

Reisemarkt auch in 2010 angespannt

Ergebnisse des GfK TravelScope zum Reiseverhalten der Deutschen

Nürnberg, 18. Februar 2010 – Die Anzeichen eines wirtschaftlichen Aufschwungs führen noch nicht dazu, dass die Verbraucher zu ihrem gewohnten Urlaubsverhalten zurückkehren. Bisher planen die Deutschen für das Tourismusjahr 2010 (von November 2009 bis Oktober 2010) mit 55,4 Millionen Urlaubsreisen ab fünf Tagen 3,7 Prozent weniger Reisen als in der Vorjahresperiode. Für die bevorstehende Sommersaison messen wir derzeit sogar nochmals einen Rückgang um 4,1 Prozent.

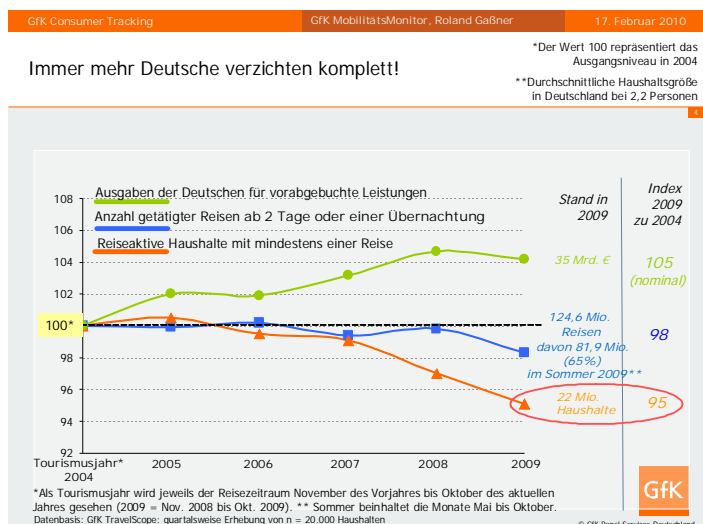
Soweit die ersten Schlagzeilen. Ausführlicher möchten wir Ihnen heute wesentliche Informationen zum deutschen Reisemarkt anlässlich der Pressekonferenz Freizeit Messe Nürnberg wie folgt an die Hand geben:

- I. Immer mehr Deutsche verzichten komplett auf Kurztrips und Urlaubsreisen
- II. Kreuzfahrtreisen weiter im Aufwind
- III. Deutschland wächst „nur“ mengenmäßig am Urlaubsreisemarkt
- IV. Prognose für 2010: Reiseplanungen und Buchungen sehr verhalten
- V. Franken als bedeutendes Zielgebiet und zugleich umworbener Quellmarkt

Wir wünschen Ihnen viel Freude an dieser Lektüre und interessante Erkenntnisse. Für Ihre Fragen steht das Team um den GfK MobilitätsMonitor und GfK TravelScope gerne zur Verfügung. Ihr Ansprechpartner: Roland Gaßner, GfK Panel Services, Tel. 0911 395 4535, roland.gassner@gfk.com

Immer mehr Deutsche verzichten komplett auf Kurztrips und Urlaubsreisen!

Im Betrachtungszeitraum der letzten fünf Jahre (seit 2004) sind die Ausgaben der Deutschen für vorabgebuchte Leistungen (Kurztrips und Urlaubsreisen ab einer Übernachtung) insgesamt leicht gestiegen. Auch der Rückgang im Krisenjahr 2009 fällt noch vergleichsweise moderat aus, so dass für das Tourismusjahr 2009 der Wert mit 35 Mrd. € nominal immer noch rund 5% über dem Niveau von 2004 liegt. Parallel dazu blieb die Anzahl der getätigten Reisen seit Jahren auf einem Niveau von rund 126 Mio. Reisen. Für das Tourismusjahr 2009 hingegen hat sich die Anzahl der Reisen auf 124,6 Mio. Reisen verringert, folglich ergibt sich ein Minus von 1,5 Prozent.



Die am wenigsten erfreuliche Entwicklung zeigt der Wert für die reiseaktiven Haushalte, d. h. die Anzahl der Menschen in Deutschland, die sich im Laufe eines Jahres eine Urlaubsreise ab einer Übernachtung ermöglichen. Hier zeigt sich in den letzten Jahren ein steter Rückgang.

Immer mehr Deutsche verzichten komplett auf ihren Urlaub! Seit rund drei Jahren messen wir diesen Effekt und in der Summe führt er dazu, dass heute mit 22 Mio. Haushalten rund 5% weniger Deutsche verreisen als noch in 2006, wobei das Krisenjahr 2009 hier besonders stark zu Buche schlägt.

Kreuzfahrten weiter im Aufwind

Bei Betrachtung von einzelnen Marktsegmenten und Zielgebieten zeigt sich, dass es durchaus Destinationen und Urlaubsprodukte gibt, die sogar in Krisenzeiten deutlich positiv wachsen können. Sie treffen offensichtlich stärker den Zeitgeist und die aktuellen Bedürfnisse der Urlauber.

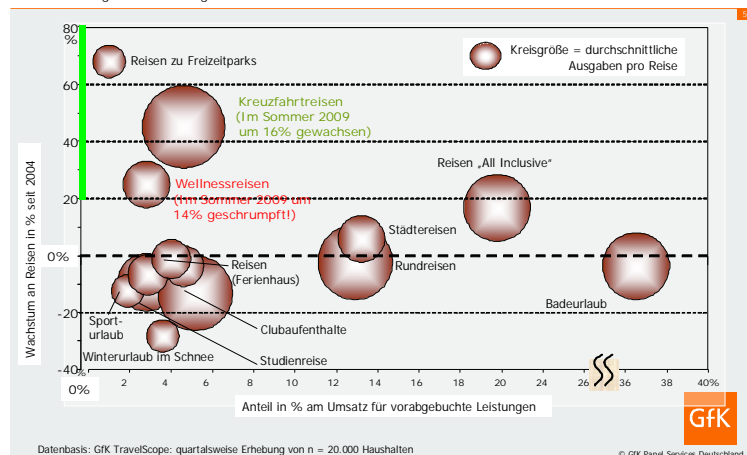
35% der 124,4 Mio. Reisen des Tourismusjahres 2009 wurden bereits in der Wintersaison, d. h. in den Monaten November 2008 bis April 2009, verbracht. Das kumulierte Minus aus diesem Reisezeitraum belief sich auf 2,3 Prozent. Dagegen verlief die Sommersaison mit 81,9 Mio. Reisen, 65% der Reisen des Tourismusjahres 2009, mit ihrer dominierenden Bedeutung für die Tourismuswirtschaft vergleichsweise positiv. Die touristische Sommersaison mit den Monaten Mai '09 bis Oktober '09 konnte mit einem Minus von 1,1 Prozent abgeschlossen werden. Da immer noch der längere Sommerurlaub in großen Teilen der Bevölkerung als der Haupturlaub betrachtet wird, zeigt sich in dieser unterschiedlichen Entwicklung zwischen Winter- und Sommersaison auch, dass sich die Deutschen weniger beim Haupturlaub, sondern bei den Zweit- und Dritturlaubein einschränken.

Noch deutlicher wird dieser Trend beim Blick auf die Sommerauslandsreisen 2009, die mit einem Minus von 5,4 Prozent unterm Strich 37,7 Mio. Reisen ausmachten. Bei den Auslandsreisezielen sind die kurzen Reisen, also Reisen von bis zu vier Tagen Aufenthaltsdauer, die in den letzten Jahren besonders für das Wachstum am deutschen Urlaubsreisemarkt standen, mit einem Minus von 6,4 Prozent sogar stärker zurückgegangen als die langen Reisen mit einem Minus von 5,2 Prozent. Weiterführende Analysen zeigen, dass die Menschen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten bei dem im Ausland verbrachten Zweit- und Dritturlaub zu verzichten beginnen.

Es sind besonders die Kreuzfahrer und die Freizeitparkbesucher, leicht dahinter auch die Wellnessreisenden, die - bezogen auf die letzten fünf Jahre - stark an Bedeutung gewonnen haben. Kreuzfahrt und Freizeitpark sind seit

Kreuzfahrten auch in 2009 weiter im Aufwind!

Entwicklung und Bedeutung von Urlaubsarten



2004 pro Jahr durchschnittlich 10 bis 15 Prozent gewachsen. Da die Kreuzfahrtsreisen auch in 2009 mit einem Plus von 16 Prozent kräftig zulegen konnten, hat deren Bedeutung für die Tourismuswirtschaft in 2009 nochmals enorm zugenommen.

Parallel haben sich die Präferenzen für die Auslandsreiseziele im Sommer 2009 deutlicher als in den letzten Jahren verschoben. So hat beispielsweise das beliebteste deutsche Sommerreiseziel - Italien - insgesamt rund 6,5 Prozent an Reisen verloren. Da das Minus bei den langen Reisen mit 7,2 Prozent sogar noch stärker ausfällt, haben anscheinend einige Deutsche auch die Aufenthaltsdauer gekürzt. Das Minus bei kurzen Reisen beläuft sich demnach nur auf 1,8 Prozent. Anders sieht die Situation in Frankreich aus. Während die Zahl der langen Reisen mit einem Minus von 1,1 Prozent quasi stabil bleibt, gehen die kurzen Reisen um 18,9 Prozent zurück. Besonders erfolgreich am deutschen Markt über die letzten fünf Jahre und auch nochmals in 2009 ist das Reiseland USA. Bei einem deutlich überdurchschnittlichen Ausgabebetrag pro Reise von 1.105 € für vorab gebuchte Leistungen konnten selbst in 2009 die USA nochmals ein Plus von 1,5 Prozent an Reisen erreichen.

Deutschland als Reiseziel bleibt sehr beliebt

Besonderer Beliebtheit erfreute sich in den letzten Jahren der Binnentourismus. Im Sommer 2009 konnte Deutschland als Reiseziel bei den deutschen Urlaubern nochmals ein Plus von 2,9 % an Reisen für sich verbuchen, so dass die Deutschen knapp 45 Millionen Reisen mit mindestens einer Übernachtung innerhalb Deutschlands verbrachten. Das war gut jede zweite Reise, die im Sommer 2009 von Deutschen unternommen wurde. Doch die deutsche Tourismuswirtschaft profitiert davon nur begrenzt. Denn bezogen auf die getätigten Ausgaben, verbuchte Deutschland im Sommer 2009 nur rund 24 Prozent der vorab gebuchten Leistungen für sich. Der Wert konnte im Sommer 2009 trotz des mengenmäßigen Wachstums von 2,9 Prozent nur um 0,8 Prozent gesteigert werden. Es sind also in 2009 zwar mehr Reisen innerhalb Deutschlands getätigt worden, doch spülte dies in der Summe kaum mehr Geld in die Kassen der Tourismusbetriebe.

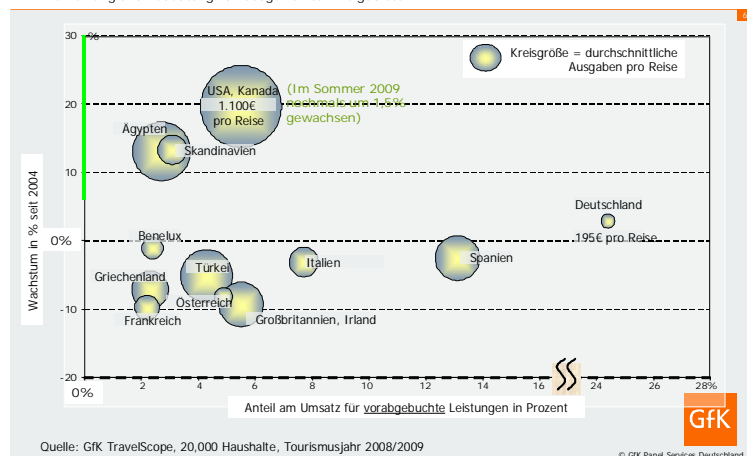
GfK Consumer Tracking

GfK MobilitätsMonitor, Roland Gaßner

17. Februar 2010

Die USA sind auf die letzten fünf Jahre um rund 20% gewachsen!

Entwicklung und Bedeutung von ausgewählten Zielgebieten



Dies resultiert auch daraus, dass die gestiegene Anzahl der Reisen innerhalb Deutschlands mit einem Plus von 3,8 Prozent hauptsächlich auf Kurztrips, also Reisen von maximal vier Tagen Aufenthaltsdauer basiert. Die Anzahl der langen Reisen ist hingegen nur um 1,9 Prozent gestiegen. Am deutlichsten - mit einem absoluten Plus von 6,5 Prozent - sind die spontanen Reisen im

Binnentourismus gewachsen, d. h. Reisen, für die keine professionelle Organisation beansprucht wird. Bei diesen Reisen werden die Dienste eines Reisebüros oder Onlineportals zur Buchung nicht benötigt.

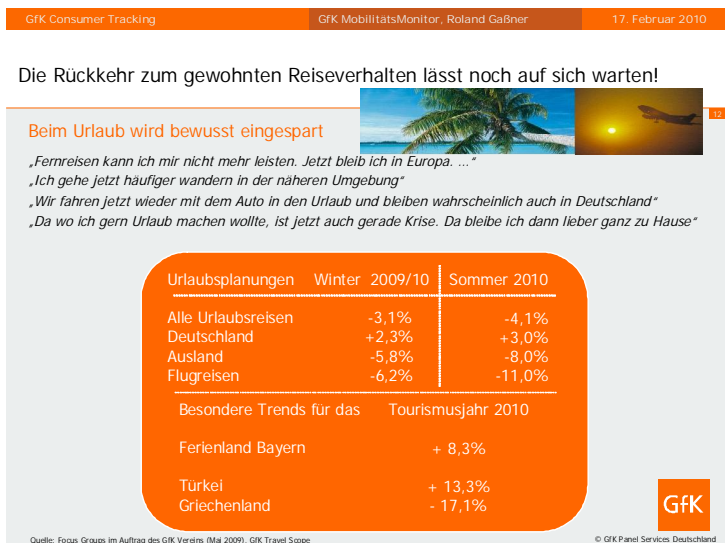
Prognose für 2010: Reiseplanungen und Buchungen sehr verhalten

Der Blick auf die Reiseplanungen und Buchungsabsichten der Deutschen für das Jahr 2010 lässt derzeit gegenüber 2009 keine Trendwende erwarten.

Die Anzeichen einer Aufhellung der Wirtschaftskonjunktur zum Jahresende führen noch nicht dazu, dass die deutschen Konsumenten zu ihrem gewohnten Urlaubsreiseverhalten zurückkehren. Im Gegenteil scheinen sich große Teile der Bevölkerung nicht sicher zu sein, ob nicht doch noch der Arbeitsmarkt zeitverzögert die Rezession nachholt und eine größere Anzahl von Deutschen nach Auslaufen der Kurzarbeitsprogramme in 2010 von Jobverlust bedroht ist.

Die Deutschen können noch nicht einschätzen, wie sich die allgemeine wirtschaftliche sowie ihre persönliche Lage im Laufe des Jahres entwickeln werden. Entsprechend zurückhaltend werden die Urlaubsplanungen und Vorausbuchungen angegangen.

Schon jetzt kann man abschätzen, dass der Gesamtmarkt schrumpfen wird. Vor allem innerdeutsche Reiseziele und lediglich speziell in den Vordergrund tretende Zielgebiete rund um das Mittelmeer, wie in den letzten Jahren die Türkei, können auf Zuwächse hoffen. Hingegen müssen insbesondere die traditionellen Ferienparadiese der Deutschen am europäischen Teil des Mittelmeers wie z. B. Griechenland um ihre Gäste bangen: Nicht zuletzt die Berichterstattung der letzten Monate mit Bildern von Krawallen in den Straßen Athens sorgen dafür, dass gerade Griechenland im Vergleich zu anderen Mittelmeeranrainern den stärksten Rückgang an Reiseabsichten verzeichnen muss.



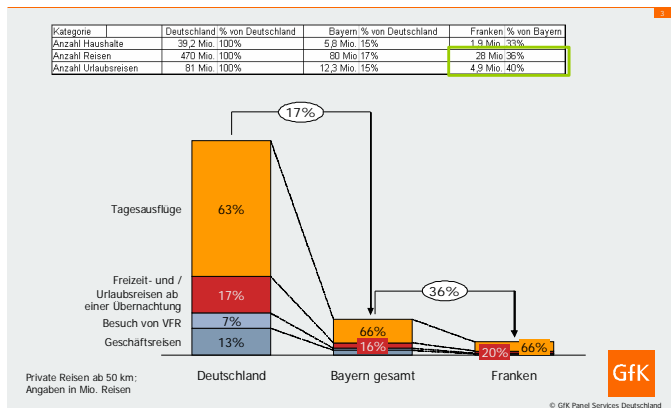
Franken als bedeutendes Zielgebiet und zugleich umworbener Quellmarkt

Insgesamt unternahmen die Franken im Sommerhalbjahr 2009 25,3 Mio. private Reisen ab 50 km (Tagesausflüge, Kurztrips und Haupturlaube). Beinahe drei Viertel des Reisevolumens waren dabei auf Tagesausflüge (Reisen ohne Übernachtung) zurückzuführen, knapp ein Fünftel waren mehrtägige Reisen mit Urlaubscharakter. Bei den restlichen Fahrten handelte es sich um Verwandten- oder Bekanntenbesuche mit mindestens einer Übernachtung.

Im Vergleich zu allen Deutschen sind besonders beliebte Auslandsreiseziele der Franken Griechenland, Großbritannien und die Schweiz, während es die Bewohner der übrigen Regionen Bayerns stärker nach Österreich oder Italien zieht. Bei Inlandsreisen sind für die Franken - im Vergleich zum gesamtbayerischen Quellmarkt - Hessen und Thüringen besonders beliebte Reiseziele. Der regionale Quellmarkt Franken war für die fränkischen Reiseziele selbstverständlich in erster Linie für private Tagesreisen von Bedeutung: Beinahe die Hälfte der deutschen Tagestouristen des Reisezieles Region Franken stammt auch aus Franken, weitere 12 Prozent der Gäste Frankens stammen aus dem übrigen Bayern.

GfK Consumer Tracking | GfK MobilitätsMonitor, Roland Gaßner | 17. Februar 2010

Die Franken ein reisefreudiges Volk: 36% der aus dem Quellmarkt Bayern unternommenen Freizeit- und Urlaubsreisen kommen aus Franken.

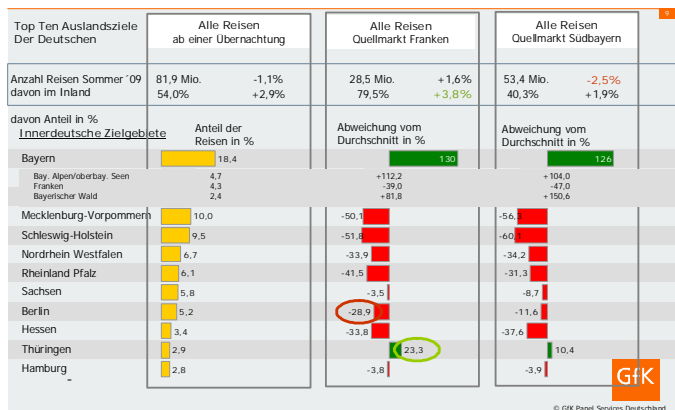


Überraschendes zeigt sich bei den Urlaubsreisen. Immerhin jede achte Urlaubsreise (ab einer Übernachtung) in die Ferienregionen Frankens kommt aus dem fränkischen Quellmarkt und jede vierte Reise aus dem bayerischen Quellmarkt. Knapp die Hälfte der Urlauber aus Deutschland, die nach Franken reisen, kommt aus Nordrhein-Westfalen, Hessen und Baden-Württemberg.

Innerhalb der Ferienregionen Deutschlands kann sich Franken behaupten. Mit 1,7 Mio. Reisen ist man in Reichweite beispielsweise zum Alpenraum (ohne München). Gerade das letzte Jahr zeigt, dass man auch gegenüber der Ferienregion Bayerischer Wald auf Wachstumskurs ist.

GfK Consumer Tracking | GfK MobilitätsMonitor, Roland Gaßner | 17. Februar 2010

Kaum Unterschiede bei den innerdeutschen Zielgebietspräferenzen zwischen dem Quellmarkt Franken und Bayern insgesamt



Das Buchungsverhalten der Franken zeigt zwei Charakteristika. Der Trend der letzten fünf Jahre geht eher wieder weg von den kurzfristigen Buchungen (Last Minute) der Reisen und hin zur frühzeitigen Entscheidung (Frühbucher). Dabei sind insbesondere Buchungen im Internet im Trend: Zwar sind die rasanten Zuwächse der letzten Jahre abgeflacht, dennoch wird zwischenzeitlich jede dritte Reise von den Franken online gebucht.



Zur Untersuchung

Mit dem GfK MobilitätsMonitor misst GfK Panel Services kontinuierlich alle verkehrsmittelgestützten Fahrten über 50 km zu allen Anlässen von Personen in Privathaushalten in einer feststehenden, bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe von netto 20.000 Haushalten. Zielsetzung des Instruments ist es, das gesamte Mobilitätsverhalten anlass- und verkehrsmittelübergreifend zu erheben und Veränderungen im Mobilitätsverhalten der Personen im Zeitablauf zu messen.

Ein Teilausschnitt des GfK MobilitätsMonitors, nämlich GfK TravelScope, beleuchtet seit mehreren Jahren ausführlich und vertiefend das Verhalten am Urlaubsreisemarkt. Eine Besonderheit ist dabei, dass bei der gleichen Untersuchungseinheit in ein- und derselben Stichprobe sowohl die Reiseabsichten – d. h. die konkreten Planungen und Buchungen – und die getätigten Reisen erhoben werden. Dadurch lassen sich wertvolle Informationen ableiten, wie Realisierungskoeffizienten und Wanderungsbewegungen, die besondere Stellschrauben für Ihr Marketing bieten.

GfK SE

Bereich Panel Services Deutschland
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Ansprechpartner: Roland Gaßner - Telefon 0911 395-4535

www.gfk-travelscope.com