLAUBSAUSGABEN IM 3-LÄNDER-VERGLEICH

Das neue Europa wird keinem Einheitsbrei gleichen - so lautete die Ausgangsthese in der 1. Europäischen Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts von 1993. Andererseits: Gibt es nicht viele sozio-kulturelle und geographisch-klimatische Gemeinsamkeiten z.B. zwischen den drei deutschsprachigen Ländern Deutschland, Österreich und der Schweiz, so daß gravie-



rende Unterschiede in den Konsum- und Urlaubsgewohnheiten kaum zu erwarten sind? Die jetzt von British-American Tobacco vorgelegte 4. Europäische Tourismusanalyse vermittelt ein anderes Bild.

Nur für die Deutschen hat die Urlaubsreise eine große Bedeutung (41%). Österreicher und Schweizer hingegen setzen teilweise ganz andere Prioritäten. Die Österreicher kommen den Deutschen in der Bewertung der Urlaubsreise noch am nächsten (38%). Die Schweizer hingegen messen der Urlaubsreise (32%) im Vergleich zum Wohnen (41%) eine eher nachgeordnete Bedeutung zu. Prononciert läßt sich im 3-Länder-Vergleich das Konsumprofil so umschreiben:

- Für die Deutschen hat die Mobilität eine besonders große Bedeutung. Das Auto und die Urlaubsreise sind ihnen deutlich mehr ans Herz gewachsen als etwa den Bewohnern in den beiden Nachbarländern.
- Die Österreicher betonen mehr die Kultur und die Kommunikation, das Ausgehen in Restaurant und Kneipe sowie den Besuch von Veranstaltungen wie Theater, Oper und Konzert. In diesen Lebensbereichen würden sie sich ungern einschränken.
- Die Schweizer favorisieren im Vergleich zu den Österreichern und Deutschen eher das Bodenständige und den Lebensgenuß, die Behaglichkeit des Wohnens in den eigenen vier Wänden und die Freude am guten Essen und Trinken.

Andererseits: Die Deutschen, die sich als Weltmeister im Reisen bezeichnen, geben im Urlaub am wenigsten aus. Dieses Ergebnis überrascht. Doch der 3-Länder-Vergleich im Rahmen der Europäischen Tourismusanalyse weist nach: Bei einer Zwei-Wochen-Reise kommen die Deutschen mit etwa 100 DM pro Tag aus. Die Schweizer lassen sich den Urlaubstag rund 120 DM kosten. Und die Österreicher pflegen den aufwendigsten Urlaubsstil mit Gesamtkosten von 128 DM pro Tag. Während der letzten längeren Urlaubsreise haben die Deutschen also im Durchschnitt 1.433 DM, die Schweizer 1.668 DM und die Österreicher 1.795 DM ausgegeben. Dies geht aus dem Ausgabenvergleich (jeweils umgerechnet auf den Wert der Deutschen Mark) hervor.

Auch bei kürzeren Reisen zwischen fünf bis 13 Tagen dominieren die Österreicher (990 DM) vor den Schweizern (885 DM) und den Deutschen (861 DM). Weil Deutsche offensichtlich gern und öfter reisen, müssen sie auch ökonomischer mit ihrem Reisebudget umgehen. Der hohe Stellenwert der Urlaubsreise hat seinen Preis: Wer am reisefreudigsten ist, kann nicht gleichzeitig auch am ausgabefreudigsten sein.





## Technische Daten der Befragung

### 6. Gesamtdeutsche Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	Deutschland 5.000 Personen ab 14 Jahren (4.000 West - 1.000 Ost)
Zeitraum der Befragung:	9. bis 26. Januar 1996
Befragungsinstitut:	INRA Deutschland Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung mbH, Mölln

### 4. Europäische Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	Schweiz und Österreich jeweils 1.000 Personen ab 15 Jahren, in Deutschland 2.600 Personen ab 14 Jahren
Zeitraum der Befragung:	2. bis 30. November 1995
Befragungsinstitute:	INRA Deutschland Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung mbH in Mölln für Deutschland, SPECTRA in Linz für Österreich, A.E.S. in Ecublens für die Schweiz



Die Studie Tourismus und Ökonomie (Urlaub 95/96) ist gegen eine Schutzgebühr von DM 58,- beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg, ab Ende März zu beziehen. Der Band enthält die wichtigsten Übersichtstabellen und eine ausführliche Interpretation der Daten in Text und Grafik. Journalisten und Redaktionen stellen wir auf Wunsch ein Besprechungsexemplar kostenlos zur Verfügung.

Ergänzend kann unter dem Titel Reiseverhalten 1995 ein ausführlicher Datenband zur 6. Gesamtdeutschen Tourismusanalyse (Reisedauer/Reiseziele 1995 und Reiseabsichten 1996 der Deutschen) zum Preis von DM 498,- bezogen werden.

