

Urlaubsreisetrends 2010 **- Urlaubslust ist kaum gebremst -**

Zum Jahresbeginn 2010 hat die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) für die CMT in Stuttgart eine erste vorläufige Bilanz des Reisejahres 2009 erstellt und die touristischen Trends des neuen Jahres ermittelt. Martin Lohmann stellte für die FUR die Ergebnisse in Stuttgart vor.

2009: Ein (fast) normales Jahr für den deutschen Tourismus

Fasst man die Nachfragedaten und die Erfahrungen aus der Branche zum Jahresende zusammen, so ergibt sich ein uneinheitliches Bild: Weltweit ist der internationale Tourismus rückläufig gewesen, die Zahl der Gästeankünfte ist um etwa 5% zurückgegangen (UNWTO). Auch in Deutschland gab es nach den Erkenntnissen des Statistischen Bundesamtes weniger Besucher aus dem Ausland (-4%), die leicht wachsende Inlandsnachfrage sorgte aber für einen Ausgleich. Die deutschen Reiseveranstalter haben im vergangenen Jahr gute Erträge erwirtschaftet, obwohl ihr Umsatz gesunken ist. Die Gästezahlen blieben konstant, Rückgänge gab es bei Flugreisen und im Mittelmeerraum. Die FUR kennzeichnet die deutsche Nachfrage im Jahr 2009 auf der Basis der RA *online* vom Jahresende mit rund 62 Mio. Urlaubsreisen als relativ stabil.

Wirtschaftskrise schafft Polarisierung

Weltweit hat die Wirtschaftskrise ihre Spuren hinterlassen, auch im Tourismus. Die Nachfrage aus manchen Quellmärkten, wie z.B. Großbritannien oder USA, ist deutlich zurückgegangen. In Deutschland hat sich die Zahl der Urlaubsreisen nur marginal geändert. Es wird aber eine Tendenz zur Polarisierung deutlich: Während ein Teil der Bevölkerung sein Reiseverhalten vor dem Hintergrund der unsicheren Lage eingeschränkt hat, ist ein anderer mehr gereist als noch 2008.

Die Wirtschaftskrise von heute trifft auf einen anderen und breiteren Kreis der Bevölkerung als die „Finanzkrise“ aus 2008. Deren Folgen werden gewissermaßen nach unten durchgereicht. Die Wirtschaftskrise, das zeigen die Daten der aktuellen RA *online*, löst bei einem großen Teil der deutschen Bevölkerung Besorgnis aus: 72% finden sie besorgniserregend. 37% der Deutschen sehen sich dadurch persönlich betroffen, 42% geben an, dass die Wirtschaftskrise ihre Urlaubsreiseplanung für 2010 beeinflusst.

Reisepläne 2010: Urlaubslust wächst.

Für die Urlaubsreisepläne 2010 spielen offensichtlich aber auch andere Faktoren als die Wirtschaftskrise und deren Konsequenzen eine Rolle. Jedenfalls ist die Urlaubslust der Deutschen heute auf einem höheren Niveau als vor einem Jahr. Auch ist die Zahl derjenigen gewachsen, die schon jetzt absehen können, dass 2010 eine Urlaubsreise zeitlich und finanziell möglich ist. So gesehen nimmt die Unsicherheit ab. Das bedeutet aber weder ein Wachstum der Nachfrage noch zwingend frühere Buchungen. Die Daten lassen für 2010 insgesamt etwa gleich viele Urlaubsreisen und Urlaubsausgaben auf der gleichen Höhe wie 2009 erwarten. Bei Veranstalterreisen wartet man mit der Buchung lieber ab. Bei insgesamt sinkenden Preisen können hier die Urlauber bei gleichem Budget höherwertige Reisen wählen.

Für den Tourismus weltweit erwartet die UNWTO 2010 wieder ein leichtes Wachstum (+ 2% bei den Ankünften), ohne dass aber dadurch das Niveau des Jahres 2008 erreicht würde. Angesichts der weiterhin mit hohen Risiken behafteten wirtschaftlichen Situation kann sich die Zukunftsperspektive natürlich rasch ändern.

Reiseziele und Reiseformen: Multioptionale Urlauber

Die wichtigsten Urlaubsziele der Deutschen werden auch 2010 Deutschland (mit über 30% weit vorne auf dem ersten Platz), Spanien, Italien, die Türkei und Österreich sein (zusammen knapp zwei Drittel aller Urlaubsreisen). Dennoch gibt es Dynamik: Man kann einerseits eine leichte Erhöhung des Anteils der Inlandsreisen erwarten, andererseits eine stärkere Differenzierung der Auslandsreisen. Das bedeutet Wachstumschancen für Destinationen, die jetzt einen relativ geringen Marktanteil haben, z.B. Ziele in Skandinavien und außerhalb Europas. Langfristig (im Vergleich zu 1998) wächst das Interesse an fast allen Urlaubregionen. Das zeigt eine hohe Flexibilität auf der Kundenseite, die Urlauber sind „multioptional“ und sehen in vielen Destinationen die Möglichkeit, ihre Urlaubsbedürfnisse zu befriedigen. So werden die Reiseziele immer austauschbarer, selbst wenn sie sich objektiv unterscheiden. Das gilt analog auch für die Reiseformen. Die Klassiker bleiben hier auch 2010 die bedeutendsten Reisearten: Strand-, Ausruh-, Natur-, und Familienferien. Wachstum ist in bislang kleineren Segmenten (Kreuzfahrt; Radreisen; Wellness) zu erwarten.

Infodschungel im Internet

Für viele ist es wohl kaum noch vorstellbar, dass man eine Reise vorbereiten kann, ohne das Internet zu nutzen. Die Tourismusbranche schenkt deswegen diesem Medium viel Beachtung, aktuell vor allem dem „web 2.0“. Tatsächlich gab es in der Vergangenheit einen raschen Aufstieg des Internet als Informationsmedium für Touristen. Schon rund 2/3 aller Internetnutzer besorgt sich hier seine Urlaubsinformationen. Das „www“ hat aber die früheren Quellen nicht ersetzt, sondern ergänzt. Die Folge ist, dass den Urlaubern deutlich mehr Informationen zur Verfügung stehen. Es ist jetzt weniger so, dass der Kunde die Information sucht; eher sucht die Information die Aufmerksamkeit der Kunden.

Ausblick

Die nachfrageseitigen Voraussetzungen für 2010 sind gut. Wir erwarten im Urlaubstourismus ein stabiles Nachfragevolumen. Wahrscheinlich sind dabei ein sich gegenseitig ausgleichender Rückgang bei von der Wirtschaftskrise persönlich betroffenen Personen und eine Steigerung bei anderen. Angebot und Nachfrage werden zunehmend differenzierter, die Auswahl wird für die flexiblen, „multioptionalen“ Kunden umfangreicher. Der touristische Wettbewerb wird immer stärker in den Informationsmedien ausgetragen, besonders bunt im Internet mit seinen erweiterten Möglichkeiten (web 2.0, „social media“). Die allgemeinen Marktbedingungen mit erfahrenen, anspruchsvollen, und sehr flexiblen Kunden und hohen Kapazitäten bleiben eine Herausforderung für die Tourismusindustrie. Die Urlauber werden dann oft der „lachende Dritte“ im harten Wettbewerb der Anbieter sein.

*Prof. Dr. Martin Lohmann, Diplom-Psychologe, ist wissenschaftlicher Berater der **Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR)**. Er ist Geschäftsführer des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T.) in Kiel und lehrt am Department Wirtschaftspsychologie der Leuphana Universität Lüneburg Konsumentenverhalten und Tourismuspsychologie. Die FUR ist der Träger der jährlichen Reiseanalyse (RA).*

Zur fachlichen Vorbereitung der CMT 2010 hat die FUR im November eine aktuelle Umfrage durchgeführt (RA online 11/2009, repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung 14-70 Jahre; n = 2.046) und die Zeitreihen der Reiseanalyse (jährlich n > 7.500, repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) ausgewertet.

Mehr Informationen unter www.reiseanalyse.de und www.nit-kiel.de.

Abb. 1

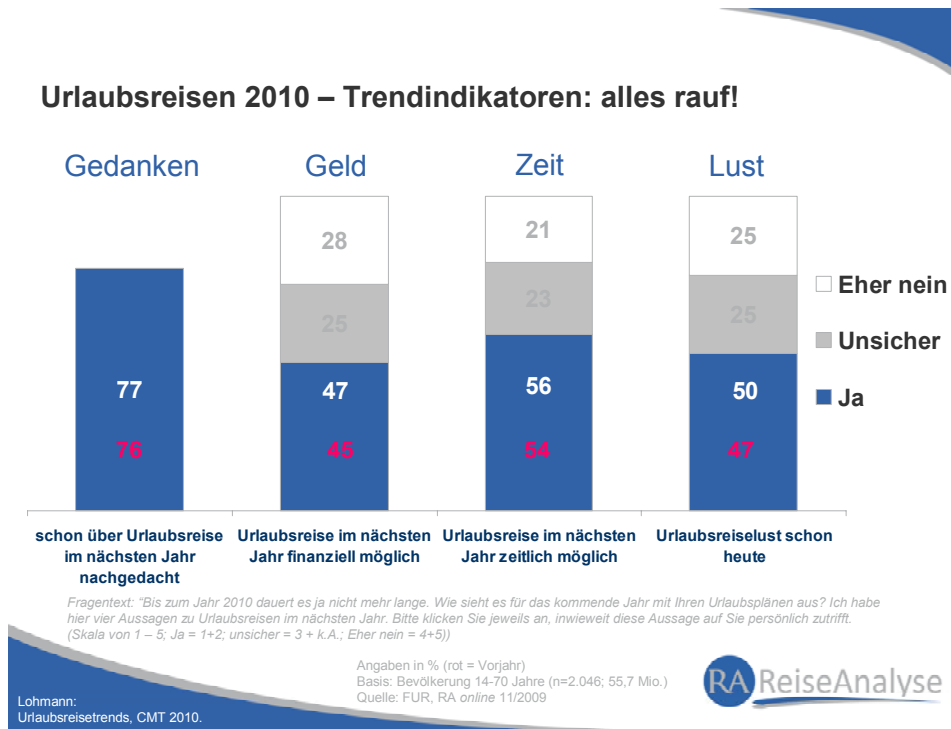
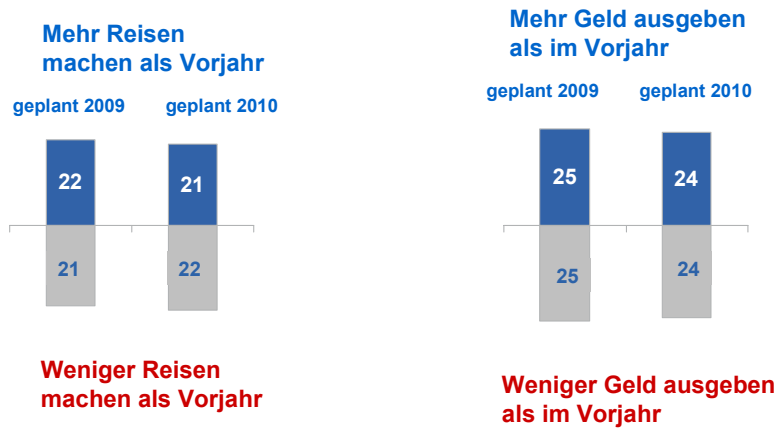


Abb. 2

Urlaubsreisen 2010 – Trendindikatoren II



Angaben in %
 Basis: Bevölkerung (RA online 11/2008:16-64 (n=1.000; 48,3 Mio.); RA online 11/2009: 14-70 Jahre (n=2.046; 55,7 Mio.))
 Quelle: FUR, RA online 11/2008 & 11/2009

Lohmann: Urlaubsreisetrends, CMT 2010.