

► Marktforschung ► Market research

Deutsche haben Lust auf Urlaub

Germans are still keen to take holidays

Reisen werden die Deutschen immer. Und sie wären nicht Reiseweltmeister, wenn ihre Lust Neues zu entdecken nicht auch Wirtschaftskrisen standhielte. Der Urlaub ist ein wichtiges Konsumgut, auf das nicht verzichtet wird.

In der Reisesaison 2009 packten knapp 50 Millionen Bundesbürger ihre Koffer. Damit verfielen rund eine Million mehr dem Reisefieber als im Jahr davor. Nach Zahlen der Reiseanalyse 2009 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen wurden rund 60 Millionen Urlaubsreisen unternommen. Von den 44 Mio. Urlaubsreisen, die ins Ausland führten, hatten rund 15 Mio. die Ferienregionen rund um das Mittelmeer zum Ziel. Ob Türkei oder Italien – Urlauber brauchen Sonne, Strand und Meer. So hielt die Nachfrage nach den Reiseklassikern in der Urlaubssaison 2008 an. Spanien bleibt unangefochtener Favorit. Während sich die Türkei dank wieder gestiegener Nachfrage anschickt, Italien Platz 2 streitig zu machen, legt Österreich 0,3 Prozentpunkte zu und blickt wiederholt auf eine positive Saison zurück.

Auch die Entspannung im eigenen Land hat für Bundesbürger nicht an Anziehungskraft verloren. Warme Sommer und schneereiche Winter tragen zur Attraktivität des Inlandtourismus bei. Nach Ergebnissen der Reiseanalyse 2009 haben sich die Präferenzen nicht wesentlich verändert. Der Trend zu Ferienregionen mit Meer- und Talblick hält weiterhin an. Die Klassiker Bayern, Mecklenburg-Vorpommern und Schleswig-Holstein zogen in 2008 die meisten Urlauber an.

Zur Ruhe kommen war laut ADAC Reisemonitor 2009 mit rund 78% der meistgenannte Grund für eine Urlaubsreise. Sonne und Wärme,



Foto: gbk

Besichtigungen, Abwechslung vom Alltag folgten auf den weiteren Plätzen. Für nicht mal ein Drittel der befragten Urlauber sind Fitnessaktivitäten Anlass für eine Urlaubsreise. In der Reiseplanung steht in 2009 die Rundreise ganz oben. Rund 16% der Urlauber planen eine Rundreise und damit doppelt so viele wie eine Wellnessreise, die rund 8% auf der Urlaubsliste stehen haben.

Deutschland weltweit beliebtes Reiseziel

Germany is a popular holiday destination worldwide

Nicht erst seit dem deutschen Fußballmärchen in 2006 ist der Inco-

mingtourismus eine wichtige Stütze der deutschen Tourismuswirtschaft. Die Urlaubsdestination Deutschland steht auf Platz 7 der international beliebtesten Reisedestinationen.

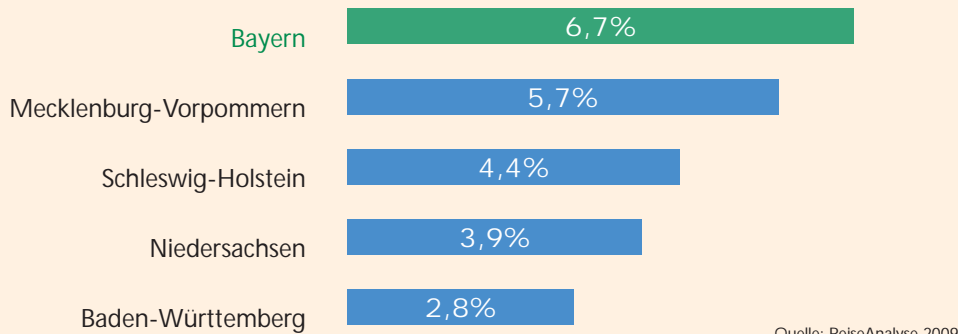
Der Deutschlandtourismus profitierte bisher auch vom überproportionalen Anteil der Geschäftsreisen. Mit 29% Marktanteil haben nach Zahlen der Deutschen Zentrale für Tourismus fast doppelt so viele Reisen nach Deutschland einen geschäftlichen Hintergrund wie im Rest Europas. Die Auswirkungen der Finanzkrise sind deshalb im deutschen Geschäfts- und Incentivemarkt drastisch spürbar. Video- und Telefonkonferenzen ersetzen zunehmend

Urlaubsreisen mit dem Bus behaupteten sich auch im Reisejahr 2008 stabil

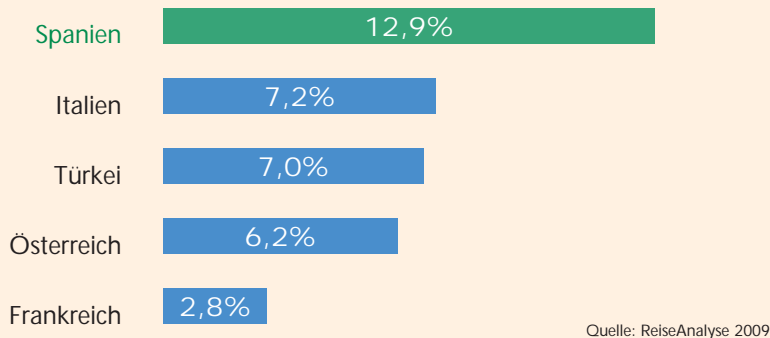
Urlaubsreiseentwicklung in Deutschland		
	2007	2008
Bevölkerung in Deutschland ab 14 J. (Mio.)	64,8	64,9
Eine oder mehrere Urlaubsreisen gemacht (in % der Bev.)	74,8	76,2
Urlaubsreisende (Mio.)	48,5	49,4
Anzahl Urlaubsreisen (Mio.)	62,9	64,0

Quelle: ReiseAnalyse 2008

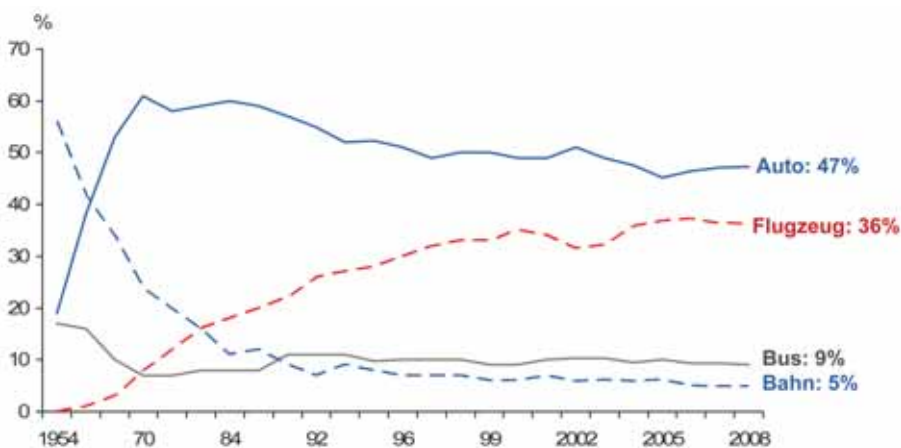
Die fünf beliebtesten Urlaubsreiseziele im Inland



Die fünf beliebtesten Urlaubsreiseziele im Ausland



Verkehrsmittel der Urlaubsreisen 1954 - 2008



teure Reisen in der Business-Class bzw. Geschäftsreisende fliegen in der Economy-Class. Die anhaltende Reduzierung der Reisebudgets und die erwartende rückläufige Anzahl ausländischer Privatreisender werden nach Prognosen der Dresdner Bank in 2009 erstmals seit 2001 zu einem Einnahmenminus von 2% führen.

Der Busreisemarkt behauptet The coach holiday market is steady

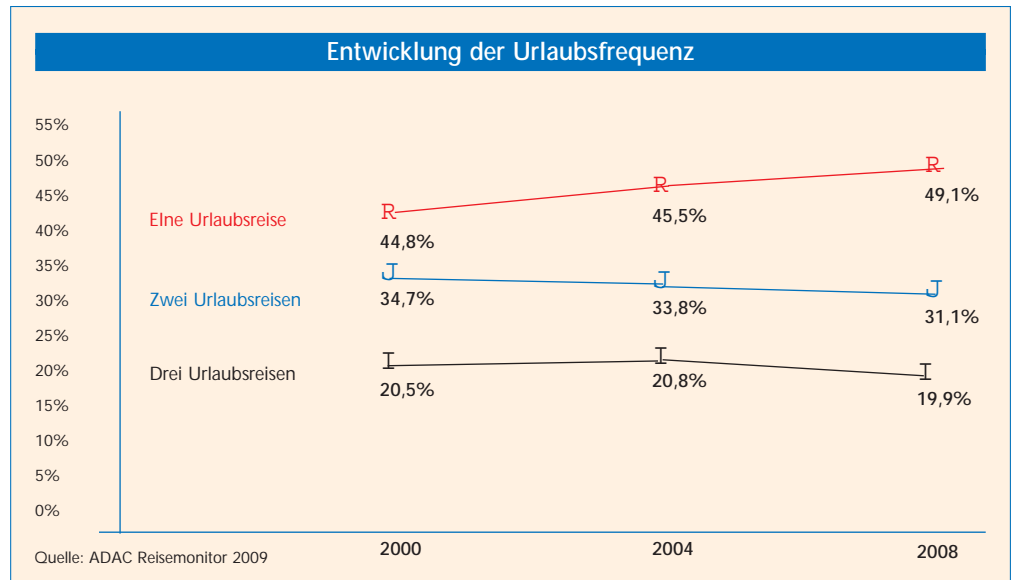
Die Kernnachfrage nach Busreisen ist stabil. Der Anteil des Busses bei den Urlaubsreisen beträgt 9%. Ein Grund für diese Entwicklung ist das stete Interesse der Urlauber, auch ihren Haupturlaub – den quasi wichtigsten Urlaub des Jahres – mit dem Bus zu verbringen. Die Nachfrage beim Haupturlaub als Bestandteil aller Urlaubsreisen ist mit 8,8% Marktanteil im Vergleich zu 2007 stabil geblieben. In absoluten Zahlen gerechnet wurden mit 4,3 Mio. Haupturlaubsreisen mit dem Bus knapp 3% mehr Reisen durchgeführt als in der vorangegangenen Reisesaison.

Im Inland ist der Bus, nach Zahlen der gerade veröffentlichten Reiseanalyse 2009, neben Pkw und Bahn der wichtigste Partner für den Deutschlandtourismus. Bei zwei Dritteln der Unternehmen ist die Nachfrage nach Inlandsreisen in der letzten Reisesaison auf Vorjahrsniveau geblieben oder gestiegen. Auch für Busreisende ist Deutschland das beliebteste Reiseziel.

Bei den Zweit- und Drittreisen macht sich die wirtschaftliche Situation in Form rückläufiger Nachfrage endgültig bemerkbar. Klassische Busdomänen wie Kurz- oder Städtereisen sind davon betroffen. Teure Auslandsreisen werden aktuell weit

weniger nachgefragt. Die Finanzkrise verschärft auch den latenten Abwärtstrend im Ausgabeverhalten der Kunden. In der DIHK Saisonumfrage Herbst 2008 verzeichneten die Hälfte der 100 befragten Omnibusunternehmen rückläufige Kundenausgaben. Damit sind erstmalig seit 2005 Unternehmen mit rückläufigen Kundenausgaben wieder in der Mehrheit.

Da an den bereits knapp kalkulierten Preisen kein Potential mehr für den Rotstift ist, wollen über 50% der durch die DIHK befragten Unternehmen ihre Preise anziehen. Nicht



Die Marktforschung des RDA RDA market research

Der RDA hat in den letzten Jahren seine Marktforschungsaktivitäten konsequent ausgebaut, um seine Mitglieder und die Gruppentouristik mit belastbaren Marktdaten zu versorgen. Die Zusammenarbeit mit führenden Marktforschungsinstituten wie der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen und Hochschulen wurde konsequent ausgebaut. Mit eigenen markttauglichen und zukunftsweisenden Studien hat sich der RDA in der Bus- und Gruppentouristik als richtungweisender Ideengeber etabliert. So ist beispielsweise die durchgeführte 3. Strukturanalyse der RDA-Mitgliedsunternehmen aus dem Veranstalterbereich ein Beispiel für statistische Grundlagenarbeit, deren Erkenntnisse zur Unterstützung der

Interessen der mittelständischen Tourismusunternehmen genutzt werden und Aufschluss über aktuelle Trends und Entwicklungen der Branche geben.

RDA Marktforschungsservice RDA market research services

Die Mitglieder des RDA können auf eine fundierte Marktforschungsberatung im RDA zurückgreifen. Ob individuelle Datenwünsche, allgemeine Einschätzungen zum Markt oder zu bestimmten Entwicklungen: Anfragen werden vom RDA kompetent und zeitnah beantwortet. Der Marktforschungsservice ist im Mitgliedsbeitrag enthalten.

- ▶ Anfragespezifisch werden Mitgliedern verständlich und übersichtlich aufbereitete Marktdaten zur Verfügung gestellt.

- ▶ Der jährlich erscheinende „Marktforschungsbericht“ gibt Mitgliedern einen detaillierten Überblick über alle wichtigen Entwicklungen im Bustouristikmarkt inkl. seiner Leistungspartner.
- ▶ Durchführung von Marktforschungsseminaren zu aktuellen Marktentwicklungen bzw. verbandseigenen Studien.

Kontakt RDA Marktforschungsservice:
Diplom Betriebswirtin Susanne Uhlworm,
marketing@rda.de

Eckpfeiler der RDA-Marktforschung: die Reiseanalyse der FUR Cornerstones of RDA market research: the FUR Travel Analysis

Die jährlich erscheinende Reiseanalyse (RA) der FUR (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen) ermittelt das Reiseverhalten von über 7.500 repräsentativ ausgewählten Personen. Die RA besteht aus hunderten von Tabellen, die sowohl für Busunternehmen als auch für Leistungsgeber der Bustouristik durch den RDA ausgewertet und aufbereitet werden. Mitgliedern des RDA steht damit exklusives detailliertes Datenmaterial zur Verfügung, das weit über die öffentlich kostenfrei zugänglichen Daten wie z.B. „Erste Ergebnisse der Reiseanalyse“ FUR hinausgeht.

RDA members have ready access to sound RDA market research advisory services. The RDA has consequently expanded its market research activities over the past number of years and its co-operation with leading market research institutes such as the FUR (Holidays and Travel Research Society e.V.) and several universities. In addition to this, the RDA has commissioned market- and future-oriented research and studies for and on the coach holiday and group travel sectors. Market research services for RDA members include: clearly illustrated market data on specific matters and questions of interest, an annual 'Market Research Report' and regular market research seminars on current issues and developments or on studies commissioned by the RDA itself.



Foto: AG Romantische Straße



Foto: TV Mecklenburg-Vorpommern/Neumann

Mecklenburg-Vorpommern - Nr. 2 der deutschen Urlaubsziele



Foto: TV Iamheimer Tal

Wanderklassiker in Österreich: Tirol

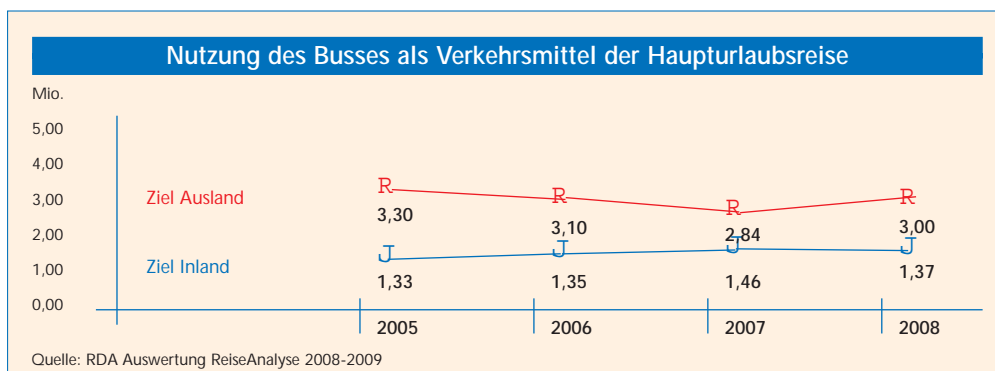
Bayern-Highlight für Busse und Incoming: Schloss Neuschwanstein

zuletzt vor dem Hintergrund der dramatischen Kostenexplosion der Dieselpreise in 2008 und der damit verbundenen weiter verschlechterten Ertragsituation ist das für viele Unternehmen zu einer wirtschaft-

lichen Notwendigkeit geworden. Mit zurückgestellten Investitionen und weiteren Rationalisierungen stellt sich die Branche auf die kommende Saison ein.

Prognose: Sparsamer Reisen statt Urlaubsverzicht

Forecast: travel expenditure savings instead of abandoning holidays altogether



Reisen werden die Deutschen auch in 2009, auch wenn die Rezession bereits ihre Spuren in einer latenten Buchungszurückhaltung hinterlässt. Reiseanalyse: Obwohl 75% der Bevölkerung die wirtschaftliche Lage als besorgniserregend einschätzen, fühlen sich nur 15% der Urlauber durch die Finanzkrise direkt beeinflusst. Eine plötzliche Verschlechterung der privaten Haushaltssituation



Foto: pixellien/Schmitz

Italien und Rom – trotz Busaussperrungen beliebte Ziele

würde aber Einfluss auf die Reiseentscheidung haben. Da mit wird die aktuelle Haushaltslage in 2009 mehr denn je entscheidender Faktor für Buchungszeitraum und Reiseziel.

Das Urlaubsglück vor der Haustür suchen, anstatt auf anderen Kontinenten, wird dem Deutschlandtourismus ein starkes Jahr bescheren. Günstig und sparsam Reisen wird zur neuen Urlaubsdevise. Die Reduzierung der Ausgaben am Urlaubsort wird für viele Urlauber die Alternative zum totalen Urlaubsverzicht werden.

Ob Ausflüge in nahe gelegene Erholungsgebiete und Freizeitparks, Wanderferien in den Bergregionen oder Urlaubsspaß auf dem Campingplatz – Deutschland bietet genügend Erholungsalternativen.

Die Dauer der Rezession in Deutschland kann derzeit kein seriöser Experte prognostizieren. Die Folgen der aktuellen steuergeldfinanzierten Hilfspakete werden deutsche Urlaubsträume weit darüber hinaus beeinflussen.

Reiseeinnahmen durch ausländische Gäste in Deutschland

in Mrd. EUR, 2008*

Niederlande	3,3
Schweiz	2,7
Frankreich	2,4
Österreich	2,3
USA	2,0
Dänemark	1,6
Großbritannien	1,4
Italien	1,2

* Jahreswerte geschätzt

Quelle: Dresdner Bank 2009

Übernachtungen ausländischer Gäste in 2008 in Beherbergungsbetrieben

(einschließlich Campingplätzen) mit neun und mehr Betten

	Mio.	Anteil in %
Niederlande	9,7	17,1
USA	4,4	7,9
Großbritannien	4,2	7,5
Schweiz	3,7	6,5
Italien	3,1	5,4

Quelle: Statistisches Bundesamt 2009

German consumers have no plans to abandon their much-valued holidays even in times of economic crisis. In 2008 almost 50 million Germans took at least one holiday of more than five days duration. 44 million of a total of 64 million holidays were taken abroad, a third of these in Mediterranean destinations. Unchallenged favourite holiday destination was Spain followed by Italy, Turkey and Austria. German with 30% is still Germans' favourite holiday destination. This position has hardly changed: Bavaria and Mecklenburg-Vorpommern being the most popular domestic holiday destinations.

Germany itself is ranked number seven among the global hit list of holiday destinations. Business travel accounts for a high percentage of incoming travel, an area that has been badly affected as a result of the current economic crisis. The demand for coach holidays remained quite stable in 2008 with a 9% share of all holidays over five days duration: 4.4 million coach holidays were main holidays (+2%). In terms of incoming business to Germany – coach holidays are, according to the FUR Travel Analysis, still the most important partner of Germany Tourism along with private cars and rail travel. Demand

for domestic holidays has remained quite stable at last year's level and in some instances has actually risen. The current tense and uncertain economic climate is evident in falling demand for second and third holidays on the one hand (where classic coach holiday domains such as city and short breaks are situated) and in a drop in holiday spending. Germans will, however, according to the forecasts travel en masse once again in 2009. The motto being: savings on travel expenditure instead of abandoning holidays altogether.

► Umwelt ► Environment

Prima Klima durch den Bus

Super climate via coach holiday travel

Der Bus hat gegenüber anderen Reiseverkehrsmitteln die beste Klima-Bilanz: Bei den Umwelt-Parametern CO₂-Ausstoß und Primärenergieverbrauch liegt er vor allen Mitbewerbern. Diese Erkenntnisse aus der grundlegenden Umweltstudie des ifeu-Instituts und die Argumente des RDA zu diesem ökologischen Verkehrsmittel machen sich immer mehr Politiker zu eigen. Auch das Umweltbundesamt und der World Wide Fund for Nature (WWF) räumen dem Bus in Sachen Klimaschutz den Spitzenplatz unter den Reiseverkehrsmitteln ein. Das aktualisierte, auf veränderte Parameter aufbauende Umweltgutachten, das zur RDA-Mitgliederversammlung in Schwerin vorliegt, sieht den Bus weiter vorne.



RDA-Forderung: Freie Fahrt in Umweltzonen und Ausnahmegenehmigung bis 2015

Holiday coaches are the most climate-friendly mode of transport. Coach values for important environmental factors such as CO₂ emissions and primary energy consumption are better than its competitors – whether private cars, air transport and even rail. These arguments are derived from a fundamental RDA expert environmental appraisal and have finally come home to roost with both German and EU politicians. The Federal German Environment Minister Mr. Sigmar Gabriel launched a joint RDA and gbk initiative entitled 'The Environment Minister recommends you holiday by coach!' And the Euro-

pean Parliament voted with an overwhelming majority for the inclusion of air transport in the harmful emissions trade: one more step towards taxation equity for coach holiday travel which is still facing tax discrimination in Germany, e.g. because of full ecological and mineral oil taxation levies. The RDA continues its struggle for tax harmony and against subventions for competing modes of transport and for free access to city centres and environment protection zones. The revised expert environmental appraisal supplies valid arguments for the RDA case. It will be presented at the RDA Annual General Meeting 2009 in Schwerin.

Im Frühherbst 2008 startete die Gemeinschaftsaktion von RDA und gbk „Der Bundesumweltminister empfiehlt: Fahren Sie Bus!“. Amtsinhaber Sigmar Gabriel brachte gemeinsam mit Wilhelm Schmidt dieses Muster an einem Reisebus des Wolfenbütteler Busreiseveranstalters an. Gabriel: „Wer auf den Bus umsteigt, leistet aktiven Umweltschutz“. Denn der Bus liegt mit einem Kohlendioxid-Ausstoß von 24 Gramm pro Personenkilometer weit vor Pkw und Flugzeug und auch vor der Bahn.

Nicht nur in der deutschen Politik finden die Bustouristik und die Argumente des RDA stärkeren Rückhalt, wie das Plädoyer des obersten deutschen Tourismuspolitikers Ernst Hinsken beim „Tag der Bustouristik“ zeigte (siehe Seite 50). Auch in den entscheidenden Gremien der EU stützen sich Politiker auf die Fakten, die der RDA immer wieder vorgetragen hatte. Sie flossen auch

in die mehrheitliche Entscheidung des Europäischen Parlaments im Sommer 2008 zur Einbeziehung des Flugverkehrs in den Emissionshandel ab 2012 ein: Ein erster Schritt auf dem Weg zur fiskalischen Gleichbehandlung. Vor allem, wenn die Einnahmen aus dem Emissionshandel, die die 27 EU-Mitgliedsländer z.B. für Forschung oder Unterstützung umweltfreundlicher Transportmittel einsetzen können, dem klimafreundlichsten Verkehrsmittel Bus zufließen. Dafür macht sich der RDA bei der Bundesregierung stark.

Prima Klima also für den Bus – oder verkehrte Welt?

Super climate for coach holiday travel – or is the world upside down?

Trotz der hervorragenden Umweltbilanz konterkarieren diskriminierende Maßnahmen und Vorschriften die Bustouristik und verzerren weiter den Wettbewerb: Dauerhandlungs-