

Urlaubsreisetrends 2015

Die Ferienpläne der Deutschen.

Zum Jahresbeginn 2015 hat die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) für die CMT in Stuttgart eine erste vorläufige Bilanz des Reisejahres 2014 erstellt und die touristischen Trends des neuen Jahres ermittelt. Martin Lohmann stellte für die FUR die Ergebnisse in Stuttgart vor.

2014: Wachstum weltweit

Der internationale Tourismus, also die Zahl grenzüberschreitender Reisen mit Übernachtungen, ist auch 2014 weiter gewachsen - nach vorläufigen Schätzungen um knapp 5% auf über 1,1 Mrd. Reisen.

Auch der Deutschlandtourismus hat sich positiv entwickelt. In den ersten zehn Monaten des Jahres erhöhte sich die Zahl der Gästeübernachtungen im Inland im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum um 2,8 % auf 371 Millionen. Davon entfielen etwa 18% der Übernachtungen auf ausländische Gäste; die Steigerungsrate lag hier mit 5% deutlich über der der Inländer (2%). So konnte Deutschland vom Boom im internationalen Tourismus profitieren. Für 2014 kann man insgesamt mit ca. 423 Mio. Übernachtungen rechnen.

Für den Bereich der Urlaubsreisen der Deutschen erwartet die FUR nach den vorläufigen Daten auf der Basis der RA *online* vom Jahresende für 2014 ein Volumen von ca. 72 Mio. Urlaubsreisen (+ 2% zum Vorjahr) und eine Steigerung der Ausgaben für Urlaubsreisen auf ca. 66 Mrd. Euro. Hinzukommen noch Kurz-, Geschäfts- und sonstige Reisen. Auch die Touristikunternehmen in Deutschland haben im zurückliegenden Jahr beim Umsatz und bei den Erträgen zugelegt, während sich die Teilnehmerzahlen auf dem hohen Vorjahresniveau bewegten.

Vorzeichen für 2015

Nur unter günstigen wirtschaftlichen Bedingungen floriert der Tourismus. Was die *allgemeine* wirtschaftliche Lage angeht, sind die Deutschen wieder etwas pessimistischer gestimmt als im Vorjahr: 36% erwarten, dass die allgemeine wirtschaftliche Lage sich im gerade begonnenen Jahr verschlechtern wird (Vorjahr 34%), nur 13% erwarten eine Verbesserung (Vorjahr: 20%). Nun werden Reisepläne weniger vor dem Hintergrund der allgemeinen als mit Blick auf die *persönliche* Situation entwickelt. Hier sieht das Bild anders aus: 26% (unverändert) erwarten, dass sich ihre persönliche wirtschaftliche Situation in einem Jahr verbessert hat; nur noch 19% (Vorjahr: 21%) befürchten eine Verschlechterung. Die restlichen 55% sehen keine Veränderung. Insgesamt erwarten die Deutschen hier also Stabilität.

Urlaubslust auf Rekordhöhe

Einerseits bestimmt die wirtschaftliche Lage bzw. deren Wahrnehmung, ob und wie die Deutschen Urlaubsreisen machen; andererseits zeigen ihre Reisen und Reisepläne, wie die Deutschen die wirtschaftliche Situation einschätzen. Und hier gehen zum Jahresanfang alle Indikatoren in die gleiche Richtung:

Nach einem guten Jahr 2014 zeigen sich für den Tourismus 2015 noch bessere Aussichten. Vier von fünf Deutschen haben sich bereits mit der Planung ihrer Urlaubsreisen beschäftigt. Der Urlaubslustindikator stieg um 8% (von 53 %-Punkten auf 57%-Punkte). Ebenfalls sehen mehr Personen für 2015 ausreichende finanzielle Möglichkeiten (64%, Vorjahr 59%) und zeitliche Möglichkeiten (57%, Vorjahr 53%).

Diese Daten weisen auf eine stabile bis steigende Nachfrage im Urlaubstourismus 2015 hin. Wachsen kann besonders die Zahl der Reisen und die für Reisen aufgewendeten Ausgaben. 25% der Deutschen (Vorjahr ebenfalls 25%) wollen 2015 mehr Reisen machen als im Vorjahr, 14% (Vorjahr 17%) weniger; 28% (30%) wollen mehr Geld für Reisen ausgeben, 17% (18%) weniger. Im Saldo sind also mehr Reisen und höhere Ausgaben geplant.

Urlaub 2015: Lust auf Neues und Konstanz im Gesamtbild

Als Individuen betrachtet, wechseln viele Menschen gerne mal die Ziele ihrer Urlaubsreisen, 42% planen, in diesem Jahr ein Ziel zu besuchen, in dem sie noch nicht gewesen sind. Die Deutschen insgesamt zeigen über Jahre aber ein recht einheitliches Bild: Auch 2015 werden Urlaubsreisen im eigenen Land mit etwa 30% den ersten Platz der Hitparade einnehmen. Es folgen Spanien, Italien, die Türkei und Österreich. Knapp zwei Drittel aller Urlaubsreisen gehen jedes Jahr in eines dieser fünf Zielländer. Dennoch gibt es auch hier Dynamik: Laut den Präferenzäußerungen der Befragten haben z.B. Fernziele oder Skandinavien Chancen auf einen Zuwachs an deutschen Urlaubsgästen. Allerdings wächst das Interesse an fast allen Urlaubsregionen. 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 Urlaubsformen. Die Klassiker bleiben hier auch 2015 die bedeutendsten Reisearten: Strand-, Ausruh-, Natur-, und Familienferien. Wachstum ist in bislang kleineren Segmenten (z.B. Wellness, Radreisen, Kreuzfahrt) zu erwarten.

Langfristig gestiegen ist das Interesse an Caravaning, also an Urlaubsreisen mit Wohnwagen oder Reisemobil (Marktanteil insg. rund 4%). Dabei ändert sich auch die Struktur: Deutlich gestiegen ist in den letzten zehn Jahren z.B. das Bildungs- und Einkommensniveau der Caravaner. Und über die Hälfte der Reisemobilisten findet sich in der Altersgruppe 50 Jahre oder älter, vor zehn Jahren lag dieser Anteil bei 37%.

Ausblick

Vor diesem Hintergrund und unter der Annahme einer weitgehend stabilen wirtschaftlichen Situation der Privathaushalte erwarten die FUR-Forscher wieder ein starkes Jahr für den Urlaubstourismus mit zusätzlichem Wachstum. Das entspricht auch den Aussichten im weltweiten Tourismus. Hier geht die UNWTO von einem erneuten Wachstum der internationalen Ankünfte in Höhe von 5% aus.

Die deutschen Reiseveranstalter rechnen für 2015 ebenfalls mit Nachfrage- und Umsatzsteigerungen. Ihre Produkte wollen sie stärker differenzieren und noch präziser an Zielgruppen ausrichten.

Diese Unterlage ist durch die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) für die Eröffnungspressekonferenz der CMT 2015 erarbeitet worden. Die FUR ist der Träger der jährlichen Reiseanalyse (RA). Zur fachlichen Vorbereitung der CMT 2015 hat die FUR im November eine aktuelle Umfrage durchgeführt (repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-70 Jahre; n = 2.521) und die Zeitreihen der Reiseanalyse (jährlich n > 7.500, repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) ausgewertet.

Der Autor, Prof. Dr. Martin Lohmann, Diplom-Psychologe, ist wissenschaftlicher Berater der FUR. Er leitet das des Instituts für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) in Kiel und lehrt als Professor in Lüneburg und Wien Konsumentenverhalten und Tourismuspsychologie.

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