


RA ReiseAnalyse

2015

Erste Ausgewählte Ergebnisse der 45. Reiseanalyse zur ITB 2015

 62% aller Menschen in Deutschland
baden im Urlaub gerne im Meer

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) freut sich, erste ausgewählte Ergebnisse aus der aktuellen Reiseanalyse 2015 mitzuteilen. Zusätzlich zu den aktuellen Daten geben wir zu ausgewählten Themen einen Ausblick auf die Trends im Urlaubsreiseverhalten bis 2025, basierend auf der aktuellen RA-Trendstudie. Mehr zu dieser Publikation finden Sie auf Seite 7.

Die seit 45 Jahren jährlich durchgeführte Reiseanalyse gilt als detaillierteste Untersuchung zum deutschen Urlaubsreisemarkt. Die FUR ist eine neutrale Interessengemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung in Deutschland und der größte nicht kommerzielle Organisator und Auftraggeber von Tourismusforschung.

Eckzahlen der Nachfrage: Rekord bei den Urlaubsausgaben

€ 67 Mrd. Gesamtausgaben für Urlaubsreisen

77% der Bevölkerung mit mindestens einer Urlaubsreise

Insgesamt gut 70 Mio. Urlaubsreisen

Noch nie waren die Ausgaben für Urlaubsreisen (5 Tage und länger) so hoch wie 2014: Sie stiegen gegenüber dem Vorjahr um 5% auf über € 67 Mrd. Dazu kommen die Ausgaben für Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage) von knapp € 20 Mrd.

Bei den übrigen Eckzahlen zum Urlaubsvolumen können wir eine weitgehende Stabilität auf sehr hohem Niveau feststellen: Knapp 55 Mio. Urlaubsreisende machten 2014 über 70 Mio. Urlaubsreisen. Das entspricht einer Urlaubsreiseintensität von deutlich über 77%. Dies ist der Anteil der Bevölkerung, der im Jahr mindestens eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer macht. Auch bei den Kurzurlaubsreisen sind die Werte mit 33 Mio. Reisenden und 76 Mio. Reisen stabil.

Gute Aussichten fürs Reisejahr 2015

Urlaubsstimmung: Positiv!

Ausgabenpläne: Eher etwas mehr!

Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage: Etwas optimistischer!

**Trend 2025*
Urlaubsreisen:
Volumen stabil,
Ausgaben steigend**

**mehr dazu auf Seite 7*

Die hier mitgeteilten ersten ausgewählten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.

Text: Ulf Sonntag, Rolf Schrader, Martin Lohmann

© FUR, Kiel 2015

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2013-2014: Volumenkennziffern



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen p. P.	Urlaubsreisen	Ausgaben p. P. u. Reise	Umsatz
2014	54,6 Mio.	1,29	70,3 Mio.	€ 958	€ 67,3 Mrd.
2013	54,8 Mio.	1,29	70,7 Mio.	€ 906	€ 64,1 Mrd.

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen p. P.	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben p. P. u. Reise	Umsatz
2014	32,6 Mio.	2,32	75,7 Mio.	€ 261	€ 19,8 Mrd.
2013	33,3 Mio.	2,27	75,6 Mio.	€ 254	€ 19,2 Mrd.

Urlaubsreisen (5+ Tage): deutschsprachige Bevölkerung 14+ J., Jan. bis Dez., RA 2014 und 2015 (face-to-face)
Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage): deutschsprachige Bevölkerung 14-70 J., Nov. bis Okt., RA online 11/2013 und 11/2014

RA ReiseAnalyse
2015

Auch für 2015 sind die Aussichten gut. Die meisten Menschen in Deutschland sind Anfang des Jahres schon in Urlaubsstimmung: 55% haben bereits feste Urlaubspläne, nur 11% wollen sicher nicht verreisen. Bei ihren Reiseausgaben planen die meisten ein gleiches Budget wie 2014, 12% wollen sogar tiefer ins Portemonnaie greifen, 9% den Gürtel eher enger schnallen. Alle Werte sind damit gleich oder sogar etwas positiver als vor einem Jahr.

Besonders wichtig für die Realisierung der Reisepläne ist die Beurteilung der persönlichen wirtschaftlichen Situation und ihrer voraussichtlichen Entwicklung. Und auch hier gibt man sich gegenüber dem Vorjahr etwas optimistischer: 18% gingen Anfang 2015 von einer Verbesserung ihrer persönlichen wirtschaftlichen Situation binnen Jahresfrist aus, 10% von einer Verschlechterung, der weitaus größte Teil der Bundesbürger sah keine Veränderung.

Urlaubsreiseziele: Deutschland mit Wachstumschancen

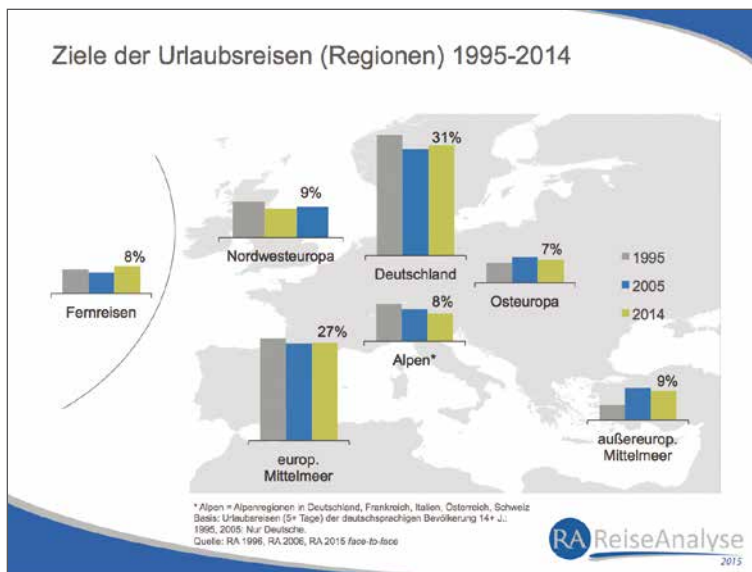
Mit einem Marktanteil von 31% war Deutschland auch 2014 das beliebteste Reiseziel der deutschsprachigen Bevölkerung. Viele Indizien sprechen für ein weiteres Wachstum des Inlandstourismus im Zeitraum bis 2025. Innerhalb Deutschlands gibt es einen harten Wettbewerb um Platz eins zwischen Bayern und Mecklenburg-Vorpommern und um Platz drei zwischen Schleswig-Holstein und Niedersachsen. Generell haben dabei die Küstendestinationen einen gewissen Vorteil gegenüber den Land- und Bergzielen.

Betrachtet man die Reiseziele auf Ebene der Großregionen, haben im Zeitraum bis 2025 neben Deutschland die Fernziele, besonders in Asien, recht gute Chancen auf Wachstum, ebenso wie Reiseziele in Nordwesteuropa. Das Mittelmeer als Ganzes bleibt in seiner Bedeutung tendenziell stabil. Spanien ist bei den Auslandszielen unangefochten der Platzhirsch mit aktuell über 13% Marktanteil, um Platz zwei wetteifern Italien und die Türkei. Auf Platz vier folgt Österreich. Bei gleichbleibender Dynamik könnten Kroatien und Griechenland in den kommenden Jahren an Frankreich (2014 auf Platz 5) vorbeiziehen.

Deutschland ist und bleibt das beliebteste Reiseziel: Am liebsten geht es hier an die Küste oder in den Süden.

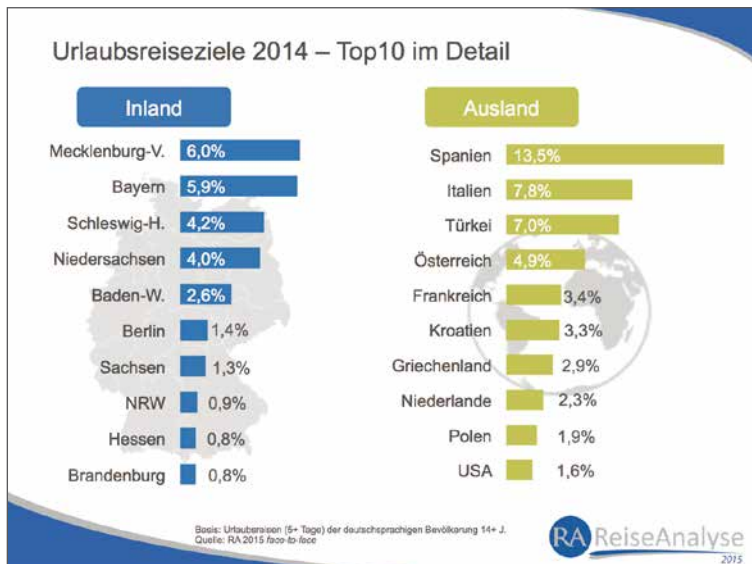
Im Ausland führt Spanien deutlich vor Italien, der Türkei und Österreich.

Langfristig stabile Marktanteile der großen Urlaubsregionen



Trend 2025*
Wachstumspotenziale für Deutschland, Fernziele und Nordwesteuropa

*mehr dazu auf Seite 7



Zu beachten ist, dass sich die Werte auf Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre beziehen. Geschäftsreisen und Reisen unter 5 Tagen Dauer sind in dieser Übersicht nicht enthalten. Dies ist u. a. beim Vergleich mit den statistischen Angaben der Länder zu berücksichtigen, die verschiedene andere Abgrenzungskriterien verwenden.

Urlaubsreiseverhalten: Rekordwert fürs Flugzeug

Höchststand bei den
Urlaubsausgaben:
€ 958 pro Person und Reise

Verkehrsmittel:
PKW am wichtigsten,
Flugreisen gewinnen
Marktanteile

Unterkünfte:
Hotels dominieren
insgesamt. Im Inland sind
Ferienwohnungen und
-häuser am beliebtesten

Beim Urlaubsreiseverhalten gibt es augenfällige Entwicklungen vor allem bei den Ausgaben. Sie liegen mit € 958 pro Person und Reise auf einem neuen Höchststand. Im Gegensatz zum langfristigen Trend der Vergangenheit ist die Reisedauer 2014 nicht weiter gesunken sondern mit 12,5 Tagen stabil. Bei den Verkehrsmitteln gewinnt das Flugzeug weiter Marktanteile auf Kosten des PKW. Beim Urlaubswohnen dominierte das Hotel deutlich vor Ferienwohnungen und -häusern.

Urlaubsreiseverhalten		2000	2013	2014	2014	
		Gesamt	Gesamt	Gesamt	Inland	Ausland
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%		62,2 Mio.	70,7 Mio.	70,3 Mio.	21,4 Mio.	48,8 Mio.
Verkehrsmittel	PKW/Wohnmobil	49%	45%	46%	75%	33%
	Flugzeug	37%	38%	39%	1%	55%
	Bus	9%	8%	8%	10%	7%
	Bahn	6%	6%	5%	13%	2%
Unterkunft	Hotel/Gasthof	47%	47%	48%	30%	56%
	Ferienwohnung/Ferienhaus	24%	24%	24%	35%	20%
	Camping	6%	6%	6%	8%	5%
Reiseausgaben ges. pro Person pro Reise (Ø in €)		792	906	958	582	1.124
Ø Reisedauer in Tagen		13,8	12,4	12,5	10,3	13,5

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ J., 2000 nur Deutsche
Quelle: RA 2001, RA 2014, RA 2015 face-to-face

Urlaubsarten: Abwechslungsreich aber nicht zu anstrengend

Wichtigste Urlaubsart ist
und bleibt der Strand-/
Badeurlaub

Tendenz:
weniger Ausruhen pur,
Action pur, Kultur pur

Die wichtigste Urlaubsart der Deutschen war auch 2014 der Strand-/Badeurlaub gefolgt vom Ausruhen- und Natururlaub. Der langfristige Trend zeigt eine gewisse Tendenz weg von den Extremen (also „nur“ Ausruhen, „nur“ Action oder „nur“ Kultur). Der multioptionale Kunde von heute vermischt dagegen gerne verschiedene Arten von Urlaub nach dem Motto: bloß nicht zu eintönig, aber bitte auch nicht zu anstrengend. Urlaubsarten, die in dieses Schema passen sind demzufolge auf dem Wachstumspfad.

Trend 2025*

Urlaubsarten, die sich
gut mischen lassen
und gleichzeitig nicht
zu eindimensional
sind, haben das größte
Wachstumspotenzial

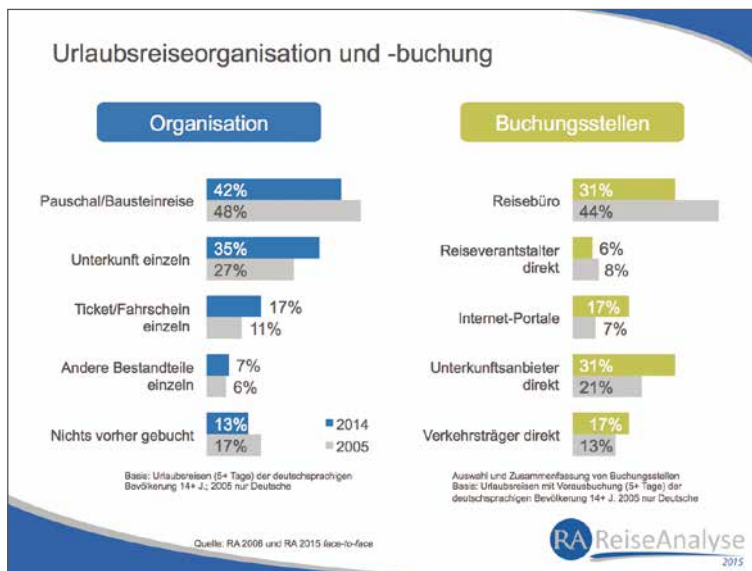
*mehr dazu auf Seite 7

Trends bei den Urlaubsarten							
	2002-2014	Wert 2014	Trend		2002-2014	Wert 2014	Trend
Sonne+ Strand		44	↗	Freunde/ Verwandte		13	↘
Ausruhen		36	↘	Fun/Party		12	→
Natur		28	↗	Rundreise		11	↗
Familie		27	↗	Kultur		7	→
Erebnis		23	↘	Gesundheit		5	↘
Sightseeing		16	↗	Studienreise		3	→
Aktiv		16	→				

Urlaubsreisen (5+ Tage), Urlaubsreiseart (Mehrfachnennungen) in %, Sparklines ohne einheitliche Skala, Trend: Lineare Regression 2002-2014, Deutsche Bevölkerung 14+ J. (ohne deutschsprachige Ausländer), RA 2003-2015 face-to-face

Urlaubsorganisation/-buchung: Das Internet bringt den Wandel

Aktuell bleibt die Pauschalreise die wichtigste Organisationsform und das Reisebüro eine der wichtigsten Buchungsstellen. Der Strukturwandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen ist aber seit Jahren zu beobachten. Treiber hinter dieser Entwicklung ist die kontinuierliche Zunahme der Onlinebuchungen, von 11% aller gebuchten Reisen im Jahr 2005 auf 35% im Jahr 2014. Es ist zu erwarten, dass schon vor 2020 die Mehrheit aller Urlaubsbuchungen im Internet generiert wird.



Langfristiger Strukturwandel

GEWINNER:
Unterkunftsanbieter und Internetportale

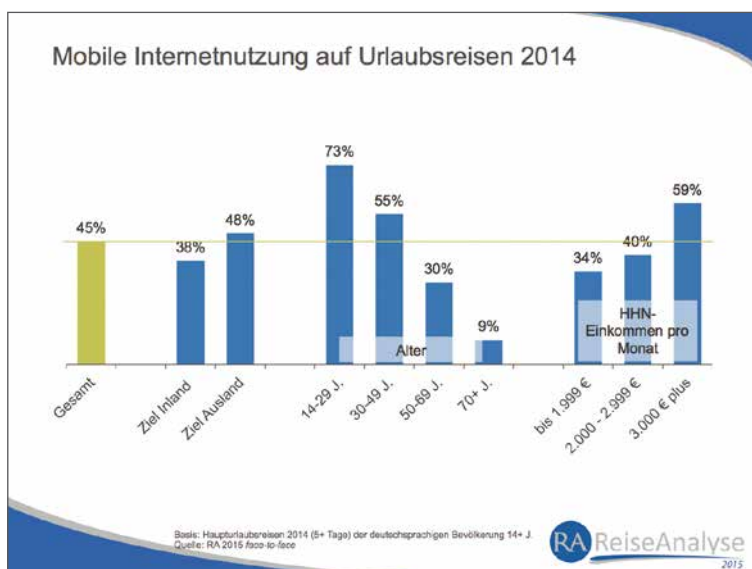
VERLIERER:
Reisebüros und Pauschalreisen

Trend 2025*
Schon vor 2020 wird die Mehrheit der Urlaubsbuchungen online generiert

* mehr dazu auf Seite 7

Online unterwegs – Mobiles Internet im Urlaub

Aktuell nutzen 56% der deutschsprachigen Bevölkerung das mobile Internet – mehr als viermal so viele Personen wie vor vier Jahren. Die meisten, nämlich 50% der Bevölkerung, gehen dabei mit ihrem Smartphone oder Tablet online. Bei 45% der Haupturlaubsreisen 2014 hatten die Urlauber ihr Smartphone oder Tablet dabei und waren auch unterwegs online. Dieser Wert unterscheidet sich nach Reiseziel, Alter und Nettoeinkommen.



Mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzen das mobile Internet

Bei fast der Hälfte der Haupturlaubsreise 2014 wurde das mobile Internet unterwegs genutzt

Starke Nutzungsunterschiede nach Reiseziel und Soziodemografie

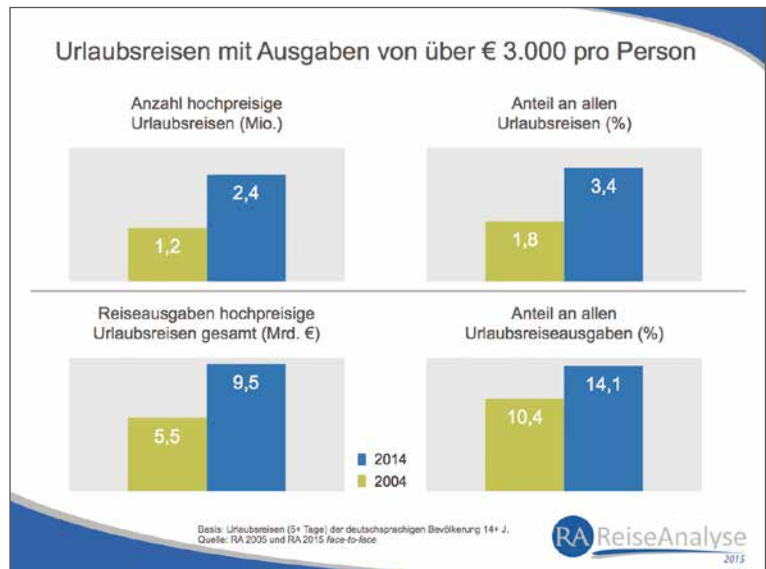
Mehr Informationen dazu im Modul "Online unterwegs – Mobiles Internet im Urlaub"

Wenn es etwas mehr sein darf: Urlaubsreisen im Hochpreissegment

Wachsendes Hochpreissegment (Reiseausgaben über € 3.000 pro Person und Reise)

Marktanteil: gut 3% an allen Urlaubsreisen gut 14% an allen Urlaubsausgaben

Es werden immer mehr, die sich die schönsten Wochen des Jahres so richtig was kosten lassen. Das Volumen des Hochpreissegments, hier definiert als Urlaubsreisen mit Ausgaben von mehr als € 3.000 pro Person, hat sich im letzten Jahrzehnt auf 2,4 Mio. Urlaubsreisen verdoppelt. Das entspricht einem Anteil von gut 3% an allen Urlaubsreisen. Gemessen an den Urlaubsausgaben hat das Hochpreissegment ein deutlich größeres Gewicht: € 9,5 Mrd. Reiseausgaben bedeuten einen Marktanteil von mehr als 14% an allen Urlaubsausgaben.



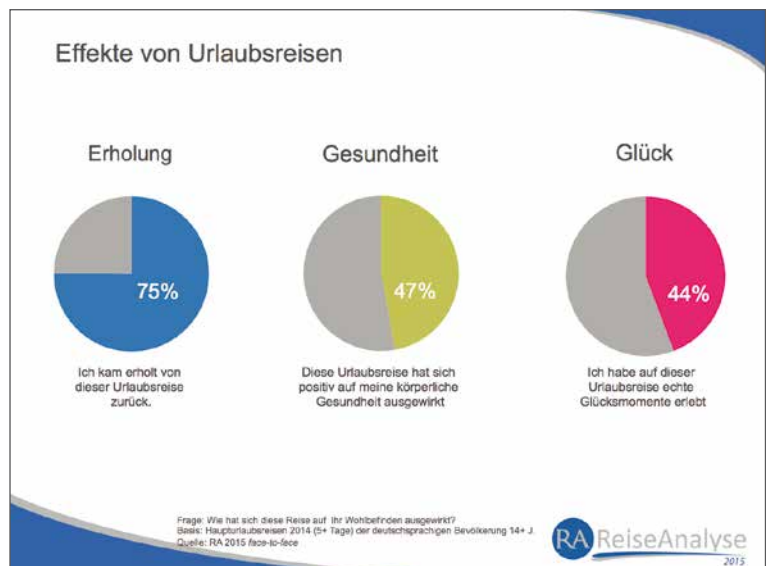
Effekte von Urlaubsreisen: Erholung, Gesundheit und Glück

Die große Mehrheit der Urlauber kommt erholt zurück

Positive Gesundheitseffekte oder echtes Glück für viele

Entspannung und Erholung sind seit Jahrzehnten mit die wichtigsten Motive zum Urlaubmachen. Erstmals haben wir für die Haupturlaubsreise 2014 nach den Effekten der Reise gefragt. Die gute Nachricht: Die überwiegende Mehrheit der Urlauber kommt erholt nach Hause zurück. Jeweils fast die Hälfte berichtet von positiven Auswirkungen auf die Gesundheit oder von echten Glücksmomenten auf der Reise.

Mehr Informationen dazu im Modul „Gesundheitsorientierter Urlaub: Trends, Produktanforderungen, Potentiale“



Neue RA-Publikation „Urlaubsreisetrends 2025“

Der Tourismus ist eine Zukunftsbranche: Auch 2025 kann man sich auf die Urlauber aus Deutschland verlassen! Und: Die verschiedenen Nachfragetrends bergen eine Menge Herausforderungen für die Branche. Dies sind zwei Kernergebnisse der neuen RA-Trendstudie „Urlaubsreisetrends 2025: Entwicklung der touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland“.

Die neue RA-Trendstudie der Autoren Martin Lohmann, Dirk Schmücker und Ulf Sonntag analysiert das bisherige und absehbare zukünftige Nachfrageverhalten auf dem deutschen Urlaubsreisemarkt vor dem Hintergrund einer detaillierten Umfeld- und Angebotsanalyse. Die Zeitreihendaten der RA seit den 1970er Jahre dienen als Input für die Zukunftsabschätzung. Neben der Projektion der Entwicklung von Trends der allgemeinen Urlaubsnachfrage bis ins Jahr 2025 werden vier einzelne Marktsegmente (Urlaubsreisen mit Kindern, Strandurlaub, Gesundheitsurlaub und Bergsommerurlaub) vertiefend analysiert.



Die Ergebnisse der Studie zeigen eine Veränderung der Kundenstruktur bis zum Jahr 2025. Die demografische Entwicklung ergibt eine geringfügig schrumpfende aber deutlich ältere Gesellschaft. Durch Migration wird diese gleichzeitig bunter. Ein gleichbleibend hohes Interesse am Urlaubsreisen und eine große, übers Leben gesammelte Reiseerfahrung sorgen dafür, dass die Kunden immer kompetenter werden. Sie sind multioptional und wünschen individuelle Abwechslung. Der technologische Fortschritt bedingt ein immer größeres Selbstverständnis im Umgang mit Online-Quellen und IT-Geräten.

Diese Entwicklungen auf der Kundenseite schlagen sich nieder in einer Dynamik des Reiseverhaltens, das auf der einen Seite durch große Verlässlichkeit und Konstanz geprägt ist (z. B. Anzahl der Urlauber, Ranking der wichtigsten Reiseziele), auf der anderen Seite aber auch deutliche Veränderungen mit sich bringt, auf die sich die Branche einstellen muss (z. B. neue Zielgruppengewichte, steigende Anforderungen, anderes Informations- und Buchungsverhalten).

Die Trendstudie ist in deutscher und englischer Sprache erhältlich, umfasst 160 Seiten/113 Abbildungen und Tabellen und ist zum Preis von EUR 590,00 zzgl. USt. direkt über die FUR beziehbar.

Reiseanalyse Trendstudie zum Urlaubsreiseverhalten 2025 in deutschen Quellmarkt

Umfeldanalyse, Angebotsanalyse, lange Zeitreihen zur Urlaubsnachfrage als fundierte Grundlage zur Trendableitung

Trends 2025:

Auf den deutschen Quellmarkt kann man sich verlassen

Die Kunden und ihre Ansprüche werden sich wandeln

Das Reiseverhalten 2025 ist gekennzeichnet durch Konstanz und Veränderung

Neu erschienen:



Highlights der RA 2015:

- Nutzung von Zeitreihendaten seit der RA 2003 inklusive
- Einfache Trendauswertungen mit dem Analysetool CNTlight
- Spannende Module (Mobiles Internet, Gesundheitsorientierter Urlaub, Urlaubsmobilität)
- Erfassung der Sinus-Milieus

Auch Sie können die Reiseanalyse erwerben!

Die RA 2015 ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens sowie der Urlaubsmotive und -interessen der deutschsprachigen Bevölkerung in Deutschland.

Die Untersuchung beschäftigt sich mit Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer und Kurzurlaubsreisen von 2 bis 4 Tagen. Die RA wird seit 1970 kontinuierlich jedes Jahr durchgeführt. Seit Herbst 2007 wird die jährliche face-to-face Befragung durch Onlineerhebungen im Rahmen der RA online ergänzt. Die Ergebnisse können u. a. getrennt für alle Deutschen und die deutschsprachigen Ausländer in Deutschland ausgewertet werden.

RA face-to-face Befragung: Repräsentativ für 70,5 Mio. deutschsprachige Personen über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Random Route). Im Januar 2015 wurden mehr als 7.500 Personen persönlich in den Haushalten zu urlaubsbezogenen Themen befragt.

RA online: Repräsentativ für 59,3 Mio. deutschsprachige Personen zwischen 14 und 70 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Online Access Panel). Onlineerhebungen im Mai und November 2014 mit insgesamt 5.000 Personen. Thematische Schwerpunkte sind online-relevante Fragestellungen sowie Kurz- und Städtereisen.

Wer steckt hinter der Reiseanalyse?

Träger der RA ist die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR). Die FUR ist weder ein Marktforschungsinstitut noch eine Unternehmensberatung. Sie ist vielmehr die neutrale Interessensgemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung in Deutschland und der größte nichtkommerzielle Organisator und Auftraggeber von Tourismusforschung. FUR macht satzungsgemäß keine Gewinne, sondern reinvestiert etwaige Überschüsse vollständig in die Forschungsarbeit.

Die FUR (Geschäftsführer Rolf Schrader) ist zusammen mit dem NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa: Prof. Dr. Martin Lohmann, Ulf Sonntag) zuständig für Konzeption, Organisation und Auswertung der Untersuchung. Ipsos (Doni Boll, Hans-Peter Drews) ist verantwortlich für Feldarbeit und Datenverarbeitung. Dieses Team arbeitet seit über 20 Jahren im Rahmen der Reiseanalyse zusammen.

Nutzer der Reiseanalyse (Auswahl)

ADAC
AIDA Cruises
Caravanning Industrie Verband
Costa Kreuzfahrten
Cunard Line
DER Touristik
DRV
Flughafen München
Fraport
Gruner + Jahr
Hochschule Kempten

IQ media/DIE ZEIT
Landesmesse Stuttgart
RDA
Stena Line
Studienkreis für Tourismus und Entwicklung
Studiosus
Thomas Cook
Tropical Islands
Travel Charme Hotels
VIR

DMOs national:
Baden-Württemberg,
Bayern,
Mecklenburg-Vorpommern,
Niedersachsen,
Sachsen,
Schleswig-Holstein,
Thüringen

DMOs international:
Balearen, Belgien, China,
Dänemark, DZT,
Großbritannien, Island,
Katalonien, Kroatien,
Luxemburg, Ligurien,
Niederlande, Norwegen,
Österreich, Polen, Slowenien,
Spanien, Südtirol, Schweiz,
Trentino

Das kostet die Reiseanalyse

Grundbeteiligung RA 2015

Ergebnisse des Grundfragenprogramms –
Ergebnisband inkl. Bericht, Methodenband,
individuelle Tabellen, Auswertungstagung, Zählrecht

Preis € 9.900,-

Die Grundbeteiligung ist Voraussetzung für den Bezug weiterer Bausteine (z. B. Module, Exklusivfragen, Datenträger)

Alle Preise zzgl. MwSt.

Module der RA 2015

- ▶ Online unterwegs:
Mobiles Internet im Urlaub € 4.900,-
- ▶ Gesundheitsorientierter Urlaub:
Trends, Produkthanforderungen, Potentiale € 4.900,-
- ▶ Urlaubsmobilität: Alle Verkehrsmittel
bei Anreise und vor Ort € 4.900,-

Exklusivfragen

Für Ihre individuelle Fragestellung kalkulieren wir Ihnen ein maßgeschneidertes Angebot für die RA 2016. Fragen Sie uns! Wir beraten Sie gern.