



Alexander Nagel/Peter Zellmann

Sparpotential Urlaub

1. Hat das Sparen am Urlaub jetzt auch die Deutschen erfasst?

In Deutschland war die Konsumpriorität für Urlaubsreisen 1998 noch gestiegen (D: 1991: 40 % - 1998: 43 %). Daraus konnte geschlossen werden, dass sich die Deutschen mit Einsparungen im Urlaubsbereich noch nicht anfreunden wollten.

Eine Emnid-Umfrage im November 2000 mit 1006 Befragten aus Deutschland über 14 Jahren ergab, dass nun auch bei unserem wichtigsten Gästepotential der Zeitpunkt gekommen ist, das Reisebudget in Bezug auf Einsparungen einer genaueren Überprüfung zu unterziehen!

Bisher galt die Devise "überall kann gespart werden, nur nicht an der schönsten Zeit des Jahres" - dies scheint nun vorbei zu sein. Lösen die Deutschen ihre Vorsätze wirklich ein, dann wird es die vom Wachstum immer noch verwöhnte Tourismusbranche im nächsten Jahr nicht leicht haben.

70% der Bundesbürger wollen aufgrund von finanziellen Belastungen weniger für den nächsten Urlaub ausgeben. Besonders bei den Fernreisen werden Einsparungen geplant (43%), wobei hier der teure US-Dollar, Preiserhöhungen und Treibstoffzuschläge als Motivationsgrund angeführt werden können.

Der Trend zum Zweit- und Dritturlaub wird finanziell immer schwieriger umsetzbar. Darum wollen ein Drittel der Befragten eine Urlaubsreise ersatzlos streichen.

Wer seinen Urlaubsrhythmus der letzten Jahre beibehalten möchte, kann aus finanzieller Sicht nur noch auf "Schnäppchen-Jagd" gehen. Über 31% der Befragten haben sich darum fest vorgenommen auf Last-Minute-Reisen umzusteigen und damit Sonderangebote zu nutzen.

Im Vergleich von Ost- und Westdeutschen fällt auf, dass die Ostdeutschen lieber Einbussen vor Ort und beim Komfort in Kauf nehmen, der Westdeutsche dagegen eine kürzere und nicht so weit entfernte Urlaubsreise bevorzugt.

Geschlechtsspezifische Indikatoren spielen lediglich beim ersatzlosen Entfall von Reisen eine Rolle: Frauen (36%) fällt dies offensichtlich um 7% leichter als Männern.

Größere Unterschiede bei den verschiedenen Altersgruppen bestätigen die Flexibilität der Jugend. 52% der unter 30jährigen wollen auf Schnäppchen warten, wobei auch das Sparen am Komfort (36%) in Betracht gezogen wird.

Aber auch Familien mit zwei oder mehr Kindern bauen in Zukunft verstärkt auf

Sonderangebote (über 40%) und wollen auf Schnäppchen warten.

Senioren werden ihrem bisherigen Urlaubsstandard treu bleiben und verzichten lieber auf Fernreisen.

Auch die Besserverdienenden (über 5000 DM) sehen sich mit Urlaubseinschränkungen konfrontiert. 38% wollen auf Fernreisen verzichten und in Europa bleiben. Aus diesem Potential lässt sich für den Österrichtourismus immerhin ein Anteil von etwa 2-3% erhoffen. Aber auch in dieser Gruppe will etwa 1/4 unter Umständen gar nicht verreisen.

Die persönliche Urlaubsplanung bleibt durch zusätzliche finanzielle Belastungen nur noch für knapp 19% der Bevölkerung unbeeinflusst.

2. Sind die Grenzen im Wachstum der Tourismusbranche erreicht?

Eine Trendstudie im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) beantwortet diese Frage aus der Sicht einer Prognose bis 2010 mit einem klaren "Nein".

Die Verfasser dieser Studie, Martin Lohmann und Peter Aderhold, begünden dies hauptsächlich mit einer neuen Gewichtung innerhalb bestimmter Zielgruppen.

Die Gruppe der Senioren, ausgestattet mit besserer Gesundheit und gutem Einkommen, soll dabei als Wachstumsmotor im Tourismus mit einem Zuwachs von 29% dienen, wobei sich das Angebotsprofil für diese Zielgruppe nicht ändern, sondern erweitern wird.

Kindern wird im Reisemarkt der Zukunft geringere Bedeutung (minus 7%) zuerkannt. Gleichzeitig wachse auch das Segment der Einzelreisenden nur durchschnittlich. Die Bedeutung von gemeinsam reisenden Erwachsenen nehme hingegen zu.

In Summe prognostizieren die beiden Wissenschaftler einen Anstieg der Urlaubsreisen (Reise ab 5 Tagen) in Deutschland bis 2010 um 20 bis 25% auf rund 80 Millionen. Dies wäre einem jährlichen Zuwachs von etwa 3% gleichzusetzen.

Die vermutete kürzere Reisedauer (15,2 Tage 1999; 14,1 Tage 2010) könnte jedoch die positiven Wachstumsvorhersagen relativieren.

Der erwartete Zuwachs an Kurzreisen von heute 37% auf 50% im Jahr 2010 wird sich vermutlich auf den Zuwachs bei den Urlaubsreisen ab 5 Tagen negativ auswirken.

Die Lieblingsziele der Deutschen - Spanien, Österreich und Italien - werden ihre Marktposition halten, ihre Marktanteile werden jedoch aufgrund einer weiteren Ausdifferenzierung des Reisemarktes sinken.

Genauso wird der Inlandsurlaub-Anteil in Deutschland von heute 30% auf 25% zurückgehen. Die Saisonalität wird geringer werden, damit wird häufiger als bisher zwischen September und Mai verreist.

Die Urlaubsmotive bleiben gleich: Entspannung, kein Stress und Abstand zum Alltag bleiben im Vordergrund, die Erwartungen der Urlauber werden sich jedoch weiter differenzieren und sich "von der Dienstleistungserwartung zur Erlebniserwartung" wandeln.

3. Resümee

Dass laut Emnid-Umfrage bereits 70% der Deutschen aufgrund von finanziellen Belastungen weniger für den nächsten Urlaub ausgeben wollen, spricht nicht für eine bevorstehende Hochkonjunktur am Reisemarkt in Österreich und Deutschland.

Auch wenn Reiseplanung und tatsächliches Reiseverhalten durchaus differieren können, sagen die Reiseabsichten viel über die konjunkturelle Stimmung und die Ausgabenbereitschaft aus. Der Optimismus am deutschen wie auch am österreichischen Reisemarkt der Zukunft läßt daher gerade auf Basis der aktuellen Emnid-Umfrage einige Zweifel offen.

Auch die angesprochene erhöhte Kaufkraft der Senioren in Deutschland kann bei gleichzeitiger Diskussion um die bevorstehende Rentenreform nur schwer nachvollzogen werden.

Die drei pragmatischen Einstellungen zum Luxuse-Charakter (Opaschowski) des Reisens der Zukunft (ständiger Wechsel von Luxus und Askese) bringen die bereits spürbaren Tendenzen deutlich zum Ausdruck:

Erstens: "**Lieber kürzer dafür öfter rund ums Jahr**", dadurch lösen die Reisenden auf ihre Weise das Dilemma zwischen Zeit und Geld.

Zweitens: "**Einmal eine Urlaubsreise und dann wieder zu Hause**", der Traum vom Traumurlaub bleibt erhalten, aber der Zeirhythmus verändert sich.

Drittens: "**Lieber Sparreise als Urlaubsverzicht**", diese Spartouristen stört das Billig-Image nicht, ihre Devise lautet: "Hauptsache verreisen".

Die Ausdifferenzierung des Reisemarktes in kleinere, aber zunehmende Segmente kann durch den zunehmenden Wettbewerb und die differenzierten Kundenwünsche als wichtigster, zukünftiger Trend betrachtet werden.



“Inwieweit wird Ihre persönliche Urlaubsplanung durch zusätzliche finanzielle Belastungen, wie gestiegene Benzinpreise oder Ökosteuern beeinflusst?”

Ich ...

... plane keine Fernreise, ich bleibe in Euro-Ländern

43,3%

... streiche eine Urlaubsreise

32,8%

... nutze Sonderangebote

31,2%

... gebe vor Ort weniger aus

31,0%

... spare beim Komfort

27,1%

... plane einen kürzeren Urlaub

24,7%

... ändere meine Reiseplanung nicht

18,8%

**... habe mir noch keine Gedanken
über Urlaubsplanung gemacht**

Ennid-Umfrage im Auftrag
der Iwv vom 7.-8. Nov. 2000
mit 1006 Befragten aller Altersklassen.
Mehrfachnennungen waren möglich

Ludwig Boltzmann-Institut
für angewandte Freizeitwissenschaft 2000