

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 1

BAT-STIFTUNG FÜR ZUKUNFTSFRAGEN STELLT DIE 26. DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE VOR

- Reiseweltmeister meldet sich 2010 zurück:
„Urlaubslust statt Krisenfrust“
- Reiseintensität 2009:
„Nur jeder zweite Deutsche war im Urlaub“
- Inlandsreiseziele 2009:
„Schwarzwald der Gewinner der Saison“
- Auslandsreiseziele 2009:
„Spanien bleibt Spitzenreiter, Türkei und Italien fast gleichauf“
- Reisedauer 2009:
„Urlaubsdauer konstant bei 13 Tagen“
- Reisekosten 2009:
„So billig wie seit fünf Jahren nicht mehr“
- Reiseziele 2010:
„Türkei kann der Gewinner werden“
- Reisewünsche und Tourismuspotentiale:
„Mehr All-inclusive als virtuell“

DER REISEWELTMEISTER MELDET SICH 2010 ZURÜCK: „URLAUBSLUST STATT KRISENFURST“

Die deutsche Tourismusbranche kann aufatmen. Trotz Verunsicherung und Zukunftssorgen wollen die Deutschen auch 2010 ihrem Ruf als Reiseweltmeister wieder gerecht werden. 42 Prozent der Deutschen sitzen gedanklich bereits auf gepackten Koffern und planen fest, 2010 wenigstens eine Reise zu unternehmen. Jeder neunte Bürger (11%) will sogar zwei oder mehr Reisen in der kommenden Saison machen. Konstant bleibt die große Anzahl der Unentschlossenen: Mehr als jeder dritte Befragte (35%) äußert sich zurückhaltend bei seiner Planung und bleibt vorerst im Wartestand. Dies geht aus der 26. Deutschen Tourismusanalyse der BAT Stiftung für Zukunftsfragen hervor, in der 4.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2009 und ihrer Reiseabsicht für 2010 befragt wurden.

HERAUSGEBER

Stiftung für Zukunftsfragen
Alsterufer 4
20354 Hamburg
Telefon (040) 4151- 2448
Telefax (040) 4151- 2091

kontakt@stiftungfuerzukunftsfragen.de
www.stiftungfuerzukunftsfragen.de

WISSENSCHAFTLICHER LEITER

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

REDAKTION

Dr. Ulrich Reinhardt

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 2

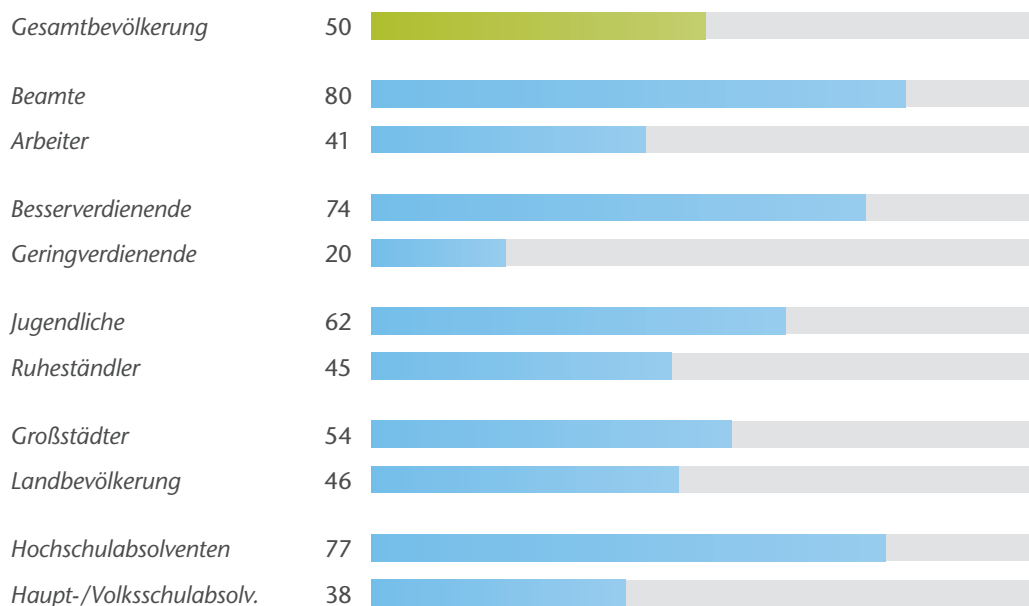
REISEINTENSITÄT 2009: „NUR JEDER ZWEITE DEUTSCHE WAR IM URLAUB“

„Die Reiselust der Bundesbürger ist ungebrochen und die Talsohle im Tourismus überwunden. Gleichwohl ist die Urlaubsreise kein Gut mehr für alle Bürger“, so Dr. Ulrich Reinhardt, der Tourismusexperte der Stiftung. Im Durchschnitt verreiste noch jeder zweite Bundesbürger fünf Tage oder länger (50%), damit lag die Reiseintensität auf demselben Niveau wie 2008.

SO REISTEN DIE DEUTSCHEN 2009

Gespaltene Gesellschaft: Mobile und Immobiler

Eine Reise von wenigstens fünf Tagen Dauer haben im Jahr 2009 unternommen:



Repräsentativbefragung von 4.000 Personen ab 14 Jahren 2010 in Deutschland

Dennoch zog sich eine fast schon dramatische Spaltung durch die Gesellschaft. Dieses verdeutlicht u.a. ein Vergleich von Berufsgruppen: So leisteten sich vier Fünftel aller Beamten eine Reise (80%), bei den Arbeitern waren es dagegen nur etwa halb so viele (41%). Eine noch größere Kluft zeigt sich beim Einkommen: Die Besserverdienenden (Haushaltsnettoeinkommen über 3.500 EUR) verreisten ganz selbstverständlich in die Ferien. Für drei Viertel von ihnen ist die jährliche Reise fast obligatorisch (74%) und zwei Fünftel (39%) dieser Einkommensgruppe gönnten sich 2009 sogar zwei und mehr Reisen. Davon können die Geringverdienenden (Haushaltsnettoeinkommen un-

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 3

ter 1.000EUR) nur träumen: Nur jeder Fünfte (20%) konnte sich einen Urlaub leisten. „Es hat sich eine Zwei-Klassen-Gesellschaft in Mobile und Immobile herausgebildet. Die einen machen sich mehr Gedanken um Reiseziele als um das Reisebudget, während die anderen immer öfter rechnen und sparen müssen und ihren Urlaub oftmals auf Balkonien oder in Bad Meingarten verbringen“, so Reinhardt.

INLANDSREISEZIELE 2009: „SCHWARZWALD DER GEWINNER DER SAISON“

Deutschland bleibt mit großem Abstand das beliebteste Urlaubsziel der Bundesbürger. Fast zwei von fünf Reisen (37%) fanden zwischen Flensburg und Garmisch-Partenkirchen statt. Vor allem der demographische Wandel stützt diese Entwicklung und wird gleichzeitig zu nachhaltigen Veränderungen der Reisebranche führen. Reinhardt: „Die Senioren von heute und morgen wollen mehr als Sonne, Spaß und Strand. Auch Unterhaltung, Abwechslung und Attraktionen allein reichen auf Dauer nicht aus, um diese reiseerfahrene Gruppe für sich zu begeistern. Der Urlaub muss ihnen vor allem einen Mehrwert bieten: Service und Qualität, Kommunikation und Geselligkeit, Gemütlichkeit und Atmosphäre – weiche Urlaubsfaktoren also, die sie die Zeit vergessen und den Urlaub genießen lassen. Das suchen und erwarten die älteren Reisenden“.

Bei der Verteilung der Reiseströme büßten die beiden Spitzenreiter der Vergangenheit Anteile ein. So verringerte sich der Anteil der Bayernurlauber auf 8,1 Prozent (2008: 8,7%). Ebenso ging die Zahl der Reisenden nach Mecklenburg-Vorpommern zurück (6,8%; 2008: 7,3%). Konstant zeigten sich die Küstenbundesländer Schleswig-Holstein (5,6%) und Niedersachsen (4,3%). Gewinner im deutschen Verteilungskampf war 2009 Baden-Württemberg mit seinen Reisezielen rund um den Schwarzwald und Bodensee, die ihren Anteil von 2,9 Prozent in 2008 deutlich auf 3,7 Prozent erhöhen konnten.

AUSLANDSREISEZIELE 2009: „SPANIEN BLEIBT SPITZENREITER, TÜRKEI UND ITALIEN FAST GLEICHAUF“

Ungebrochen ist die Popularität der Urlaubsdestination Spanien für die Bundesbürger. Mehr als jede achte Reise (13,2%) führte in das Territorium der Iberischen Halbinsel. Von solchen Gästezahlen kann selbst das zweitplatzierte Italien (6,9%) nur träumen, das zudem immer mehr die Konkurrenz der Türkei (6,6%) spürt. Die Türkei hat Österreich (4,1%), Griechenland (3,3%), Skandinavien (2,1%) und Frankreich (1,8%) deutlich hinter sich gelassen und kann sich auf weitere Zuwächse einstellen. Der große Vorteil der Türkei liegt in ihrer Vielfalt: natürliche Ressourcen, Sonnengarantie und Strände, Kultur-highlights von der Hagia Sophia bis zu den

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 4

Kalksteinterrassen von Pamukkale, dazu noch ein hohes Maß an Gastfreundschaft und viel Serviceorientierung. Dieses Angebot spricht breite Zielgruppen an und erfreut sich bei den jungen Erwachsenen (9,9%) und kinderlosen Paaren (8,5%) einer ebenso großen Beliebtheit wie bei Familien mit Kindern (8,1%) und Familien mit Jugendlichen (10,0%).

Verluste verzeichnete der Fernreisemarkt, der etwa zehn Prozent weniger Gäste als im Vorjahr auf sich vereinte. Insgesamt führte jede zehnte Reise die Bundesbürger außerhalb Europas (2009: 10,2% – 2008: 11,1%). Besonders beliebt erwiesen sich hierbei Pauschalreisedestinationen in Nordafrika wie Ägypten, Tunesien und Marokko (3,7%) sowie Ziele in Nordamerika (1,4%). Asien wartet dagegen weiter auf seinen touristischen Durchbruch. So kann der gesamte ferne Osten von Indien über Thailand bis nach China und Hongkong „nur“ 1,5 Prozent der deutschen Urlauber für sich begeistern – weniger als die Schweiz allein (1,8%)

REISEDAUER 2009: „URLAUBSDAUER KONSTANT BEI 13 TAGEN“

Die durchschnittliche Reisedauer betrug 2009 genau 13 Tage. Damit setzte sich der Trend der letzten zehn Jahre mit knapp zwei Wochen weiter fort. Der Traum von (noch) längeren Ferien blieb weiterhin unerfüllt. Lediglich jeder achte Urlauber (13%) verreiste drei Wochen und länger. Ein direkter Zusammenhang zeigt sich zwischen der Entfernung des Urlaubsziels und der Dauer der Reise. So dauert ein Urlaub zwischen deutschen Küsten und Bergen lediglich etwa zehn Tage (10,2). Auch Österreich kann die deutschen Touristen nur elf Tage bei sich begrüßen. Dagegen dauert ein Besuch rund um das Mittelmeer – also in der Türkei, in Griechenland, Italien oder Spanien mit jeweils etwa 14 Tagen deutlich länger. Und wer Fernreiseziele anfliegt, bleibt durchschnittlich ca. drei Wochen, wenn nicht sogar länger (USA 20,4 Tage; Fernost 21,1 Tage). Stagnation verzeichnete – erstmals seit Jahren – der Kurzreisemarkt (2,8%). Der Gewinner des vergangenen Jahrzehnts musste vor allem beim Städtetourismus deutliche Rückschläge verkraften.

REISEKOSTEN 2009: „SO BILLIG WIE SEIT FÜNF JAHREN NICHT MEHR“

1.038 EUR lassen sich die Deutschen ihren Urlaub im Durchschnitt pro Person kosten. Damit bleibt das Urlaubsbudget etwa auf dem Stand von 2004 (1.025 EUR). In diesen Kosten sind nicht nur die reinen Reise- und Unterkunftskosten enthalten, sondern auch alle Nebenausgaben vom Essengehen und den Ausflügen über Eintritte zu Attraktionen bis zum Einkaufsbummel, zu Souvenirs und Trinkgeldern.

Forschung aktuell

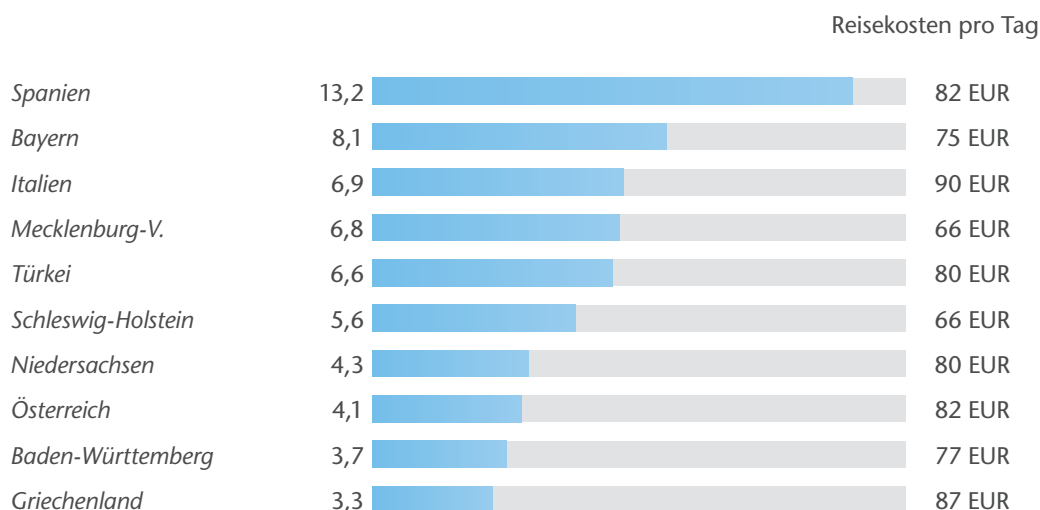
Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 5

REISEZIELE UND REISEKOSTEN 2009

Top 10 Destinationen

Von je 100 deutschen Urlaubern waren in und gaben dort durchschnittlich pro Tag aus:



Repräsentativbefragung von 4.000 Personen ab 14 Jahren 2010 in Deutschland

Bei der Analyse der Ausgaben und Reisedauer nach Lebensphasen ergeben sich bemerkenswerte Unterschiede:

- Ruheständler bleiben mit 14 Tagen am längsten vor Ort – sie verfügen auch über das größte Zeitbudget und geben vor Ort überdurchschnittlich viel Geld aus (1.095 EUR).
- Die relativ kurze Verweildauer vor Ort von nur 10,6 Tagen bei den jungen Erwachsenen passt zu dem begrenzten Urlaubsbudget (790 EUR).
- Das meiste Geld für den Urlaub geben kinderlosen Paare aus (1.198 EUR), die zudem auch lange vor Ort bleiben (13,2 Tage).

Als aufschlussreich erweist sich die Verteilung der tatsächlichen Kosten für den Urlaub bei den Reisezielen. Mit der Reisedistanz steigen fast automatisch die Kosten. So ist eine Reise ins Ausland mit 1.221EUR fast siebenzig Prozent teurer als ein Urlaub in Deutschland (723 EUR). Ein Urlaub in Fernreisedestinationen wie die USA (2.315 EUR) oder in fernöstliche Länder wie China, Thailand oder Indien (2.292 EUR) ist zwar eine Reise „in eine andere Welt“ – aber auch in eine andere Preisklasse. Die Reiseziele rund um das Mittelmeer bewegen sich alle auf einem ähnlichen Preisniveau um 1.200 EUR.

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 6

Von solchen Umsätzen pro Gast kann dagegen Österreich nur träumen. Die Alpenrepublik verdient mit 899 EUR deutlich weniger als die Konkurrenzziele.

REISEZIELE 2010: „TÜRKEI KANN DER GEWINNER DES JAHRES WERDEN“

Bei den Reisezielen für das Reisejahr 2010 plant knapp jeder vierte Bundesbürger, seinen Urlaub im eigenen Land zu verbringen (22%). Jeder Dritte will ins europäische Ausland (33%) und jeder Zehnte (10%) will als Reiseziel eine außereuropäische Destination anfliegen. Mehr als ein Drittel der Bürger mit festen Reiseabsichten (35%) hat sich noch nicht entschieden, welches Land 2010 das Ziel sein soll. Unangefochten wird Spanien (9,2%) auch in diesem Jahr das beliebteste ausländische Reiseziel sein. Die Türkei (4,8%) kann hoffen, Italien (4,0%) vom zweiten Platz zu verdrängen. Der Bonus, mit Istanbul die Europäische Kulturhauptstadt 2010 zu stellen, könnte zusätzlich reisefreudige Paare und Singles in die Türkei locken. Aber auch die nordafrikanischen Ziele von Ägypten über Tunesien bis Marokko (2,6%) können relativ optimistisch in die Zukunft schauen, wohingegen Österreich (3,2%) und Griechenland (1,6%) ein weiterer Verlust an Marktanteilen droht. Alle Reisedestinationen vom Schwarzwald bis zur Karibik dürfen jedoch weiterhin auf die große Gruppe der Unentschlossenen bauen, die nur auf das richtige Angebot warten, um dann in den Urlaub zu entschwinden.

REISEWÜNSCHE UND TOURISMUSPOTENZIALE: „MEHR ALL-INCLUSIVE ALS VIRTUELL“

Die Urlaubsinteressen der Reisenden sind vielfältig. Für fast jedes Segment gibt es Interessenten. Bei einer genauen Analyse zeigt sich jedoch: Nicht jede Urlaubsform kann auf steigende Gästezahlen hoffen. Einige müssen sich eher um ihr Stammpublikum sorgen und weniger über neue Zielgruppen nachdenken. Die größten Potenziale sind dem All-inclusive-Segment zuzuschreiben. Fast zwei von fünf Bundesbürgern zeigen hieran Interesse (37%). Es folgt knapp dahinter der klassische Erholungsurlaub (35%) und leicht zurück die Anmietung eines Feriendomizils (28%) sowie eine Fernreise (25%). Kurz danach – vielleicht der Gewinner der Zukunft – der Kreuzfahrtreisemarkt (19%), bei dem Wunsch und Wirklichkeit heute noch sehr weit auseinander liegen. Auf bestenfalls Stagnation muss sich der Städtetourismus einstellen (20%), wohingegen dem Berg- und Wanderurlaub (11%) sowie dem Campingtourismus (10%) ein Comeback bevorstehen und Zuwächse erwartet werden können.

Forschung aktuell

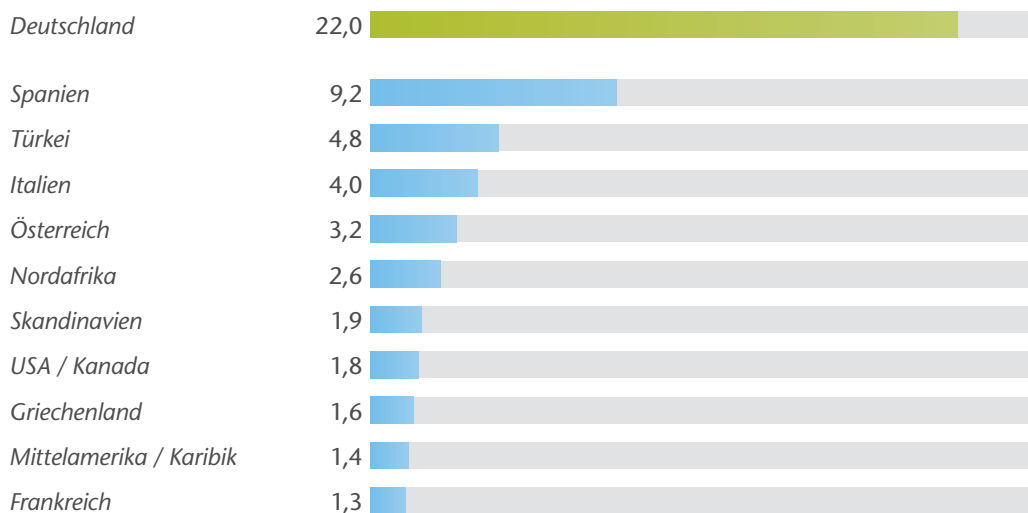
Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 7

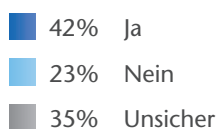
SO WOLLEN WIR 2010 VERREISEN

Türkei kann der Gewinner werden

Von je 100 Befragten, die 2010 eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer planen, wollen nach ... verreisen:



Planen Sie 2011 wenigstens eine Reise von mindestens fünf Tagen Dauer?



Repräsentativbefragung von 4.000 Personen ab 14 Jahren 2010 in Deutschland

Forschung aktuell

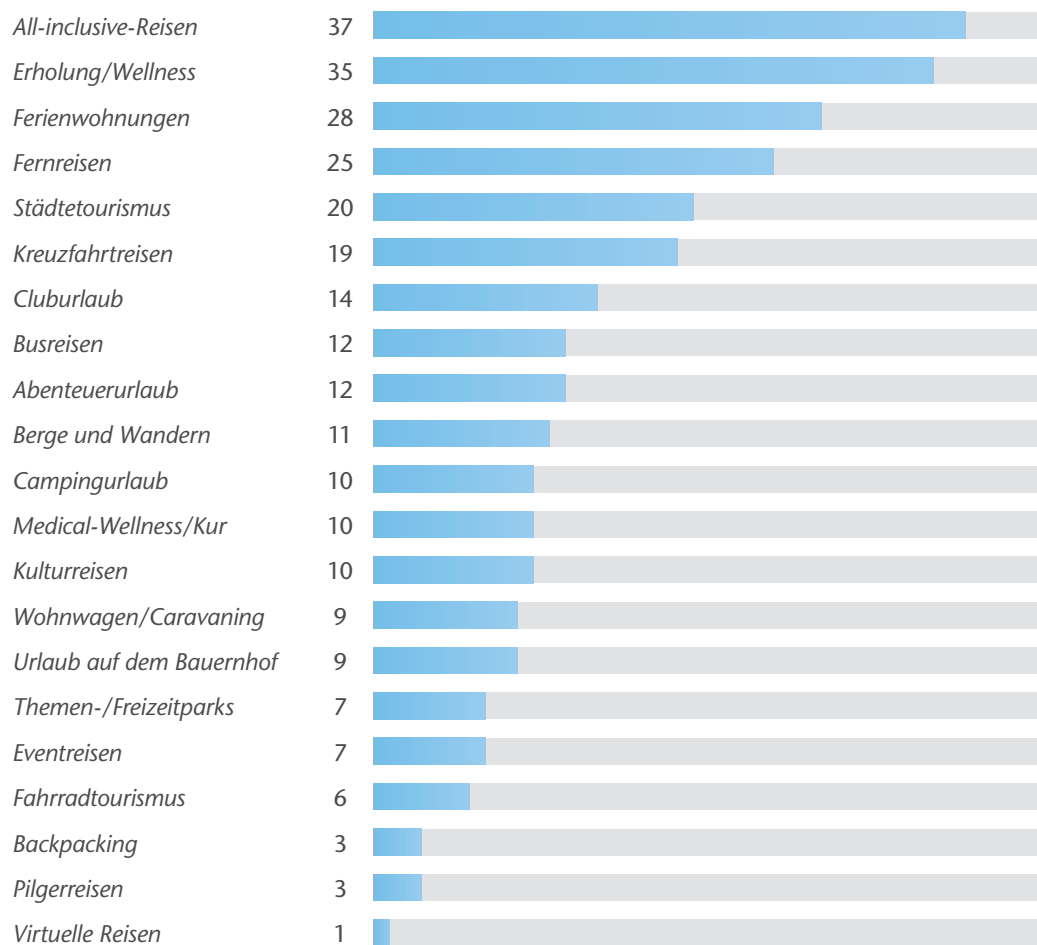
Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 8

ZUKUNFTSTRENDS IM TOURISMUS

All-inclusive statt virtuell

Von je 100 Befragten interessieren sich persönlich in Zukunft für:



Repräsentativbefragung von 4.000 Personen ab 14 Jahren 2010 in Deutschland

Forschung aktuell

Newsletter | Ausgabe 221 | 31. Jahrg. | 10. Februar 2010

Seite 9

Innerhalb der Bevölkerung werden hierbei unterschiedliche Präferenzen geäußert:

- Am Städte- (22%) und Kulturtourismus (16%) zeigen Singles das stärkste Interesse.
- Medical-Wellness und Berg-/Wandertourismus (jeweils 15%) bleiben für die Best Ager (50-64 Jahre) interessant.
- Jugendliche wünschen sich Wohnwagentrips (23%) und wollen campen (31%).
- Ein Hang zum Abenteuerurlaub ist bei jungen Erwachsenen vorhanden (32%).
- Busreisen sind für Ruheständler relevant (27%).
- Und Familien haben großes Interesse an Ferienhäusern (48%).

Reinhardt: „Die Wünsche und Interessen sind ebenso vielfältig wie unterschiedlich, bieten aber gleichzeitig zahlreiche Möglichkeiten für die Anbieter, die sich in Zukunft vermehrt auf einzelne Zielgruppen einstellen sollten als zu versuchen, jedem gerecht zu werden. Der Gefahr einer Zerstückelung des Angebots und von Zielgruppenkonflikten könnte so konsequent begegnet werden. Einig ist sich die Bevölkerung jedoch in einem: An virtuellen Reisen „daheim“ hat nur jeder Hundertste Interesse.“

TECHNISCHE DATEN DER BEFRAGUNG TA 2010 ERGEBNISSE DER 26. DEUTSCHEN TOURISMUSANALYSE

Anzahl und Repräsentanz der Befragten: Deutschland, 4.000 Personen ab 14 Jahren
Befragungszeitraum: Januar 2010
Befragungsinstitut: GfK Marktforschung/Nürnberg

Die Veröffentlichung zur 26. Deutsche Tourismusanalyse (TA 2010) ist ab dem 11. März 2010 kostenlos als Magazin erhältlich. Die Studie enthält neben den aktuellen Analysen und Prognosen zum Reiseverhalten 2009/2010 u.a. auch Darstellungen zu den Schwerpunktthemen „Urlaubskosten“, „Reiseverkehrsmittel“, „Reisebuchungsart“, „Bewertung von Reisezielen“ und „Aktivitäten im Urlaub“.