

BAT FREIZEIT-FORSCHUNGSINSTITUT STELLT DIE
23. DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE VOR

REISELUST DER DEUTSCHEN NICHT ZU BREMSEN

Griechenland löst Türkei ab
Osteuropa verdrängt Österreich
Gesundheitstourismus immer mehr gefragt

Inlandsreiseziele 2006.
Inlandsreisen erobern Marktanteile zurück
Bayern und Ostsee: Die Sieger der Saison

Auslandsreiseziele 2006.
Spanien bleibt Spitzenreiter
Türkei ist der große Verlierer

Auswirkungen der Fußball-WM 2006.
WM-Knick im Sommer: Nachholbedarf im Herbst

Das Urlaubsdilemma:
Zwischen Geld- und Zeitnot.
Warum viele Bundesbürger nicht verreisen können

Tourismusprognose 2007.
Optimistisch ins neue Urlaubsjahr:
Über 70 Prozent der Deutschen wollen verreisen

Reiseziele 2007.
Spanien, Italien und Osteuropa:
Die Gewinner der Saison

Urlaubsformen der Zukunft:
Urlauber schwimmen auf der Wohlfühlwelle:
Mehr Wellness- als Cluburlaub

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

Vogelgrippe, Karikaturenstreit, Terroranschläge und Wirbelstürme haben in einigen Ferienregionen ihre Spuren hinterlassen, aber die Reiselust der Deutschen nicht bremsen können. Noch bevor andere Branchen den Aufschwung wirklich spüren, hat die Stimmungswende im Reiseverhalten der Deutschen bereits begonnen. Zwei Drittel der Bundesbürger (65%) haben im vergangenen Jahr 2006 eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer unternommen (im Vorjahr 2005: 64%). Und der kommenden Reisesaison sehen die Deutschen geradezu optimistisch entgegen: Fast drei Viertel der Bevölkerung (71%) wollen 2007 verreisen. Ein Jahr zuvor hatten nur 68 Prozent feste Reiseabsichten. Dies geht aus der 23. Tourismusanalyse des BAT Freizeit-Forschungsinstituts hervor, in der 4.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2006 und ihren Reiseabsichten 2007 befragt wurden.

„Die Reisebranche meldet sich wieder als Wachstumsbranche zurück“, so Prof. Dr. Horst W. Opaschowski, der Wissenschaftliche Leiter des Instituts. „Touristen haben ein chronisches Kurzzeitgedächtnis. Einmalereignisse und Naturkatastrophen sind schnell vergessen. Urlaub bleibt die populärste Form von Glück.“ Dabei lautet die neue geld- und zeitökonomische Reisephilosophie der Deutschen: Der traditionelle Drei-Wochen-Urlaub hat heute nur mehr 13 Tage. Der dramatische Rückgang der durchschnittlichen Reisedauer von 18,2 Tagen (1980) auf den Tiefststand von 12,8 Tagen (2004) ist jedoch gestoppt: Die Reisedauer pendelt sich seit 2004 auf fast zwei Wochen (13 Tage) wieder ein. Vor allem Großstädter (14,9 Tage – Landbewohner: 11,9 Tage) entdecken den Wert einer längeren Urlaubsreise wieder. Ein Ende der Talfahrt zeichnet sich ab.

INLANDSREISEN EROBERN MARKANTEILE ZURÜCK

Immer mehr Bundesbürger machen Urlaub im eigenen Land. Das liebste Urlaubsland der Deutschen heißt Deutschland – mit steigender Tendenz: Im letzten Jahrzehnt hatte der Inlandsurlaub permanent an Marktanteilen verloren (1996: 41% - 2005: 32%). Im vergangenen Jahr haben Inlandsreisen erstmals wieder an Attraktivität gewonnen und Marktanteile zurückerobert (+ 2 Prozentpunkte). „Die deutschen Ferienregionen müssen die ausländische Konkurrenz weniger fürchten“, so Professor Opaschowski. „Und gegen die Faszination von Wärme, Ferne und Weite setzt der Deutschlandtourismus die Vielfalt von Natur, Kultur und Kulinarik.“ Vielleicht hat auch die Fußball-WM-Euphorie im Sommer 2006 das Reiseland Deutschland aufgewertet und den Inlandstourismus belebt. Vor allem bei Zweit- und Drittreisen neigen die Deutschen dazu, das eigene Land als Urlaubsziel zu wählen. Dafür spricht auch, dass der Anteil der Mehrfachreisenden im vergangenen Jahr gestiegen ist (2005: 40,4% - 2006: 43,3%).



INLANDSREISEZIELE 2006. BAYERN UND OSTSEE: DIE SIEGER DER SAISON

Im inländischen Wettbewerb gibt es zwei eindeutige Sieger - im doppelten Sinn: Sie sind einmal die beliebtesten deutschen Ferienregionen. Und sie weisen zugleich die höchsten Zuwachsraten auf. Die Sieger der Saison 2006 heißen Bayern (7,7%) und Ostsee (7,4%). Erst mit größerem Abstand folgen die Urlaubsgebiete an der Nordsee (4,9%) sowie die baden-württembergischen Ferienregionen im Schwarzwald und am Bodensee (3,1%).

Nordseeküste und Nordseeinseln bekommen die Konkurrenz der Ostsee-Ferienanbieter in Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein immer mehr zu spüren. Andererseits bleiben die Gäste an der Nordsee im Durchschnitt länger (11,7 Tage) als in den übrigen deutschen Feriengebieten (z.B. Bayern und Ostsee: je 10,8 Tage). Hier können die Wellen in den nächsten Jahren noch höher schlagen. Opaschowski: „Das Interesse der deutschen Urlauber verlagert sich zunehmend auf die beiden Kontrastangebote Meer und Berge. Alle übrigen innerdeutschen Feriengebiete haben Schwierigkeiten, ihr Eigenprofil zu demonstrieren.“ Urlaub ist immer auch Kontrast und Gegenwelt zum urbanen Alltag. Das Kontrasterleben und der Wunsch nach Tapetenwechsel zählen zu den wichtigsten Antriebskräften für das Reisen.

AUSLANDSREISEZIELE 2006. SPANIEN BLEIBT SPITZENREITER. TÜRKEI IST DER GROßE VERLIERER

Seit Jahren stehen Spanien, Italien, Österreich und die Türkei unangefochten an der Spitze in der Gunst der deutschen Urlauber. Hier haben sich im vergangenen Jahr erstmals deutliche Verschiebungen ergeben. Spanien (11,5%) bleibt Spitzenreiter vor Italien (8,0%). Doch das Verfolgerfeld rückt immer näher.

Die Auswirkungen der Vogelgrippe und der Karikaturenstreit haben insbesondere der Türkei in der vergangenen Saison einen spürbaren Einbruch beschert – von 5,1 Prozent aller deutschen Urlaubsreisenden im Jahr 2005 auf 3,7 Prozent im vergangenen Jahr. Dabei wurde die Türkei sogar von Griechenland (5,2%) überholt. So gesehen gilt die Türkei als der große Verlierer der Saison 2006. Von den Turbulenzen und Gästeverlusten waren auch Marokko, Tunesien und Ägypten betroffen.

Zu den Gewinnern zählt hingegen – neben Deutschland – vor allem Griechenland (5,2%), das erstmals mit Österreich (5,2%) gleichzieht. Eine überraschende Wende. Denn Österreich gehört seit über dreißig Jahren – neben Spanien



und Italien – zu den drei beliebtesten Auslandsreisezielen. „Österreich kann sich nicht mehr auf den traditionellen Urlauberbonus des guten Nachbarn und der gleichen Sprache, der Gastfreundschaft und der Gemütlichkeit verlassen“, so Professor Opaschowski. „Urlauber stellen immer öfter Preisvergleiche an und machen sich selbst zum Reiseveranstalter. Billigfluggesellschaften und Internet-Reiseanbieter machen es möglich. Aus Pauschalreisen von Veranstaltern werden Bausteinreisen in Eigenregie.“ Dies erklärt auch die Zuwächse in den ehemals jugoslawischen Feriengemeinden (Kroatien, Slowenien u.a.), die mittlerweile mit Frankreich (3,4%) gleichziehen (3,3%).

Unverändert bleibt die Position der Fernreiseziele (2005: 11% - 2006: 11%), wobei insbesondere asiatische Ziele um Thailand die Folgen der Tsunami-Katastrophe in den Augen der deutschen Urlauber verloren und wieder einen leichten Zuwachs zu verzeichnen haben (2004: 1,3% - 2005: 2,1% - 2006: 2,4%). Auch USA-Reisen stabilisieren sich in der Gunst der deutschen Urlauber (2005: 2,3% - 2006: 2,7%). Ansonsten gilt weiter: Für Fernreisen braucht man – neben dem nötigen Geld – vor allem Zeit.

Fernreisen bleiben nach wie vor für die meisten Deutschen mehr Traum als Wirklichkeit und stellen eher eine Ausnahme dar. Im vergangenen Jahr haben mehr Deutsche Urlaub in Spanien (11,5%) gemacht als in allen anderen Fernreisezielen zusammen (10,7%). Der Fernreisemarkt bleibt aus finanziellen Gründen nur eine attraktive Ergänzung (und nicht etwa Alternative) zu den Inlands- oder mediterranen Feriengemeinden. Der ganz große Durchbruch lässt weiter auf sich warten.

WM-KNICK IM SOMMER: NACHHOLBEDARF IM HERBST

Das Institut ging im vergangenen Jahr der Frage nach, ob und wie die Fußball-WM die Reiseentscheidung der Deutschen beeinflusst. Die BAT Prognose lautete 2006: Der dramatische Einbruch findet nicht statt. Eine Art Null-Summen-Spiel deutet sich eher an. Was der Branche während der WM an Urlaubsgästen verloren geht, wird nach Beendigung des Turniers schnell wieder ausgeglichen. Beim Vergleich der Forschungsprognose mit dem tatsächlichen Reiseverhalten der Deutschen kann in der Tat von einem Einbruch des Reisegeschäfts nicht die Rede sein. Der WM-Knick verlief relativ moderat. Und auch das Nachholbedürfnis der Reisenden war feststellbar – allerdings mit Zeitverzögerung. Der gute Sommer in Deutschland tat ein übriges, weshalb erst ab September wieder deutliche Zuwächse registriert wurden.



DAS URLAUBSDILEMMA. ZWISCHEN ZEIT- UND GELDNOT: WARUM VIELE BUNDESBÜRGER NICHT VERREISEN KÖNNEN

Die Tourismusforschung weiß bisher fast alles über jene, die verreisen. Über die Nichtreisenden, die gar nicht erst losfahren, ist hingegen wenig bekannt – vor allem darüber, warum sie nicht verreisen: Auf die Frage, warum sie keine Urlaubsreise unternommen haben, weisen fast alle Nichtreisenden auf das Dilemma zwischen Geld- und Zeitnot hin. 41 Prozent der Befragten machen in erster Linie finanzielle Gründe verantwortlich. Jeder Fünfte (20%) nennt ganz persönliche Gründe mit der Begründung „Ich hatte anderes zu tun“ wie z.B. Do-it-yourself im eigenen Haus. Das kann im Einzelfall auch ein Nebenjob sein, um die Haushaltskasse aufzufüllen. Bei solchen motivationalen Fragen stoßen Repräsentativumfragen erfahrungsgemäß auf erhebungstechnische Grenzen. Wer beispielsweise als Hinderungsgrund Geldmangel nicht nennen mag, weicht schnell auf andere Antwortmöglichkeiten wie „persönliche Gründe“ oder „familiäre Gründe“ (16%) aus.

Bedenklich ist allerdings die Tatsache, dass jeder siebte Nichtreisende berufliche Gründe (14%) nennt und dabei auf den Urlaubsanspruch verzichtet. Unter den Nichtreisenden hat fast jeder sechste Arbeiter (16,3%) und mehr als jeder fünfte Freiberufler und Selbstständige (22,1%) im letzten Jahr den Urlaubsanspruch teilweise verfallen lassen. Und fast jeder fünfte Nichtreisende (17,9%) gibt offen zu: „Ich wollte dieses Jahr einmal zu Hause bleiben.“ Für den „Urlaub auf Balkonien“ kann es durchaus gute Gründe geben. Die positive Begründung dafür ist schnell gefunden: Urlaub zu Haus ist Erholung ohne Stress und Staus.

TOURISMUSPROGNOSE 2007. OPTIMISTISCH INS NEUE REISEJAHR: ÜBER 70 PROZENT DER DEUTSCHEN WOLLEN VERREISEN

4.000 Personen ab 14 Jahren wurden repräsentativ im gesamten Bundesgebiet nach ihren Reiseabsichten für 2007 gefragt. Das Befragungsergebnis überrascht: Es herrscht eine außergewöhnlich positive Urlaubsstimmung vor. Offensichtlich wächst das Vertrauen der Verbraucher in die nahe Zukunft wieder. Aufbruchstimmung ist angesagt. Über zwei Drittel der Bevölkerung (70,7%) wollen im Jahr 2007 eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen Dauer unternehmen. Nur etwa jeder fünfte Bundesbürger (20,3% - im Vorjahr 2006: 22,1%) will auf jeden Fall zu Hause bleiben. Und jeder elfte Befragte (9,0%) ist sich noch unsicher.



Opaschowski: „Die Deutschen wollen wieder mehr verreisen und die Krisenstimmung der letzten Jahre hinter sich lassen. Reiselust darf man wieder zeigen - wenn man sie sich leisten kann.“ Insofern kann es nicht überraschen, dass es trotz der überwiegend positiven Grundstimmung ökonomische Ungleichheiten im Reisemarkt auch weiter gibt. Der Anteil der Reiselustigen ist unter den Höherverdienenden (über 2.500 Euro Haushaltsnettoeinkommen) unverhältnismäßig höher (80,6%) als bei den geringer Verdienenden mit einem Einkommen von unter 1.000 Euro (50,9%). Die soziale Kluft bleibt bestehen.

REISEZIELE 2007.

SPANIEN, ITALIEN UND OSTEUROPA: DIE GEWINNER DER SAISON

Etwa jeder vierte Bundesbürger (23,0%) mit festen Reiseabsichten will 2007 Urlaub im eigenen Land machen. Alle anderen zieht es in das europäische Ausland (47,1%) oder in außereuropäische Länder (10,6%). Etwa jeder fünfte Befragte (19,2%) hat sich hinsichtlich eines Reiseziels „noch nicht festgelegt.“ Das kann eine zusätzliche Chance für den Inlandsurlaub sein.

Spanien wird sicher seine Spitzenposition unter den ausländischen Reisezielen behaupten können (8,6%). Auch die Renaissance des Italien-Tourismus setzt sich fort (6,9%). Österreich hingegen droht weiter an Boden zu verlieren (4,5%). Die Urlaubsanbieter in den osteuropäischen Ländern Ungarn, Tschechien und Polen (4,6%) sind dabei, Österreich von dem angestammten Spitzenplatz zu verdrängen. Das hat es in den letzten vierzig Jahren noch nicht gegeben. Osteuropäische Reiseziele ziehen immer mehr deutsche Reisende an.

Attraktive ferntouristische Ziele werden auch in der kommenden Saison USA und Kanada (2,8%) sowie asiatische Länder wie China, Japan, Indien und Thailand (2,0%) sein. Die Nachfrage nach nordafrikanischen Ländern wie Tunesien, Marokko und Ägypten kann sich wieder stabilisieren (2,0%). Alle übrigen Wettbewerber müssen ihre Hoffnungen auf die Gruppe der noch Unentschlossenen setzen.

URLAUBSFORMEN DER ZUKUNFT.

URLAUBER SCHWIMMEN AUF DER WOHLFÜHLWELLE: MEHR WELLNESS- ALS CLUBURLAUB

Wie in der gesamten Wirtschaft wird auch die Reisebranche mit einem Anspruchswandel der Verbraucher konfrontiert. Während der klassische Strand- und Skitourismus um seine Stammurlauber kämpfen muss, ist der Urlaub mit



Gesundheits-, Wellness-, Sport- und Kulturangeboten zunehmend gefragt: Die Reisenden wollen in wenigen Tagen möglichst viel erleben und genießen. Gefragt sind kulturelle und kulinarische Attraktionen. Auch der Gesundheitstourismus befindet sich im Aufwind – von asiatischen Behandlungsmethoden über Thalasso-Therapien bis hin zum Gesundheitstraining.

Das BAT Institut ging daher in seiner Tourismusanalyse auch einmal der Frage nach, für welche Urlaubsformen sich die Bundesbürger in Zukunft besonders interessieren. Wo geht die Reise in den Wunschvorstellungen der Deutschen hin? Ganz oben in der Wunschliste steht der Erholungs- und Wellnessurlaub (69%) in seiner entspannten Form. Fast jeder zweite Bundesbürger (45%) nennt aber auch den „Medical-Wellness-Urlaub“ mit gesundheitsorientiertem und präventivmedizinischem Charakter. Professor Opaschowski: „Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels und einer alternden Bevölkerung wird der Gesundheitstourismus zum touristischen Megamarkt der Zukunft. Immer mehr Bundesbürger wollen auch im Urlaub auf der Wohlfühlwelle schwimmen und etwas für die eigene Gesundheit tun – auf die angenehme Art ohne Ge- und Verbote.“ In Zukunft wird die persönliche Gesundheitsvorsorge genauso wichtig wie die staatliche Gesundheitsversorgung sein.

Mit der Gesundheitsorientierung im Urlaub unmittelbar verbunden ist das Interesse am Berg- und Wandertourismus (38%) sowie Fahrradtourismus (30%). Im Urlaub der Zukunft spiegelt sich eine Vielfalt von Reiseformen wider, wie sie in früheren Jahrzehnten kaum möglich war. Einzelne Bevölkerungsgruppen setzen dabei aber ganz unterschiedliche Schwerpunkte:

- Jugendliche können sich im Vergleich zu allen anderen Bevölkerungsgruppen am meisten für den Club- und Abenteuerurlaub begeistern.
- Junge Erwachsene im Alter von 18 bis 24 Jahren sind an Städtereisen, Studien- und Bildungsreisen und auch am Campingurlaub besonders interessiert.
- Familien sind unter den Anhängern des Fahrradtourismus am meisten vertreten.
- Und die 50plus-Generation weiß schließlich den Berg- und Wandertourismus besonders zu schätzen.

Opaschowski: „So zeigt der Urlaub der Zukunft zwei Gesichter: Alle können sich im Urlaub wie Individualisten fühlen. Und niemand muss mehr zur gleichen Zeit am gleichen Ort das Gleiche tun.“ Im Urlaub der Zukunft kann jeder seine eigenen Wege gehen.



TECHNISCHE DATEN DER BEFRAGUNG TA 2007.
Ergebnisse der 23. Deutschen Tourismusanalyse

Anzahl und Repräsentanz der Befragten:	4.000 Personen ab 14 Jahren
Zeitraum der Befragungen:	03. bis 30. Januar 2007
Befragungsinstitut:	IPSOS Deutschland GmbH/Mölln

Die ausführliche Studie DEUTSCHE TOURISMUSANALYSE (TA 2007) über die Reiseziele 2006 und die Reiseabsichten 2007 der Deutschen kann zum Preis von Euro 14,80 bezogen werden (wahlweise als Skript oder CD ROM erhältlich). Neben den aktuellen Analysen und Prognosen zum Reiseverhalten 2006/2007 enthält die Studie auch Darstellungen zu den Schwerpunktthemen: „Nichtreisende“ und „Urlaubsformen der Zukunft“.

Kontakt:
BAT Freizeit-Forschungsinstitut
Alsterufer 4
20354 Hamburg
Telefon: 040/4151-2448 oder -2264
Fax: 040/4151-2091
Email: freizeitforschung@bat.de
Internet: www.bat.de

