

British American Tobacco stellt die 17. Deutsche Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts vor

REISEBILANZ 2000 Ungebrochene Reiselust.....	2
INLANDSREISEZIELE 2000 Nord- und Ostsee als Spitzenreite.....	3
INLANDSREISEZIELE IMMER WENIGER GEFRAGT. Tiefstand im Deutschlandtourismus.....	4
AUSLANDSREISEZIELE 2000 Spanien verliert Marktanteile	5
DIE REISEFREIHEIT UND IHRE FOLGEN Ostdeutsche Reiseströme im Zehn-Jahres-Vergleich (1990/2000)	6
REISEABSICHTEN 2001 Abwartend optimistisch	7
REISEZIELE 2001 Italien, Österreich und die Türkei besonders gefragt	7
SPAREN AM UND IM URLAUB Weniger Shopping und Ausflüge – mehr preiswertere Reisen.....	8
JEDER SEIN EIGENER REISEUNTERNEHMER? Organisierte Reisen liegen im Trend	10
PAUSCHAL - UND DOCH GANZ INDIVIDUELL Trendwende: Mehr Pauschal- als Individualreisende	10

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 2000: Ungebrochene Reiselust

Italien, Österreich und die Türkei im Aufwind –
Dämpfer für Spanien und Deutschland im Tief

Die Touristikbranche kann beruhigt sein. Die Reiselust der Deutschen ist zwar nicht weiter gestiegen, jedoch unverändert hoch (1999: 52% - 2000: 52%). Und sie kennt keine Grenzen: Immer mehr schweifen in die Ferne und kehren dem eigenen Land den Rücken zu. Mehr als zwei Drittel der Urlaubsreisenden (69%) hielten sich in der vergangenen Saison im Ausland auf, während die Inlandsreisen den tiefsten Stand seit zehn Jahren erreicht haben (1990: 43% - 1995: 37% - 2000: 31%). Dagegen befinden sich die Ferienländer Italien, Österreich und die Türkei im Aufwind (jeweils +2 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr). Dies geht aus der 17. Deutschen Tourismusanalyse des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco hervor, in der 5.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2000 und ihren Reiseabsichten 2001 befragt wurden.

Der Spitzenreiter Spanien in der Gunst der deutschen Urlaubsreisenden hat zum ersten Mal in der vergangenen Reisesaison einen Dämpfer bekommen. Der schier unaufhaltsam erscheinende Aufsteiger (1995: 11% - 1997: 15% - 1999: 17%) sieht sich plötzlich gebremst (2000: 16%). „In Spanien zeigen sich erste Grenzen des Massentourismus“, so Institutsleiter Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. „Viele Feriengebiete auf den Balearen und Kanarischen Inseln gelten als überlaufen. Also zieht die Touristenkarawane einfach weiter.“ Das beliebteste Pauschalreiseziel der Deutschen wird in den nächsten Jahren mit Sättigungstendenzen leben müssen.

Hohe Energiekosten, ein starker US-Dollar oder ein schwacher Euro hatten bisher nur wenig Einfluss auf die Reiseentscheidungen der Deutschen. Urlaubsreisen von mehr als fünf Tagen Dauer waren in der vergangenen Saison genauso gefragt wie im Vorjahr (1999: 52% - 2000: 52%). Dies gilt auch für längere Urlaubsreisen von mehr als zwei Wochen Dauer (1999: 42% - 2000: 42%). Allerdings bleibt die Reiseintensität weiterhin ein Spiegelbild der Einkommensverhältnisse in Deutschland. Unter den Urlaubern, die sich eine längere Reise von mehr als zwei Wochen Dauer leisten können, sind nach wie vor die Besserverdienenden mit einem Haushaltseinkommen von über 5.000 DM überrepräsentiert

(57% - unter 2000 DM: 17%). Auf einen Geringverdienenden kommen im Urlaubsreisemarkt mehr als drei Besserverdienende.

Inlandsreiseziele 2000.
Nord- und Ostsee als Spitzenreiter

Weil die inländischen Ferienregionen immer mehr Marktanteile im Tourismus verlieren, nimmt auch der interne Verdrängungswettbewerb in Deutschland zu. Professor Opaschowski: „Seit Jahren zeichnet sich als stabiler Trend ab: Küste verdrängt Berge. Wellen, Wind, Sand und Strandkorb liegen in der Gunst der Inlandsurlauber vorn.“ Die Ferienregionen an der Nordseeküste haben im vergangenen Jahr trotz der starken in- und ausländischen Konkurrenz ihre Position behaupten können (1999: 6% - 2000: 6%). Hingegen mussten die Ostsee-Feriengebiete in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern einen leicht rückläufigen Marktanteil (1999: 8% - 2000: 6%) hinnehmen.

Unter größeren Verlusten haben seit Anfang der neunziger Jahre fast alle Alpenländer zu leiden, die bayerischen Ferienregionen genauso wie Österreich und die Schweiz. Von allgemeiner Alpenmüdigkeit war die Rede. So sank der Anteil der deutschen Urlauber in Bayern von 12 Prozent (1991) fast erdrutschartig auf 8 Prozent (1999). Und ein Ende der Talfahrt ist noch immer nicht erkennbar. In der vergangenen Reisesaison 2000 hatten Ostbayern, Oberbayern und Allgäu einen weiteren Rückgang des Marktanteils auf nunmehr 5 Prozent zu beklagen. Trotzdem gehören die bayerischen Feriengebiete neben der Nordsee- und Ostseeküste nach wie vor zu den beliebtesten Inlandsreisezielen.

Inlandsreisen immer weniger gefragt.
Tiefstand im Deutschlandtourismus

Urlaub in Deutschland liegt offensichtlich immer weniger im Trend. „Eine Trendwende beim deutschen Urlauber ist nicht abzusehen“, so Prof. Dr.

Opaschowski. „Hoffnungsträger für die Zukunft können fast nur noch ausländische Gäste sein, die dann als Kulturtouristen nach Sanssouci oder Neuschwanstein gelockt werden. Für die meisten Bundesbürger ist Inland wie Alltag und fängt der Reiz der Ferne erst mit der Auslandsreise an. Unbeständiges Wetter und wohl auch hohe Preise sowie mangelnde

Flexibilität der Anbieter halten immer mehr Bundesbürger von Inlandsreisen fern“.

Im Laufe der letzten vierzig Jahre wurden die Reiseströme der Deutschen geradezu auf den Kopf gestellt. Noch 1960 hielten sich 69 Prozent der deutschen Urlauber im Inland, 31 Prozent im Ausland auf. In der vergangenen Reisesaison war es genau umgekehrt: 69 Prozent Auslandsreisenden standen nur mehr 31 Prozent Inlandsreisende gegenüber – so wenig wie nie zuvor. Und die Tendenz der letzten Jahre ist weiter fallend (1998: 38% - 1999: 35% - 2000: 31%). Für die Zukunft zeichnet sich ab: Deutschland wird zum Kurzurlaubsland – für die Bundesbürger genauso wie für die ausländischen Städte- und Kulturtouristen.

Auslandsreiseziele 2000.

Spanien verliert Marktanteile

Immer mehr deutsche Urlauber fühlten sich in den vergangenen Jahren reif für die Inseln im Mittelmeer. Die Balearen und Kanaren waren einsame Spitzenreiter. Spanien schien auf zweistellige Zuwachsraten programmiert zu sein. Das Ferienland wies eine unvergleichliche Erfolgsbilanz auf (1993: 10% - 1995: 11% - 1997: 15% - 1999: 17%). Zum ersten Mal seit einem Jahrzehnt hat Spanien in der vergangenen Saison leichte Einbußen hinnehmen müssen (2000: 16%).

Die wachsende Attraktivität italienischer, griechischer und türkischer Badeziele wird Spanien in Zukunft noch mehr zu spüren bekommen. Vor allem Italien befindet sich im Aufwind (1999: 7% - 2000: 9%). Die Bilanz kann sich sehen lassen. Und auch Österreich ist wieder im Kommen (1999: 5% - 2000: 7%). Eine Renaissance des traditionell beliebten Ferienlandes der Deutschen kündigt sich an, weil es schöne Landschaft, freundliches Personal und gemütliche Atmosphäre gleichermaßen bietet. Auch die Türkei gehört zu den Gewinnern der vergangenen Saison (1999: 3% - 2000: 5%), ebenso Griechenland (1999: 4% - 2000: 5%).

Der Fernreisemarkt bleibt – schon aus finanziellen Gründen – nur eine attraktive Ergänzung (und nicht etwa eine Alternative) zu mediterranen Ferenzielen. Der große Durchbruch lässt weiter auf sich warten. Die Karibik, insbesondere Kuba und die Dominikanische Republik stagnieren seit Jahren (1991: 1% - 1996: 1% - 2000: 1%). Auch USA-Reisen bleiben ein Nischenmarkt (2000: 1%). Fernreiseziele werden im nächsten Jahr-

zehnt keine Konkurrenz zu den klassischen Reisezielen der Deutschen sein oder werden können.

Die Reisefreiheit und ihre Folgen.

Ostdeutsche Reiseströme im Zehn-Jahres-Vergleich (1990/2000)

Mit Erreichen der Reisefreiheit hat es eine fast revolutionäre Richtungsänderung der ostdeutschen Reiseströme gegeben: Von der Ostsee zum Mittelmeer, lieber Auslands- als Inlandsreise. Noch 1990 – im Jahr der deutschen Vereinigung – hielt sich die überwiegende Mehrheit der ostdeutschen Reisenden in inländischen Feriengebieten auf; zehn Jahre später sind es nur noch 39 Prozent. 1990 wählte fast jeder vierte ostdeutsche Urlauber (24%) die mecklenburgisch-vorpommersche Ostseeküste als Reiseziel, in der vergangenen Reisesaison 2000 waren es gerade einmal 8 Prozent. Massenhaft strömen die Ostdeutschen dagegen nach Spanien (1990: 3% - 2000: 9%) oder nach Österreich (1990: 6% - 2000: 8%). Mit deutlichem Abstand folgen Italien (1990: 3% - 2000: 5%), Griechenland (1% - 4%), Skandinavien (1% - 4%) und die Türkei (0% - 4%).

Westdeutsche und ostdeutsche Reisegewohnheiten haben sich in den vergangenen zehn Jahren weitgehend angeglichen. Beide favorisieren die gleichen Reiseziele und setzen nur gelegentlich etwas andere Akzente. Westdeutsche wählen mehr Badeziele (Ostsee, Nordsee, Spanien), Ostdeutsche können sich mehr für Berge und Seen begeistern (Schwarzwald, Bayern, Österreich).

Reiseabsichten 2001.

Abwartend optimistisch

Wie reisefreudig sind die Bundesbürger in der kommenden Saison gestimmt? Im Vergleich zum Vorjahr weist die Reiselust der Deutschen leicht aufsteigende Tendenz auf (2000: 47% - 2001: 49%). Fast jeder zweite Bundesbürger will „weg“ oder sitzt schon auf gepackten Koffern. 49 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahren, also über 31 Millionen sind zur Reise fest entschlossen.

Weitere 27 Prozent (im Vorjahr 2000: 29%) sind sich noch unschlüssig und wissen nicht genau, ob sie in diesem Jahr verreisen können oder wollen. Nun müssen Reiseabsichten und tatsächliches Reiseverhalten

nicht übereinstimmen. Reiseabsichten aber sagen viel über konjunkturelle Stimmungen, Konsumprioritäten und Ausgabenbereitschaft aus. Für Euphorie ist sicher wenig Anlass. Die Bundesbürger neigen eher zu einer Haltung zwischen Abwarten und positiver Stimmung. Abwartend optimistisch – mit dieser Einstellung der Verbraucher kann die Reisebranche in der kommenden Saison 2001 ganz gut leben.

Reiseziele 2001.

Italien, Österreich und die Türkei besonders gefragt

Und wohin soll die Reise 2001 gehen? Die Repräsentativumfrage des Freizeit-Forschungsinstituts zu den für 2001 geplanten Reisezielen ergibt: Nur mehr jeder fünfte Bundesbürger mit festen Reiseabsichten will im eigenen Lande bleiben (20%), alle übrigen zieht es ins Ausland. Professor Opaschowski: „Ferne, Wärme und Weite bestimmen nach wie vor die Reiseströme der kommenden Saison.“

Spanien bleibt der Spitzenreiter unter den Auslandsreisezielen. Allerdings lassen die Reiseabsichten auch hier im Vergleich zum Vorjahr Zurückhaltung erkennen. Anfang des Jahres 2000 bekundeten 16 Prozent der Befragten die Absicht, nach Spanien zu reisen. Ende des Jahres waren tatsächlich 16 Prozent der deutschen Urlaubsreisenden dort. In diesem Jahr nennen lediglich 15 Prozent dieses Wunschziel. Spanien bleibt weiter attraktiv, aber wird sich von zweistelligen Zuwachsraten verabschieden müssen.

Im Vergleich zum Vorjahr besonders gefragt sind in der kommenden Reisesaison Italien (2000: 8% - 2001: 10%), Österreich (2000: 6% - 2001: 7%) sowie die Türkei (2000: 4% - 2001: 6%). Die Türkei ist auf dem besten Wege, sich ihre Marktposition im östlichen Mittelmeerraum zurückzuerobern. Wenn die Urlauber ihr Vorhaben wahr machen, könnte die Zahl der Türkeireisenden um etwa 300.000 von 1,5 auf 1,8 Millionen steigen. Dagegen bleiben Reiseziele wie USA/Kanada (2%) oder Karibik einschließlich Kuba und Dominikanischer Republik (3%) weiter nur „Fern“-Ziele: Für viele mehr Wunsch als Wirklichkeit.



Sparen am und im Urlaub.

Weniger Shopping und Ausflüge – mehr preiswertere Reisen

Repräsentativ wurde die Bevölkerung danach gefragt, welchen Einsparungen sie am Urlaub oder im Urlaub am ehesten zustimmen kann. Eine knappe Mehrheit der Bundesbürger (54%) ist bereit, sich im Urlaub mit einer neuen Bescheidenheit zu arrangieren. Opaschowski: „Zwischen Spar-Zwang und Schnäppchen-Jagd hin- und hergerissen entscheiden sich die Urlauber für die Devise: Nichts wie weg – aber bescheidener am Urlaubsort.“ Sie schränken sich bei Shopping und Souvenirs ein (1996: 19% - 2000: 20%) oder gehen seltener ins Restaurant (1996: 13% - 2000: 15%). Unter der neuen Bescheidenheit am Urlaubsort hat vor allem der Ausflugstourismus zu leiden. „Weniger Ausflüge“ sagten 1996 sechs Prozent der Befragten, im Jahr 2000 waren es bereits zehn Prozent.

Das Vertrauen auf Last-Minute-Angebote ist in der Bevölkerung überraschend gering ausgeprägt (1996 und 2000 jeweils 12%). Die meisten Bundesbürger verlassen sich lieber auf ihre eigene Sparsamkeit im Urlaub als auf das Versprechen der Reisebranche, im letzten Moment viel Urlaub für wenig Geld zu bekommen. Last Minute-Angebote werden vorrangig von jungen Leuten im Alter von 18 bis 24 Jahren in Anspruch genommen (25% - übrige Bevölkerung: 12%).

Über elf Millionen Bundesbürger (18%) legen derzeit eine eigene Urlaubskasse an. Mit dem extra Ersparten nur für den Urlaub finanzieren sie dann ihre nächste Urlaubsreise. Hinzu kommen über 19 Millionen Bundesbürger (31%), die ihr Sparbuch bzw. ihre Sparguthaben angreifen, damit sie auf ihre Urlaubsreise nicht verzichten müssen. Die ältere Generation der 65- bis 79-Jährigen ist von der Sparbuch-Idee am meisten angetan (45%), während die junge Generation der 14- bis 24-Jährigen im Urlaub mehr vom Urlaubszuschuss der Eltern (31%) als vom eigenen Sparbuch (25%) lebt.

Holiday-Banking, ein System der Urlaubs-Vorfinanzierung per Kredit und Raten, soll angeblich auf dem Vormarsch sein. In Wirklichkeit setzt sich diese Urlaubsfinanzierung in Deutschland nach wie vor nicht durch (1%). Beim Reisen sind die Bundesbürger nach wie vor konsequent: Sie verreisen meist erst dann, wenn sie genug verdient oder gespart haben. Das Geld muss vorher da sein - sonst verzichten sie ganz auf die Reise.

Jeder sein eigener Reiseunternehmer? Organisierte Reisen liegen im Trend

78 Prozent der Bevölkerung in Deutschland machen gelegentlich oder regelmäßig eine Urlaubsreise. Davon ist jede zweite Urlaubsreise heute eine Pauschalreise. Noch 1970 war es nur jede sechste (17%) gewesen. In der vergangenen Reisesaison 2000 hielten sich Pauschal- und Individualreisen mit jeweils 39 Prozent erstmals die Waage, während die übrigen 22 Prozent der Bundesbürger „noch nie eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer gemacht haben“. Die Qualitätsoffensive der Touristikbranche zahlt sich offensichtlich aus. Das Massenprodukt Reise wurde inzwischen so individualisiert, dass jeder Reisende seine ganz persönlichen Bedürfnisse nach Erholung und Erlebnissen, Bequemlichkeit und Komfort befriedigen, aber auch Reisewünsche im Hinblick auf Zeit und Geld verwirklichen kann. Institutsleiter Opaschowski: „Der Reisemarkt ist ein Erlebnismarkt der 1000 Möglichkeiten geworden, dem die Quadratur des Kreises gelingt: Er verkauft Freiheit von der Stange, ohne dass der Urlauber dies spürt, obwohl er um den Kommerzcharakter des Urlaubs weiß.“

Pauschal – und doch ganz individuell. Trendwende: Mehr Pauschal- als Individualreisende

Was unterscheidet überhaupt noch eine Pauschalreise von einer Individualreise? Der Reisemarkt teilt sich heute in vier Gruppierungen auf, zwischen denen die Grenzen immer fließender und die Unterscheidungen „pauschal“ oder „individuell“ immer fragwürdiger werden. Dazu gehören:

Die Vollbucher (34%) buchen eine komplett organisierte Reise mit Transport und Unterkunft bei einem Reiseveranstalter bzw. Reisebüro und zahlen vor Antritt der Reise. Zu diesem Reisetypus zählen insbesondere Singles (40%) und kinderlose Paare (44%) sowie die Höherverdienenden (40%) mit einem Haushaltsnettoeinkommen von über 5.000 DM

Die Teilbucher (5%) buchen lediglich eine teilweise organisierte Reise bei einem Reiseveranstalter bzw. Reisebüro; den anderen Teil organisieren sie selbst. In dieser Gruppe sind Selbstständige (10%) und Leitende Angestellte (10%) überrepräsentiert.



Die Servicereisenden (4%) stellen sich Route, Ziel, Unterkunft und/oder Transport selber zusammen und nehmen bei der Vorbereitung die Hilfe eines Reisebüros in Anspruch. Von diesen Serviceleistungen machen die jungen Leute im Alter von 18 bis 24 Jahren (8%) sowie Universitätsabsolventen (9%) noch am ehesten Gebrauch.

Die Selbstorganisierer (35%) sind die wahren Do-it-yourselfer, die ihre ganze Reise von Anfang bis Ende selbst planen und organisieren und sie auch völlig ohne jede Hilfe eines Reisebüros durchführen. Familien mit Kindern (40%) bevorzugen diese Reiseform, weil sie viel Freiheiten lässt und überwiegend mit dem eigenen Pkw unternommen werden kann.

Professor Opaschowski: „In der kommenden Reisesaison 2001 wird es erstmals mehr Pauschalreisende als Individualreisende in Deutschland geben. Das hat es in der Geschichte des modernen Tourismus noch nicht gegeben. Für die Zukunft zeichnet sich als Tendenz ab: Die Individualreisenden laufen massenhaft in die offenen Arme der Reiseveranstalter.“ Der organisierte Tourismus hat den Trend zur Individualisierung in allen Lebensbereichen rechtzeitig erkannt und sich von starren Angebotsformen verabschiedet.

Im Zeitalter des Massentourismus, in dem jeder jederzeit an jeden Ort reisen kann, lösen sich die vermeintlichen Widersprüche auf. Fast jeder zweite Vollbucher (46%), der sich seine Reise komplett organisieren lässt, sieht sich heute in keiner Weise in seinem Handlungsspielraum eingeschränkt. Selbstbewusst vertritt er die Auffassung: „Auch bei einer Pauschalreise kann man den Urlaub ganz individuell gestalten.“ Andererseits sind Vollbucher auch Realisten: Nur etwa jeder fünfte (19%) kann von sich sagen: „Ich fühle mich nicht als Massentourist. Auf Reisen bin ich Individualist.“ Und auch die Selbstorganisierer bzw. Do-it-yourselfer sehen sich selbstkritisch als Teil eines Tourismussystems: Selbst wenn Millionen von Individualisten verreisen – am Ende kommt doch immer Massentourismus dabei heraus.



Technische Daten der Befragung

TA 2001. Ergebnisse der 17. Deutschen Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	Deutschland 5.000 Personen ab 14 Jahren
Zeitraum der Befragung:	6. bis 22. Januar 2001
Befragungsinstitut:	INRA Deutschland Gesellschaft für Markt- und Sozialforschung mbH, Mölln

Die Studie Deutsche Tourismusanalyse (TA 2001) ist gegen eine Schutzgebühr von DM 15,00 beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg 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 2000/Reiseabsichten 2001 ein ausführlicher Datenband zur Deutschen Tourismusanalyse (Reiseziele 2000 und Reiseabsichten 2001 der Deutschen) zum Preis von DM 398,-- bezogen werden.

Gleichzeitig erscheint im Buchhandel u.a. zum Thema Pauschal Tourismus das Buch „Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert“ (Germa Press Verlag Hamburg 2001) zum Preis von DM 34,90.

