

Peter Zellmann
IFT Institut für Freizeit- und Tourismusforschung

14. Österreichische Tourismusanalyse

Urlauberverhalten in Krisenzeiten:
Österreicher verreisen deutlich weniger
Aufschwung für den Inlandstourismus?

Inhalt:

Inlandsreisen 2008:

Leichter Rückgang
Kärnten wieder allein an der Spitze

Auslandsreisen 2008:

Alles beim Alten: Italien, Kroatien...
Griechenland distanziert die Türkei

Reiseabsichten 2009:

Konkrete Reiseabsicht in historischem Tief
Urlaub „neu“: Österreicher bleiben „daheim“:

Folgen der Finanzkrise:

Sparen auf breiter Ebene: Auch Urlaubsreisen betroffen
Wie am oder im Urlaub gespart wird

Deutsche Tourismusanalyse:

Deutsche Auslandsreisen 2008.
Die Türkei überholt Österreich

Reiseverkehrsmittel 2008:

Das Auto kommt wieder
Spürbarer Einbruch im Flugtourismus

Aktivurlaub bleibt dennoch im Trend:

Radeln, Wandern, Wassersport
Authentizität und Inszenierung gefragt

Resümee:

Die Krise als Chance
Zeit für Investitionen und Veränderungen

Vorbemerkung

Die Überschriften der aktuellen Tourismusberichterstattung: „...von Krise keine Spur...“ sind nicht falsch, aber auch nicht zukunftsweisend. Seit Monaten sind sich die wirklichen Experten einig, dass:

1. der Tourismus den möglichen Rückgang noch vor sich hat,
2. das Ausmaß dieses wahrscheinlichen Einbruchs niemand wirklich voraussagen

- (vorausberechnen) kann und
3. Österreich als Gastgeberland durchaus als zumindest teilweiser Gewinner aus der – an sich nicht weg zu diskutierenden – Krise hervorgehen kann

Urlaubsreisen finden auch zu Krisenzeiten statt

Mitten in der weltweiten Finanz- und wohl noch zu erwartenden Realwirtschaftskrise hat das IFT – wie jedes Jahr im Januar – eine Repräsentativbefragung von ca. 1.000 Personen ab 15 Jahren im gesamten Bundesgebiet durchgeführt. Heuer zum 14. Mal seit 1996. Die Österreichische Tourismusanalyse 2009 enthält jene Standardfragen, die eine Vergleichbarkeit der Daten gewährleistet. Die Feldarbeiten wurden vom Kooperationsinstitut SPECTRA in Linz durchgeführt.

Nichts bleibt, wie es war

Eine enge Datenabstimmung und -interpretation erfolgte auch heuer mit der „BAT Stiftung für Zukunftsfragen“ in Hamburg. Steht doch das Reiseverhalten der Deutschen (gut 40% der Nächtigungen; knapp 25% ist der Inlandsanteil der Österreicher) nach wie vor mit dem Erfolg der österreichischen Tourismuswirtschaft in direktem Zusammenhang. In der konkret methodisch und textlich abgestimmten, vorliegenden Form wird die Präsentation wohl zum letzten Mal möglich sein, weil der wissenschaftliche Leiter des ehemaligen BAT Freizeitforschungsinstituts, Prof. Horst Opaschowski, die Tourismusforschung für Deutschland an seinen Nachfolger Dr. Reinhardt übergeben wird und sich in erster Linie auf die Zukunftsforschung in den Bereichen Gesellschaft, Wirtschaft und Politik konzentrieren wird. Eine enge Kooperation mit dem BAT Institut wird vor allem in methodischer Hinsicht aber auch weiterhin möglich sein.

Ferienfreuden in Krisenzeiten

Die Österreicher verreisten 2008 weniger

Erstmals seit vielen Jahren sind wieder weniger Menschen (54%; 46% blieben zu Hause) im Urlaub verreist. Für Panik besteht aber kein Anlass. Wir nähern uns nur wieder langsam dem – von vielen immer schon zu wenig wahrgenommenen – Durchschnitt: Im Urlaub bleibt traditionell fast jede/r Zweite zu Hause.

Der Rückgang war vor allem in den Urlaubssegmenten „14 Tage Urlauber“, und „Kurzreisende“ feststellbar.

Von 100 Befragten gaben folgendes Reiseverhalten an:



Repräsentativbefragung von 1044 Personen ab 15 Jahren in Österreich 2009

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Betroffen vom Rückgang waren nicht der Inlandstourismus (plus 2 Prozentpunkte), sondern die Reisen ins europäische Ausland (minus 4 Prozentpunkte). Knapp zulegen konnte auch die – allerdings eher kleine – Gruppe der Fernreisenden auf immerhin 13 % Urlauberanteil.

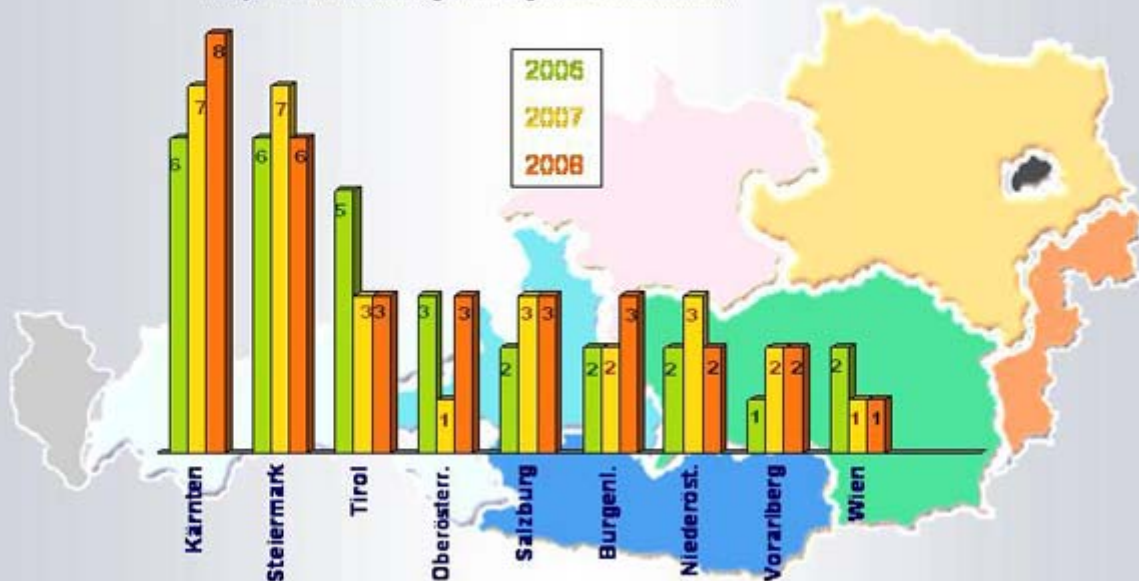
Für Österreichs Tourismuswirtschaft ist die Auslandsreisefreude der Österreicher der eine, kleinere Teil; die Buchungen von Gästen aus dem Ausland sowie die Inlandsreisen ein ganz anderer, volkswirtschaftlich wichtigerer.

Europaweit haben weniger Terroranschläge, Irakkrieg, Tsunami, Vogelgrippe, oder Karikaturenstreit, sondern nunmehr Börsenkrise und Rezession in einer erfolgsverwöhnten Wachstumsbranche ihre Bremsspuren hinterlassen.

Die Reiselust der Österreicher verzeichnete im Vergleich zum Rekordjahr 2007 einen ersten, deutlichen Rückgang. Die durchschnittliche Urlaubsdauer bleibt kurz (11 Tage), die Urlaubsbudgets werden immer knapper und viele Reiseziele werden mit dem Auto erreichbar:

Fast jede/r vierte Urlaubsreisende (31 %, 2007: 29 %) hielt sich im vergangenen Jahr in Österreich auf. Kärnten ist nun wieder der alleinige Spitzenreiter (8 % Urlauberanteil) vor der Steiermark (6 %). Der Rückgang von Tirol auf 3 % kommt überraschend. Oberösterreich und das Burgenland holten auf. Daher liegen in der innerösterreichischen Urlaubsbeliebtheit derzeit alle drei Bundesländer ex aequo auf dem 3. Platz (3 %). Die Renaissance von Neusiedler See und Salzkammergut?

Von je 100 Reisenden gaben folgende Reiseziele an:



Repräsentativbefragung von 1044 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1997-2009

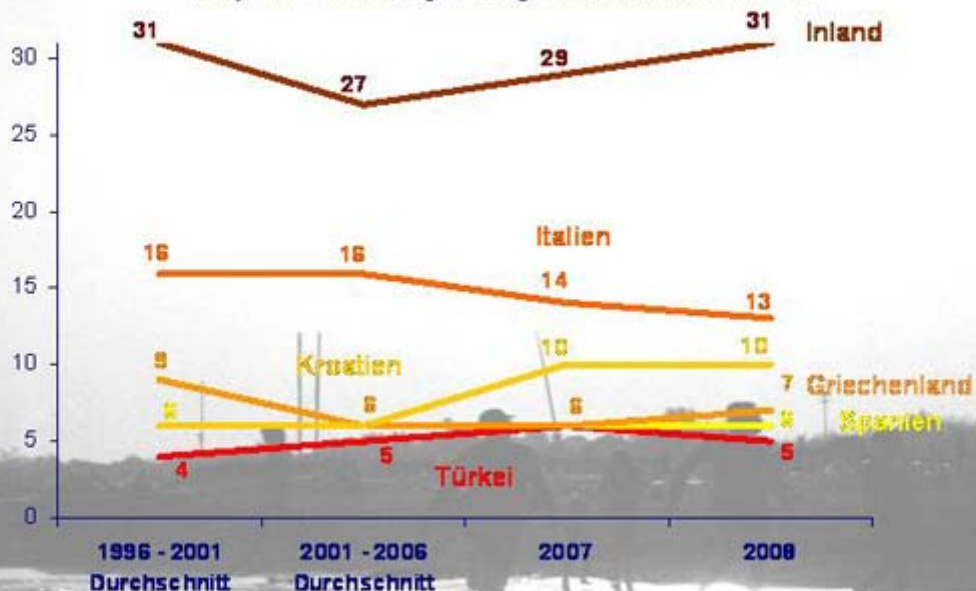
Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Nach dem Urlaubsland Österreich folgen die traditionellen Auslandsziele:

- Italien 13 % (2007: 14 %),
- Kroatien 10 % (2007: 10 %),
- Griechenland 7 % (2007: 6 %),
- Spanien 6 % (6 %) ebenfalls unverändert und die
- Türkei 5 % (6 %)

Von je 100 Reisenden gaben folgende Auslandsreiseziele an:



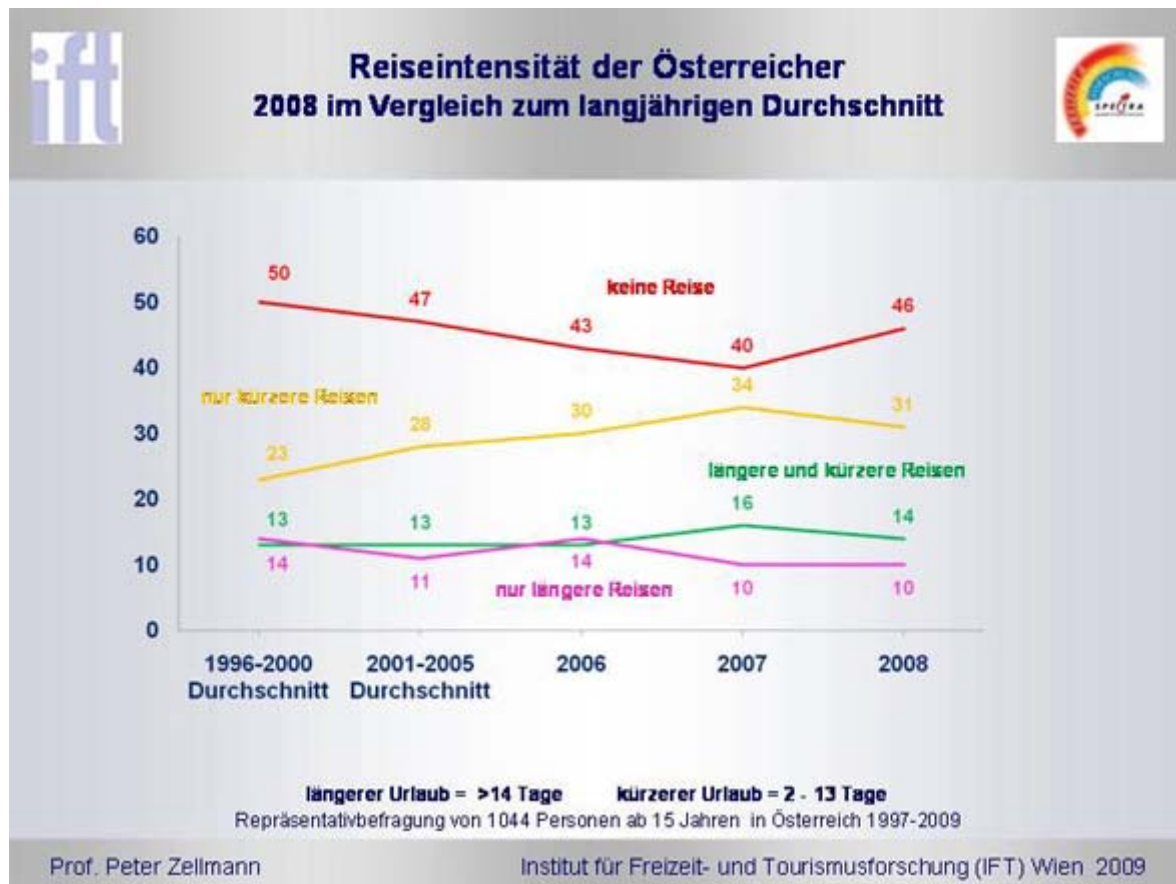
Repräsentativbefragung von 1044 Personen ab 15 Jahren in Österreich 2009

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Den Luxus einer Zweit- oder Drittreise kann sich ohnehin nur eine – in der veröffentlichten Meinung oft maßlos überschätzte – Minderheit leisten:

2007 waren es zwar 16 Prozent, im Jahr 2008 wurde mit 14 Prozent Bevölkerungsanteil an „14 Tage Sommerurlaub *und* eine Woche Skifahren“ Urlaubern wieder annähernd der langjährige Durchschnitt erreicht.



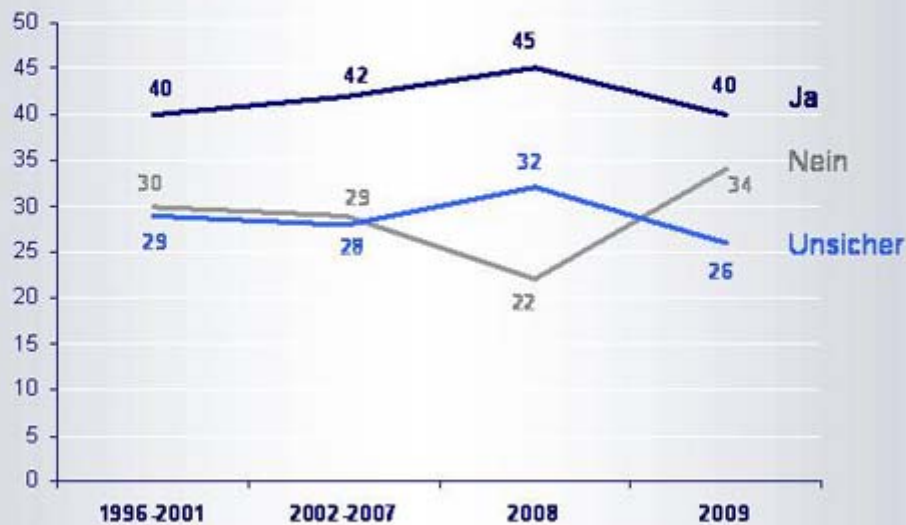
Zurückhaltung bei Urlaubsplanung 2009

Inlandsreisen als möglicher Krisengewinner

Für das Jahr 2009 droht zunächst ein weiterer Rückgang, weil das Lager derer, die heuer sicher nicht verreisen wollen, so groß ist wie nie zuvor: Jede/r Dritte (34 %) will heuer im Urlaub sicher zu Hause bleiben (2007: 22 %, 10 Jahresdurchschnitt: 30 %).

Nur 40 % (2007: 45 %) sind zur Reise fix entschlossen.

Von je 100 Befragten beabsichtigen eine Urlaubsreise zu unternehmen:



Repräsentativbefragung von 1044 Personen ab 15 Jahren in Österreich 2009

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Statt fern und lang heißt es eher: Nah und kurz.

Anstelle eines Reiseverzichts wird die Urlaubsfreude durch eine Verkürzung der Reisedauer regelrecht erkauf und finanziell ausgeglichen. Es wird nicht nur grundsätzlich am, sondern vor allem auch im Urlaub gespart werden.

Auf zweifache Weise lebt der Urlaub als „populärste Form von Glück“ also weiter:

1. Urlaub daheim als Hoffnung für die Freizeitwirtschaft.
2. Kürzer verreisen, das heißt dann aber eben: Intensiver genießen und gleichzeitig den Gürtel enger schnallen.

„Daheim“ bedeutet aber nicht „zu Hause“. Und das ist die gute Nachricht für die heimische Tourismuswirtschaft: so viele wie schon lange nicht planen konkret einen „Österreichurlaub“ (21 %; 2007: 15 %)

Beim Haushalten mit dem Urlaubsbudget rücken ferne Reiseziele in weite Ferne. Umso mehr ist Urlaub im eigenen Land gefragt, bei dem man Zeit und Geld sparen kann. Doch die Umsetzung der praktischen Reiseformel „Kurz. Nah. Spontan.“ hat auch ihre Schattenseiten: Die Urlauber sind schnell da, aber auch schnell wieder weg.

3 Nächte (4 Tage) bleiben die Inlandsurlauber, eine knappe Woche (4 bis 5 Nächte, 5 bis 6 Tage) die Gäste aus dem Ausland. Das verlangt von den Anbietern bzw. Betrieben steigende Flexibilität bei Betten- und Personalmanagement

Von den touristischen Boomzeiten Anfang der achtziger Jahre mit statistisch gesicherter zweiwöchiger Aufenthaltsdauer (1980) deutscher Urlauber können die Ferienanbieter in Österreich heute nur noch träumen.

Folgen der Finanzkrise

Das Risiko: Sparen auf breiter Ebene, auch Urlaubsreisen betroffen

Die Chancen: Familien als Zukunftsmarkt aufbauen

Kaum eine Branche bleibt zurzeit von der Wirtschaftskrise verschont. Doch Erfahrungswerte der letzten Jahrzehnte weisen nach: Wenn die Gesamtwirtschaft zu schrumpfen beginnt, läuft die Touristik oft noch auf vollen Touren, weil sie mit Zeitverzögerung reagiert. Bei kleineren Konjunkturdellen kommt die Krise in der Touristik manchmal gar nicht erst an. Doch jetzt in Zeiten

einer weltweiten Rezession von den USA über Europa bis China kann auch das Reiseverhalten nicht verschont bleiben. Im Bereich der Geschäfts- und Städtereisen ist dies schon jetzt deutlich spürbar. Zudem hat der sich bisher positiv auswirkende Zeitverzögerungsfaktor auch seine Schattenseiten: Die Touristiker mögen der kommenden Sommersaison noch relativ gelassen entgegensehen; spätestens in der Wintersaison 2009/2010 werden sie sich aber endgültig auf schlechtere Zeiten einstellen müssen. Dann ist der Bonus „Glücksfaktor Reisen“ aufgebraucht und ein „harter Winter“ mit Einbrüchen im Geschäft ist nicht mehr auszuschließen.

Der Trend zum Inlandsurlaub ist in Deutschland noch ausgeprägter als bei uns, ein Comeback des Inlandtourismus zeichnet sich jedenfalls für beide Länder ab. Die Finanz- und Wirtschaftskrise verstärkt diesen Trend: Die deutschen Weltmeister im Reisen, reisen weniger ins Ausland, vielleicht aber heuer dennoch mehr nach Österreich. Dies trifft vor allem für Familien mit Kindern zu. Fast jede zweite Familie in Deutschland (46 %) hat im vergangenen Jahr Urlaub im eigenen Land gemacht. Der Urlaub im eigenen Land wird von den Deutschen als am günstigsten eingestuft (656 Euro pro Person), dann folgt allerdings bereits Österreich (825 Euro). Zum Vergleich: eine Italien-, Spanien- oder Türkeireisereise kostet jede/n Deutsche/n jedenfalls mehr als 1000 Euro.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten zählen jedoch wieder mehr die Qualitätsmerkmale des Familienurlaubs: Nah, preiswert und gemütlich. Die Krise wird zur Chance für familienfreundliche Ferienorte, auch in Österreich. Für eventtouristische Angebote und Mittelmeerreisen fehlt den Familien eventuell derzeit das Geld. Anspruchs- und Prestigedenken können sich immer weniger Urlauber leisten. Authentizität und die Inszenierung des kleinen Urlaubsalltags (Information, Anregung, Gastfreundschaft) werden besonders gefragt sein.

Gründe für das Nichtverreisen

Wir gingen gezielt der Frage nach, warum die Menschen im letzten Jahr keine Urlaubsreise unternommen haben. Fast jede/r Zweite in Österreich (45 %) gibt unumwunden zu: „Finanzielle Gründe“. Dann folgen „familiäre Gründe“ (20 %) oder man will (wieder) „einmal zu Hause bleiben“ (15 %) und Urlaub auf Balkonien machen, was auch ein Indiz für Geldknappheit sein könnte. Einige nennen auch gesundheitliche oder andere persönliche Gründe wie z.B. Urlaubsarbeiten in Haus oder Wohnung.

Jede/r Fünfte gibt an, überhaupt nicht mehr verreisen zu wollen.



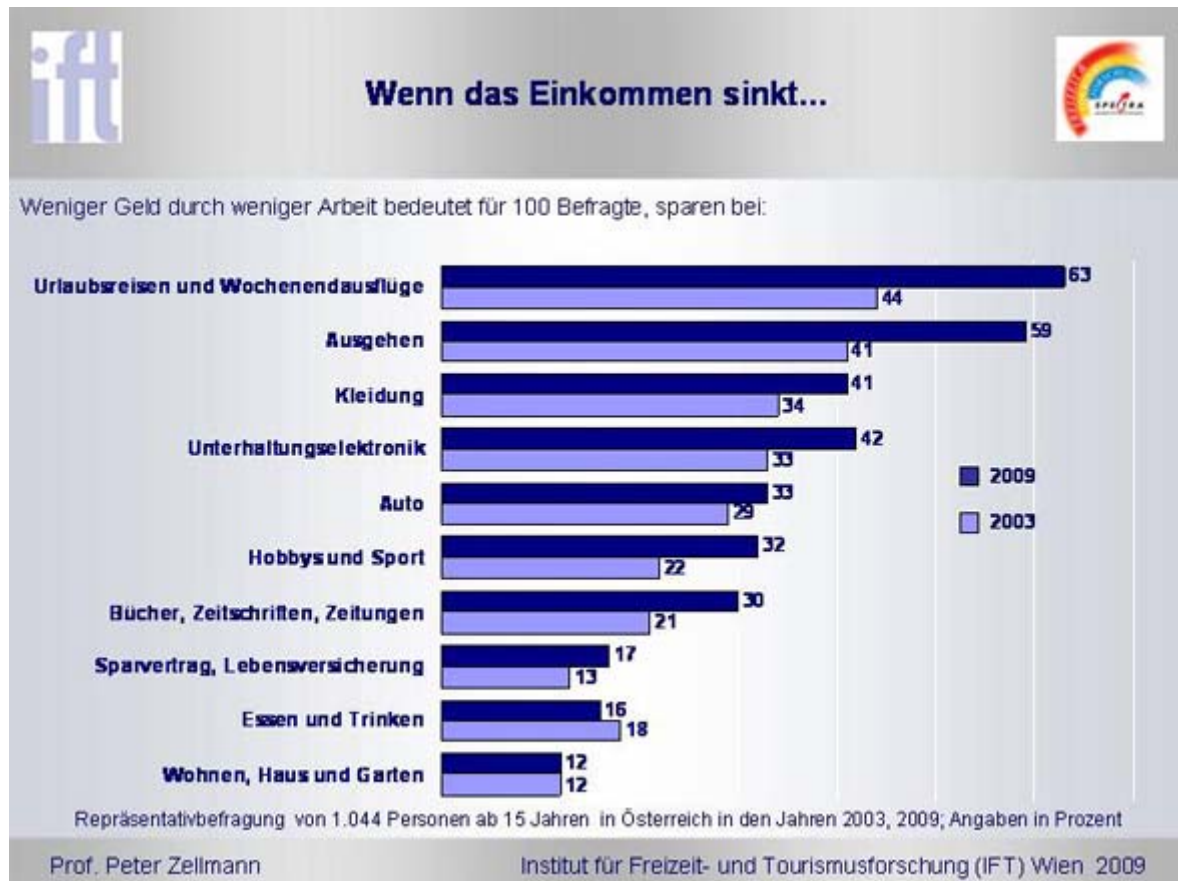
In einem sind sich alle einig: Angst vor Terroranschlägen im Urlaub spielt fast keine Rolle. Nur ein Prozent der Befragten (Deutschland 2008) nennt dies als Reisebarriere. Die übrigen 99 Prozent

arrangieren sich mit diesem Risiko – wie mit anderen Reiserisiken auch, wozu Staus, Stress und Strapazen gehören können, aber nicht müssen: Man ändert eventuell Reiseziel oder Reiseternin, nicht jedoch die Reiseabsicht.

Wenn das Geld knapp wird, dann wird nämlich immer schon – im Gegensatz zur landläufigen Annahme – in erster Linie beim, aber nicht am Urlaub gespart. Für 2 von 3 Österreichern stellt dies derzeit durchaus eine Alternative dar (2003: 44 %), die keinesfalls als Verlust an Lebensqualität empfunden wird. Man nimmt sich für die Ferien Dinge vor, die man ohnedies schon lange machen wollte....

Auch die „Sparbereiche“ Ausgehen und Kleidung wirken sich auf die geplanten Urlaubsausgaben aus.

Als krisenfest erweist sich übrigens vor allem der Konsumbereich „Wohnen, Haus und Garten“.



Das Sparen im Urlaub selbst ist, neben dem eventuellen grundsätzlichen Reiseverzicht (42 %), durch die Einsparpotenziale Nebenausgaben (Urlaubsshopping, Souvenirs: 31 %) und Verkürzung der Reisedauer gekennzeichnet (25 %).



Repräsentativbefragung von 1.044 Personen ab 15 Jahren in Österreich in den Jahren 2005 und 2009; Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Neben einer schönen Landschaft und empfundener Gastfreundschaft (45 % / 43 %) ist der Preis seit langem die wichtigste Entscheidungsgrundlage (56 % der Urlauber) für die Auswahl eines Reiseziels. Dies gilt für österreichische wie für deutsche Urlauber. Nur ein preiswertes Ferienangebot ist vielen auch eine Reise wert.

Bemerkenswert ist das sinkende Verlangen der Österreicherurlauber nach einer Bademöglichkeit im See oder Meer (37 %; 2005 noch 48 %!). Auch das Wunschverhalten der Urlauber passt sich den realistisch zu erwartenden Gegebenheiten durchaus an; wenn Alternativen geboten werden.

Der Jahresvergleich weist jedenfalls nach: Mit ihrem Urlaubsgeld wollen die Menschen nicht nur in Krisenzeiten bewusst (sparsamer) umgehen. Qualität bieten heißt in erster Linie Erwartungshaltungen erfüllen!



Repräsentativbefragung von 1.044 Personen ab 15 Jahren in Österreich 2000, 2005 und 2009, Angaben in Prozent

Prof. Peter Zellmann

Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) Wien 2009

Aus der Deutschen Tourismusanalyse mit mehrfacher Österreichrelevanz:

Deutsche Auslandsreisen 2008. Die Türkei überholt Österreich

Seit mehr als dreißig Jahren gibt es unter den beliebtesten Auslandsreisezielen der Deutschen ungefährdete Spitzenreiter: Spanien, Italien, Österreich und die Türkei. Was sich in den letzten Jahren an touristischen Bewegungen schon ankündigte, ist 2008 Wirklichkeit geworden: Die Türkei (6,3 %) überholt erstmals deutlich Österreich (4,9 %). Noch 1970 war Österreich der einsame Spitzenreiter mit 15 Prozent Marktanteilen. Und auch vor einem Jahrzehnt gab es noch doppelt so viele Österreichurlauber (1998: 6 %) wie Türkeireisende (3 %). Was mit dem so genannten „Teutonengrill“ in Italien begann, hat jetzt seine konsequente Fortsetzung gefunden: Die Sehnsucht nach Sonne überstrahlt alle anderen Reisewünsche. Sonnengarantie wird zum Synonym für gelungenen Urlaub. Infolgedessen dominierten bei den Deutschen in der vergangenen Reisesaison mediterrane Sommerziele wie Spanien (12,3 %), Italien (7,2 %) und eben die Türkei (6,3 %).

Dazu meint Horst Opaschowski: „Gegen diesen unaufhaltsam erscheinenden Trend gen Süden und Sonne kann Österreich mit seinen besonderen Qualitätsmerkmalen von „schöner“ Landschaft, „gesundem“ Klima und „gemütlicher“ Atmosphäre nicht genug entgegensetzen“. Es ist seiner Meinung nach vielleicht nur noch eine Frage der Zeit, wann auch Griechenland oder nordafrikanische Reiseziele wie Marokko, Tunesien und Ägypten in der Gunst der deutschen Urlauber an Österreich vorbeiziehen.

Da bin ich anderer Ansicht: Die Türkei gewinnt ihre Marktanteile von „mediterranen Konkurrenten“. Für Österreich ist es wohl besser, in der deutschen Urlauberhitliste „nur“ an vierter Stelle zu sein, die deutschen Nächtigungen und Ankünfte aber in absoluten Zahlen steigern zu können.

Wie es jedenfalls das Tourismusjahr 2008 beweist.

Immerhin: Vorsicht ist geboten. An der Qualität des Angebotes muss gearbeitet, das Preis / Leistungsverhältnis immer mehr beachtet werden.

Fernreisen sind für viele Bundesbürger attraktiv, können sich aber nur wenige leisten. Sie stellen keine ernsthafte Alternative zu den Inlands- oder mediterranen Ferienzeilen dar. In wirtschaftlich schwierigen Zeiten muss offensichtlich für österreichische wie für deutsche Urlauber Kroatien die Karibik ersetzen.

Nach der Wende setze vor allem bei den „neuen“ Bundesbürgern aus der ehemaligen DDR ein

Neugiortourismus ein, der sich zunächst auf das Nachbarland Österreich konzentrierte. Im Zeitvergleich ist jedoch erkennbar, dass sich die Reisegewohnheiten der Ostdeutschen grundlegend verändert haben. Österreich hat an Anziehungskraft verloren (1990: 7 % - 2008: 4 %). Dagegen schnellten Sonnenziele wie Spanien (1990: 3 % - 2008: 8 %) sowie Tunesien/Marokko (1990: 0 % - 2008: 5 %) in der Gunst der Ostdeutschen nach oben. Den größten Zuwachs aber verzeichnete eben die Türkei (1990: 0 % - 2008: 6 %). Noch 1990 waren die Hauptwünsche der Ostdeutschen auf „schöne“ Landschaften und „berühmte“ Bauwerke ausgerichtet. Heute zählt fast nur noch die Sonne, so dass neben Spanien und der Türkei auch Italien, Kroatien und Slowenien gefragt sind. Der ostdeutsche Reiseboom hat mittlerweile seinen Zenit überschritten. Stagnierende und sinkende Realeinkommen lassen viele Reiseträume unerfüllt: Für manche stellt sich nicht mehr die Frage, wohin und wie oft sie verreisen wollen, sondern ob sie überhaupt noch verreisen können. Gearbeitet wird übrigens zunehmend im Tourismus: in Österreich!

Das Jahr 2009 droht vor allem in Deutschland zum Jahr der touristischen Verunsicherung zu werden, weil das Lager der zur Reise „Unentschlossenen“ (34,8 %) größer ist als je zuvor. Dies geht aus der 25. Deutschen Tourismusanalyse der BAT Stiftung für Zukunftsfragen hervor, in der 4.000 Personen ab 14 Jahren nach ihrem Urlaubsverhalten 2008 und ihren Reiseabsichten 2009 gefragt wurden.

Mobilitätswende im Urlaub: Das Auto kommt wieder.

Spürbarer Einbruch im Flugtourismus

Vor über hundert Jahren haben die eigenen vier Wände Räder bekommen: Das Auto als Verkehrsmittel wurde geboren. Es veränderte das Lebensgefühl des mobilen Menschen: Erlebnismobilität und Massentourismus waren die Folge. Etwa jeder zehnte Autokilometer wird seither nur für Urlaubszwecke zurückgelegt. Mit der wachsenden Bedeutung des Flugtourismus (Deutschland 1970: 8 % - 2000: 35 %) drohte das Auto in den letzten Jahrzehnten seine Dominanz zu verlieren (D 1970: 61 % - 2000: 49 %). Jetzt zeichnet sich eine Mobilitätswende im Tourismus ab: Das Auto (D: 2008: 51 %) hat das Flugzeug (D 2008: 34 %) wieder überholt. Ein spürbarer Einbruch im Flugtourismus, der sich noch verstärken kann, wenn die Flugkosten in nächster Zeit weiter steigen sollten.

Die Urlauber erinnern sich: Autoreisen sind vor allem preiswert und nicht nur bequem. In Zeiten knapper werdender Urlaubsbudgets rechnet sich das Auto wieder. Es gilt zudem als familienfreundlich, ist flexibel nutzbar und macht orts- und zeitunabhängig. Bus und Bahn spielen in Österreich wie in Deutschland – mit Marktanteilen deutlich unter 10 Prozent – keine ernsthafte Rolle als Verkehrsmittel für die Urlaubsreise. Die Alternative in Rezessionszeiten lautet daher nicht „Urlaub oder neues Auto“, sondern eher: In den Urlaub mit dem (alten) Auto!

Radeln, Wandern, Wassersport

Aktivurlaub bleibt im Trend

Urlauber wollen eigentlich zur Ruhe kommen und alles in Ruhe angehen lassen: Kein Stress und keine Hektik mehr. Das ist die Wunschvorstellung. Die Urlaubswirklichkeit aber zeigt, dass viele Urlauber die – plötzliche – Ruhe nicht lange ertragen können und sich schnell wieder nach Aktivität sehnen. Davon leben die Ferienregionen, die keine Langeweile aufkommen lassen wollen.

Zur Ferienphilosophie des 21. Jahrhunderts gehört nach wie vor die Devise „Urlaubszeit ist Aktivzeit“. Im Urlaub will man die Trägheit und Bequemlichkeit des Alltags überwinden, viel unternehmen und viel Sport treiben. Entsprechend vielfältig ist das Aktivurlaubsangebot. Wird es auch genutzt? In Zusammenarbeit mit der Hamburg Messe „Reisen“ gingen die BAT Tourismusforscher auch dieser Frage nach.

- Zwei Drittel aller Urlauber (66 %) gehen regelmäßig schwimmen.
- Mehr als jeder Dritte (36 %) hat das Wandern, Bergsteigen und Trekking als Urlaubserlebnis entdeckt.
- Und fast jeder fünfte Urlaubsreisende (19 %) sucht sich Ferienregionen aus, in denen man tauchen, segeln oder surfen kann.
- Genauso groß wie der Anteil der Wassersportler ist die Gruppe der Radfahrer und Mountainbiker (19 %).
- Dagegen führen Reiten und Golfspielen (je 2 %; Ö: 1 %) fast ein Schattendasein,
- während beispielsweise der Anteil von Anhängern neuer Gesundheitssportangebote wie Yoga

und Pilates mittlerweile schon doppelt so hoch ist (4 %).

Natürlich ist Aktivurlaub auch eine Geldfrage. Manche Sportarten muss man sich auch leisten können. Unter den nichtaktiven Urlaubern sind deshalb die Geringverdiener mit einem Haushaltsnettoeinkommen unter 1.000 Euro sechsmal so viel vertreten (31 %) wie die Besserverdienenden über 3.500 Euro (5 %).

Aktivurlaub bleibt im Trend. 86 Prozent der Deutschen waren auf ihrer letzten Urlaubsreise auch aktiv und in Bewegung. Nur jeder Siebte (14 %) lag lieber ausschließlich auf der faulen Haut und wollte im Urlaub einfach in Ruhe gelassen werden.

„Aktivurlaub im 21. Jahrhundert kann vieles bedeuten: Wanderurlaub und Wüstenrallye, Pilgern und Radfahren, Baden am Pool und Après-Ski im Schnee, Yogakurs und Klostersaufenthalt. Im Einzelfall kann eine besondere Urlaubsleistung aber auch darin bestehen, demonstrativ faul zu sein und in den Tag hineinzuleben“ (Opaschowski).

Resümee

Wenn es der Wirtschaft schlecht geht und Kurzarbeit und Jobverlust drohen, können Arbeitnehmer nicht beruhigt in den Urlaub fahren. Sie müssen einfach abwarten.

Auch in Krisenzeiten wird es Sieger und Verlierer geben. Die möglichen Gewinner der kommenden Reisesaison stehen nach folgenden Kriterien schon fest:

- Der Inlandsurlaub wird für viele Menschen interessanter.
- Der Urlaub mit dem Auto erlebt eine Renaissance.
- Unsere Nachbarn werden ein gut inszeniertes, mit im Alltag gelebter Gastfreundschaft erbrachtes Angebot, das im Preis/Leistungsverhältnis als „Qualität“ empfunden wird, gerade in Krisenzeiten schätzen und auswählen.
- Familien als „Zielgruppen“, besser als „Erlebnisgruppen“ entdecken.
- Der Angebotsentwicklung ist besonders in Krisenzeiten besonderes Augenmerk zu widmen.

Die jahrzehntelange Erfolgsformel „Am Urlaub wird zu aller Letzt gespart“ war immer schon falsch. Weil man „Urlaubmachen“ nicht mit „Urlaubsreise“ gleichsetzen kann. Freizeit und Tourismus gehören als Politik- und Wirtschaftsfaktor eben untrennbar zusammen. Auch wer im Urlaub zu Hause bleibt, ist bereit dafür Zeit und Geld zu investieren. Und freut sich über ein entsprechendes Angebot.

Eine in unseren Publikationen seit langem vertretene These scheint sich als gesellschaftliche Entwicklung insgesamt gerade in Krisenzeiten zu bewahrheiten:

Die Menschen entwickeln in solchen, eher schwierigen Zeiten ein neues Wohlstandsverständnis, stellen mehr ihre subjektiv definierte Lebensqualität und nicht mehr den kollektiv vorgegebenen Lebensstandard in den Mittelpunkt ihrer Lebens- und damit auch Urlaubsplanung. Die Urlaubsreise bleibt zwar für alle ein Stück Lebensqualität, aber die kommende Reisesaison 2009 wird wenig Anlass zu großen Hoffnungen geben. Eher setzt das Nachdenken darüber ein, wie auch bei knapper Haushaltskasse das „kleine Urlaubsglück“ gefunden werden kann. Darauf wollen und müssen die Wenigsten verzichten:

Auch der Urlaub daheim ist eine Variante.

Technische Daten der Befragung TA 2009

Ergebnisse der 14. Österreichischen Tourismusanalyse

Studiendesign

Die Studie enthält neben den aktuellen Analysen und Prognosen zum Reiseverhalten 2008/2009 auch Darstellungen zum Schwerpunktthema: Sparpotenzial im Tourismus.

Aufgabenstellung

Ziel der vorliegenden Studie war es, das vergangene und beabsichtigte Urlaubsverhalten der ÖsterreicherInnen für 2008/2009 einer Analyse zu unterziehen.

Stichprobe

Die Erhebung richtete sich an insgesamt n=1044 Personen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre. Die Auswahl der Stichprobe erfolgte durch das Quota-Verfahren.

Methodik

Die Befragungen wurden face-to-face durch geschulte und kontrollierte SPECTRA-Interviewer im Rahmen des SPECTRA-Bus durchgeführt.

Timing

Die Feldarbeit fand in der Zeit vom Jänner/Februar 2009 statt.

Strukturvergleich zur amtlichen Statistik

SPECTRA Untersuchung % Mikrozensus -%

Geschlecht: Männer: 48%; Frauen: 52%

Alterskategorien: 15 bis 29 Jahre: 22%

Alterskategorien: 30 bis 49 Jahre: 39%

Alterskategorien: über 50 Jahre: 39%

Bundesländer: alle

Zur Methode der Untersuchung

Die Methode der Tourismusforschung ist wissenschaftlich abgesichert und bewährt. Die Daten beruhen auf einer repräsentativen Zufallsstichprobe der Gesamtheit aller Privathaushalte. Die Zielhaushalte wurden *at random* ausgewählt, wodurch die Chancengleichheit für jeden Privathaushalt, in die Stichprobe zu kommen, gesichert war. In jedem Zielhaushalt mussten Interviewer über die Kontaktperson alle Haushaltsmitglieder in der Reihenfolge des Alters auflisten. Aus dieser Liste wurde dann nach einem systematischen **Zufallsschlüssel** die zu befragende Person (Zielperson) bestimmt.

Die Interviewer erhielten über die Ermittlung der Zielperson sowie über die Durchführung des Interviews anhand einer schriftlichen Einweisung eingehende Instruktionen.

Die Feldarbeiten wurden von SPECTRA in Linz geleitet und kontrolliert. Alle Interviews wurden beim Rücklauf geprüft. Systematische Fehler wurden durch Maschinenkontrolle ausgeschlossen.

Grundgesamtheit der Erhebung

Österreich: 6,49 Mio. Personen ab 15 Jahren.

Ergibt eine Addition der Prozentwerte mehr als 100, so bedeutet dies, dass zu den einzelnen Erhebungspunkten mehr als eine Angabe gemacht wurde.

Deutschland:

Anzahl und Repräsentanz
der Befragten:

4.000 Personen ab 14 Jahren

Befragungszeitraum:

Januar 2009

Befragungsinstitut:

GfK Marktforschung/Nürnberg