

Erste Ergebnisse  
ITB 2004, Berlin

## RA 2004

- **Stabile Nachfrage - Dynamik im Detail.**
- **Deutschland gewinnt Marktanteile.**
- **Reisedauer sinkt.**
- **Billigflieger weiter im Steigflug.**
- **Image der Pauschalreise unter der Lupe.**
- **Preiswerte Urlaubsreisen: JA! ...**  
... aber bitte ohne Qualitätsverzicht.
- **Reiseabsicht höher als 2003.**
- **Was ist die RA?**
- **Sonderpublikationen der F.U.R**

### Impressum

Herausgeber:  
F.U.R, Hamburg/Kiel  
E-mail: [info@fur.de](mailto:info@fur.de)



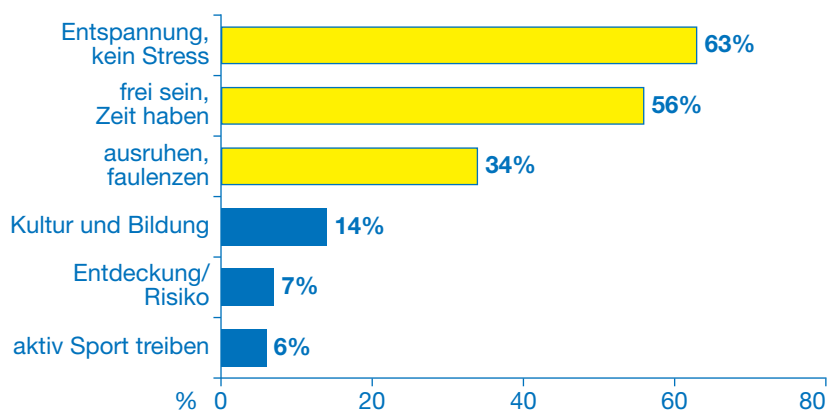
## Die 34. Reiseanalyse RA 2004

Auch 2003 ist der deutsche Urlaubsreisemarkt durch eine relative Stabilität der Gesamtnachfrage gekennzeichnet. Trotz wirtschaftlicher Unsicherheit und latenter Terrorgefahr lassen sich die Deutschen ihre Urlaubsreise nicht nehmen. Sie sind also keineswegs „urlaubsfaul“, wohl aber gerne „faul im Urlaub“. Dies zeigt ein Blick auf ihre allgemeinen Urlaubsmotive:

Hier dominieren eher passive „Aktivitäten“ wie Entspannen oder Ausruhen. Körperlich oder geistig anstrengen wollen sich im Urlaub dagegen nur wenige.

### RA 2004: Urlaubsmotive der Deutschen (Auswahl)

F.U.R



Werte für „besonders wichtig“ in %

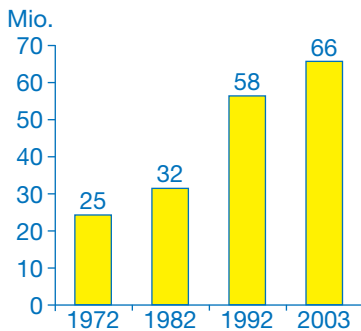
# F.U.R

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.

Wrangelstraße 16, D-24105 Kiel  
Telefon +49 (0)431-88888 00, Fax +49 (0)431-8888 679  
[www.fur.de](http://www.fur.de), [info@fur.de](mailto:info@fur.de)

## Über 3/4 der Deutschen auf Urlaubsreise.

### Urlaubsreisevolumen:



Urlaubsreisen in Mio.;  
ab 1992 inkl. neue Bundesländer  
Quelle: RA 1972-2004

**57% haben 2003 eine, 15% zwei, 5% drei oder mehr Urlaubsreisen gemacht.**

### Und dann noch...

### Optimierte Erfassung der Urlaubsreisen →

## Der aktuelle Urlaubsreisemarkt

49,5 Mio. Deutsche haben 2003 mindestens eine Urlaubsreise (ab 5 Tagen Dauer) unternommen. Das entspricht einer Urlaubsreiseintensität von 76,8%. Insgesamt wurden über 66 Mio. Urlaubsreisen durchgeführt.

Die geringfügigen Veränderungen dieser Werte gegenüber dem Vorjahr sind auf eine methodische Optimierung der Abfrage zurückzuführen\*. Sie bedeuten deswegen keine reale Steigerung. So liegt die Reiseintensität auch 2003 wieder auf dem seit Jahren gewohnten hohen Niveau. Diese Stabilität der Nachfrage erklärt sich vor allem aus dem großen Anteil der „regelmäßig Reisenden“, für die die jährliche Urlaubsreise zum unverzichtbaren Konsum gehört. Die Entwicklungs-Dynamik liegt eher in den Strukturen (d.h. wohin und wie man reist) als im Volumen (d.h. ob man reist).

### RA 2004: Urlaubsreise-Kennziffern

F.U.R

	1994	1998	2002	2003
Bev. ab 14 J. (Mio.)	62,7	63,5	64,3	64,4
Eine oder mehrere Urlaubsreisen gemacht = Urlaubsreiseintensität (%)	78,1	76,4	75,3	76,8
Urlaubsreisende (Mio.)	49,0	48,5	48,4	49,5
Urlaubsreisehäufigkeit (Reisen pro Reisendem)	1,37	1,31	1,30	1,34
Urlaubsreisen (5 Tage +) in Mio.	67,2	63,4	63,1	66,1

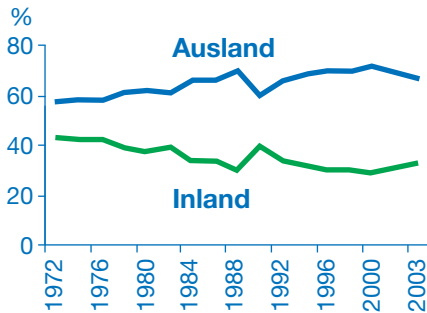
Zu den 66 Mio. Urlaubsreisen kommen noch etwa 14 Mio., die 2003 von Kindern unter 14 Jahren gemacht wurden.

\* Der Fragebogen zur RA 2004 ist im Hinblick auf die vollständigere Erfassung von Urlaubsreisenden und Urlaubsreisen optimiert worden. Die Effekte - eine leichte Steigerung der Reiseintensität und Zahl der Urlaubsreisen - sind auf diese methodische Verbesserung zurückzuführen. Sie sind durch zusätzliche Untersuchungen kontrolliert worden und liegen innerhalb des statistischen Unsicherheitsintervalls.

## Urlaubsziele 2003

Mit einem auf fast 33% gestiegenen Marktanteil an allen Urlaubsreisen ist Deutschland das bedeutendste Urlaubsland der Deutschen. Andere beliebte Reiseziele liegen im europäischen Mittelmeerraum (Marktanteil: 27%) oder in Westeuropa (14%). Dabei wird in der Langzeitbetrachtung die Dynamik der Nachfrage in den Zielpräferenzen erkennbar: So stagnieren die „traditionellen“ Ziele am europäischen Mittelmeer, während der übrige Mittelmeerraum (v.a. die Türkei) an Bedeutung gewinnt. „Altbekannte“ Ziele in Westeuropa verlieren Marktanteile zugunsten der osteuropäischen „New-comer“. Skandinavien bleibt ein „Geheimtipp“ auf niedrigem Niveau, während die Fernreisen Marktanteile abgeben.

### Entwicklung Inland/Ausland:



Marktanteil der Inlands- und Auslandsziele an allen Urlaubsreisen (in %); ab 1990: inkl. NBL.

Quelle: RA 1972-2004

### Veränderungen bei den Marktanteilen:

**Am Mittelmeer:  
Von Europa in die  
Türkei.**

**In Europa:  
Von West nach Ost.**

**Skandinavien bleibt  
„Geheimtipp“.**

**Fernreisen verlieren  
weiter.**

**Zu beachten beim Ver-  
gleichen verschiedener  
Quellen →**

### RA 2004: Urlaubsreiseziele 2003

F.U.R

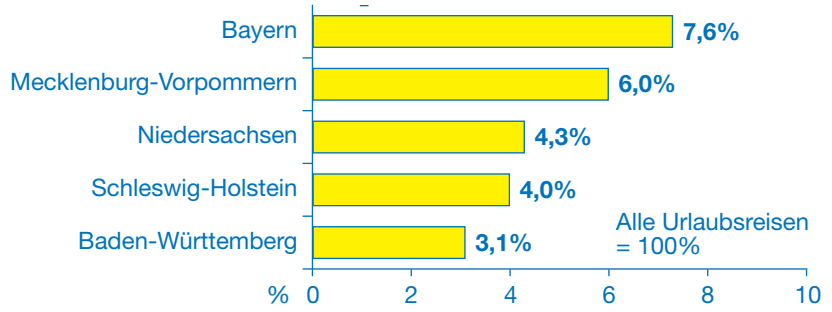
Alle Urlaubs- reisen = 100%	1994 %	1998 %	2002 %	2003 %	Mio.
<b>Deutschland gesamt</b>	<b>34,9</b>	<b>29,6</b>	<b>30,5</b>	<b>32,6</b>	21,5
<b>Ausland gesamt</b>	<b>65,1</b>	<b>70,4</b>	<b>69,5</b>	<b>67,4</b>	44,6
<b>Mittelmeer (Europa)</b> - E, I, HR, SLO, GR -	<b>25,4</b>	<b>28,4</b>	<b>28,6</b>	<b>26,6</b>	17,6
<b>Mittelmeer (Rest)</b> - Türkei, Nordafrika, etc. -	<b>4,4</b>	<b>5,7</b>	<b>7,8</b>	<b>8,5</b>	5,6
<b>Westeuropa</b> - GB, IRL, F, NL, CH, A -	<b>18,0</b>	<b>17,0</b>	<b>15,8</b>	<b>14,4</b>	9,5
<b>Osteuropa</b> - H, CZ, PL, GUS, etc. -	<b>4,9</b>	<b>6,0</b>	<b>6,4</b>	<b>7,3</b>	4,8
<b>Skandinavien</b> - DK, N, S, FIN -	<b>3,9</b>	<b>3,4</b>	<b>3,2</b>	<b>3,3</b>	2,2
<b>Fernreisen</b>	<b>6,2</b>	<b>7,6</b>	<b>5,3</b>	<b>5,1</b>	3,4
<b>Basis: alle Urlaubs- reisen (Mio.)</b>	<b>67,2</b>	<b>63,4</b>	<b>63,1</b>	<b>66,1</b>	

Bitte beachten Sie, dass sich diese Werte auf Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahre mit einer Dauer von 5 und mehr Tagen beziehen. Geschäftsreisen und Reisen unter 5 Tagen Dauer sind in der Tabelle *nicht* enthalten. Dies ist u.a. beim Vergleich mit den statistischen Angaben der Länder zu berücksichtigen, die i.d.R. alle Übernachtungsformen enthalten.

**Die Deutschen zieht es im Inland in die Berge oder an die Küste.**

**RA 2004: Urlaubsziele 2003 - Inland**

**F.U.R**



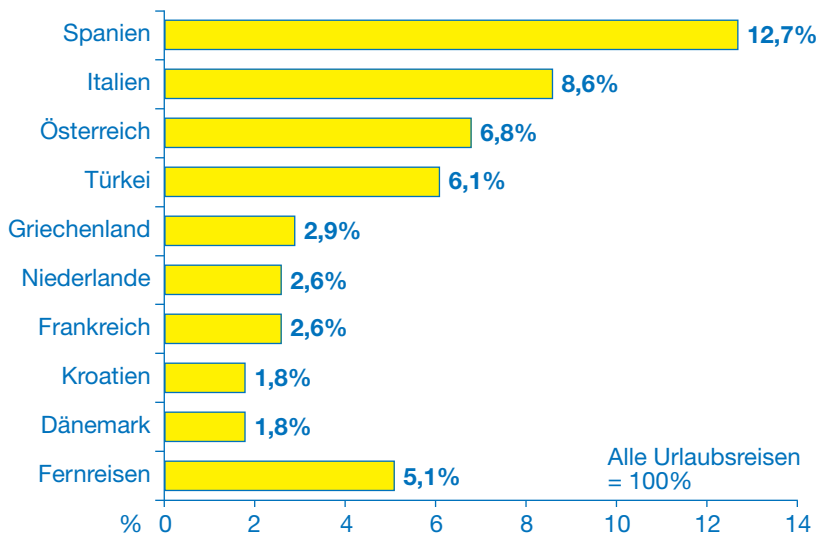
**Die Top 5 im Inland:** Über 3/4 der Inlandsurlaubsreisen verteilen sich auf nur fünf Bundesländer: Bayern behauptet seit Jahren seinen ersten Platz. Mecklenburg-Vorpommern hat den zweiten Rang weiter sichern können. Zu den Großen zählen außerdem Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Baden-Württemberg, die dicht beieinander liegen.

**Stabiler Markt im Ausland: Spanien vor Italien und Österreich.**

**Großer Gewinner der letzten Jahre ist die Türkei.**

**RA 2004: Urlaubsziele 2003 - Ausland**

**F.U.R**

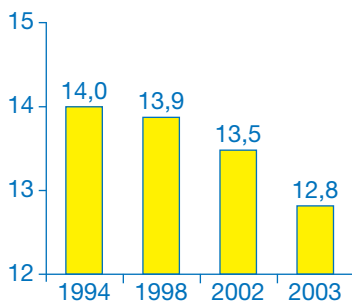


**Auch im Ausland** herrscht ein vertrautes Bild, mit Spanien, Italien, Österreich und der Türkei an der Spitze der deutschen Beliebtheitsskala. Die Dynamik im Detail wird beim Vergleich über längere Zeiträume deutlich.

So verlieren die „traditionellen“ Ziele Spanien, Italien und Frankreich Marktanteile, während „neue“ Ziele wie die Türkei oder Kroatien sowie Ziele in Osteuropa, etwa Bulgarien, dazu gewinnen.

## Verkehrsmittel, Organisation, Ausgaben, Dauer

### Durchschnittliche Urlaubsdauer in Tagen:



Quelle: RA 1995-2004

Pauschalreisen und sonstige im Reisebüro gebuchte Urlaube erreichten 2003 zusammen einen Marktanteil von 44%. Dabei gibt es große Unterschiede zwischen In- und Auslandsreisen: Während 58% der Auslandsreisen von Veranstaltern oder vom Reisebüro organisiert werden, sind es bei den Inlandsreisen nur 17%. Ähnlich große Unterschiede existieren bei den Verkehrsmitteln.

Die Dauer der Urlaubsreisen ist in den letzten Jahren kontinuierlich zurückgegangen und lag 2003 im Mittel bei 12,8 Tagen.

Damit einhergehend sind die Reiseausgaben pro Tag in den letzten Jahren stetig gestiegen: 2003 gaben die Deutschen mit € 62,- über € 10,- mehr pro Urlaubstag aus als im Jahr 1996.

### Reiseausgaben pro Person und Tag:

**1996: € 50,-**  
**1998: € 53,-**  
**2000: € 57,-**  
**2002: € 61,-**  
**2003: € 62,-**

Quelle: RA 1997-2004

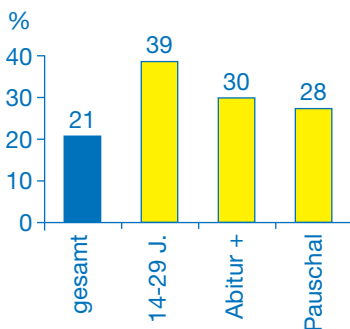
### RA 2004: Urlaubsreisen 2003

F.U.R

Alle Urlaubsreisen = 100%	1994		2003	
	ges.	ges.	Inland	Ausland
<b>Verkehrsmittel</b>				
PKW/Wohnmobil	51,9	49,2	74,7	36,9
Flugzeug	26,5	32,3	0,5	47,7
Bus	10,9	10,3	10,5	10,3
Bahn	8,6	6,1	12,8	2,9
<b>Organisation</b>				
Pauschalreise	25,0	29,0	8,9	38,7
Sonst. Buchung im Reisebüro	18,3	15,1	7,6	18,8
Direkt beim Hotel / Vermieter	24,2	28,1	46,8	19,1
Sonstiges	32,5	27,7	36,8	23,4
<b>Reiseausgaben ges. pro Person pro Reise (Ø in EUR)</b>	-	789	525	917
<b>Ø Reisedauer in Tagen</b>	14,0	12,8	11,0	13,7
<b>Urlaubsreisen ges. (Mio.)</b>	<b>67,2</b>	<b>66,1</b>	<b>21,4</b>	<b>44,6</b>

## Billigflieger im Steigflug!

### Billigflug-Interesse in ausgewählten Segmenten:



Bevölkerung ab 14 J. (in %)  
Quelle: RA 2004

## Billigflieger

Die Billigflieger starten durch: 4,2 Mio. Deutsche (6,5%) nutzten im Jahr 2003 die Angebote von Ryanair, Germanwings, HLX und Co. Damit hat sich der Markt gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt! Auch fliegen nicht mehr vor allem die Jungen „billig“, vielmehr sind 14-59-Jährige recht gleichmäßig vertreten.

Für die Zukunft gibt es „viel Luft“ für weiteres Wachstum in diesem Segment: In den nächsten drei Jahren planen gut 20% der Deutschen mit dem Billigflieger ans Urlaubsziel zu reisen. Kurztrips und „echte“ Urlaubsreisen haben dabei einen gleich hohen Stellenwert.

Überdurchschnittliches Interesse am Billigflug haben z.B. Jüngere und gut Ausgebildete, aber auch Pauschalreisende. Für gut 17% der Pauschalurlauber ist der Billigflug mit selbst gebuchter Unterkunft eine ernsthafte Alternative zum Reiseveranstalter.

## Große Meinungsunterschiede über Vor- und Nachteile der Pauschalreise.

## Einstellung zu Pauschalreisen

Die meisten Pauschalreisenden sind von den Vorteilen „ihrer“ Form des Reisens überzeugt. Ein schlechteres Image hat der Pauschalurlaub dagegen bei den Individualreisenden: Negative Vorurteile finden eher Bestätigung, während den Vorteilen nicht so recht getraut wird. Eine Herausforderung für die Veranstalter, vor diesem Hintergrund neue Kunden zu gewinnen ...

### RA 2004: Einstellung zu Pauschalreisen (Auswahl)

F.U.R

Image der Pauschalreise bei den Individualreisenden = Herausforderung für die Reiseveranstalter.

Pauschalreisen sind ...	Pauschal	Individual
... unbeschwertes Reisen ohne eigene Vorbereitung	90	65
... wesentlich preisgünstiger als individuelle Reisen	63	41
... lassen zu wenig Freiraum, man ist zu sehr eingeeengt	17	48
... zwar preisgünstig, aber reine Massenabfertigung	26	49

Werte für „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“ in % der Reisenden 2003.

## Reiseabsichten 2003

**Spezielles Thema der RA 2004.**

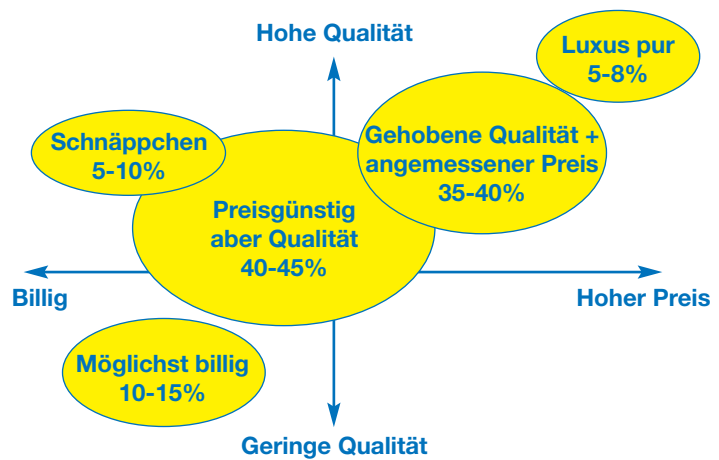
„Luxus pur - Geld spielt keine Rolle“ oder „billig, billig weg - ohne große Erwartungen an die Qualität“:  
Zwischen diesen zwei Extremen verteilen sich die Urlaubsreisen 2003 auf folgende fünf Marktsegmente:

**5 Marktsegmente von Urlaubsreisen:**

**Preiswerte Urlaubsreisen: JA! ...**  
**... aber bitte ohne Qualitätsverzicht.**

**Deutlich gewachsene Rabattnutzung ...**  
**... ein Volk von Schnäppchenjägern sind wir aber nicht.**

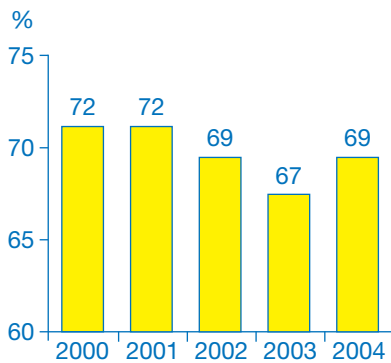
**RA 2004: Preis/Qualität auf allen Urlaubsreisen F.U.R**



Insgesamt nutzten 2003 gut 40% der Reisenden Rabatte irgendeiner Form (1999: knapp 30%). Bei den Pauschalreisenden liegt dieser Wert sogar bei fast 60%.

## Reiseabsichten 2004

**Reiseabsichten 2004 höher als 2003:**



Bevölkerung ab 14 J. (in %)  
Quelle: RA 2000-2004

Gut zwei Drittel (69%) der Deutschen haben Anfang 2004 schon mehr oder weniger konkrete Urlaubsreisepäne. Das sind etwas mehr als im Vorjahr (67%).

Auch der Anteil der Unentschlossenen ist im Vergleich zu den Vorjahren gestiegen. Auf einem Rekordtief ist der Anteil derjenigen, die für dieses Jahr keine Urlaubsreise planen.

**RA 2004: Reiseabsichten im Januar F.U.R**

Bevölkerung ab 14 J. (in %)	1995	1999	2003	2004
Ja, werde (wahrscheinlich) verreisen	72	71	67	69
Weiß (noch) nicht	13	14	17	18
Nein, werde (wahrscheinlich) nicht verreisen	15	15	16	13

**Im Rahmen dieser ersten Ergebnisse konnten wir nur einen sehr kleinen Ausschnitt aus den Themen und Resultaten der RA 2004 vorstellen.**

**In der RA 2004 beschäftigen wir uns u.a. mit der Preis-Struktur des Marktes und Käufer-Typen, der Zufriedenheit mit Urlaubsreisen und der Infrastruktur an Reisezielen ...**

**... zusätzlich z.B. auch: Einstellungen zur Pauschalreise.**

**Gerne erzählen wir Ihnen mehr über die Inhalte und Möglichkeiten der RA!**

**Bitte rufen Sie uns an! Oder schauen Sie ins Internet unter [www.fur.de](http://www.fur.de).**

Die hier mitgeteilten ersten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.

Text: Ulf Sonntag, Peter Aderhold, Martin Lohmann

© F.U.R, Hamburg/Kiel 2004

## Was ist die RA?

Die **Reiseanalyse RA 2004** ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens der Deutschen und ihrer Urlaubsmotive und -interessen.

Die Untersuchung beschäftigt sich vor allem mit Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer), aber auch mit Kurzurlaubsreisen von 2-4 Tagen. Die Fragen wurden im Januar 2004 an eine Stichprobe von fast 8.000 Personen gestellt, repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung (ab 14 Jahren) in Privathaushalten (64,43 Mio.). Die Auswahl der Befragungspersonen erfolgte nach dem Zufallsverfahren; die Interviews wurden persönlich geführt.

Die vollständigen Ergebnisse werden für die Bezieher der RA in Tabellen dargestellt; ein differenzierter Bericht gibt einen Überblick über den Gesamtmarkt und die großen Trends. Die große Stichprobe ermöglicht tieferegehende Analysen auch für kleinere und sehr spezifische Zielgruppen!

## Der Träger & die Nutzer

F.U.R, die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., ist eine neutrale Interessensgemeinschaft der in- und ausländischen Nutzer von Tourismusforschung in Deutschland.

Die Nutzer: Ein breites Spektrum von Unternehmen und Verbänden der Reisebranche, Spezialreiseveranstalter, Hotelketten, regionale, nationale und internationale Tourismusorganisationen, Ministerien und Verlage.

## Das Forscher-Team

Die F.U.R (Dr. Peter Aderhold) ist zusammen mit dem *N.I.T.* (Institut für Tourismus- und Bäderforschung: Prof. Dr. Martin Lohmann, Ulf Sonntag) für die Organisation und Auswertung der Untersuchung verantwortlich. Ipsos (Ulrich Boës und Doni Boll) führt die Feldarbeit durch und verarbeitet die Daten.

Dieses Team arbeitet seit über 10 Jahren im Rahmen der Reiseanalyse zusammen.



## Sonderpublikationen der F.U.R

Die ausführlichen Forschungsergebnisse der RA mit Zugang zu allen Daten aus dem Grundfragenprogramm stehen ausschließlich den Beziehern der RA 2004 zur Verfügung (Kosten: EUR 8.400,- zzgl. MwSt.).

Um die Ergebnisse auch einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich zu machen, gibt die F.U.R einige Sonderpublikationen zu häufig nachgefragten Themen heraus.

**Die NEUE Trendstudie kommt im Sommer 2004 und ...**

### ■ Reiseanalyse Trendstudie 2005-2010

Neue Trends der touristischen Nachfrage auf der Basis von über 30 Jahren Reiseanalyse (ab Sommer 2004)

*Preis: EUR 250,- (inkl. MwSt.)*

*Preis: EUR 220,- (inkl. MwSt.) bei Bestellung bis 30.04.2004*

**... die Kurzfassung der RA 2004 im Herbst 2004.**

### ■ Kurzfassung Reiseanalyse 2004

Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung 2004 bzgl. Entwicklung und Dimension des deutschen Urlaubsreisemarktes und der Durchführung der Urlaubsreisen (ab Herbst 2004)

*Preis: EUR 107,- (inkl. MwSt.)*

### ■ Kurzfassung Reiseanalyse 2003

Wesentliche Ergebnisse der Untersuchung 2003 (ca. 100 Seiten)

*Preis: EUR 107,- (inkl. MwSt.)*

**Die „Klassiker“**

### ■ Thematische Sonderstudien:

- **Urlaubsreisen der Senioren**
- **Urlaubsreisen der Jugendlichen**
- **Urlaubsreisen der Singles**
- **Urlaubsreisen mit Kindern**
- **Fernreisen**
- **Kurzreisen**
- **Gesundheitsreisen: Wellness, Fitness und Kur**
- **Urlaubsmotive**
- **Urlaubsarten**
- **Informationsquellen und Internetnutzung**

**Mehr Informationen (Inhaltsverzeichnisse und Bestellformulare) unter [www.fur.de](http://www.fur.de).**

(je ca. 30 Seiten) Inhaltsverzeichnisse der einzelnen Studien finden Sie auf unserer Homepage [www.fur.de](http://www.fur.de) unter ‚Publikationen‘.

*Preis: EUR 37,45 (inkl. MwSt.)*