

**JE FUNDIERTER DAS WISSEN,
DESTO BRILLANTER DIE IDEE.**



ITB
ACADEMY

RA ReiseAnalyse
2015

KNOWLEDGE
TRAINING
EDUCATION



**Willkommen zum
ITB Academy Webinar**

**„Urlaubsreisetrends
in der FUR
Reiseanalyse 2015“**

Herzlichen Gruß aus Kiel!



Feuer und Flamme
für Spiele in Hamburg



Heute geht es um...



Die Reiseanalyse (RA)

Jährliche Durchführung seit 1970

- ▶ Große Datenbasis und Möglichkeit für langfristige Datenvergleiche
- ▶ Langjährige Methodenkompetenz

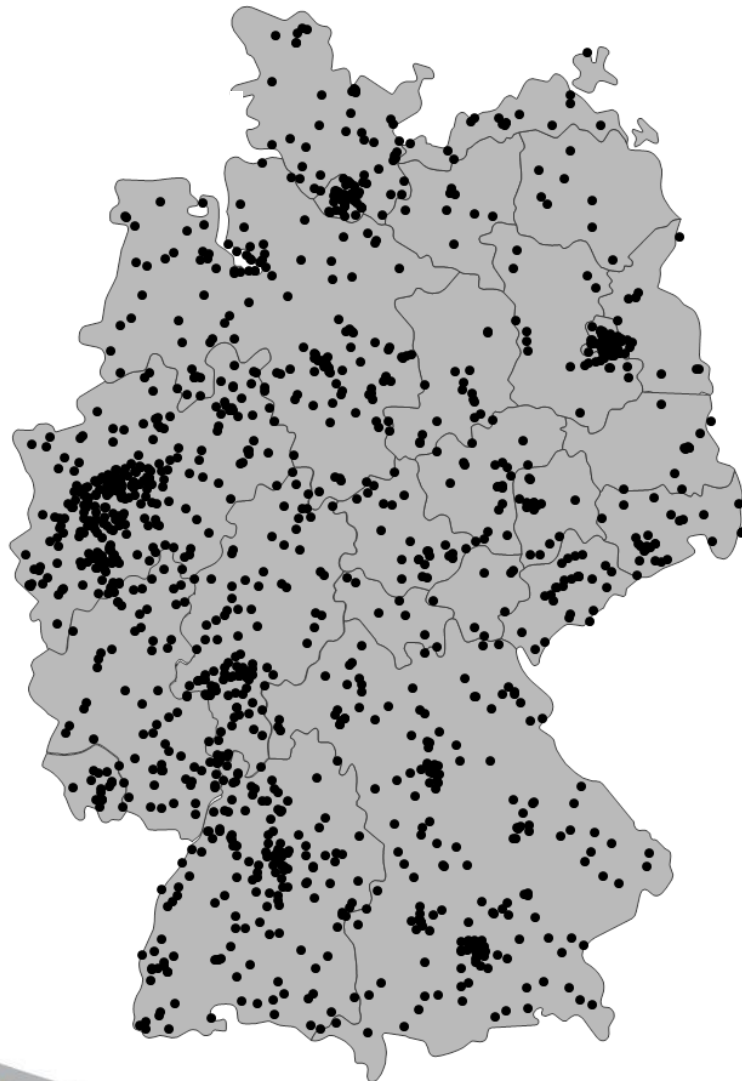
Fokus

- ▶ Urlaubsreisen (Dauer 5 Tage +)
- ▶ Kurzurlaubsreisen (Dauer 2-4 Tage)
- ▶ Reiseverhalten, Motive, Einstellungen und Interessen

Ziele

- ▶ Quantitative Aspekte der Urlaubsnachfrage
- ▶ Differenzierte Beschreibung des Urlaubsreiseverhaltens, der Motive, Einstellungen und Interessen

Reiseanalyse 2015: Methode



Persönliche Befragung

- ▶ 7.720 persönliche Interviews f-2-f im Jan./Febr. 2015
- ▶ an 1.430 Sample-points
- ▶ in Privathaushalten
- ▶ mehrstufige Random-Stichprobe
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (70,5 Mio. = 100%)

RA *online*

- ▶ Online-Access-Panel
- ▶ 5.000 Online-Interviews in zwei Wellen im Mai und November 2014
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 70 Jahre (59,3 Mio. = 100%)

Die RA-Trendstudie



Martin Lohmann, Dirk Schmücker, Ulf Sonntag:
*Urlaubsreisetrends 2025: Entwicklung der
touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland*
(Die Reiseanalyse-Trendstudie).

Herausgegeben von der Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen.

Kiel, 2014, ISBN 978-3-9816839-0-5

EUR 590,00 zzgl. USt.

[http://www.fur.de/ra/publikationen-
presse/trends2025/](http://www.fur.de/ra/publikationen-presse/trends2025/)

Aus der RA 2015 und der RA-Trendstudie ...

... schauen wir uns heute an:

- „einfache“ Standarddaten, in denen viel Musik steckt
- langfristige Entwicklungen in der Urlaubsnachfrage der Deutschen
- Trends 2025

... ebenso wie aktuelle Themen im Bereich

- Mobiles Internet Unterwegs
- Motive für und Effekte von Urlaubsreisen



Kennziffern der Urlaubsnachfrage

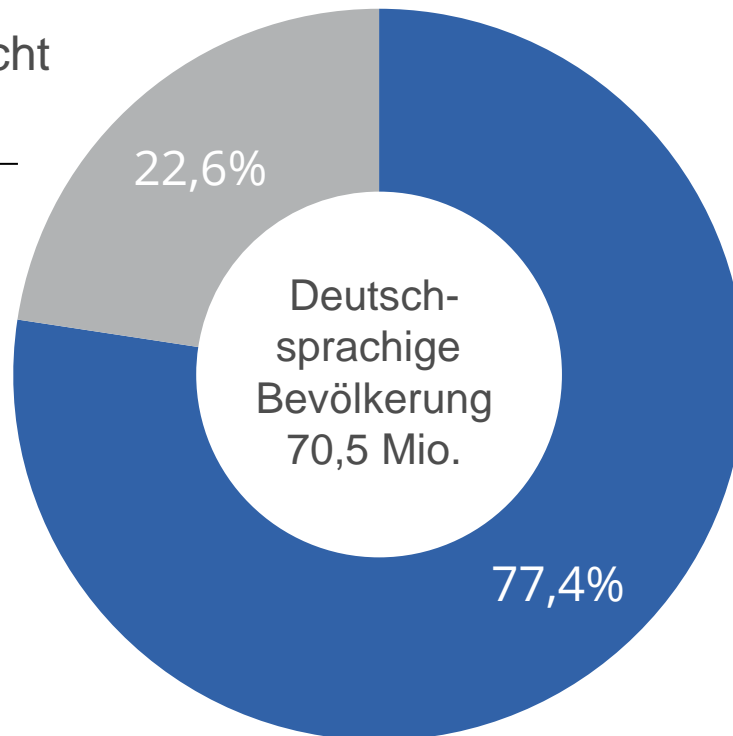
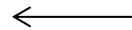
Urlaubsreisende 2014

„Haben Sie im vergangenen Jahr, also 2014, eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer gemacht?“

Nein, keine
Urlaubsreise ab
5 Tage Dauer gemacht



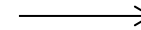
15,9 Mio.



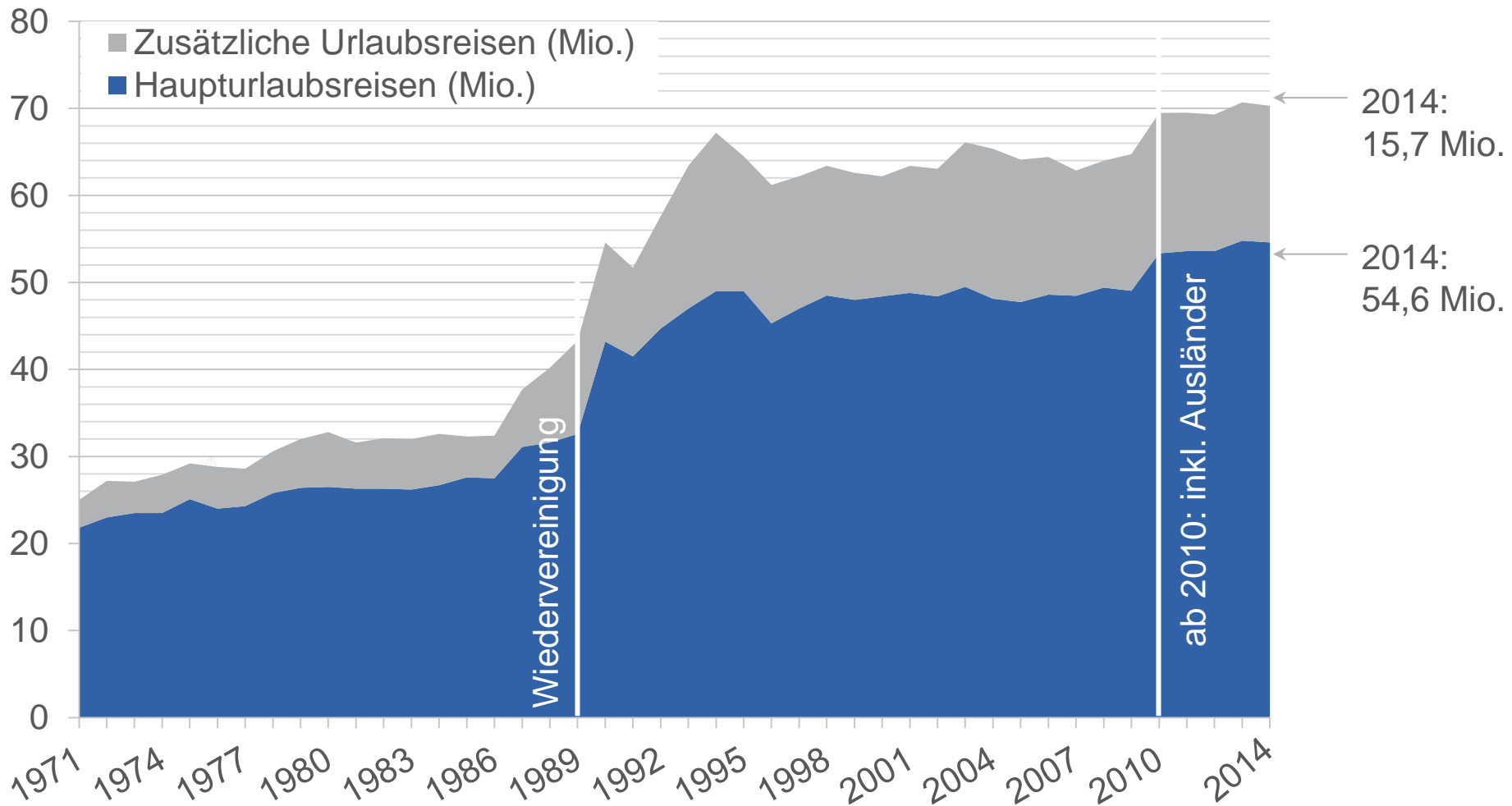
Ja, Urlaubsreise ab
5 Tage Dauer
gemacht



54,6 Mio.



Urlaubsreisen 1971-2014: Volumenentwicklung



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) in Mio.
 Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
 (bis 1989 nur Westdeutschland, ab 2010 inkl. deutschsprachige Ausländer)
 Quelle: RA 1972 bis 2015 face-to-face

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2014: Volumenkennziffern



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen p. P.	Urlaubsreisen	Ausgaben p. P./Reise	Umsatz
2014	54,6 Mio.	1,29	70,3 Mio.	€ 958	€ 67,3 Mrd.

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen p. P.	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben p. P./Reise	Umsatz
2014	32,6 Mio.	2,32	75,7 Mio.	€ 261	€ 19,8 Mrd.

Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer): Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren, Jan. bis Dez.,
Quelle: RA 2015 *face-to-face*

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer): Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-70 Jahre, Nov. bis Okt.,
Quelle: RA *online* 05 /2014 und 11/2014

Trend 2025: Volumeneckzahlen



Urlaubsreisen 2025:

70 Mio.

- stabil bis etwas weniger
- Reiseintensität steigt nicht
- Reisehäufigkeit leicht rückläufig

Kurzurlaubs- reisen 2025:

88 Mio.

- Wachstumschancen
- mehr Reisen pro Person
- mehr Reisen von 70+Jährigen

Trend 2025: Altersstruktur der Urlauber



Urlaubsreisevolumen

70+ Jahre → **+2,2** Mio. Reisen

60-69 Jahre → **+4,1** Mio. Reisen

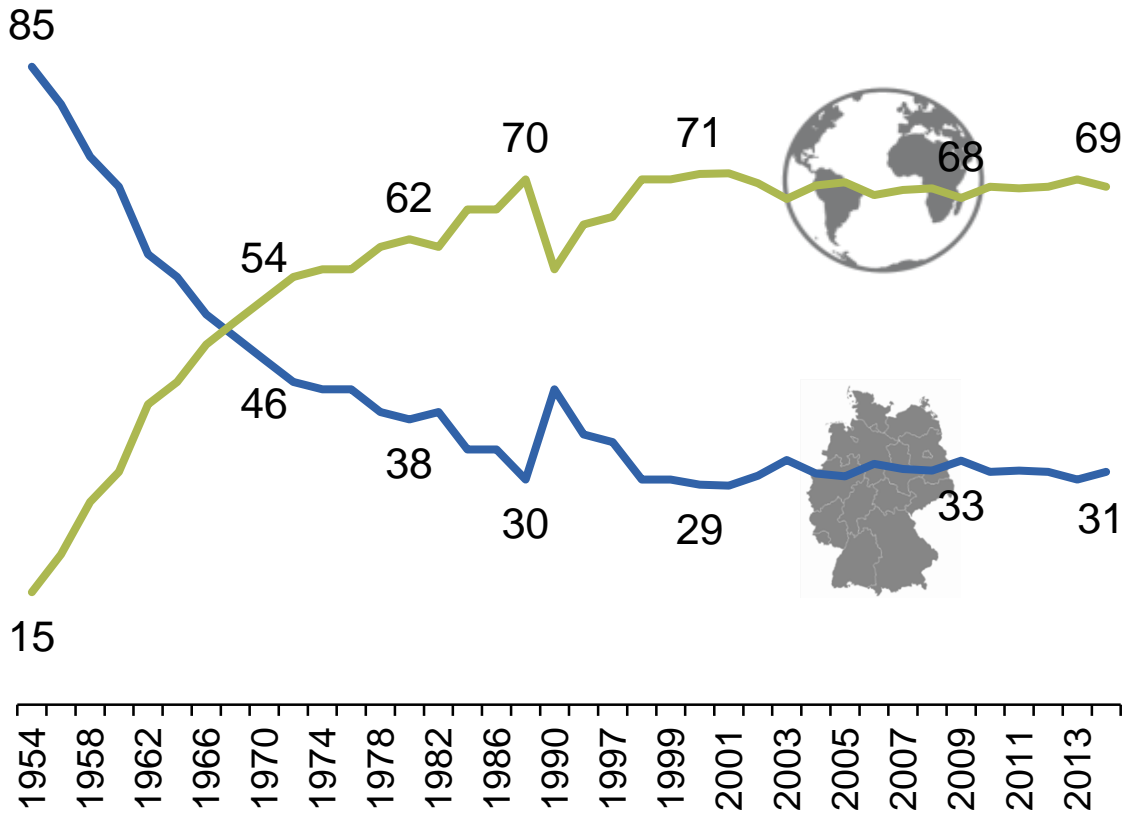
14-59 Jahre → **-7,4** Mio. Reisen

Der Marktanteil der 60+ steigt
von aktuell 30% auf fast **40%**



Urlaubsreisen 2014: Reiseziele

Trend 2025: Urlaubsziele Inland/Ausland



Ausland 2025:

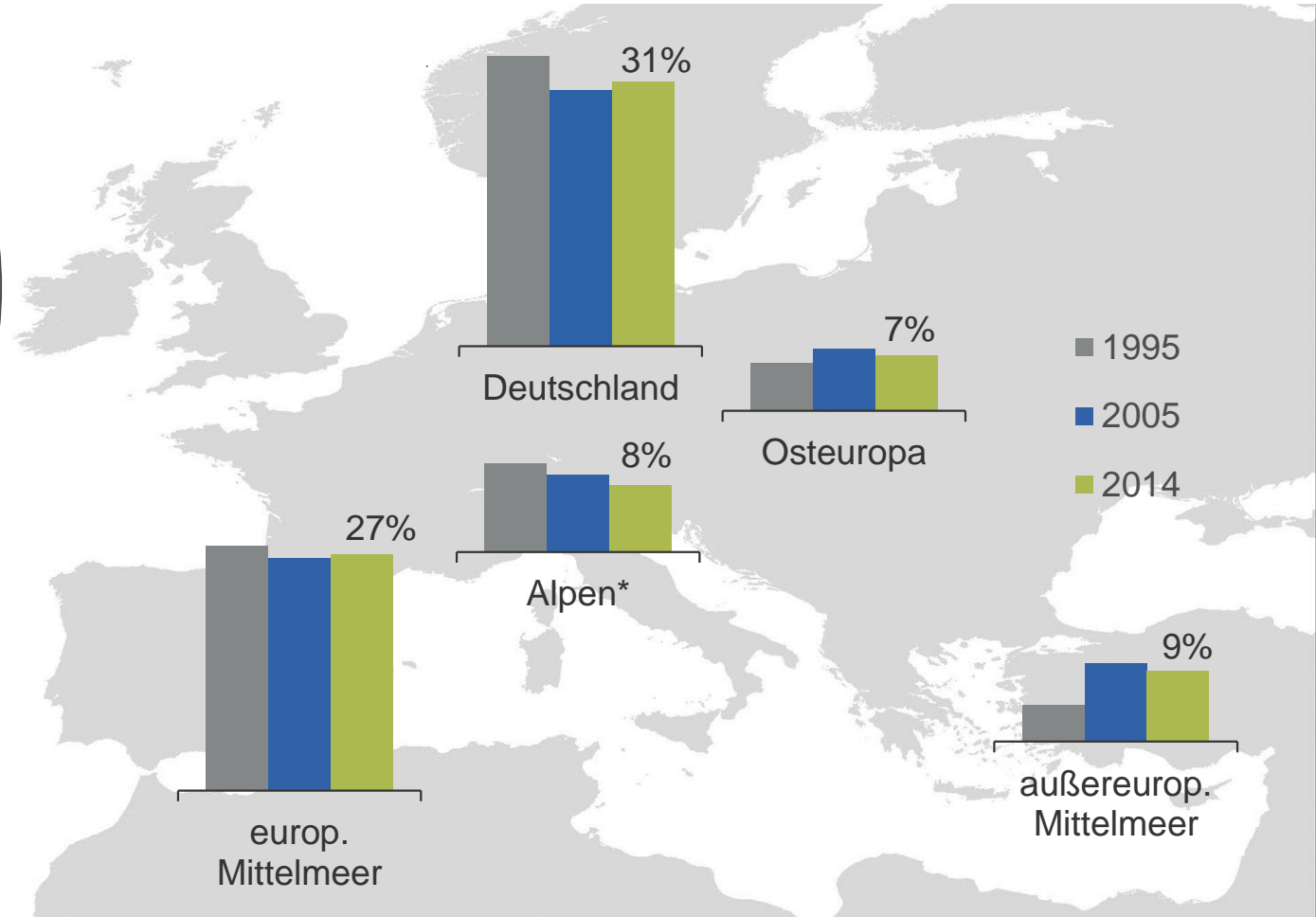
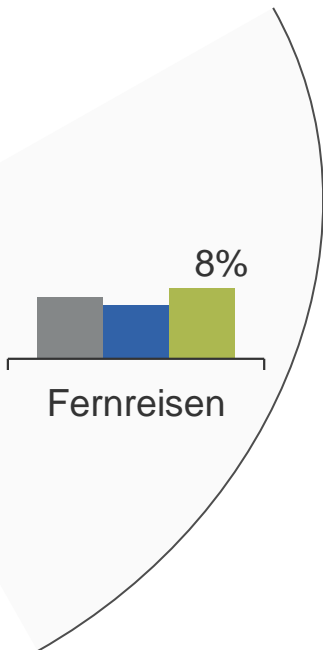
67% Marktanteil
 46,6 Mio. Urlaubsreisen
 (-2,6 Mio. ggü. 2013)

Inland 2025:

33% Marktanteil
 23,0 Mio. Urlaubsreisen
 (+1,5 Mio. ggü. 2013)

Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ J.:
 (bis 1989 nur alte Bundesländer; ab 2010 inkl. Ausländer),
 RA 1970-2015 face-to-face, 1954-1969: diverse Untersuchungen
 Werte für 2025: Schätzung der Autoren

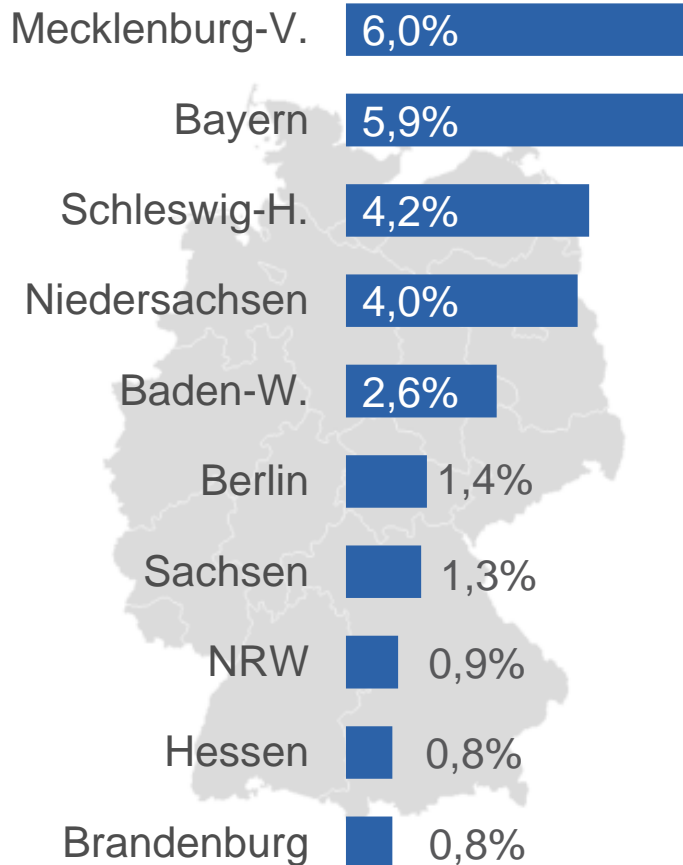
Ziele der Urlaubsreisen (Regionen) 1995-2014



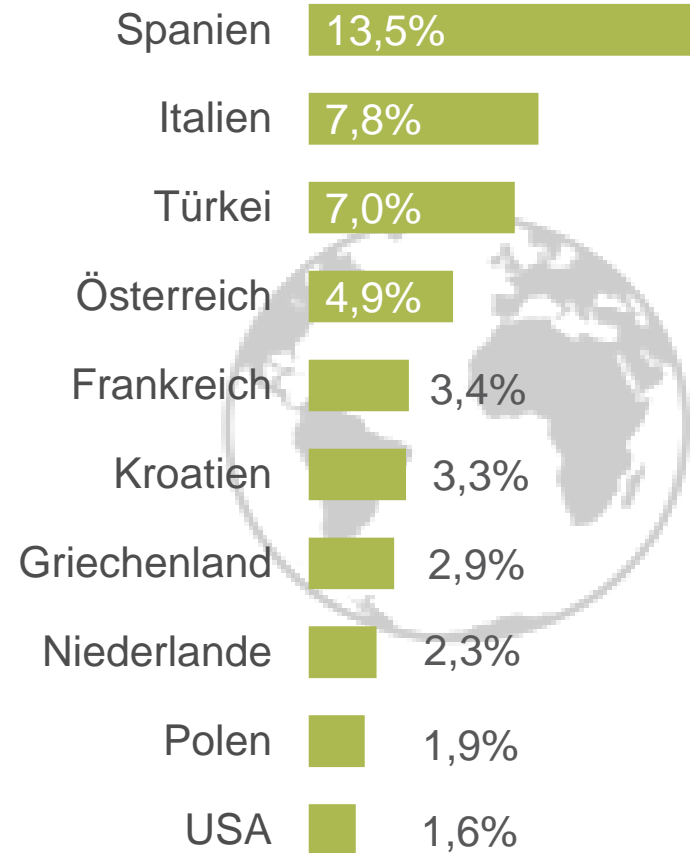
* Alpen = Alpenregionen in Deutschland, Frankreich, Italien, Österreich, Schweiz
 Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren; 1995, 2005: Nur Deutsche.
 Quelle: RA 1996, RA 2006, RA 2015 face-to-face

Urlaubsreiseziele 2014 – Top10 im Detail

Inland: 31% gesamt

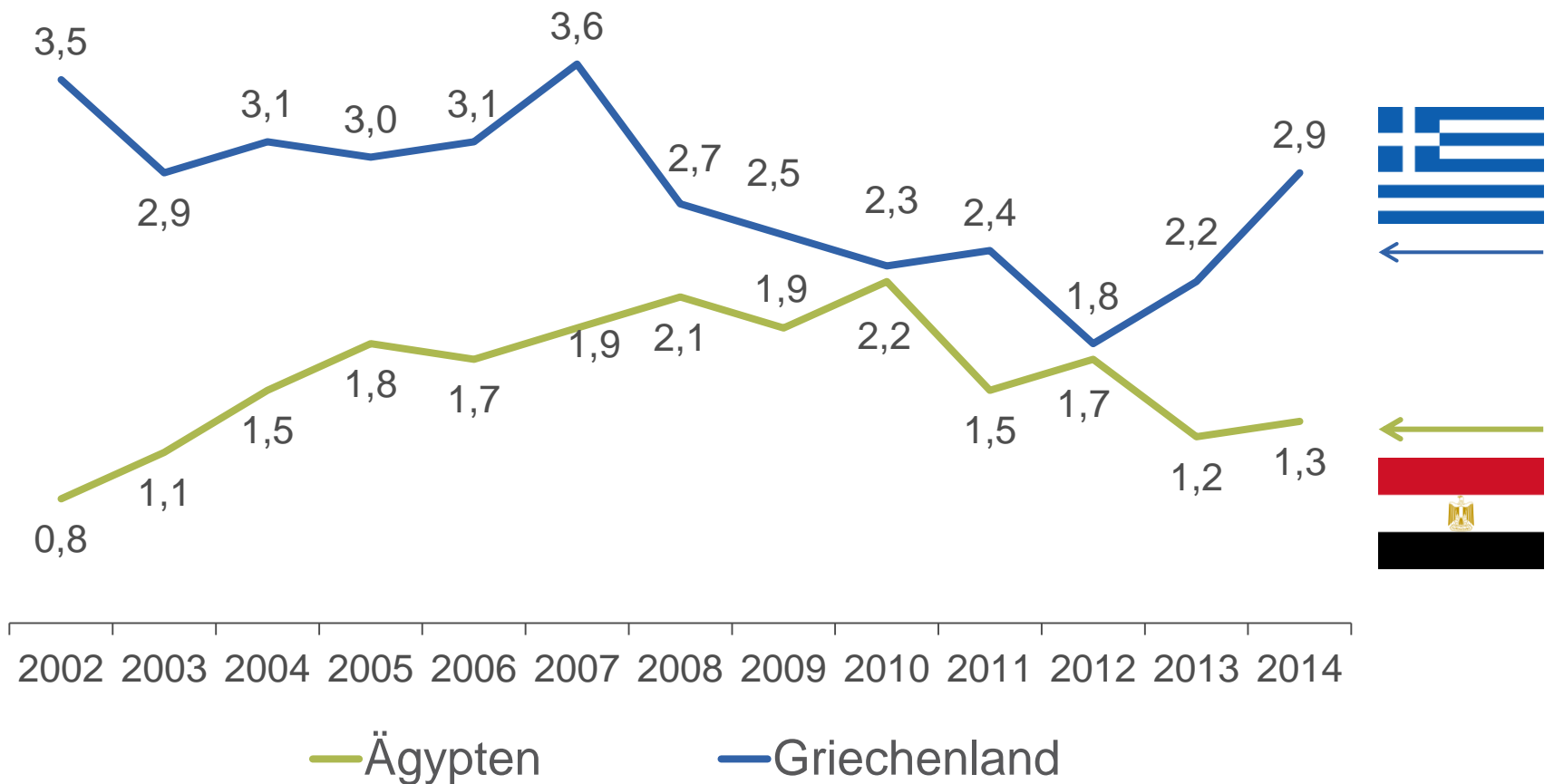


Ausland: 69% gesamt

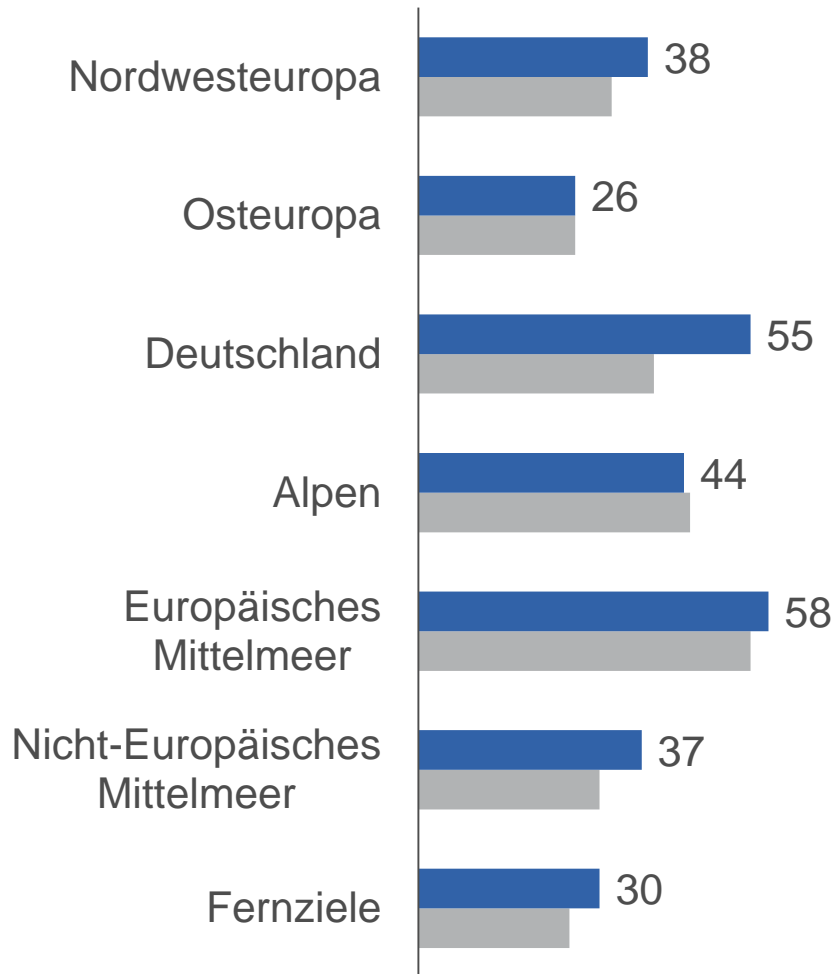


Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: RA 2015 face-to-face

Marktanteil Griechenlands und Ägyptens an den Urlaubsreisen der Deutschen 2002-2014



Wo möchten die Urlauber in den nächsten drei Jahren hin?



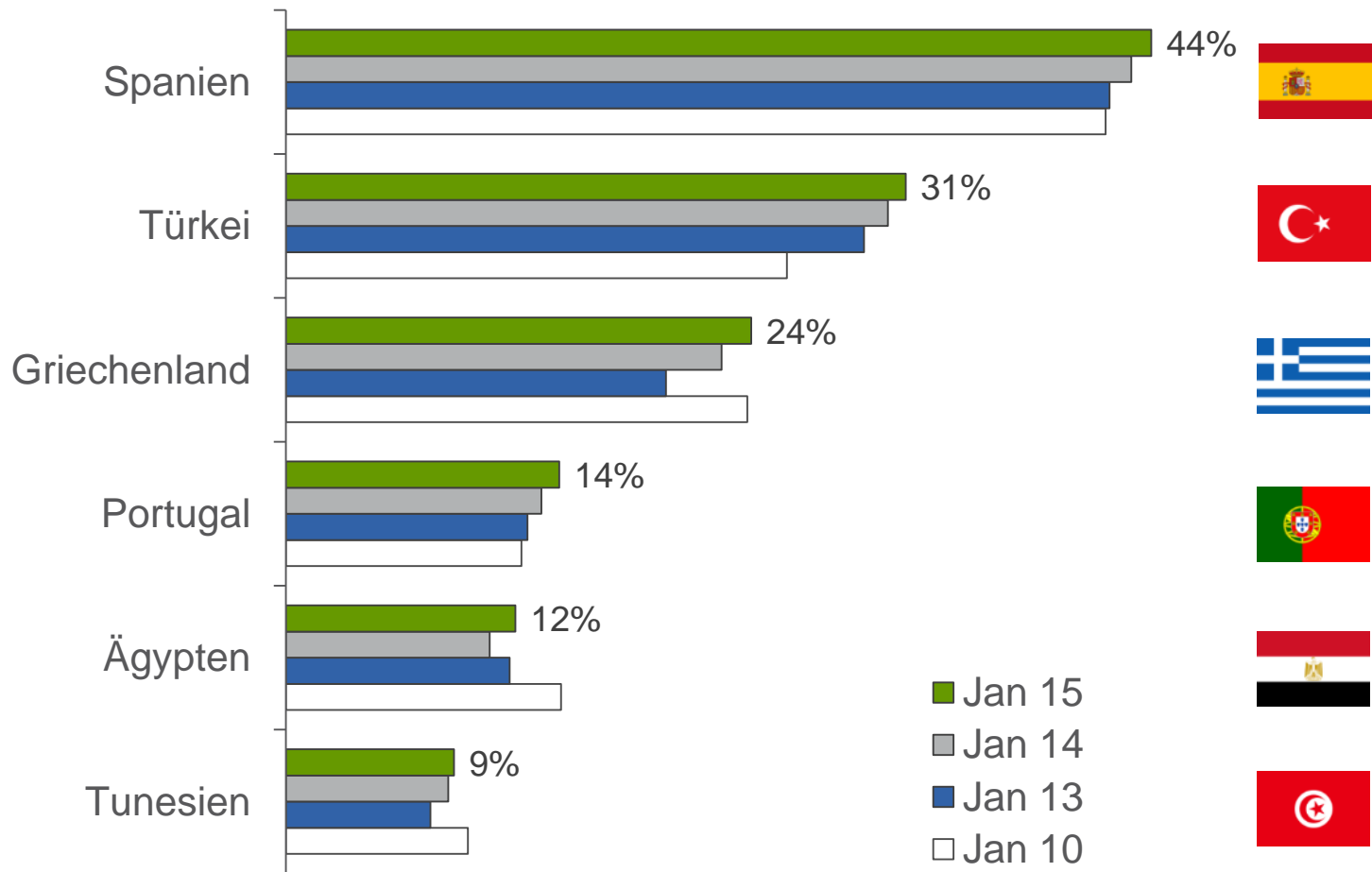
■ Jan 14
■ Jan 05



Urlaubsinteresse insgesamt für Urlaubsreisen der jeweils nächsten drei Jahre, zusammengefasste Regionen, in %
Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (seit RA 2011 inkl. Ausländer),
RA 2005, 2014 face-to-face

Ausgewählte Zielpotenziale am Mittelmeer

Urlaubsinteresse insgesamt der deutschen Bevölkerung

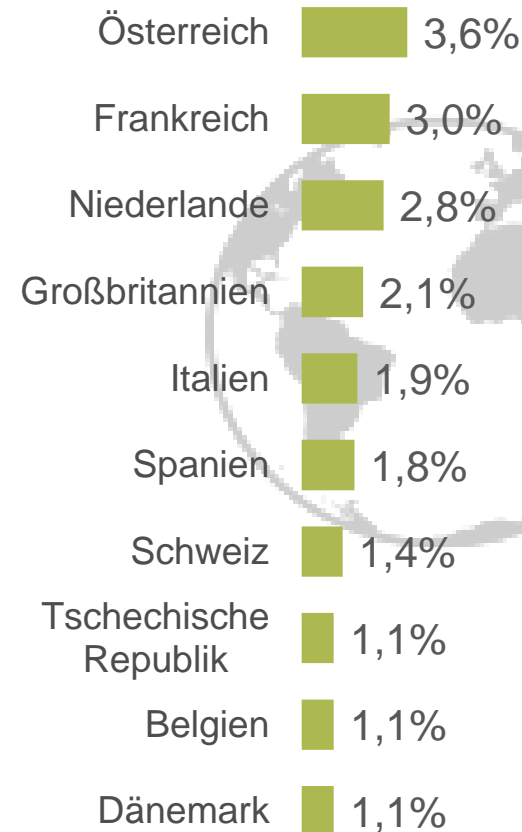
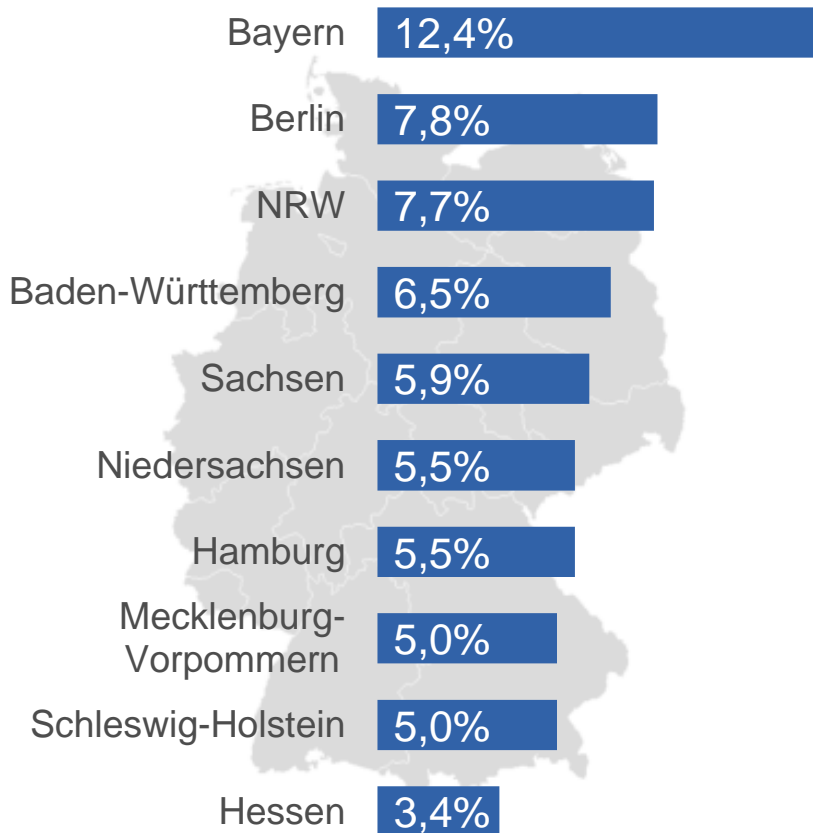


Alle Angaben in %, Mehrfachnennungen möglich
 Interesse an Urlaubsreisezielen in den nächsten 3 Jahren insgesamt
 Basis: Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (ohne Ausländer)
 Quelle: RA 2010 , RA 2013, RA 2014 und RA 2015 *face-to-face*

Kurzurlaubsreiseziele 2014 – Top10 im Detail

Inland: 76% gesamt

Ausland: 24% gesamt



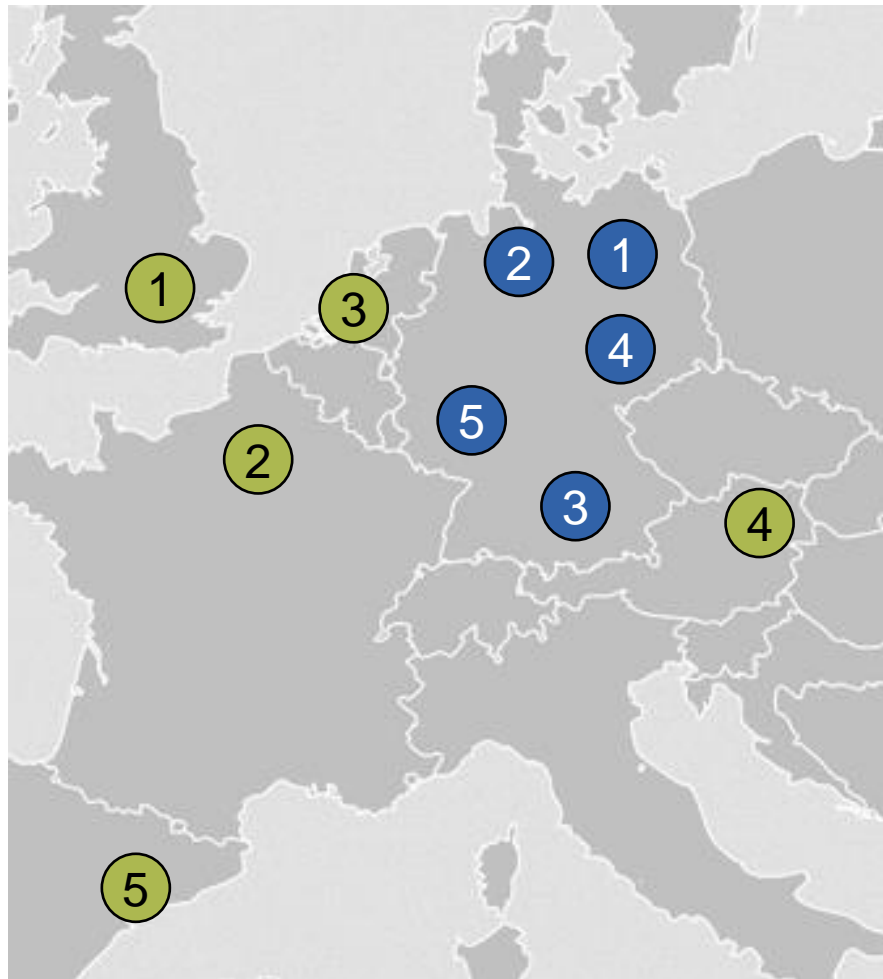
Basis: 1.-3. Kurzurlaubsreise 2014 der deutschsprachigen
Wohnbevölkerung 14-70 Jahre
Quelle: RA *online* 5/2014 und 11/2014

Kurzurlaubsreisen: Städteranking

Ausland*

1	London	16%
2	Paris	13%
3	Amsterdam	10%
4	Wien	9%
5	Barcelona	8%

* Marktanteil an allen 6 Mio. Kurzreisen 2014 in ausländische Städte



Inland**

1	Berlin	22%
2	Hamburg	16%
3	München	10%
4	Dresden	9%
5	Köln	6%

** Marktanteil an allen 25 Mio. Kurzreisen 2014 in deutsche Städte

Basis: Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-70 Jahre
Quelle: RA online 05/2014 und 11/2014



Urlaubsreisen 2014:
Reiseverhalten

Trends bei den Urlaubsarten

	2002-2014	Wert 2014	Trend		2002-2014	Wert 2014	Trend
Sonne+ Strand		44	↗	Freunde/ Verwandte		13	↘
Ausruhen		36	↘	Fun/Party		12	→
Natur*		28	↗	Rundreise		11	↗
Familie		27	↗	Kultur		7	→
Erlebnis		23	↘	Gesundheit		5	↘
Sightseeing		16	↗	Studienreise		3	→
Aktiv		16	→				

Urlaubsreisearten (Mehrfachnennungen) in %, Sparklines ohne einheitliche Skala, Trend: Lineare Regression 2002-2014, Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (ohne Ausländer),
Quelle: RA 2003-2015 face-to-face

Urlaubsformen: Veränderungen des Marktpotenzials 2005/2015

Veränderung
Interesse gesamt
2005 zu 2015

Städtereise	+ 49%
Kreuzfahrt auf See	+ 27%
Spaß-/Fun-/Party-Urlaub	+ 26%
Familienferien	+ 26%
Winterurlaub in der Sonne	+ 24%



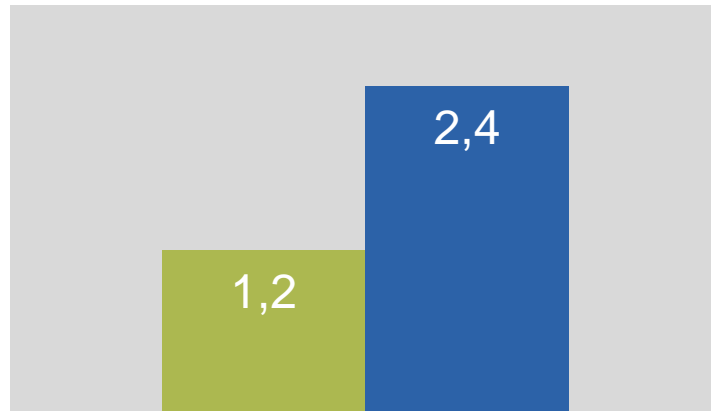
Fitnessurlaub	- 34%
Gesundheitsurlaub	- 30%
Kur im Urlaub	- 27%
Winterurlaub im Schnee	- 8%
Ausruh-Urlaub	- 6%



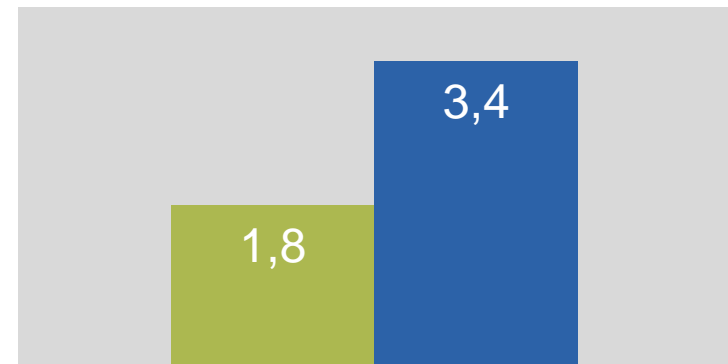
Angegeben ist die Entwicklung der Marktanteile von Jan. 2005 zu Jan. 2015
ausgewählter Urlaubsformen in %
Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren., 2005 nur Deutsche
Quelle: RA 2005 und RA 2015 *face-to-face*

Urlaubsreisen mit Ausgaben von über € 3.000 pro Person

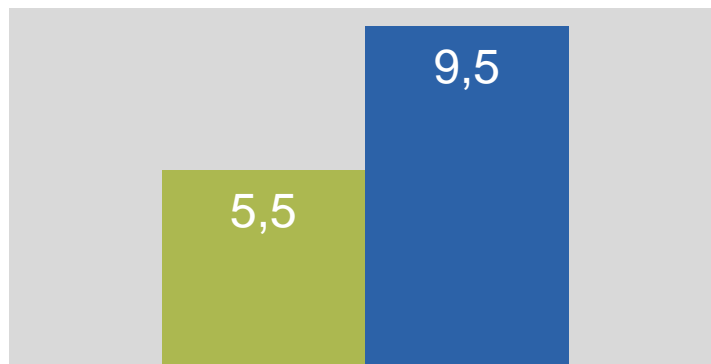
Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)



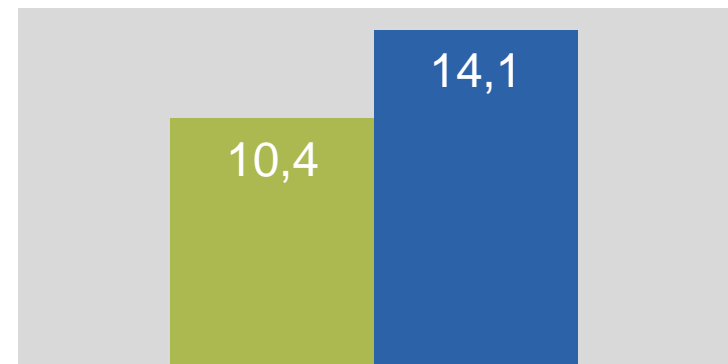
Anteil an allen Urlaubsreisen (%)



Reiseausgaben Urlaubsreisen gesamt (Mrd. €)



Anteil an allen Urlaubsreiseausgaben (%)



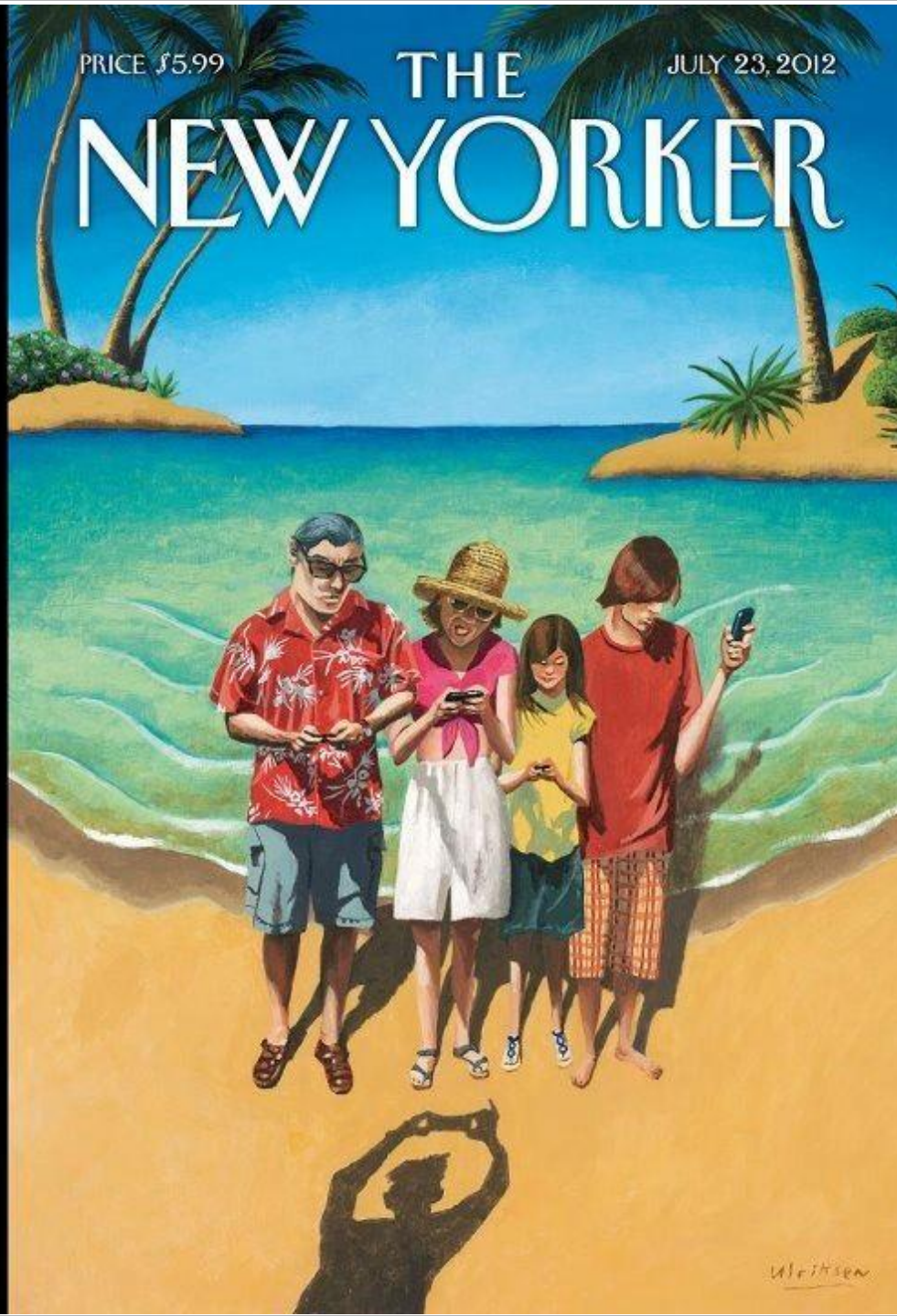
■ 2014
■ 2004

Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: RA 2005 und RA 2015 *face-to-face*

PRICE \$5.99

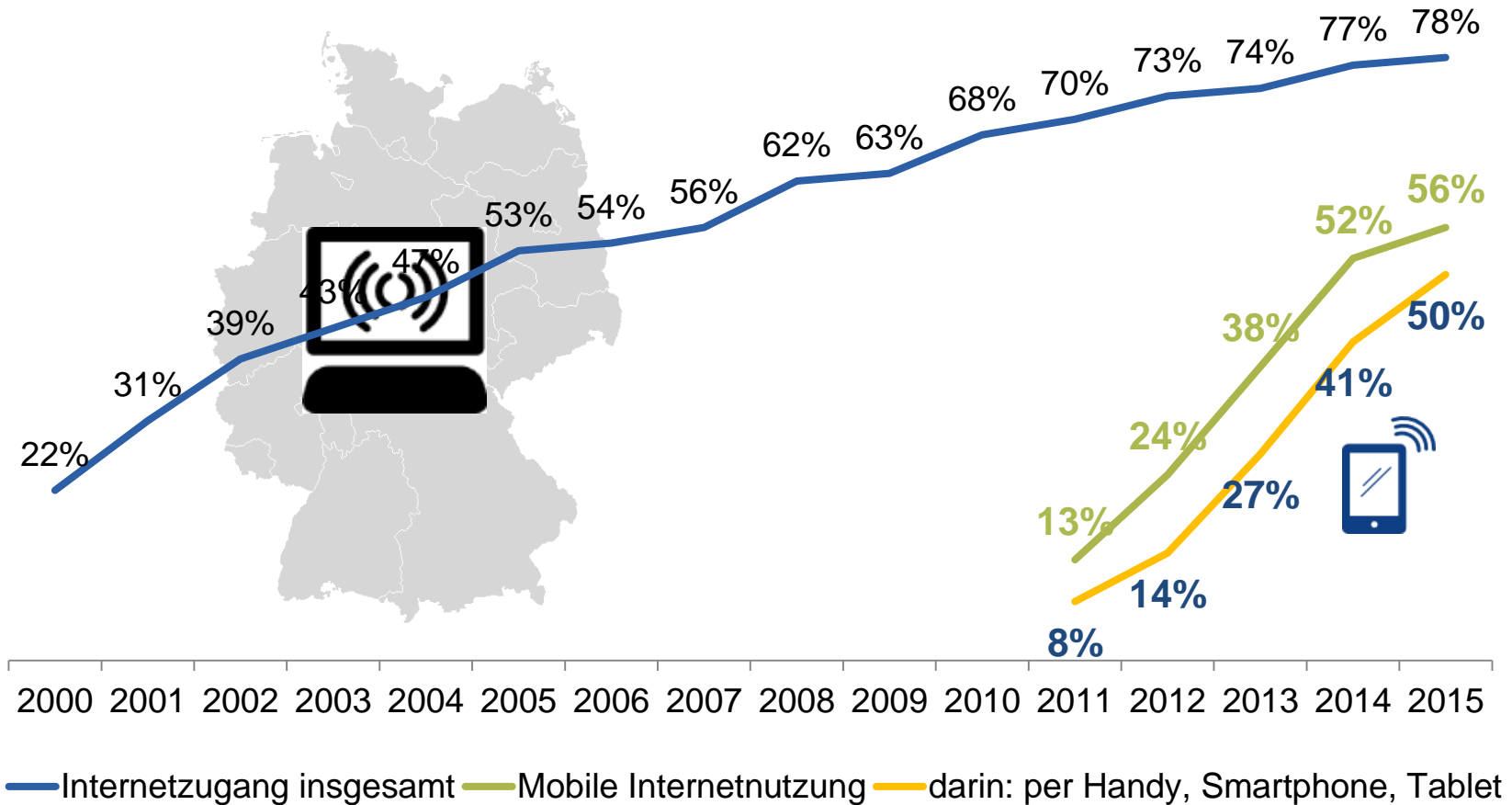
JULY 23, 2012

THE NEW YORKER



(Mobiles)
Internet und
Urlaubsreisen

78% in Deutschland mit Internetzugang – Mehr als dreimal so viele wie 2000



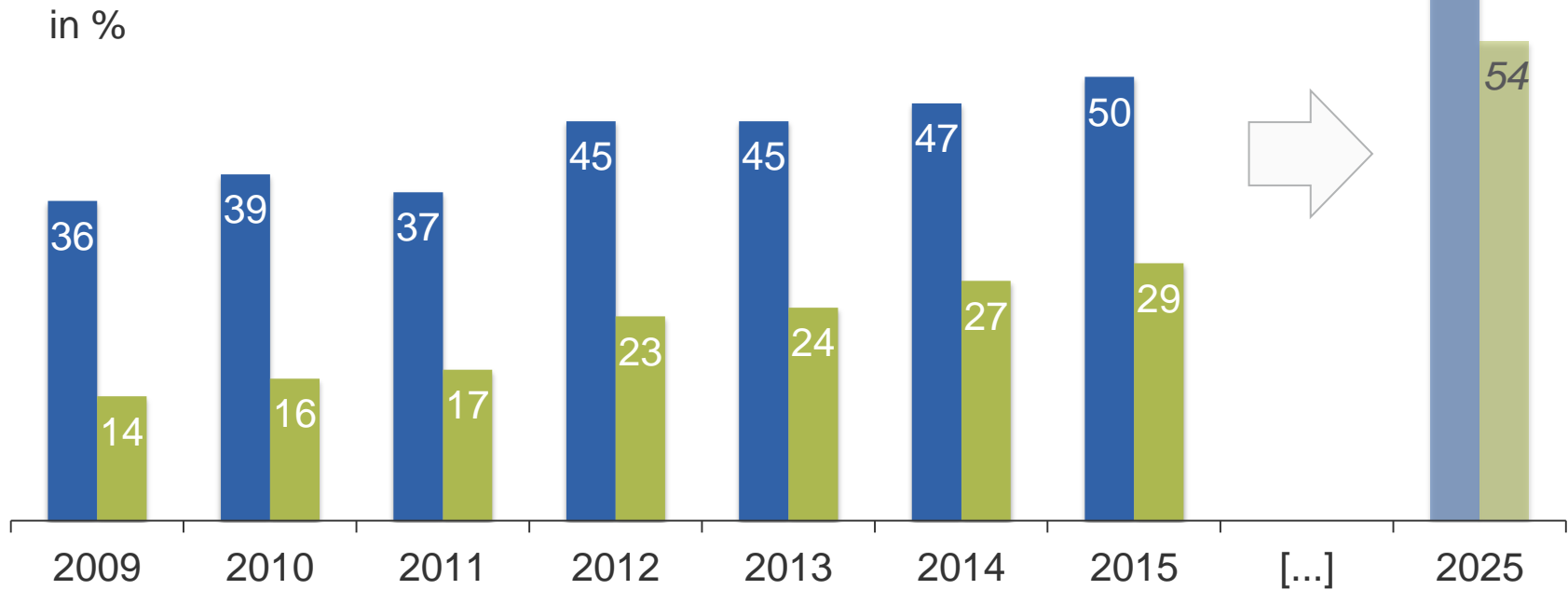
Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2001 bis RA 2015 *face-to-face*

Internetnutzung für Urlaubsreisen



Internet in den letzten 12 Monaten zur Information über Urlaubsreisen genutzt

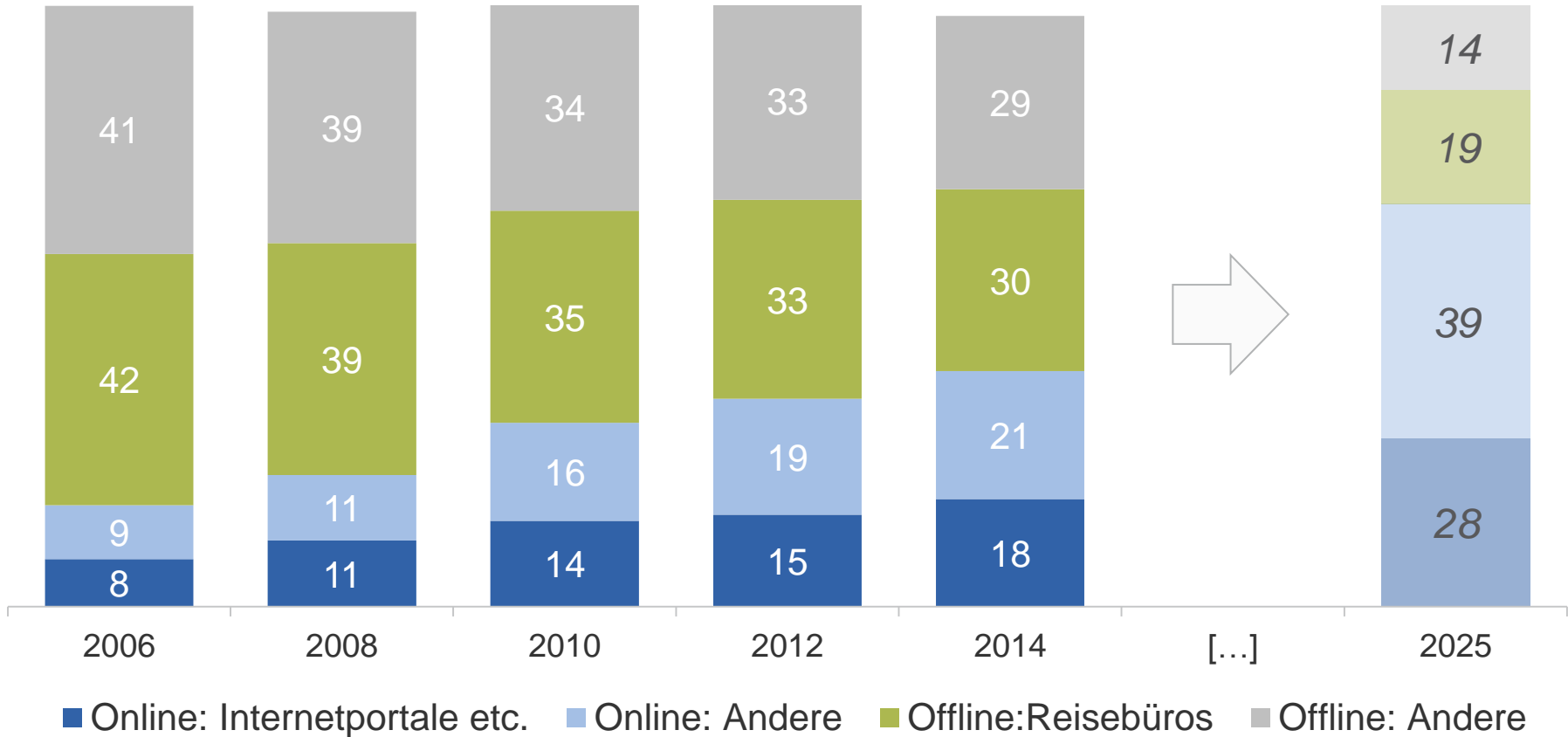
Internet in den letzten 12 Monaten zur Buchung von Urlaubsreisen genutzt



Angaben in %
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2001 bis RA 2015 *face-to-face*

Urlaubsbuchung: Immer mehr Online, immer weniger Offline

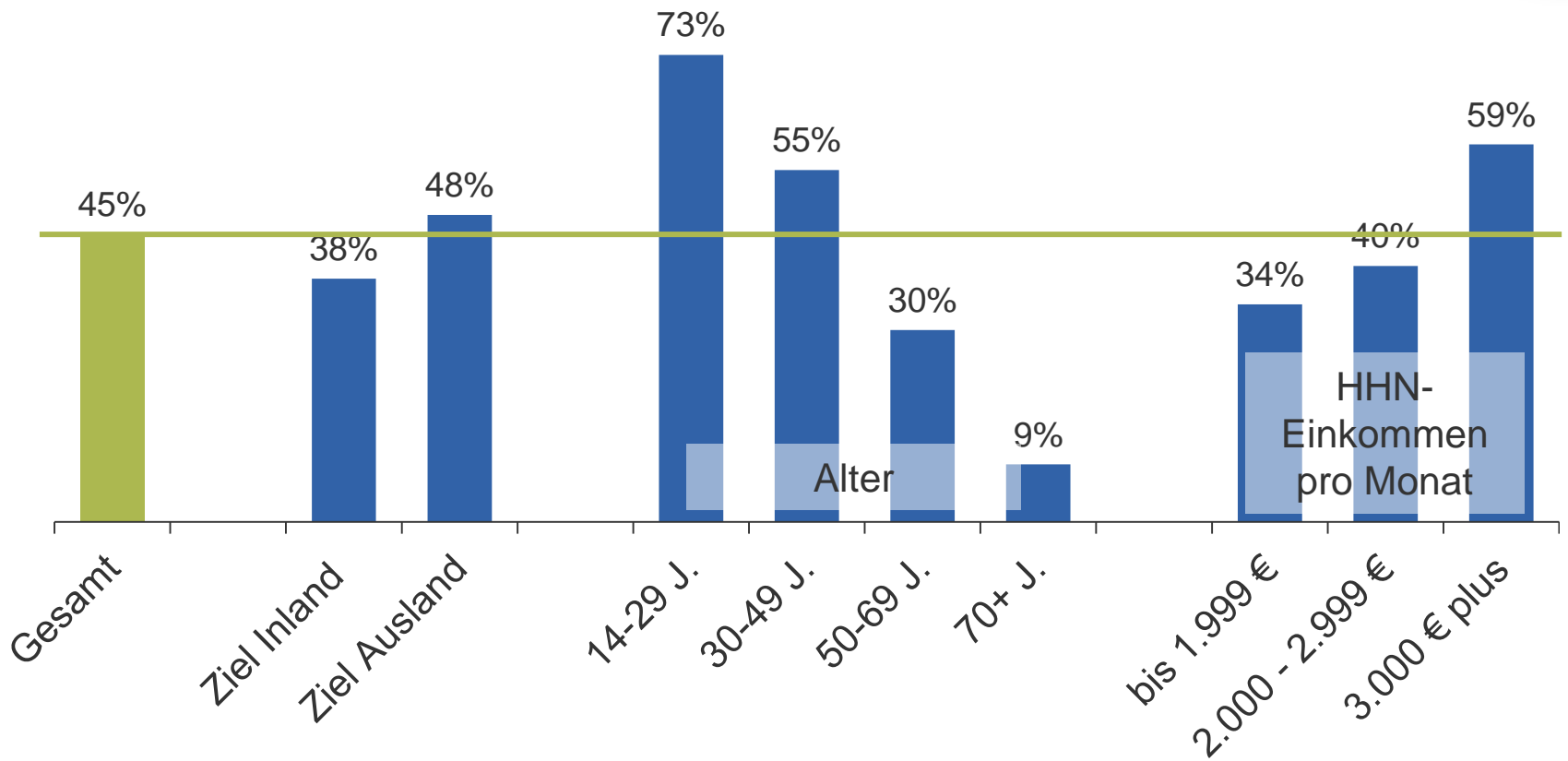
in %



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) mit Vorabbuchung,
Deutsche/deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland (ab
2010 inkl. Ausländer), RA 2006-20145face-to-face

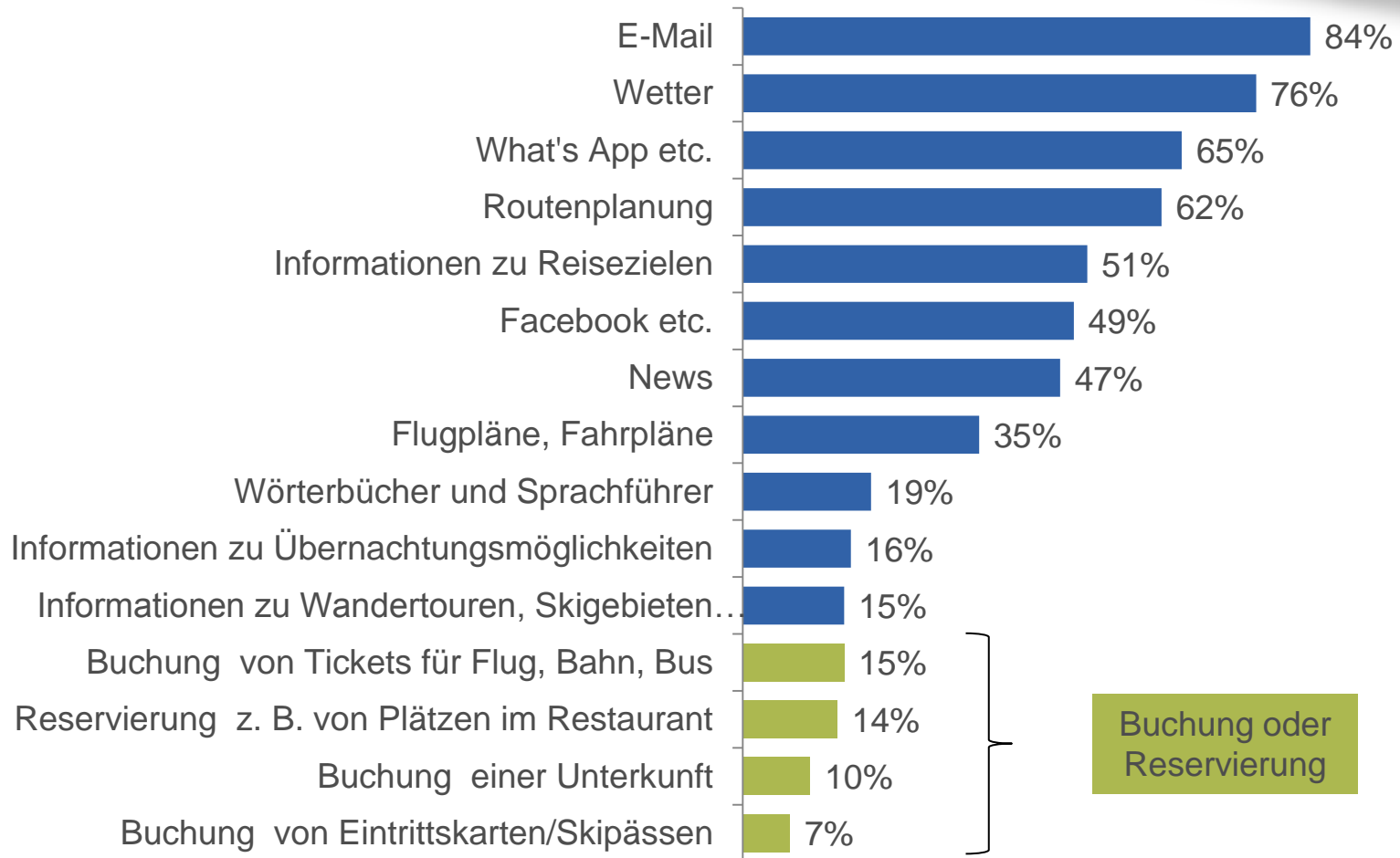
Mobile Internetnutzung unterwegs auf Urlaubsreisen 2014

Modul
Mobiles Internet
unterwegs



Mobiles Internet: Nutzungsarten im Urlaub 2014

Modul
Mobiles Internet
unterwegs



Basis: Reisende, die unterwegs im Urlaub das mobile Internet zur Buchung oder Information genutzt haben
Quelle: RA online11/2014



Urlaubsmotive, -einstellungen und -ansprüche

Urlaubsreisemotive: Männer vs. Frauen

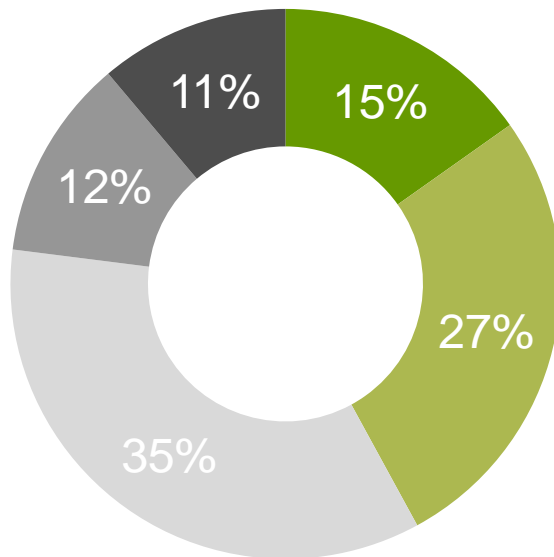


	Frauen	Männer
<u>Abstand zum Alltag gewinnen</u>	67%	64%
<u>Frische Kraft sammeln, auftanken</u>	63%	58%
<u>Zeit füreinander haben</u>	54%	51%
<u>Sich verwöhnen lassen</u>	51%	47%
<u>Viel erleben, viel Abwechslung haben</u>	39%	41%
<u>Unterwegs sein, herumkommen</u>	37%	40%
<u>Etwas für die Schönheit tun, Bräunen</u>	35%	29%
<u>Etwas für Kultur und Bildung tun</u>	28%	25%
<u>Flirt/Erotik</u>	11%	16%
<u>Aktiv Sport treiben</u>	6%	12%

Einstellung zu Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen

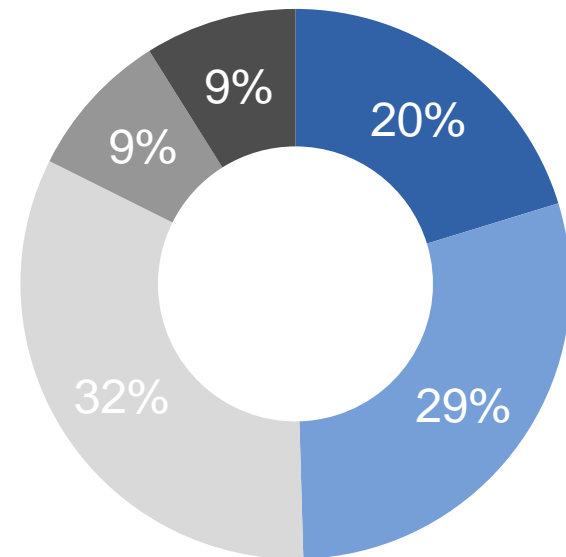
Mehr zum Thema unter: www.bmub.bund.de/N51279/

„Mein Urlaub soll möglichst ökologisch
verträglich, ressourcenschonend und
umweltfreundlich sein.“



■ voll und ganz ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ ganz und gar nicht

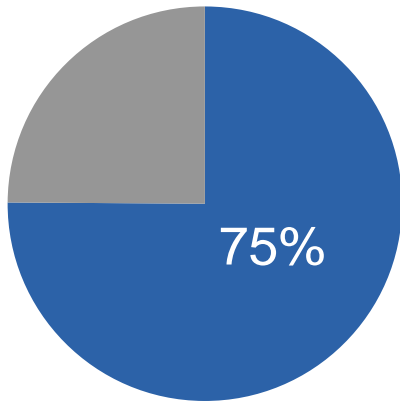
„Mein Urlaub soll möglichst
sozialverträglich sein.“



■ voll und ganz ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ ganz und gar nicht

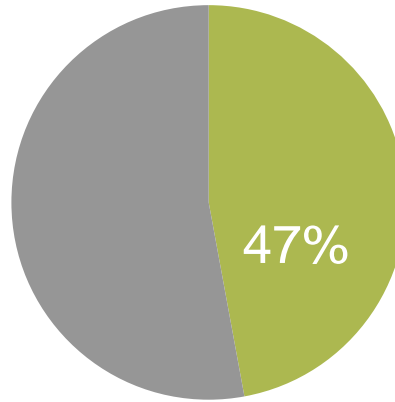
Effekte von Urlaubsreisen

Erholung



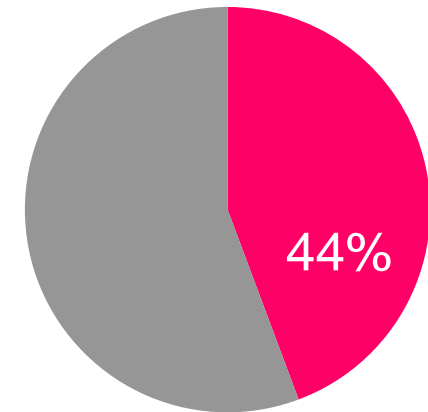
Ich kam erholt von dieser Urlaubsreise zurück.

Gesundheit



Diese Urlaubsreise hat sich positiv auf meine körperliche Gesundheit ausgewirkt

Glück



Ich habe auf dieser Urlaubsreise echte Glücksmomente erlebt

Frage: Wie hat sich diese Reise auf Ihr Wohlbefinden ausgewirkt?
Basis: Haupturlaubsreisen 2014 (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: RA 2015 *face-to-face*



← PAST

PRESENT

FUTURE →

Fazit: Urlaubsnachfrage 2014/2015

- ▶ Urlaubsreisenachfrage auf hohem Niveau mit Rekordumsätzen.
- ▶ Für 2015 weiterhin hohes Nachfragevolumen; wachsende Ausgabenbereitschaft.
- ▶ Interessanteste Reiseziele für die nahe Zukunft im Inland: Küsten und Berge;
im Ausland: Spanien, Italien, Türkei und Österreich.
Dynamik in den kleineren Destinationen.
- ▶ Organisation: Veranstalterreisen aus dem Reisebüro immer noch am wichtigsten (vor allem für Ziele im Mittelmeerraum);
beide verlieren aber zugunsten von online Buchungen (entweder direkt oder über Internetportale).
- ▶ Starke Differenzierung im Reiseverhalten in unterschiedlichen Segmenten.

Tourismusnachfrage 2025: Die Kunden



Weniger

Älter

Bunter

Auch mit
Kind(ern)

Always online



Motiviert &
interessiert

Multioptional

Abwechslung
gewünscht

Kompetenter

Quelle:
Martin Lohmann, Dirk Schmücker, Ulf Sonntag: **Urlaubsreisetrends 2025**: Entwicklung
der touristischen Nachfrage im Quellmarkt Deutschland (Die Reiseanalyse-Trendstudie)

Das war nur ein kleiner Blick auf die Ergebnisse.
Hier finden Sie noch mehr!

[contact](#) | [legal information](#) | [deutsch](#)



RA - Die Reiseanalyse

[Reiseanalyse 2015](#) | [RA participation](#) | [News & Data](#) | [Publications & Press](#)

FUR - Die Forschungsgemeinschaft

[Portrait](#) | [Members & board](#) | [Team & partners](#)

- ▶ www.reiseanalyse.de
- ▶ **Publikation I:**
Urlaubsreisetrends 2025
(RA-Trendstudie)
- ▶ **Publikation II:**
RA 2014 Kurzfassung
- ▶ **Trend-Vorträge und -Workshops**
- ▶ **Reiseanalyse 2015/2016:**
Das Komplettdprogramm 😊

Reiseanalyse Newsletter

Current information on the development of tourism demand and news from the Reiseanalyse can be received about four times a year by the Reiseanalyse Newsletter (in German). Are you interested? [Then sign up here.](#)

Interview

Ulf Sonntag talking about first results of RA 2015:



**Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!
Fragen?**



**KNOWLEDGE
TRAINING
EDUCATION**



ITB Academy

ITB Berlin –

The World's Leading Travel Trade Show®

Messe Berlin GmbH

Messedamm 22

14055 Berlin

Tel.: + 49 (0)30 - 3038-2528

Jessica Varga

E-Mail: varga@messe-berlin.de

Website: www.itb-berlin.de/academy



**FUR Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen e.V.**

Fleethörn 23
D-24103 Kiel

Tel.: +49 (0)431 88888 00

Fax: +49 (0)431 8888 679

E-Mail: info@reiseanalyse.de

Website: www.reiseanalyse.de