

British American Tobacco stellt die neunte Gesamtdeutsche Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts vor

	Seite:
REISEBILANZ 1998	
Dämpfer für die Touristikbranche: Urlaube werden immer kürzer	2
Westdeutsche fliehen ins Ausland - Ostdeutsche entdecken "ihre" Feriengebiete wieder	3
Inlandsreiseziele: Verschärfter Verdrängungswettbewerb	4
Auslandsreiseziele: Spanien als einsamer Spitzenreiter	5
REISEABSICHTEN 1999 "Ja, aber ..." Verunsicherung hält an	7
REISEZIELE 1999 Austauschbare Sonnenziele	8
TOURISMUS IM 21. JAHRHUNDERT Wo wir in Zukunft Urlaub machen	8
„NATUR PUR“ ODER „THEMENPARK-FERIEN“: Wie wir in Zukunft Urlaub machen	10
REISEMÜDE? Die älter werdende Gesellschaft als Herausforderung der Tourismusbranche	11

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

Reisebilanz 1998

Dämpfer für die Touristikbranche: Urlaube werden immer kürzer

Auch ein verregener Sommer kann die Reiselust der Deutschen nicht bremsen. Wie im vergangenen Jahr hat auch 1999 fast jeder zweite Bundesbürger (48%) die feste Absicht, im Urlaub zu verreisen. Trotz dieser positiven Reiseabsichten muß die Touristikbranche mit Sorge auf einen grundlegenden Wandel im Urlaubsverhalten der Deutschen blicken: Die Urlaube werden immer kürzer. Die Aufenthaltsdauer am Urlaubsort sinkt kontinuierlich (1980: 18,2 Tage - 1990: 16,3 Tage - 1998: 15,1 Tage). Dies geht aus der neunten Gesamtdeutschen Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco hervor, in der 5.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 1998 und ihren Reiseabsichten 1999 befragt wurden.

Die kommende Reisesaison läßt mehr Stagnation als Wachstum erwarten, wenn auch Stagnation auf hohem Niveau. Sind die Boomzeiten im Tourismus erst einmal vorbei? "Die wirtschaftlichen Sorgen haben nun auch die Touristikbranche erreicht", so Institutsleiter Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. "Die Verkürzung der Urlaubsdauer bekommen die inländischen Feriengebiete am meisten zu spüren." Jeder vierte Inlandsreisende bleibt lediglich 5 bis 13 Tage am Urlaubsort. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Inlandsurlauber liegt bei 12,9 Tagen, der Auslandsurlauber hingegen bei 15,7 Tagen (Europa) bzw. 20,9 Tagen (Außereuropäische Länder).

Die Reisedauer ist abhängig vom jeweiligen Reiseziel: In den ostdeutschen Feriengebieten halten sich die Urlauber 11,3 Tage auf, in Bayern 13,0 Tage. Die längste Aufenthaltsdauer können die Badeziele an den deutschen Nord- und Ostseeküsten für sich verbuchen: Spitzenreiter ist hier die Nordsee mit durchschnittlich 14,7 Tagen, gefolgt von der Ostseeküste Schleswig-Holstein (14,3 Tage).

Einen deutlich höheren Wert weist das liebste Auslandsreiseziel der Deutschen auf: Spanien (16,3 Tage). Am meisten Zeit investieren deutsche Urlauber in Fernreiseziele wie USA (23,1) und Karibik (17,5). Doch solche zeit- und geldaufwendigen Fernreisen kann sich nur eine Minderheit leisten. Die überwiegende Mehrheit der Urlauber muß rechnen. "Zeit" ist auch im Urlaub "Geld".

Westdeutsche fliehen ins Ausland - Ostdeutsche entdecken "ihre" Feriengebiete wieder

Die Ostdeutschen haben den notwendigen Sparkurs "Aufenthaltsverkürzung" schon jahrelang erfolgreich vorgelebt, ohne deshalb ihre Reiselust zu verlieren. Ganz im Gegenteil: Die Reiseintensität (5 Tage und mehr) der Ostdeutschen war auch im vergangenen Jahr geringfügig höher (55%) als bei den Westdeutschen (54%). Ihre Alternative lautete nicht: "Balkon statt Bahamas", sondern: "Kurzurlaub statt Langzeiturlaub". So verreisen ostdeutsche Urlauber durchschnittlich 12,9 Tage, Westdeutsche hingegen 15,7 Tage.

Eine erfolgsverwöhnte Branche muß umdenken. Jahrzehntelang mit explosionsartigen Zunahmen gelebt, kann die Reisebranche jetzt fast nur noch im Niedrigpreisbereich und bei Angeboten mit verkürzter Aufenthaltsdauer auf Zuwachsraten hoffen. Professor Opaschowski: „Weniger ist mehr heißt die neue Bescheidenheitsphilosophie am Ende eines expansiven touristischen Jahrhunderts.“

Traumreise und Sparreise widersprechen sich eigentlich. Und dennoch: Den meisten Urlaubern gelingt der Spagat, indem sie sich lieber für die Sparreise als für den Reiseverzicht entscheiden. Sparen am und im Urlaub ist angesagt. Heute „muß“ jeder dritte Bundesbürger im Urlaub rechnen (im Westen 30% - im Osten 34%) und gleichermaßen auf Geld und Zeit schauen, also die Reisedauer verkürzen. So retten sie ihre populärste Form von Glück auch über schwierige wirtschaftliche Zeiten hinweg. Die Urlaubsreise als letzte Konsum-Bastion der Deutschen gerät ins Wanken, aber sie stürzt nicht.

Inlandsreiseziele: Verschärfter Verdrängungswettbewerb

Die beliebtesten Inlandsreiseziele sind nach wie vor Ostsee (8%), Nordsee (7%) und Bayern (7%). Im Vergleich zu den Vorjahren fällt auf, daß inzwischen die Ostsee die bayerischen Feriengebiete von ihrer Spitzenposition dauerhaft verdrängt hat. Noch 1991 hielten sich sechs Prozent aller deutschen Urlauber an der Ostseeküste auf, hingegen doppelt so viele (12%) in Bayern. Mittlerweile kehrt sich das Verhältnis tendenziell fast um.

Die deutsche Vereinigung hat den Inlandsreisemarkt nachhaltig verändert. Der Verdrängungswettbewerb hat sich verschärft. Insbesondere westdeutsche Feriengebiete müssen um ihre Attraktivität bangen. Die Veränderungen der inländischen Reiseströme werden zunehmend von den ostdeutschen Urlaubern bestimmt, weil die Westdeutschen im Urlaub ihrem eigenen Land immer mehr den Rücken kehren. Bei den ostdeutschen Urlaubern deutet sich ein Stimmungsumschwung an: Sie kehren teilweise wieder in "ihre" Feriengebiete zurück, die nun aber mit verbesserter Infrastruktur und höherer Urlaubsqualität aufwarten.

Auslandsreiseziele: Spanien als einsamer Spitzenreiter

Im vergangenen Jahr ging die Sonne fast nur in Spanien auf. Jeder sechste bis siebte Urlaubsreisende (15%) wählte wie im Vorjahr spanische Gefilde als Reiseziel, während es in den Jahren 1994 bis 1996 jeweils nur 11 Prozent gewesen sind. Die Zunahme von über einer Million zusätzlicher Reisender läßt Spanien einsam an der Spitze stehen. Vor allem die Westdeutschen befinden sich geradezu im Spanien-Fieber: Der Run auf die spanischen Sonnenziele hat eine explosive Entwicklung hinter sich und noch kein Ende vor sich. Seit Mitte der siebziger Jahre hat sich der Anteil der westdeutschen Spanienreisenden fast verdoppelt (1975: 9% - 1995: 12% - 1997: 16% - 1998: 17%). Noch nie in der Geschichte des modernen Tourismus sind so viele westdeutsche Urlauber nach Spanien gereist wie im vergangenen Jahr.

Die wachsende Attraktivität spanischer Reiseziele macht den anderen europäischen Sonnenzielen immer mehr zu schaffen. Italien stagniert (1997: 8% - 1998: 8%) und auch die Türkei muß um ihre deutschen Urlauberanteile bangen (1997: 4% - 1998: 3%). Lediglich Griechenland hat im Vergleich zum Vorjahr einen Prozentpunkt zugelegt (1997: 4% - 1998: 5%), muß aber weiterhin dem Spitzenwert aus dem Jahr 1990 (6%) nachtrauern.

Österreich hat seinen Tiefpunkt überschritten und ist offensichtlich wieder im Kommen. Der Anteil der deutschen Österreicherurlauber hatte sich zwischen 1990 und 1997 halbiert (1990: 10% - 1997: 5%). Im vergangenen Jahr weist Österreich in der Gunst der deutschen Urlaubsreisenden erstmals wieder aufsteigende Tendenz auf (1998: 6%). Ist die Talfahrt beendet?

Der Sehnsucht der Deutschen nach der Ferne sind deutliche finanzielle Grenzen gesetzt. Weder die USA noch die Karibik (einschließlich Kuba und Dominikanische Republik) mit jeweils 2 Prozent konnten in 1998 ihren Anteil ausweiten.

Reisejahr 1999

Reiseabsichten: "Ja, aber ..." Verunsicherung hält an

Die Einstimmung der Bundesbürger auf die kommende Reisesaison ist unverändert: Ein genaues Spiegelbild des vergangenen Jahres. Stagnierende bis sinkende Realeinkommen sowie die Unsicherheit über weitere Sozialabgaben lassen den Bundesbürgern wenig Spielraum für große Reisepläne. Abwartend optimistisch ("Ja, aber ...") sehen die meisten Bundesbürger der Reisesaison '99 entgegen. Wie im Vorjahr ist fast jeder zweite

Bundesbürger (48%) bereits jetzt zur Reise fest entschlossen oder sitzt schon auf gepackten Koffern. Im Vergleich zur Mitte der 90er Jahre (1994: 53% - 1996: 52%) kann von übermäßiger Reiselust jedoch nicht gesprochen werden.

1999 werden wohl viele Reisekoffer im Schrank bleiben müssen. Wie im Vorjahr will fast jeder vierte Bundesbürger (23%) auf keinen Fall verreisen. Kein Grund zur Krisenstimmung, aber ein Boomjahr ist sicher nicht zu erwarten. Sorgenvoll muß die Reisebranche auch auf diejenigen schauen, die noch unsicher sind, ob sie verreisen wollen oder können (1994: 25% - 1999: 29%). Das knappe Reisebudget dämpft die Reiselust. So verunsichert wie in diesem und im letzten Jahr waren die Bundesbürger schon lange nicht mehr.

Reiseziele 1999: Austauschbare Sonnenziele

Und wohin soll die Reise 1999 gehen? Die Repräsentativumfrage des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco zu den für 1999 geplanten Reisezielen ergibt: Drei Viertel der Bundesbürger mit festen Reiseabsichten (75% - im Vorjahr: 72%) wollen 1999 unbedingt ins Ausland reisen. Die inländischen Feriengebiete sollen dann das Nach

sehen haben. Nur etwa jeder fünfte Bundesbürger (22%) will Urlaub im eigenen Land machen.

Wie in den Vorjahren auch bleibt Spanien das Lieblingsreiseziel der Deutschen. Jeder achte Bundesbürger, der in diesem Jahr verreisen will, wählt dieses Reiseziel (13%). Es folgen in der Wunschliste Italien (9%) und Österreich (8%). Der große Verdrängungswettbewerb mit den anderen Ferienländern aber bleibt - insbesondere mit Griechenland (7%), der Türkei (5%) und Frankreich (4%). Der Gewinner des Jahres 1999 könnte neben Spanien vor allem Griechenland sein.

Tourismus im 21. Jahrhundert: Wo wir in Zukunft Urlaub machen

Als Schwerpunktthema der aktuellen Tourismusanalyse greift das Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco „die“ Frage zur Jahrhundertwende auf: Tourismus im 21. Jahrhundert. Wie sehen die Urlaubsparadiese der Zukunft aus?

3.000 Personen ab 14 Jahren wurden repräsentativ danach gefragt, welche Reiseziele ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren im Trend sind und wo man einfach hinreisen "muß". Von allen Befragten wird die Karibik als Trendreiseziel Nr. 1 genannt (40%). Mit deutlichem Abstand folgen Australien (29%) und Florida (27%). Gleichauf liegen Dominikanische Republik (26%) und die Malediven (26%). Dabei haben die Dominikanische Republik, Australien und Südafrika seit Anfang der neunziger Jahre (1991) die größten Attraktivitätszuwächse erfahren: Dominikanische Republik (+15 Prozentpunkte), Australien (+6) und Südafrika (+5).

Politische und soziale Veränderungen haben spürbaren Einfluß auf subjektive Reisestimmungen und Reisepläne. So ist es zu erklären, daß eine Reihe von Reisezielen deutliche Attraktivitätsverluste in der Gunst deutscher Urlauber haben hinnehmen müssen. Dies trifft insbesondere für Rußland (1991: 20% - 1998: 7%) und Florida (1991: 34% - 1998: 27%) zu. Das touristische Trend-Barometer des Freizeit-Forschungsinstituts erweist sich als sensibler Seismograph.

„Die Antworten auf die Fragen, wo und wie wir in Zukunft Urlaub machen, gleichen auf den ersten Blick einem offenen Spiel mit der Phantasie. Viele Bundesbürger können ´ihr` Urlaubsziel der Zukunft nur mit einem Wort umschreiben: ´anders`“, so Professor Opaschowski. Erst wenn



den Befragten bestimmte Vorgaben gemacht und mögliche Reiseziele genannt werden, fallen die Antworten konkreter aus.

Trendziele haben auch ihre Trendsetter. Mit dem Alter und der Lebensphase verändern sich die Reisewünsche. Wie keine andere Bevölkerungsgruppe favorisieren derzeit die 14- bis 17jährigen Jugendlichen Kalifornien, Australien und Neuseeland. Für junge Leute im Alter von 18 bis 24 Jahren liegen Südsee und Thailand, China und Japan im Trend. Singles, die zeitlich und finanziell freier und unabhängiger als andere disponieren können, zählen zu den Reisetrends der Zukunft vor allem Karibik, Dominikanische Republik und Südafrika. Für kinderlose Paare sind Israel, Kenia und Hongkong vor allem interessant. Familien mit Kindern können sich für die Malediven besonders begeistern. Und Ruheständler wissen am meisten Skandinavien als Reiseziel zu schätzen.

Ferne, Wärme und Weite sowie Exotik, Tropik und Karibik bestimmen die Reisesströme der Zukunft und entscheiden darüber, wo wir in Zukunft Urlaub machen wollen. Zwischen Nepal und Hawaii, Sibirien und Kalifornien bewegen sich die Reisewünsche der Deutschen.

„Natur pur“ oder „Themenpark-Ferien“:

Wie wir in Zukunft Urlaub machen

Die Natur als Erlebnis steht immer mehr im Mittelpunkt: Freiheit. Wildheit. Abenteuer. Die Natur wird zum Event: "Natur pur", also intensives Naturerleben in unberührter Landschaft, stellt den bedeutendsten Urlaubswunsch für die Zukunft dar. Mehr als jeder vierte Urlauber (27%) äußert diesen Wunsch, der mit zunehmendem Alter an Bedeutung gewinnt (z.B. 14- bis 24jährige: 16%; 50- bis 64jährige: 35%).

Jeder fünfte Bundesbürger (20%) ist im Urlaub auf der Suche nach Wellness-Oasen und will gezielt und systematisch etwas für das eigene Wohlbefinden tun. Das sind hochgerechnet über 12 Millionen Bundesbürger. Opaschowski: "Auftanken, Kraftschöpfen und Spaß haben sind wesentliche Elemente der neuen Wellness-Welle. Mal geht es um Well-being in exotischem Ambiente und mal um Urlaub für Body & Soul. Vitalität, Schönheit und Lebensfreude werden herausgefordert und gefördert."

Das Exotische ist die Formel, unter der 16 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren ihre Urlaubswelt zu sehen wünschen.



Sie verbinden mit dem Urlaub der Zukunft die Vorstellung von Karibik, Südsee und Malediven. Und das heißt konkret: "Möglichst weit und möglichst exotisch." Dies trifft insbesondere für die jüngere Generation zu. Das Fernweh der 14-bis 29jährigen nach exotischen Reisezielen ist fast viermal so hoch (26%) wie bei der 50plus-Generation (7%).

Etwa jeder sechste Deutsche (16%) will in Zukunft "mehr Städte und Metropolen in aller Welt kennenlernen". Dies trifft vor allem für Singles (22%) und kinderlose Paare (25%) zu, die im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen über größere zeitliche und finanzielle Ressourcen verfügen und sie auch zu nutzen wissen.

Zu den In-Zielen der Zukunft gehören für 11% der Bundesbürger auch künstliche Ferienwelten: Attraktive Themenparks werden heute in Deutschland jährlich von über 22 Millionen Tagesausflüglern aufgesucht. Aus traditionellen Ausflugszielen werden neue Reiseziele. Erstmals 1997 strömten mehr Besucher zu Mickey Mouse nach Disneyland als zu den klassischen Attraktionen der Metropole Paris wie z.B. Louvre, Notre Dame oder Centre Pompidou.

Mit dem "Traumschiff" in die Karibik, an Bord der "Sea Cloud" durch die Ägäis und mit der "Donauprinzessin" von Passau nach Budapest: Fast jeder zehnte Deutsche (9%) kann sich dafür begeistern. Eine neue Generation lebens- und erlebnishungriger Kreuzfahrtreisender will von Kleiderzwängen und Sitzordnungen, Ritualen und Zeremoniellen immer weniger wissen. Infolgedessen sieht mittlerweile mehr die mittlere Generation der 25- bis 49jährigen (10%) in den Erlebnisreisen auf dem Wasser "die" Urlaubsform der Zukunft als etwa die Ruheständler und Pensionäre im Alter von über 65 Jahren (7%).

Großveranstaltungen und Ereignisse ('Events') im Bereich von Sport, Kultur und Unterhaltung mit Superstars und Prominenten sind in Zukunft öfter eine Reise wert. Jeder zwanzigste Bundesbürger (5%) sieht sich derzeit in der Rolle des künftigen Event-Touristen - immer auf Achse, rastlos und auf der Suche nach neuen Erlebnissen.



Reisemüde?

Die älter werdende Gesellschaft als Herausforderung der Tourismusbranche

Die Bevölkerung in Deutschland altert dramatisch. Nach dem Jahr 2010 kommen die geburtenstarken Jahrgänge ins Rentenalter. Deutschland wird dann einen der höchsten Altenanteile der Welt aufweisen.

Eine große Herausforderung für die Tourismusbranche: Im Vergleich zu allen anderen Altersgruppen weisen die über 65jährigen die geringste Reiseintensität auf. Mit zunehmendem Alter läßt die Reiselust spürbar nach. Fast jeder zweite Senior (45%) im Alter von 65 bis 74 Jahren will nicht mehr verreisen und vertritt die Auffassung: "Ich verreise grundsätzlich nicht bzw. nicht mehr - auch in Zukunft nicht." Bei den über 80jährigen Hochaltrigen sind es gar zwei Drittel (67%), die von einer Urlaubsreise nichts mehr wissen wollen.

Die älter werdende Gesellschaft kann zum Problem für die erfolgsverwöhnte Tourismusbranche werden. Der Anteil der Reiseverweigerer wird immer größer: Mehr als jeder fünfte Bundesbürger will in Zukunft nicht mehr verreisen - mit steigender Tendenz (1994: 18% - 1998: 22%). Hinter der wachsenden Zahl dieser Reiseverweigerer kann sich auch Reisemüdigkeit bzw. lebenslange Reiseerfahrung verbergen: Wer im Leben fast alles schon bereist hat, setzt mit zunehmendem Alter andere Akzente, die mehr auf die heimische Lebensqualität und das nähere soziale Umfeld gerichtet sind.

Die demographische Entwicklung wird die Tourismusbranche zur Konzeption von Angeboten zwingen, die für die ältere Generation genauso attraktiv wie für die jüngere Generation sind. Und diese touristischen Angebotsformen der Zukunft heißen: Tagesausflüge, Wochenendfahrten und Kurzreisen. Wer in Zukunft an dem prognostizierten 350-Milliarden-Markt der "Neuen Senioren" partizipieren will, muß mehr ein- bis viertägige Reiseangebote machen. Der Freizeittourismus bzw. Kurzzeittourismus hat große Zukunfts- und Wachstumschancen.

Technische Daten der Befragung

9. Gesamtdeutsche Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	Deutschland 5.000 Personen ab 14 Jahren (4.000 West – 1.000 Ost)
Zeitraum der Befragung:	7. bis 22. Januar 1999
Befragungsinstitut:	INRA Deutschland Gesellschaft für Markt- und Sozial- Forschung mbH, Mölln

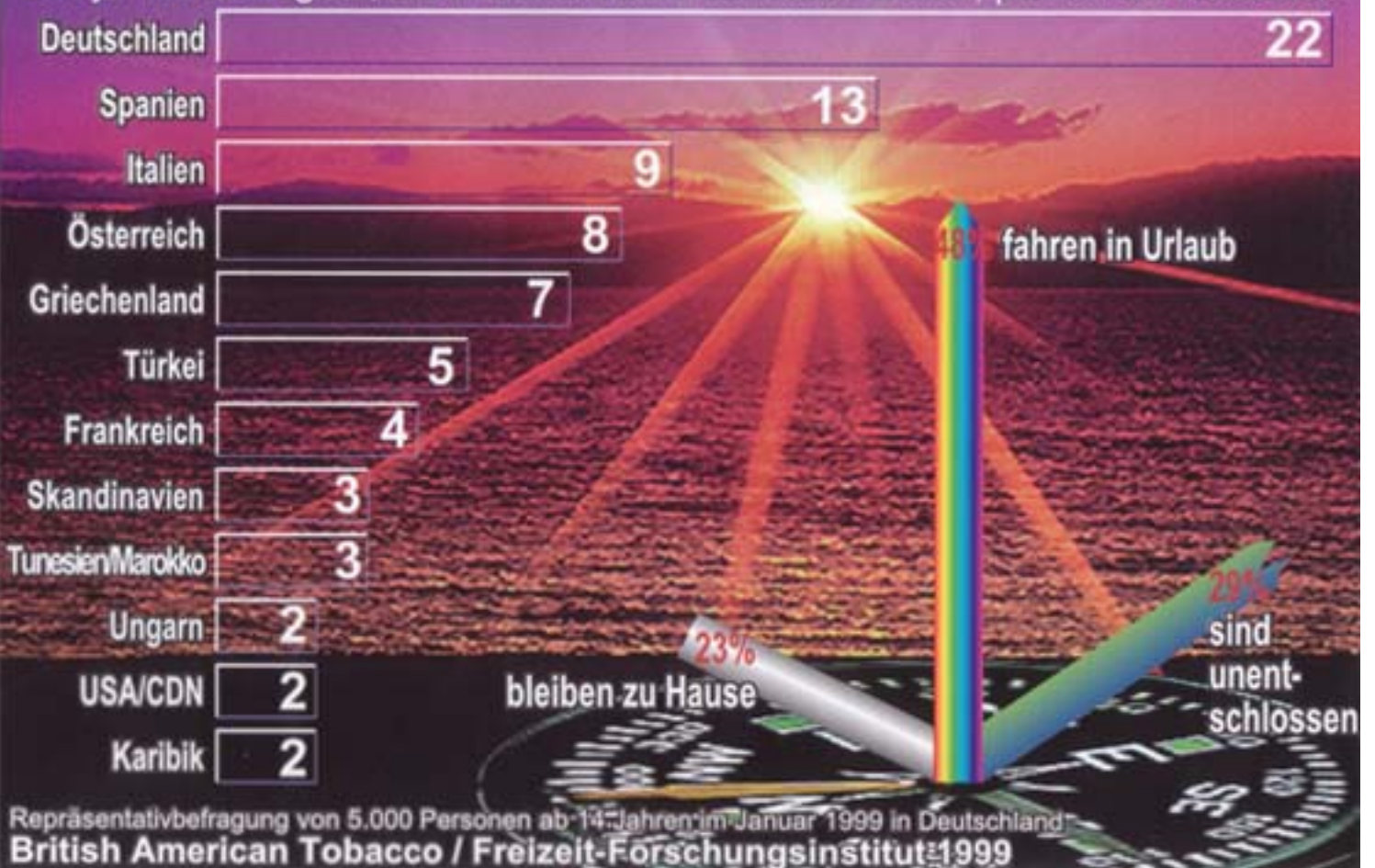
Die Studie Tourismus im 21. Jahrhundert. Zwischen Nepal und Hawaii: Auf der Suche nach dem Paradies auf Erden ist gegen eine Schutzgebühr von 58.- beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg ab Ende März 1999 zu beziehen. Der Band enthält 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 1999 ein ausführlicher Datenband zur 9. Gesamtdeutschen Tourismusanalyse (Reisedauer/Reiseziele 1998 und Reiseabsichten 1999 der Deutschen) zum Preis von DM 498.- bezogen werden.



Reiseziele der Deutschen 1999

Von je 100 Befragten, die in diesem Jahr verreisen wollen, planen als Reiseziel:



HORST W. OPASCHOWSKI



Tourismus im 21. Jahrhundert

Zwischen Nepal und Hawaii.
Auf der Suche nach dem Paradies auf Erden.



Grundlagenstudie zur Tourismusforschung

Inhalt

Vorwort

Die Urlaubswelt jenseits der Jahrtausendwende darf keine terra incognita sein. 6

9. Gesamtdeutsche Tourismusanalyse (G-TA '98/99)

Die Urlaube werden immer kürzer. 8

Reisebilanz 1998 im Rückblick 8

Reiseabsichten 1999: »Ja, aber...« Verunsicherung hält an 15

Tourismus im 21. Jahrhundert

Der Traum vom guten Leben.

Suche nach dem Paradies auf Erden. 18

Zwischen Nepal und Hawaii. Wo wir in Zukunft Urlaub machen 20

»Alles« ist möglich! Wie wir in Zukunft Urlaub machen 22

Überall und nirgendwo. Die »Neuen Nomaden« von morgen 31

Urlaubs-Klassiker. Traditionelle Urlaubsformen sterben nicht aus 33

Zunahme des organisierten Tourismus. Individualreisen
immer weniger gefragt 35

Sauberkeit. Gemütlichkeit. Erreichbarkeit.

Zukunftschancen des Inlandstourismus 36

Reisemüdigkeit oder Verweigerung? Die älter werdende
Gesellschaft als Herausforderung der Touristikbranche 39

Urlaubs-Zukünfte 40

4. Österreichische Tourismusanalyse (Austria-TA '98/99)

Rückgang beim Inlandstourismus. 44

Reisejahr 1998: gebremste Reiselust 44

Reisesaison 1999: verhaltener Optimismus 46

Zwei-Länder-Vergleich: Unterschiede und Gemeinsamkeiten 47

Anhang

Untersuchungsansatz und Dokumentation. 50

Tabellenanhang 54

Grundlagenliteratur 70