

RA ReiseAnalyse

2014

Erste Ausgewählte Ergebnisse der 44. Reiseanalyse zur ITB 2014



Bei 47% aller Urlaubsreisen 2013
waren die Deutschen zu zweit.



Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) freut sich erste ausgewählte Ergebnisse aus der aktuellen Reiseanalyse 2014 mitzuteilen.

Die seit über 40 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: So viele Urlaubsreisen wie noch nie!

78% der Bevölkerung mit mindestens einer Urlaubsreise

Fast 71 Mio. Urlaubsreisen mit Gesamtausgaben von über € 64 Mrd.

Rekordwerte bei den Urlaubsreisen (5 Tage und länger): Noch nie machten mehr Menschen mehr Reisen als im Jahr 2013. Konkret waren knapp 55 Mio. Urlaubsreisende unterwegs und machten fast 71 Mio. Urlaubsreisen. Damit stieg die Urlaubsreiseintensität auf knapp 78%. Dies ist der Anteil der Bevölkerung, der im Jahr mindestens eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer macht. Auch die Gesamtausgaben für Urlaubsreisen erreichten mit gut € 64 Mrd. einen neuen Höchstwert.

Hinzu kommen knapp 76 Mio. Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage Dauer) mit einem Ausgabevolumen von gut € 19 Mrd. Hier wurden die Vorjahreszahlen nicht ganz erreicht.

Glänzende Aussichten fürs Reisejahr 2014

Urlaubsstimmung: Positiv!

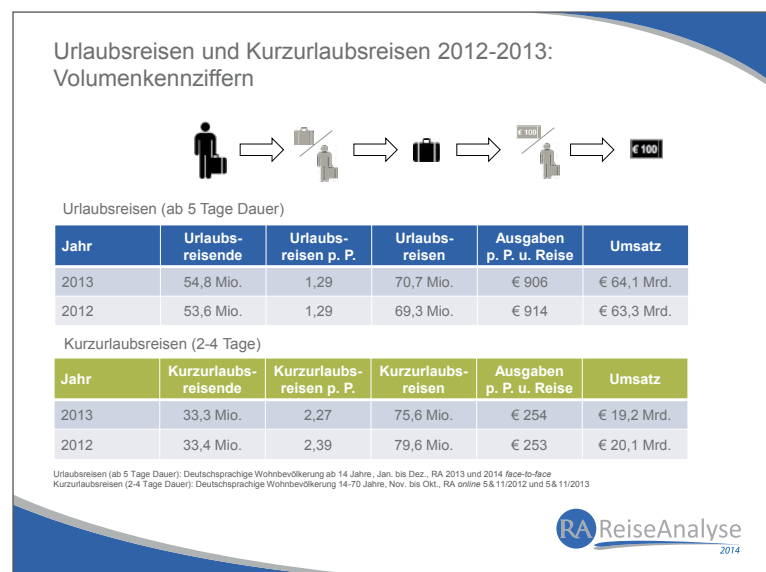
Ausgabenpläne: Eher etwas mehr!

Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage: Etwas optimistischer!

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 2014



Auch für 2014 sind die Aussichten glänzend. 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 2013, 11% wollen sogar tiefer ins Portemonnaie greifen, 8% den Gürtel eher enger schnallen. Alle Werte sind damit 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 leicht optimistischer: 18% gingen Anfang 2014 von einer Verbesserung ihrer persönlichen wirtschaftlichen Situation binnen Jahresfrist aus, 12% von einer Verschlechterung, der weitaus größte Teil der Bundesbürger sah keine Veränderung.

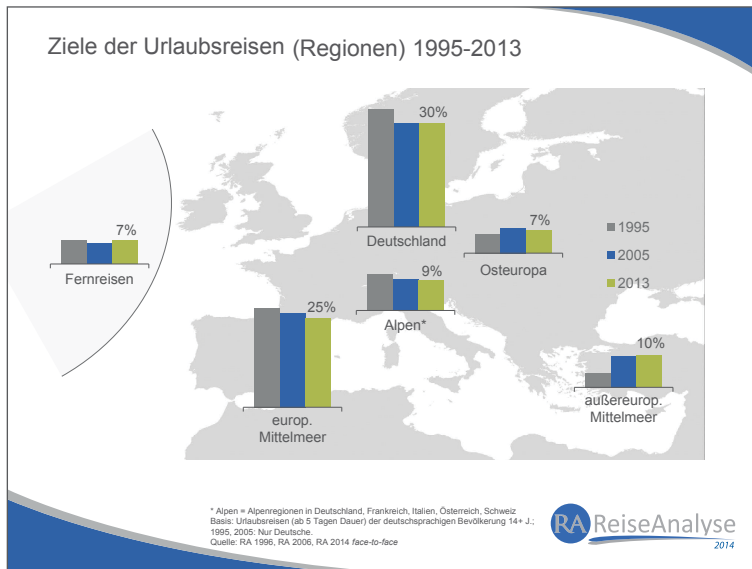
Urlaubsreiseziele: Stabilität bei den wichtigsten Destinationen

Auch 2013 war Deutschland mit einem Marktanteil von 30% das beliebteste Urlaubsreiseziel der deutschen Bevölkerung. Es folgten wie in den Vorjahren Spanien, Italien, die Türkei und Österreich. Knapp zwei Drittel aller Urlaubsreisen gehen jedes Jahr in eines dieser fünf Zielländer. Auch innerhalb Deutschlands blieb die Reihenfolge der beliebtesten Bundesländer unverändert.

Trotz dieser Stabilität der Ziele innerhalb der Gesamtbevölkerung probiert der Einzelne gerne mal etwas Neues aus und sieht prinzipiell in vielen Destinationen die Möglichkeit, seine Urlaubsbedürfnisse zu befriedigen. So interessiert sich der Durchschnittsbürger für sieben unterschiedliche Reiseziele, in denen er in naher Zukunft gerne Urlaub machen würde. Diese Flexibilität des Kunden sorgt dafür, dass Krisen in einzelnen Urlaubsländern nicht zu Rückgängen der touristischen Gesamtnachfrage führen: Man fährt dann einfach woanders hin. Umgekehrt gilt auch: Ist eine Destination raus aus den Negativschlagzeilen, kehrt relativ schnell die „normale“ Nachfrage zurück – so beispielsweise bei Griechenland, das sowohl beim Marktanteil 2013 als auch bei den Interessensbekundungen wieder deutlich zulegen konnte.

2/3 der Urlaubsreisen verteilen sich auf 5 Ziele: Deutschland, Spanien, Italien, Türkei und Österreich

Langfristig stabile Marktanteile der großen Urlaubsregionen

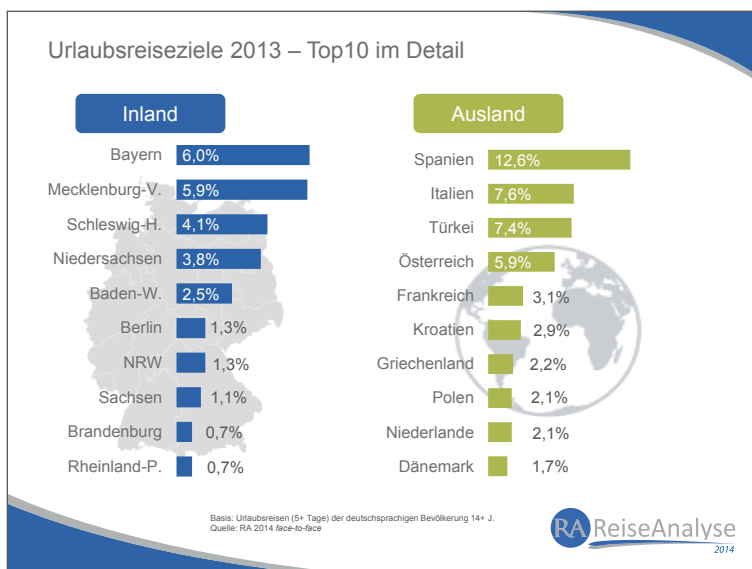


**INLAND:
Am liebsten an die Küste oder in den Süden**

**AUSLAND:
Spanien deutlich vor Italien, der Türkei und Österreich**

Griechenland kann zulegen

Flexible, multioptionale Kunden!



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: Reisedauer geht weiter zurück

Wieder hohe Urlaubsausgaben: € 906 pro Person und Reise

Verkehrsmittel: PKW am wichtigsten, Flugreisen weiter im Trend

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

Das Jahr 2013 bestätigte einmal mehr die langjährigen Nachfragetrends bei der Dauer, den Ausgaben, den Verkehrsmitteln und den Unterkünften von Urlaubsreisen: Die Reisedauer sank mit 12,4 Tagen auf einen neuen Tiefststand. Die Urlaubsreiseausgaben lagen mit € 906 pro Person und Reise auf dem hohen Niveau des Vorjahres. Bei den Verkehrsmitteln gewinnt das Flugzeug langfristig Marktanteile auf Kosten des PKW. Beim Urlaubswohnen dominierte das Hotel deutlich vor Ferienwohnungen und -häusern.

		2000	2012	2013	2013	
		Gesamt	Gesamt	Gesamt	Inland	Ausland
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%		62,2 Mio.	69,2 Mio.	70,7 Mio.	21,5 Mio.	49,2 Mio.
Verkehrsmittel	PKW/Wohnmobil	49%	47%	45%	73%	33%
	Flugzeug	37%	37%	38%	1%	54%
	Bus	9%	8%	8%	9%	7%
	Bahn	6%	5%	6%	15%	2%
Unterkunft	Hotel/Gasthof	47%	46%	47%	29%	55%
	Ferienwohnung/Ferienhaus	24%	24%	24%	36%	20%
	Pension/Privatzimmer	10%	7%	6%	11%	5%
	Camping	6%	7%	6%	8%	5%
Reiseausgaben ges. pro Person pro Reise (Ø in €)		792	914	906	550	1.061
Ø Reisedauer in Tagen		13,8	12,6	12,4	10,1	13,4

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ J., 2000 nur Deutsche
Quelle: RA 2001, RA 2013, RA 2014 face-to-face

Urlaubsorganisation/-buchung: Immer mehr Direktbuchungen

Urlaubsorganisation: Pauschalreisen am wichtigsten

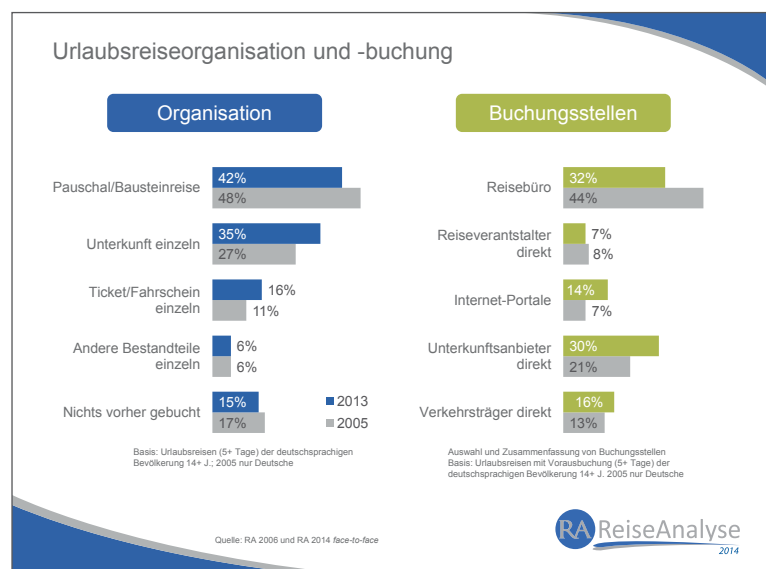
Buchungsstellen: Das Reisebüro dominiert den Markt

ABER: Langfristiger Strukturwandel

GEWINNER: Unterkunftsanbieter und Internetportale

VERLIERER: Reisebüros und Pauschalreisen

Zwar bleibt die Pauschalreise die wichtigste Organisationsform von Urlaubsreisen und das Reisebüro die wichtigste Buchungsstelle, ein Strukturwandel zu Gunsten von Einzelbuchungen, Unterkunftsanbietern und Internetportalen ist aber seit Jahren zu beobachten. Der Treiber hinter dieser Entwicklung ist die kontinuierliche Zunahme der Onlinebuchungen, von 11% aller gebuchten Reisen im Jahr 2005 auf 31% im Jahr 2013.



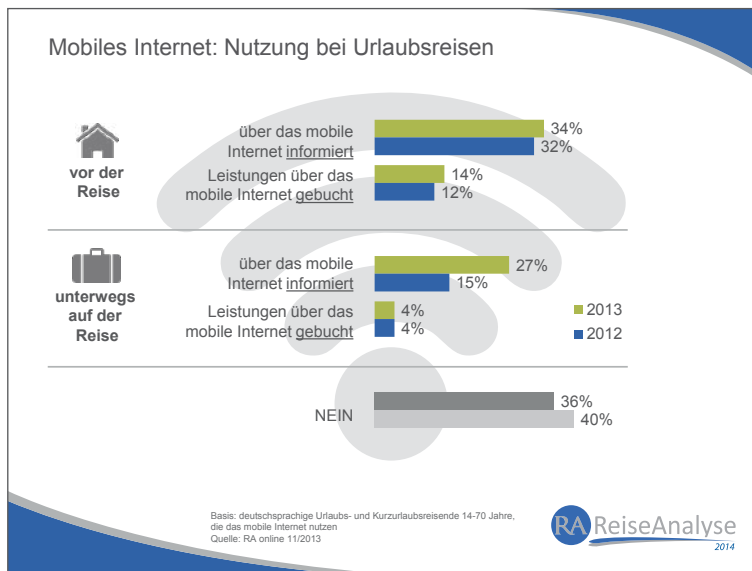
Customer Journey: Touchpoints während und nach der Reise

Die RA 2014 untersucht die Customer Journey der Urlauber, vom Beginn der Reiseinformation über die Buchungsentscheidung bis zur Zufriedenheit und Weiterempfehlung. Neu sind dabei vor allem die Erkenntnisse zur Kommunikation unterwegs und dem Mitteilen von Urlaubserlebnissen. Hier ist der Urlauber sowohl Nutzer als auch Quelle von Informationen.

Aktuell nutzen 52% der deutschen Bevölkerung das mobile Internet (2011: 13%). Smartphone und Tablet sind auch wichtige Kanäle für Informationen zum Urlaub. Oft wird diese Information erst unterwegs abgefragt: Im Jahr 2013 informierten sich 27% der Nutzer auf der Reise über das mobile Internet – fast eine Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr! Dagegen spielt die Buchung von Reiseleistungen unterwegs noch eine untergeordnete Rolle.

Mehr als die Hälfte der Bevölkerung nutzt das mobile Internet

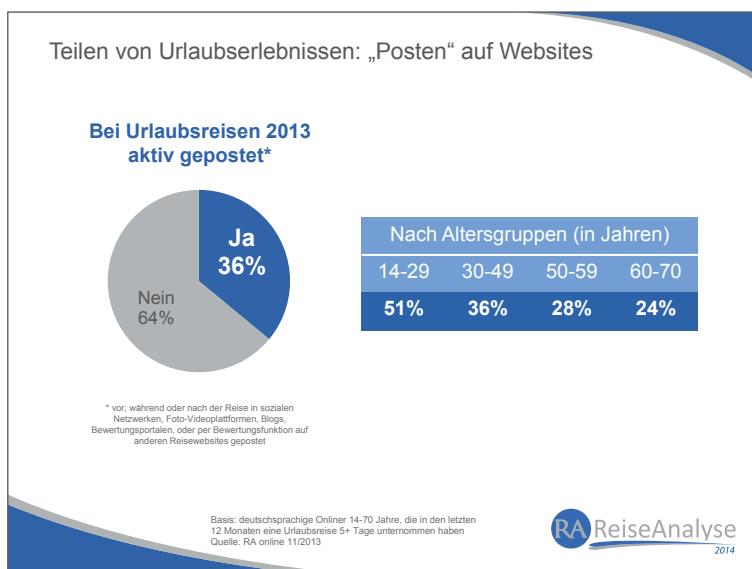
Bei Urlaubsreisen wächst vor allem die Nutzung des mobilen Internet für Informationen während der Reise



36% der Onliner haben bei ihrer letzten Urlaubsreise Erlebnisse online geteilt, z.B. über soziale Netzwerke, Blogs, Foto- oder Videoplattformen, Bewertungsportale oder Kommentarfunktionen bei Buchungsportalen. Und: Nicht nur die Jungen posten: 24% der 60-70-Jährigen Onliner teilen ihre Urlaubserlebnisse im Netz!

Ein Drittel der reisenden Onliner postet seine Urlaubserlebnisse im Internet

Mehr dazu im Modul Customer Journey und Teilen von Urlaubserlebnissen



Nachhaltigkeit im Urlaub ist für viele wünschenswert!

Nachhaltigkeit im Urlaub ist ein Schwerpunkt der RA 2014

Für die Mehrheit der Touristen ist Nachhaltigkeit im Urlaub ein Thema

Die Konsumenten sehen die eigene Verantwortung, aber auch die Anbieter und den Staat in der Pflicht

Notwendig für mehr nachhaltige Urlaubsnachfrage:

- ▶ Nicht teurer als „normaler“ Urlaub
- ▶ Passend zu den Urlaubswünschen
- ▶ Information
- ▶ Großes Angebot

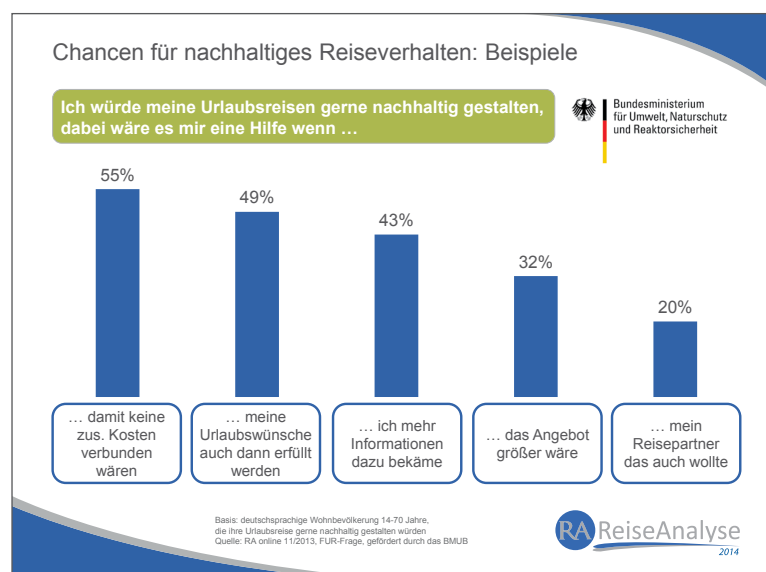
Insgesamt gute Voraussetzungen für ein nachhaltigeres Reiseverhalten

Mehr dazu im Modul Nachhaltige Urlaubsreisen: Akzeptanz und Potenziale

Wie in anderen Lebensbereichen auch ist Nachhaltigkeit im Tourismus längst kein Nischenthema mehr. Die meisten Anbieter und auch immer mehr Kunden setzen sich vor und während der Reise mit verschiedenen Aspekten der Nachhaltigkeit auseinander. Aus diesem Grund beleuchtet die RA 2014 dieses Thema aus verschiedenen Facetten der Nachfrageseite, zum einen in einem Modul mit dem Schwerpunkt auf nachhaltigen Verhaltensweisen im Urlaub, zum anderen, gefördert durch das Bundesumweltministerium (BMUB), mit Fragen u.a. zu Einstellungen, Entscheidungsgründen und Zukunftschancen für nachhaltigen Tourismus. Dabei zeigt sich: Nachhaltigkeit ist für die Mehrheit der Touristen ein wichtiges Thema. Sie sehen ihre eigene Verantwortung als Verbraucher. Genauso stehen aber auch Anbieter und Staat in der Pflicht.

Konkret gab es 2013 eine Million Reisende, bei denen Nachhaltigkeit das wichtigste Entscheidungskriterium war. Für sechs Millionen Reisende war Nachhaltigkeit einer von mehreren Aspekten bei der Reisegestaltung. Schaut man auf die verschiedenen Dimensionen von Nachhaltigkeit, streben 22 Mio. Personen ein ökologisch einwandfreies Urlaubserlebnis an, 26 Mio. achten besonders auf die Sozialverträglichkeit. Mit Blick in die Zukunft finden sich 36 Mio. Personen, die ihre Urlaubsreise gerne nachhaltig gestalten würden.

Aber was muss passieren, dass diese Vielzahl von Menschen ihre generell nachhaltige Urlaubseinstellung auch in die Tat umsetzt? Dazu geben sie der Reisebranche wichtige Anhaltspunkte auf den Weg: So soll eine nachhaltige Reise nicht teurer sein als eine „normale“, die eigentlichen Urlaubswünsche müssen erfüllt sein und es muss die richtigen Informationen und ein breites, passendes und auffindbares Angebot für nachhaltigen Tourismus geben. Das Potenzial für mehr nachhaltigen Tourismus ist auf dem deutschen Markt also durchaus vorhanden!



Fernreiseziele: Das Interesse steigt, besonders für Asien

Mit einem Marktanteil von 7% aller Urlaubsreisen sind Fernreisen für viele Reiseveranstalter ein wichtiges Geschäft und in den fernen Destinationen sind die Deutschen gern gesehene Gäste. Dabei hat das Fernweh der Deutschen in den letzten 10 Jahren zugenommen: Das höchste Interesse gibt es für Nordamerika, das stärkste Wachstum für Asien.

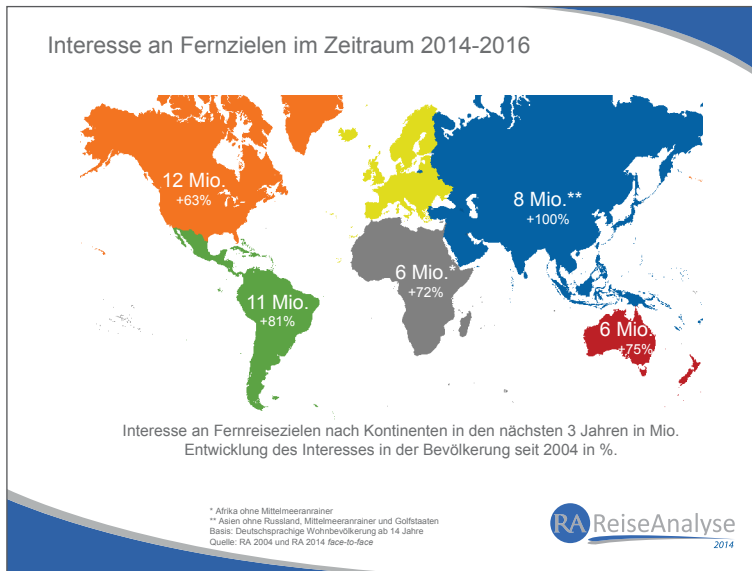
12 Mio. träumen von einem Urlaub in Nordamerika in den nächsten 3 Jahren

Das Interesse an einem Urlaub in Asien hat sich im letzten Jahrzehnt verdoppelt

Auch für einzelne Länder sieht es gut aus, z.B.

MÉXICO

5 Mio. Interessenten, +95% seit 2004



Städtetourismus: Der Boom ist ungebrochen

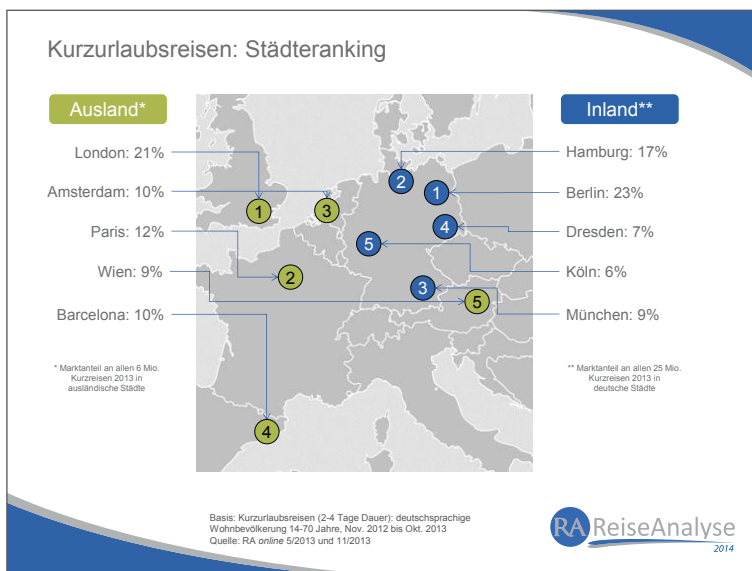
Der Städtetourismus ist einer der wenigen Bereiche im Tourismus mit klarem langfristigem Wachstumstrend. Anfang 2014 kommt für 43% der Bevölkerung in Deutschland eine Städtereise in den nächsten drei Jahren in Frage. 25% können auf aktuelle Erfahrungen zurückgreifen. Damit haben sich Nachfrage und Interesse seit 2000 in etwa verdoppelt! Städtetrips sind vor allem ein Kurzreisethema. Die wichtigsten Ziele 2013 waren Berlin, Hamburg, München und Dresden im Inland sowie London und Paris im Ausland.

Verdoppelung von Städtereise-Interesse und -Nachfrage seit 2000

Städtetourismus sind vor allem Kurzurlaubsreisen

Inland: Berlin vor Hamburg, München und Dresden

Ausland: London vor Paris und Amsterdam



Highlights der RA 2014:

- Einfache Trendanalysen durch Zeitreihendaten
- Spannende Module (Customer Journey und Nachhaltige Urlaubsreisen)
- Erfassung der Sinus-Milieus

Auch Sie können die Reiseanalyse 2014 erwerben!

Die RA 2014 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 70,3 Mio. deutschsprachige Personen über 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Random Route). Im Januar 2014 wurden mehr als 7.500 Personen persönlich in den Haushalten zu urlaubsbezogenen Themen befragt.

RA online: Repräsentativ für 59,4 Mio. deutschsprachige Personen zwischen 14 und 70 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Online Access Panel). Onlineerhebungen im Mai und November 2013 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. Mit der Reiseanalyse erbringt die FUR jährlich Forschungsleistungen in Höhe von mehr als einer halben Million Euro. Die FUR macht satzungsgemäß keine Gewinne, sondern reinvestiert etwaige Überschüsse vollständig in die Forschungsarbeit.

Die FUR (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 20 Jahren im Rahmen der Reiseanalyse zusammen.

Nutzer der Reiseanalyse (Auswahl):

Accor Hospitality	Landesmesse Stuttgart	DMOs national:	DMOs international:
AIDA Cruises	RDA	Baden-Württemberg,	Balearn, Belgien, China,
Costa Kreuzfahrten	Stena Line	Bayern, Hamburg,	Dänemark, DZT, Großbritannien,
DER Touristik	Studienkreis für Tourismus und Entwicklung	Mecklenburg-Vorpommern,	Island, Katalonien,
Fraport	Studiosus	Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen,	Luxemburg, Ligurien,
Gruner + Jahr	Thomas Cook	Schleswig-Holstein,	Norwegen, Österreich,
Hochschule Kempten	Tropical Islands	Thüringen	Polen, Slowenien, Spanien,
IQ media/DIE ZEIT	VIR		Südtirol, Schweiz, Trentino
Legoland Deutschland			

Das kostet die Reiseanalyse

Grundbeteiligung RA 2014

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 2014

- ▶ Nachhaltige Urlaubsreisen: Akzeptanz und Potenziale € 4.900,-
- ▶ Customer Journey und Teilen von Urlaubserlebnissen € 4.900,-
- ▶ Nutzung von (Print-)Medien (speziell für Verlage – Preis auf Anfrage)

Exklusivfragen

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