

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

**Auszug aus der Eigenstudie
,Reiseabsichten der Deutschen 2011‘**

- 02/2011 -





Hintergrund

T.I.P. BIEHL & PARTNER führt in regelmäßigen Abständen Telefoninterviews zu Themen durch, die über tagesaktuelle Fragestellungen und konkrete Kundenanfragen hinausgehen.

Die vorliegenden Fragen beschäftigen sich mit den Reiseabsichten der Deutschen im Frühjahr 2011. Die Reiseabsichten sind vor allem unter den folgenden Aspekten interessant: Kann sich die allgemeine positive Stimmung der Wirtschaft auch auf die Reiseabsichten der Deutschen auswirken? Und in welcher Weise wirkt sich diese positive Stimmung auf die Reisebudgets der Reisenden aus?

Hierzu wurden im Januar/Februar 2011 insgesamt 1.158 Personen telefonisch bundesweit befragt.



T.I.P. BIEHL & PARTNER verfügt über ein leistungsfähiges CATI-Studio (über 45 Arbeitsplätze), in dem die Befragung durchgeführt wurde.

Die Haushalte wurden in ganz Deutschland nach dem random-last-digit Verfahren gezogen und die Befragten im next birthday Verfahren ausgewählt.

Dabei wurde die Voxco Befragungssoftware für **CATI- und CAPI-Studien** eingesetzt.





Vorab-Anmerkungen

In dem vorliegenden Auszug aus den Ergebnissen der Studie werden die Aussagen über alle Befragten und differenziert nach den einzelnen Altersgruppen dargestellt. Weiterhin werden die verschiedenen Variablen untereinander an den Stellen in Beziehung gesetzt, wo sich interessante Zusammenhänge ergeben können.

Zu Beginn des Jahres 2011 stehen die Reiseabsichten der Deutschen unter verschiedenen Einflüssen: Zum Einen wird in den Medien nachhaltig ein wirtschaftlicher Aufschwung prognostiziert, so dass sich die wirtschaftlichen Perspektiven für viele Haushalte positiver als im letzten Jahr darstellen. Zum Anderen sind verschiedene Urlaubsziele im Mittelmeerraum durch innere Unruhen verstärkt mit negativen Schlagzeilen in die Presse geraten.

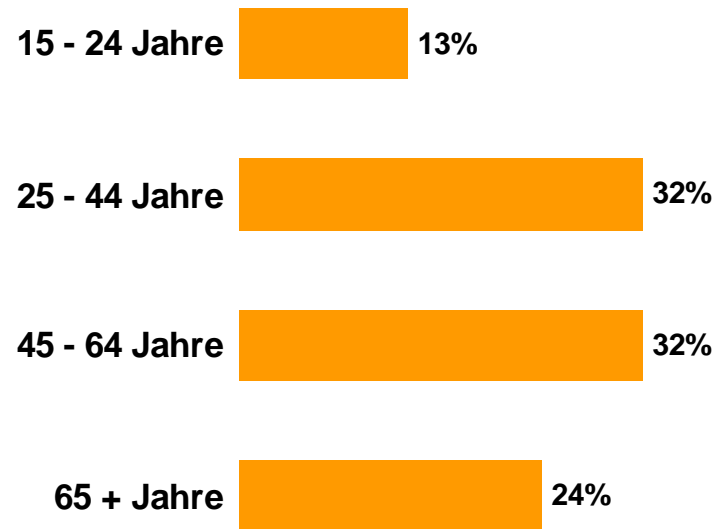
Trotz der wirtschaftlichen Krisen im Jahr 2009 hat sich der Tourismus insgesamt als ein sehr stabiler Markt erwiesen, der hinsichtlich seines Gesamtvolumens kaum stärkeren Abschwüngen unterliegt.





Charakteristik der Stichprobe

Altersklassen



Die Gesamtstichprobe weist ein Durchschnittsalter von ca. 48 Jahren auf und ist repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 15 Jahren. Die Daten sind auf Basis der Variablen Alter, Geschlecht und Wohnort gewichtet.

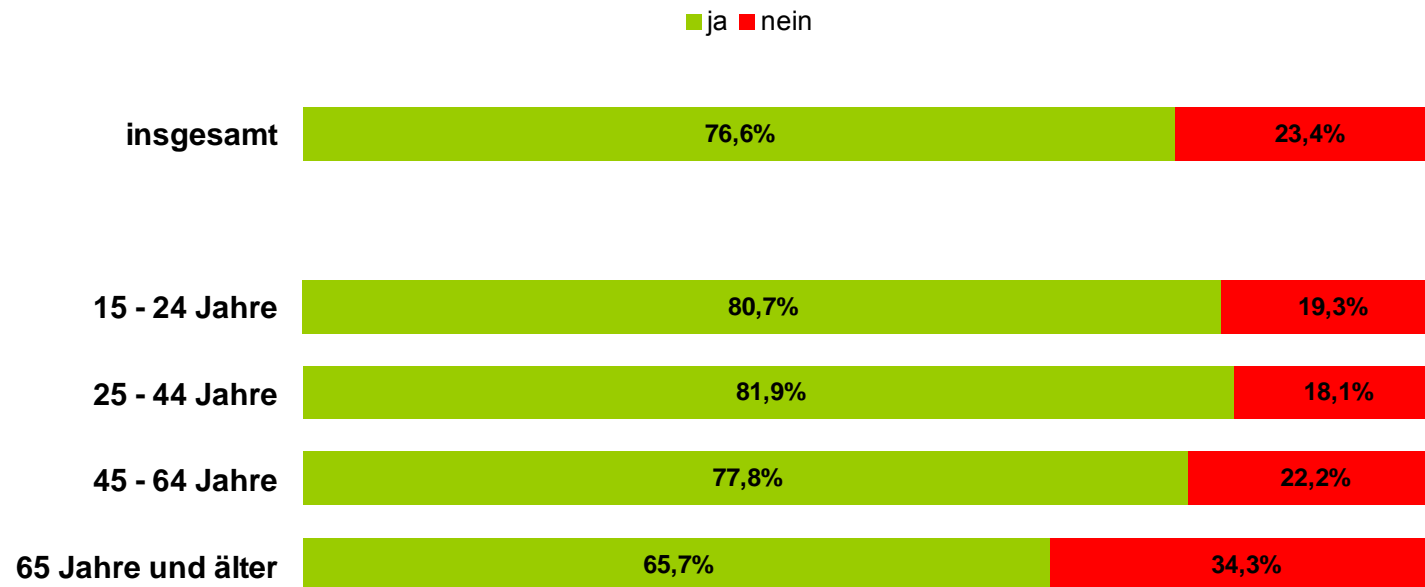
N=1.158





Allgemeine Reiseabsichten für 2011

Planen Sie in diesem Jahr eine mehrtägige Urlaubsreise zu unternehmen?



Die Reiseabsichten für das Jahr 2011 liegen auf einem relativ hohen Niveau, das den Reiseintensitäten der vergangenen Jahre – ca. +/-76%* – entspricht. Dieser Wert wird schon jetzt mit den Reiseabsichten erreicht, die tendenziell immer etwas unter dem am Jahresende tatsächlich gemessenen Wert liegen.

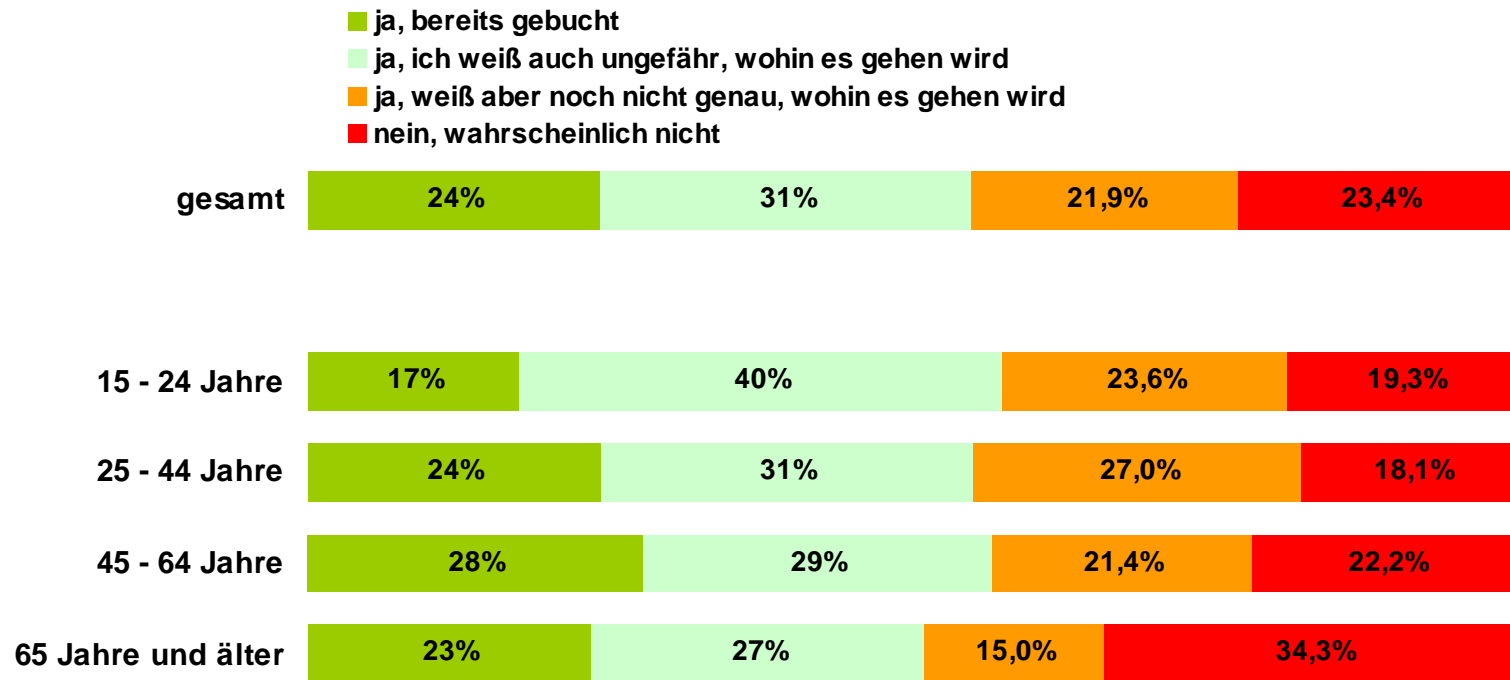
Erwartungsgemäß sinken die Reiseabsichten mit zunehmenden Alter.

N=1.158



Wie konkret sind diese Absichten?

Planen Sie in diesem Jahr eine mehrtägige Urlaubsreise zu unternehmen?



Bei jedem Zweiten ist die Urlaubsentscheidung gefallen: Ein Viertel der Deutschen hat schon fest gebucht, ein Drittel weiß zumindest schon die Richtung. Etwa 20% sind noch nicht festgelegt und stellen somit ein wichtiges Potenzial für die Reisebranche dar.

Mit zunehmenden Alter steigt der Anteil unter den Reisewilligen, die schon fest gebucht haben, leicht an.

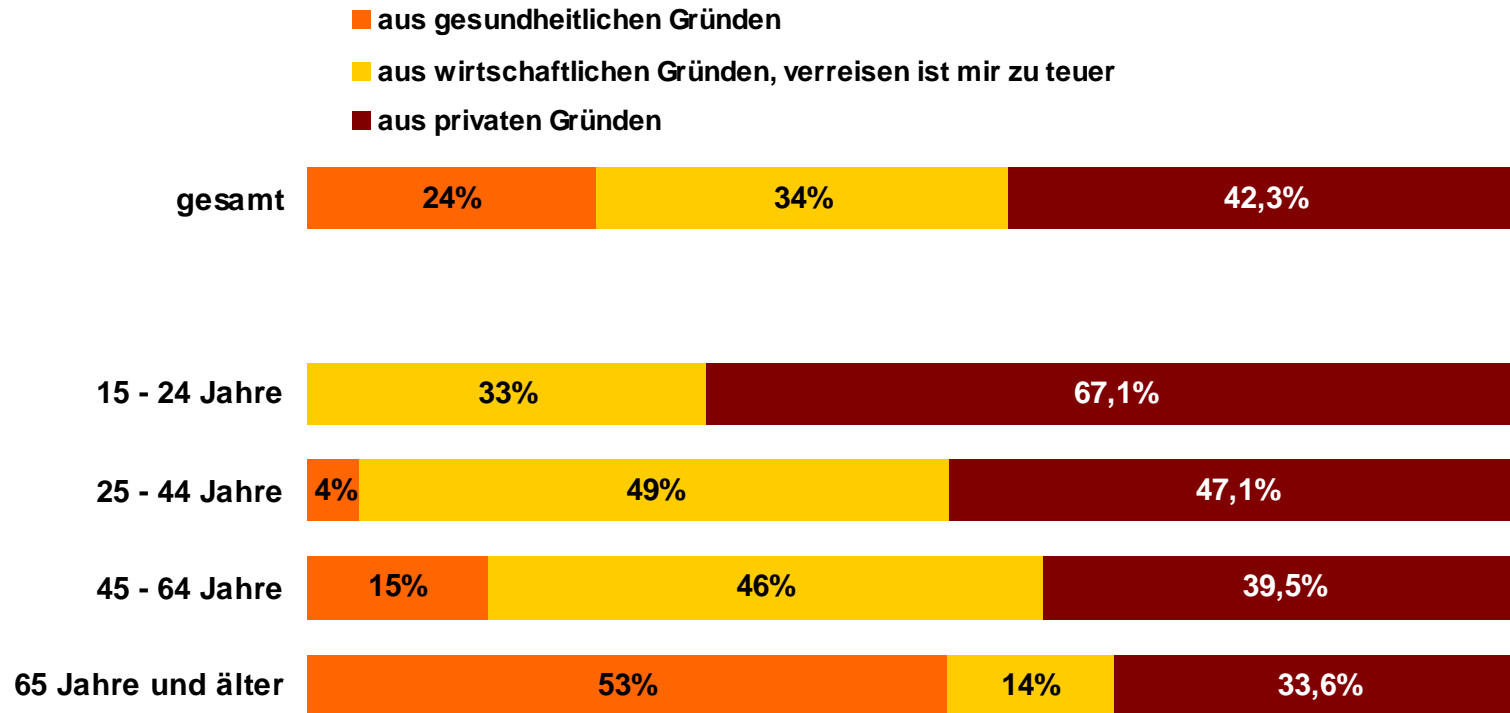


N=1.158



Gründe der Nicht-Reisenden

Warum werden Sie wahrscheinlich nicht verreisen?



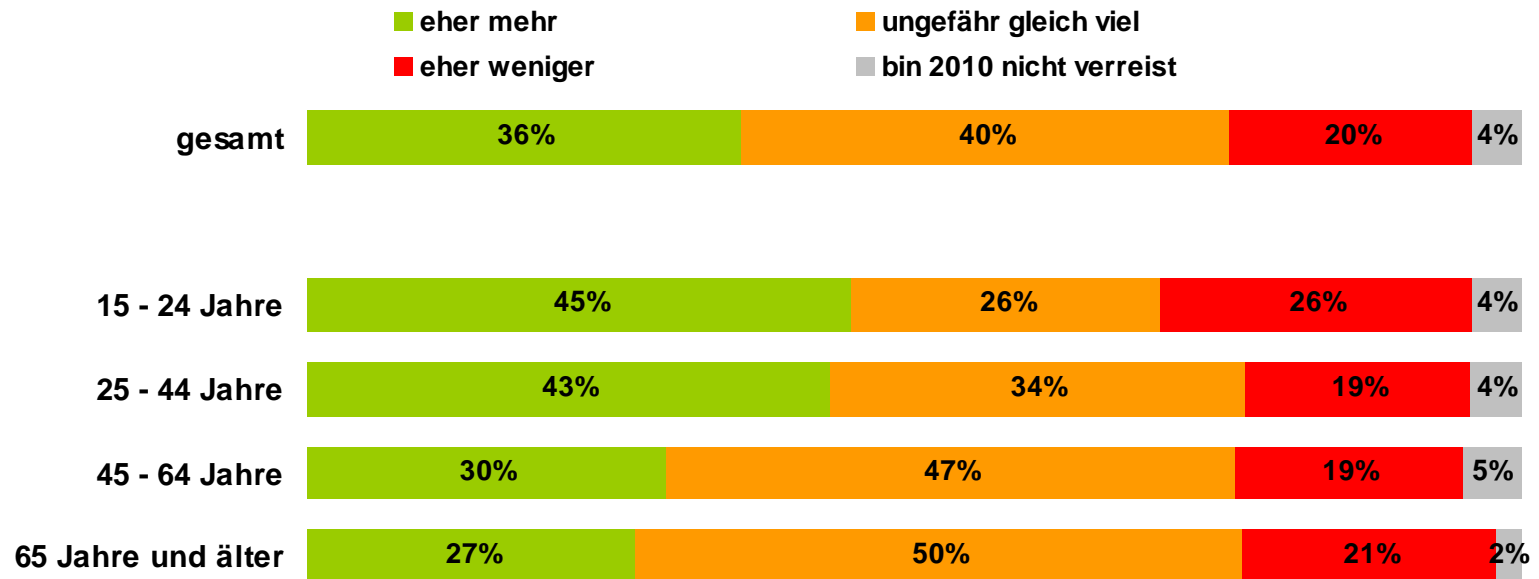
Für ein Drittel der wahrscheinlich Nicht-Reisenden spielen vor allem wirtschaftliche Gründe eine Rolle: Verreisen ist ihnen zu teuer. Dies trifft vor allem auf die Nicht-Reisenden im erwerbsfähigen Alter zu, denn für jeden Zweiten von ihnen sind die wirtschaftlichen Gründe ein wichtiger Hinderungsgrund. Gesundheitliche Gründe spielen vor allem für die älteren Nicht-Reisenden eine wichtige Rolle.

N=272; nur Nicht-Reisende



Reisebudget 2011

Wie sieht ihr Reisebudget für dieses Jahr aus? Werden Sie im Vergleich zu 2010 eher mehr oder eher weniger Geld für Reisen ausgeben?



Etwa jeder dritte Reisende wird 2011 sein Reisebudget erhöhen, also mehr als 2010 für Urlaub ausgeben wollen. Allerdings hängt dies stark vom Alter ab: Bei den jüngeren Reisenden bis 44 Jahren wollen mehr als 40% ihr Reisebudget erhöhen. Dagegen zeigen sich die Reisenden ab 45 Jahren eher sparsamer: Rund 70% von ihnen erhöhen ihr Reisebudget nicht bzw. jeder Fünfte von ihnen verringert es sogar.

N=885; wahrscheinlich Reisende

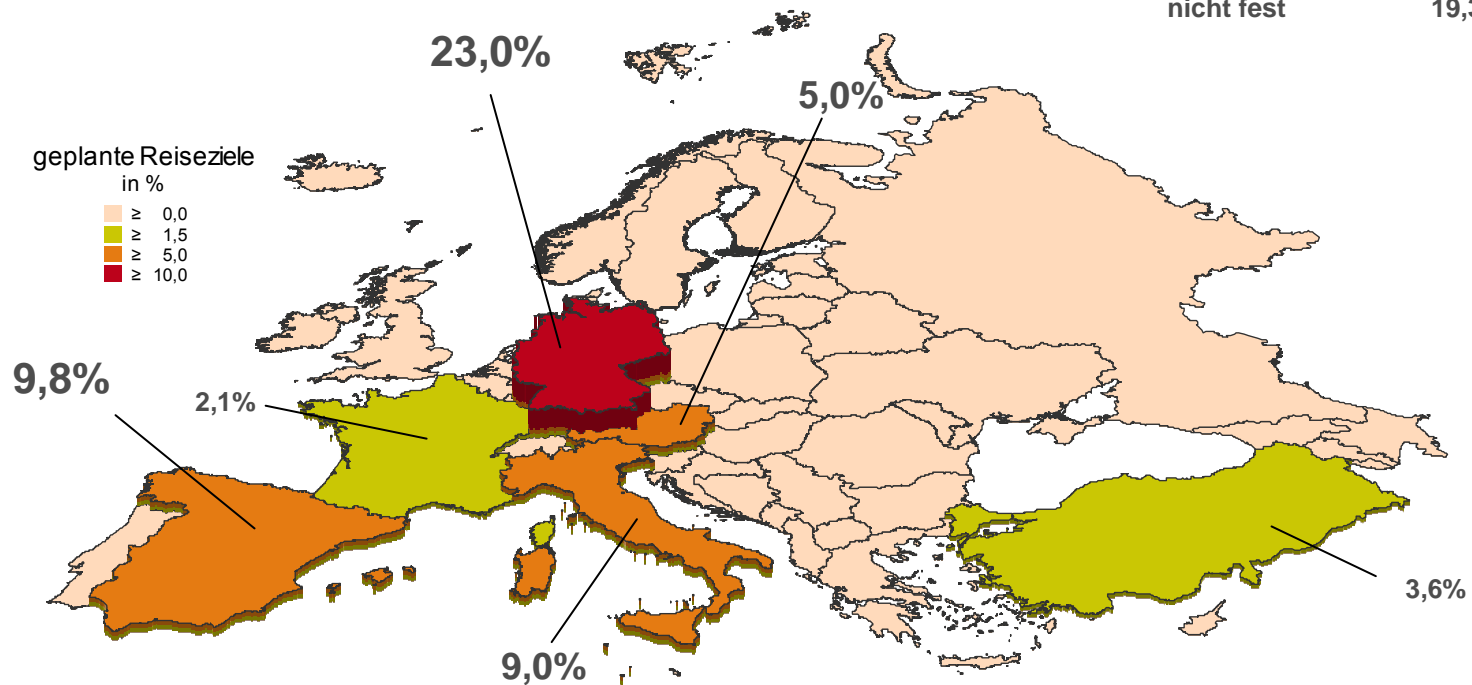




Die wahrscheinlichen Urlaubsziele

Wohin wird die Reise 2011 wahrscheinlich gehen?

restl. Europa insgesamt:	17,5%
Ägypten:	1,0%
USA:	2,6%
restl. Welt:	7,1%
Ziel steht noch nicht fest	19,3%

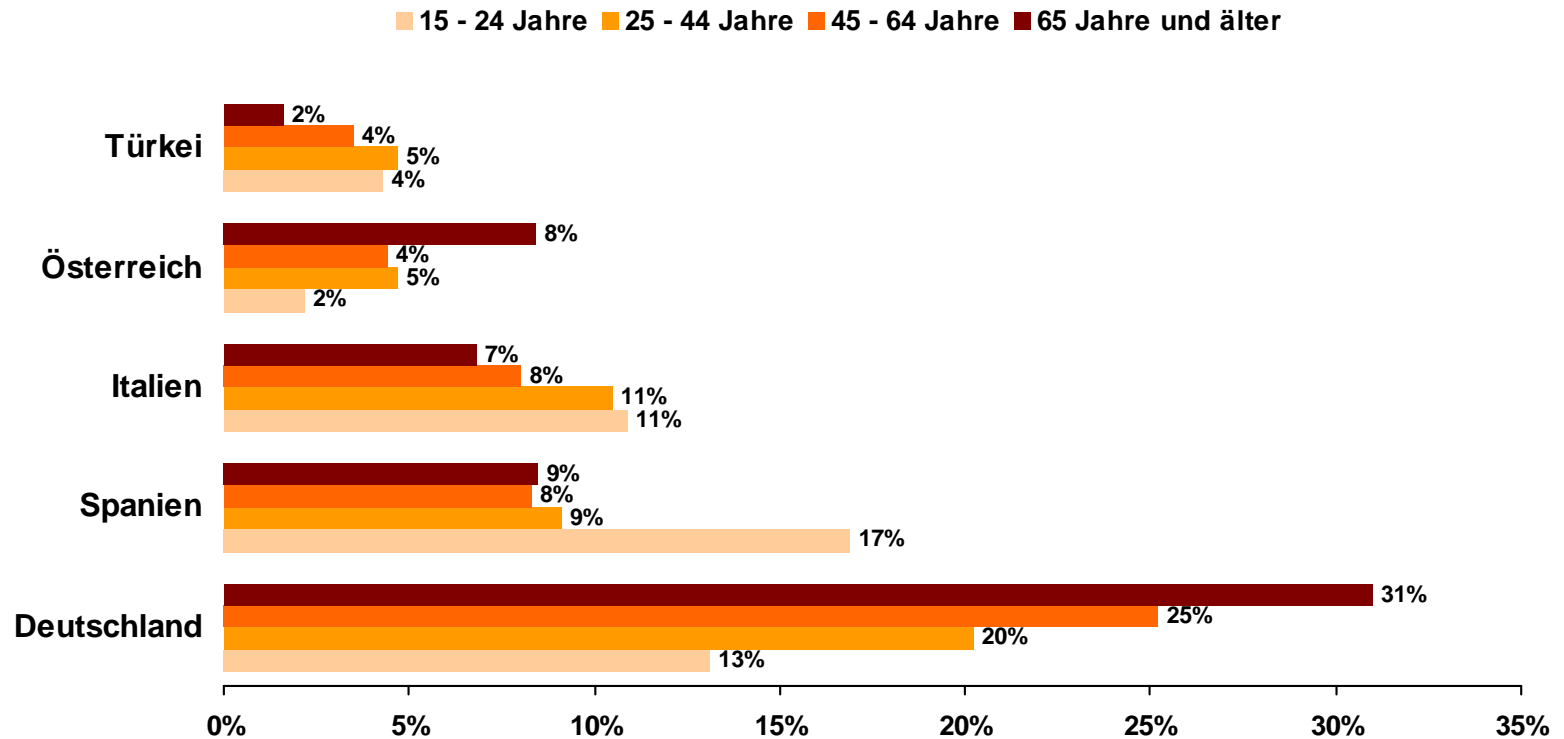


N=802 nur wahrscheinlich Reisende
85 = keine Angabe



Die wahrscheinlichen Urlaubsziele

Wohin wird die Reise 2011 wahrscheinlich gehen?



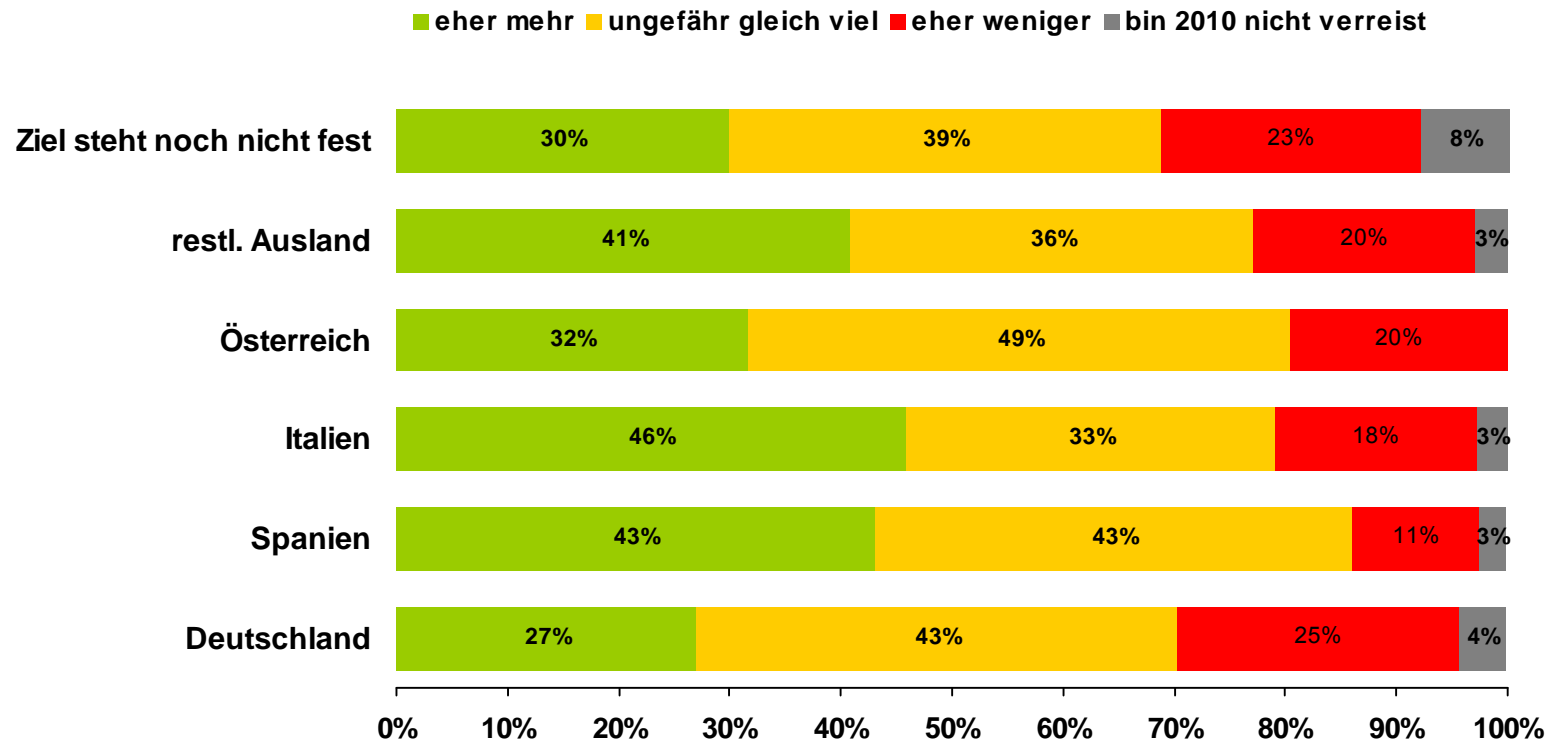
Die Wahl des Reisezieles hängt im hohen Maße vom Alter ab: Vor allem die älteren Reisenden geben häufig Deutschland als potenzielles Reiseziel an. Bei den Jüngeren sind dagegen die ausländischen Ziele, allen voran Spanien, besonders beliebt. Bei den Altersgruppen zwischen 25 und 65 Jahren hat die Türkei schon mit Österreich gleichgezogen, bei den Jüngeren hat sie Österreich schon deutlich überholt.

N=405



Deutschlandurlauber mit geringerem Reisebudget?

Wohin wird die Reise 2011 wahrscheinlich gehen?



Der Anteil von Reisenden, die sich schon für ein Ziel entschieden haben und in diesem Jahr mehr ausgeben möchten als 2010, ist vor allem bei inländischen Zielen am geringsten. Gleichzeitig möchte jeder vierte potenzielle Deutschlandreisende sogar weniger als letztes Jahr ausgeben. Die Ausgabebereitschaft ist bei den Auslandsreisenden dagegen deutlich höher.

N=802



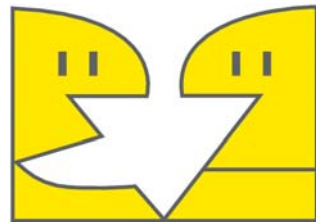
Zusammenfassung

Reiseabsichten auf hohem Niveau

- ➔ Die Reiseabsichten der Deutschen sind für 2011 als sehr hoch zu bewerten. Drei von vier Deutschen werden wahrscheinlich im Laufe des Jahres eine mehrtägige Urlaubsreise unternehmen.
- ➔ Die Reiseabsichten der jüngeren Bevölkerungsgruppen liegen sogar noch höher: Rund 80% der Deutschen bis 44 Jahren werden dieses Jahr eine Urlaubsreise unternehmen.
- ➔ Rund 20% der Deutschen sind hinsichtlich des Reisezieles noch unentschlossen und können von der Tourismusbranche noch aktiv beworben werden. Für ein Viertel der Deutschen steht dagegen schon alles fest: Sie haben ihren Urlaub fest gebucht. Dieser Anteil steigt mit zunehmenden Alter leicht an. Ein weiteres Drittel weiß die ungefähre Richtung und etwa ein Viertel wird dagegen wahrscheinlich keine Urlaubsreise unternehmen.
- ➔ Die wichtigsten Gründe, nicht zu verreisen, liegen im privaten Umfeld: Bei jedem dritten Nicht-Reisenden stehen wirtschaftliche Gründe dem Urlaubswunsch entgegen. Dies trifft vor allem auf Personen im erwerbsfähigen Alter zu. Mit steigendem Alter gewinnen die gesundheitlichen Gründe als Reisehindernis eine immer größere Bedeutung.
- ➔ Die Reisebudgets werden dieses Jahr nur von einem Drittel der Reisenden gegenüber 2010 erhöht. Rund 70% werden die Ausgaben nicht steigern, 20% der Reisenden planen sogar weniger Ausgaben als 2010 ein.
- ➔ Urlaub in Deutschland könnte sich auch dieses Jahr wieder als stabiler Faktor im Reisemarkt behaupten: Rund 23% der Reisenden haben sich schon auf deutsche Reiseziele festgelegt. Spanien und Italien liegen mit einem Anteil von ca. 10- bzw. 9% mit an der Spitze. Rund 19% der Reisewilligen sind bezüglich des Reiseziels noch nicht festgelegt.
- ➔ Deutschland wird für viele auch als preisgünstige Alternative zum Auslandsurlaub gesehen. Der Anteil von Reisewilligen, die 2011 ihr Reisebudget nicht erhöhen wollen, ist bei den Reisenden mit deutschen Zielen am höchsten.
- ➔ Insgesamt kann sich somit das Jahr 2011 wieder als positives Jahr für die Tourismusbranche entwickeln.



Sie haben Fragen? Sie möchten mehr erfahren?



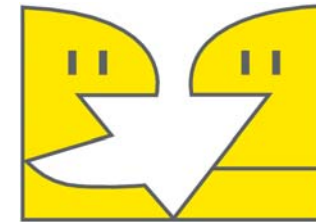
T.I.P. BIEHL & PARTNER

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

Bert.Hallerbach@tip-web.de
+49 651 9480016

Dr. Bert Hallerbach
Institutsleitung
Eurener Str. 15 54294 Trier

www.tip-web.de



T.I.P. BIEHL & PARTNER

**Markt- und Tourismusforschung
Eberhard Biehl und Dr. Bert Hallerbach**

Eberhard.Biehl@tip-web.de
+49 651 9480018

Diplom-Psychologe
Institutsleitung
Eurener Str. 15 54294 Trier

www.tip-web.de

