


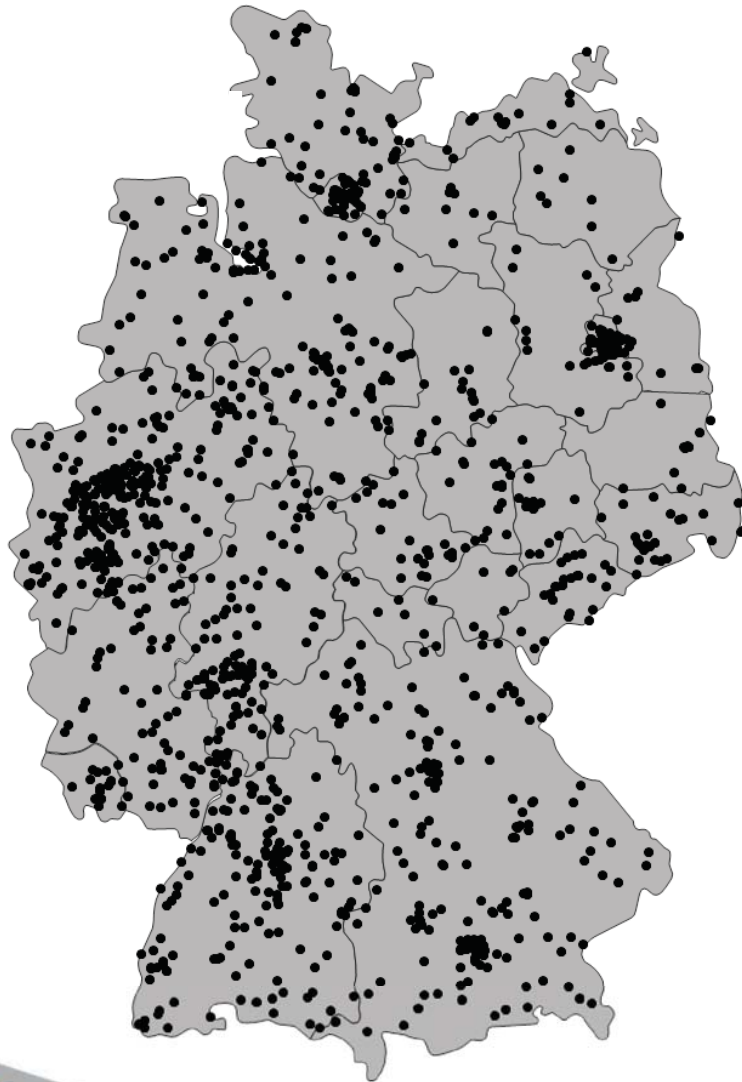
Sonderauswertung für die Destination Niedersachsen im Auftrag der TMN

September 2014

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR)
Fleethörn 23, D - 24103 Kiel
Telefon +49 (0) 431 888 88 00
Telefax +49 (0) 431 888 86 79
E-Mail: www.reiseanalyse.de



Reiseanalyse 2014: Methode



Persönliche Befragung

- ▶ 7.795 persönliche Interviews f-2-f im Jan./Febr. 2014
- ▶ an 1.430 Sample-points
- ▶ in Privathaushalten
- ▶ mehrstufige Random-Stichprobe
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (70,3 Mio. = 100%)

RA *online*

- ▶ Online-Access-Panel
- ▶ 5.000 Online-Interviews in zwei Wellen im Mai und November 2013
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 70 Jahre (59,4 Mio. = 100%)

Reiseanalyse 2014: Das Konzept

Standardprogramm der RA

Urlaubsreisen des Jahres 2013 und Reiseverhalten
Kurzurlaubsreisen 2013 und Reiseverhalten
Urlaubspläne 2014
Potenziale für Urlaubsziele im In- und Ausland
Potentiale für Urlaubsformen
Urlaubsbezogene Motive und Einstellungen
Internetnutzung

Module

- ▶ Customer Journey im Tourismus
- ▶ Nachhaltige Urlaubsnachfrage

Exklusiv-
fragen der
RA-Partner

Spezielle
Themen

Der deutsche Reisemarkt

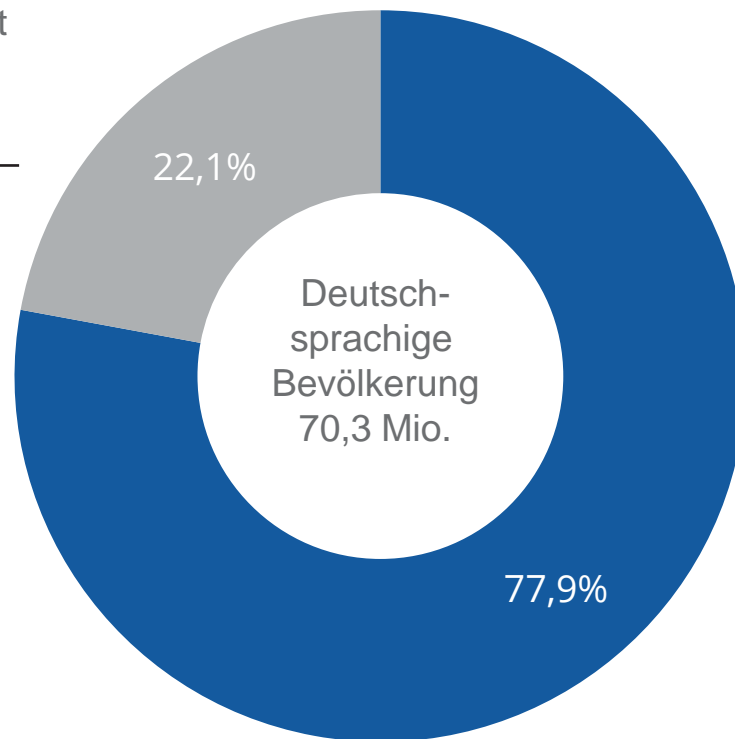
Urlaubsreisende 2013

„Haben Sie im vergangenen Jahr, also 2013, eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer gemacht?“

Nein, keine
Urlaubsreise ab
5 Tagen Dauer gemacht



15,5 Mio.

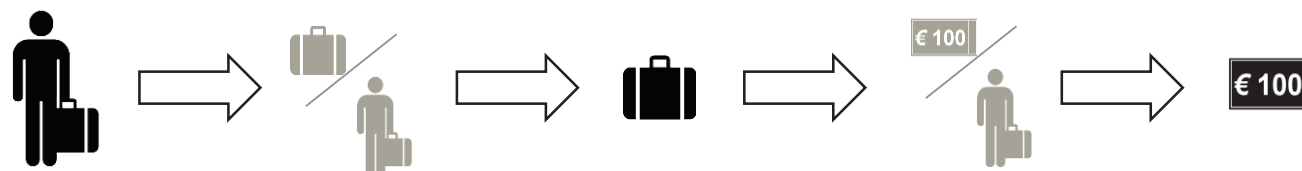


Ja, Urlaubsreise ab
5 Tagen Dauer
gemacht



54,8 Mio.

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2012-2013: Volumenkennziffern



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen p. P.	Urlaubsreisen	Ausgaben p. P./Reise	Umsatz
2013	54,8 Mio.	1,29	70,7 Mio.	€ 906	€ 64,1 Mrd.

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen p. P.	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben p. P./Reise	Umsatz
2013	33,3 Mio.	2,27	75,6 Mio.	€ 254	€ 19,2 Mrd.

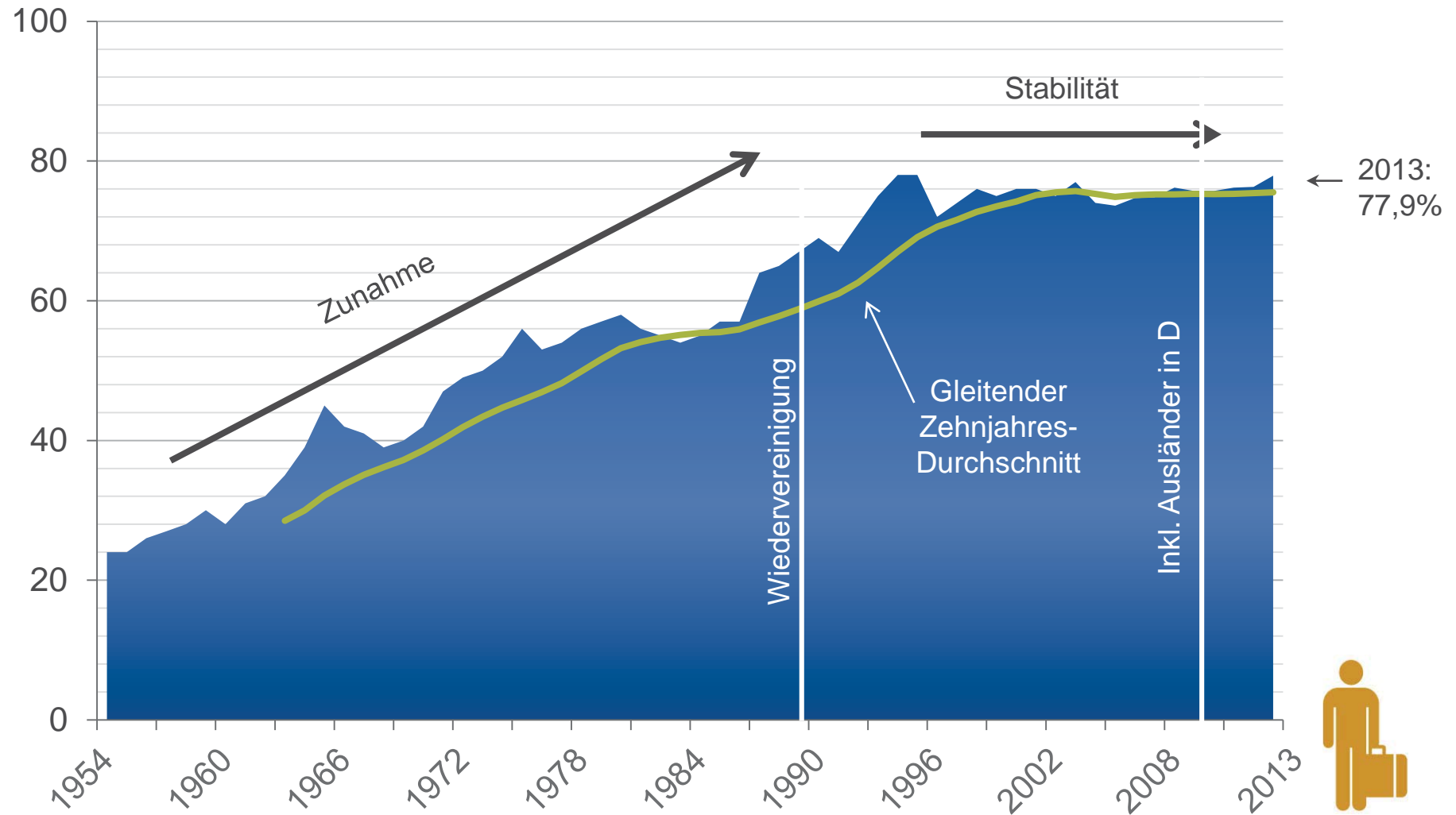
Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer): Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre, Jan. bis Dez.,

Quelle: 2014 *face-to-face*

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer): Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-70 Jahre, Nov. bis Okt.

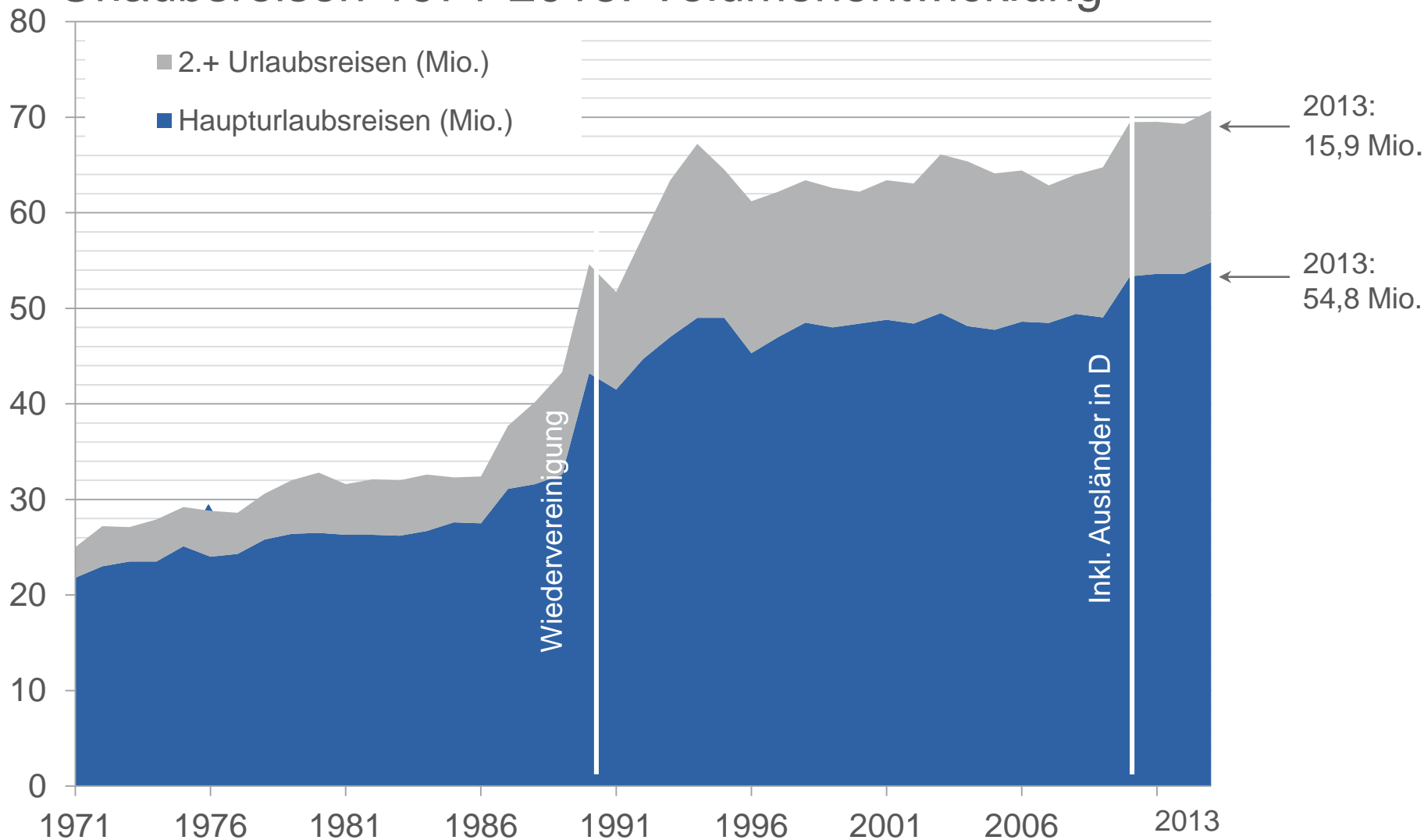
Quelle: RA *online* 05/2013 und 11/2013

Urlaubsreiseintensität 1954-2013



Urlaubsreiseintensität in % (Anteil, der pro Jahr wenigstens eine Urlaubsreise (5 Tage +) gemacht hat)
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre (bis 1989 nur Westdeutschland, ab 2010 inkl. Ausländer)
 Quelle: RA 1970 bis 2014, 1954-1969: Diverse Untersuchungen *face-to-face*

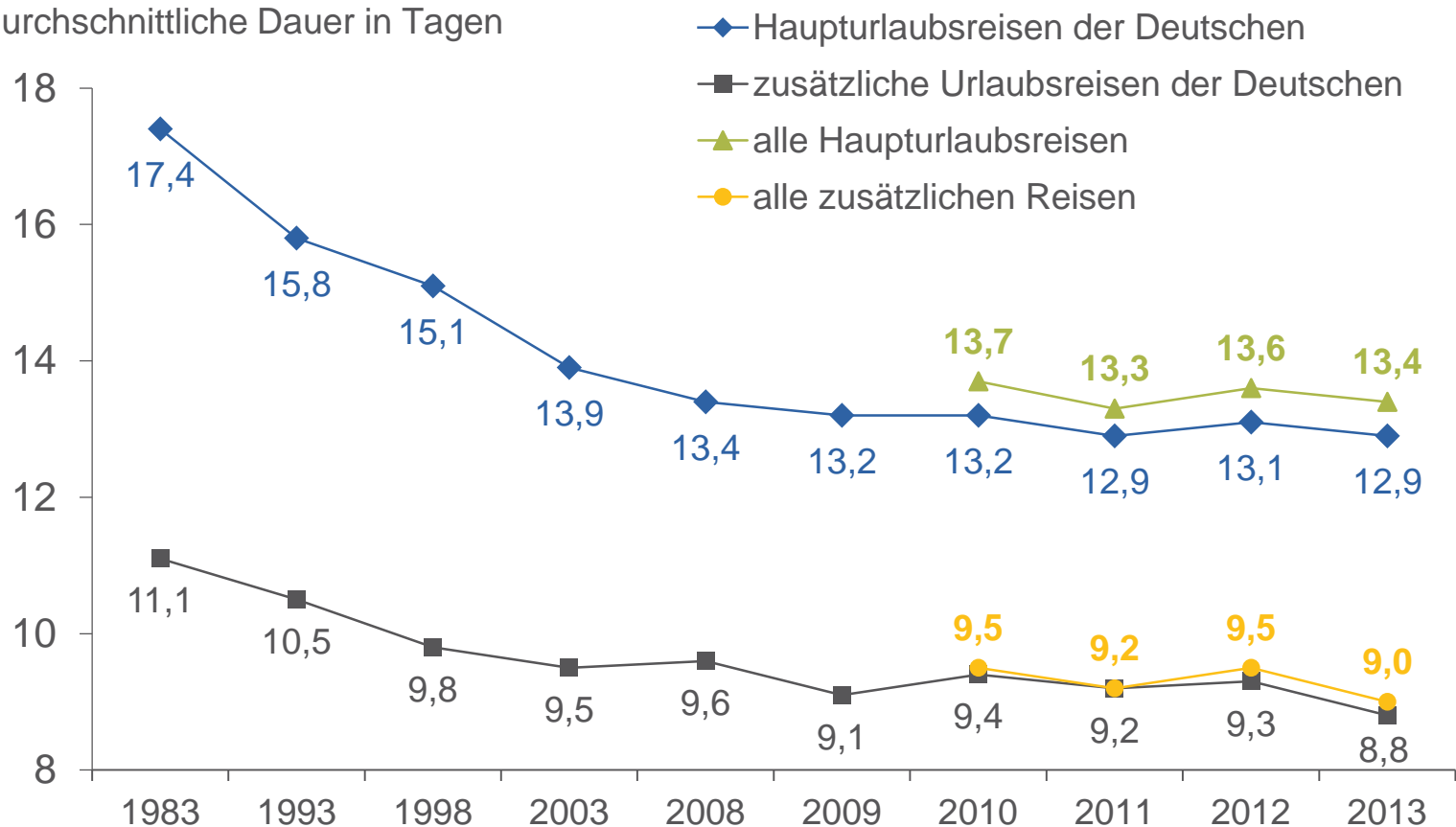
Urlaubsreisen 1971-2013: Volumenentwicklung



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) in Mio.
 Reisen der Deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre
 (bis 1989 nur Westdeutschland, ab 2010 inkl. Ausländer)
 Quelle: RA 1972 bis 2014 face-to-face

Urlaubsreisedauer 1983-2013

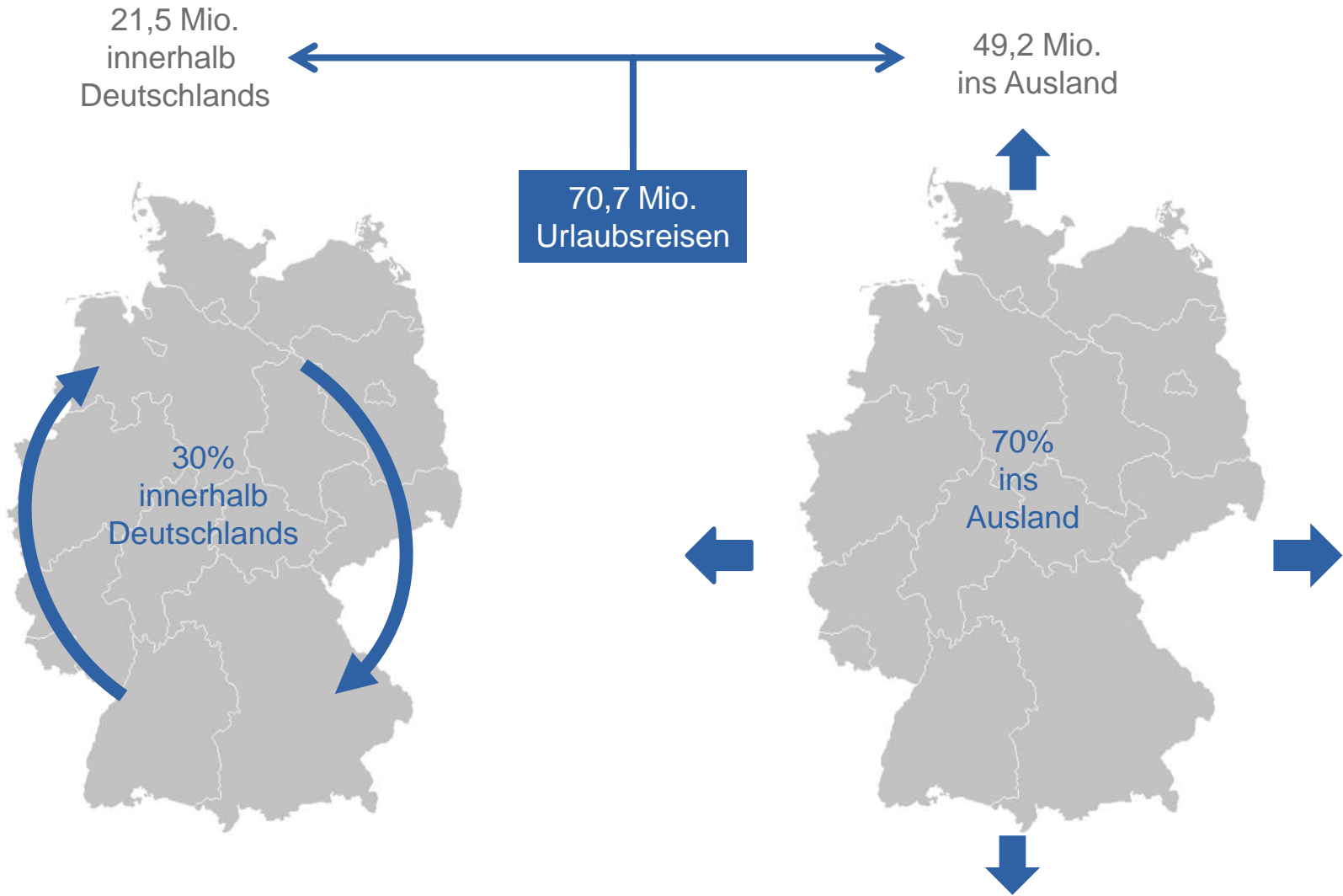
Durchschnittliche Dauer in Tagen



Durchschnittliche Reisedauer aller Urlaubsreisen 2013: 12,4 Tage

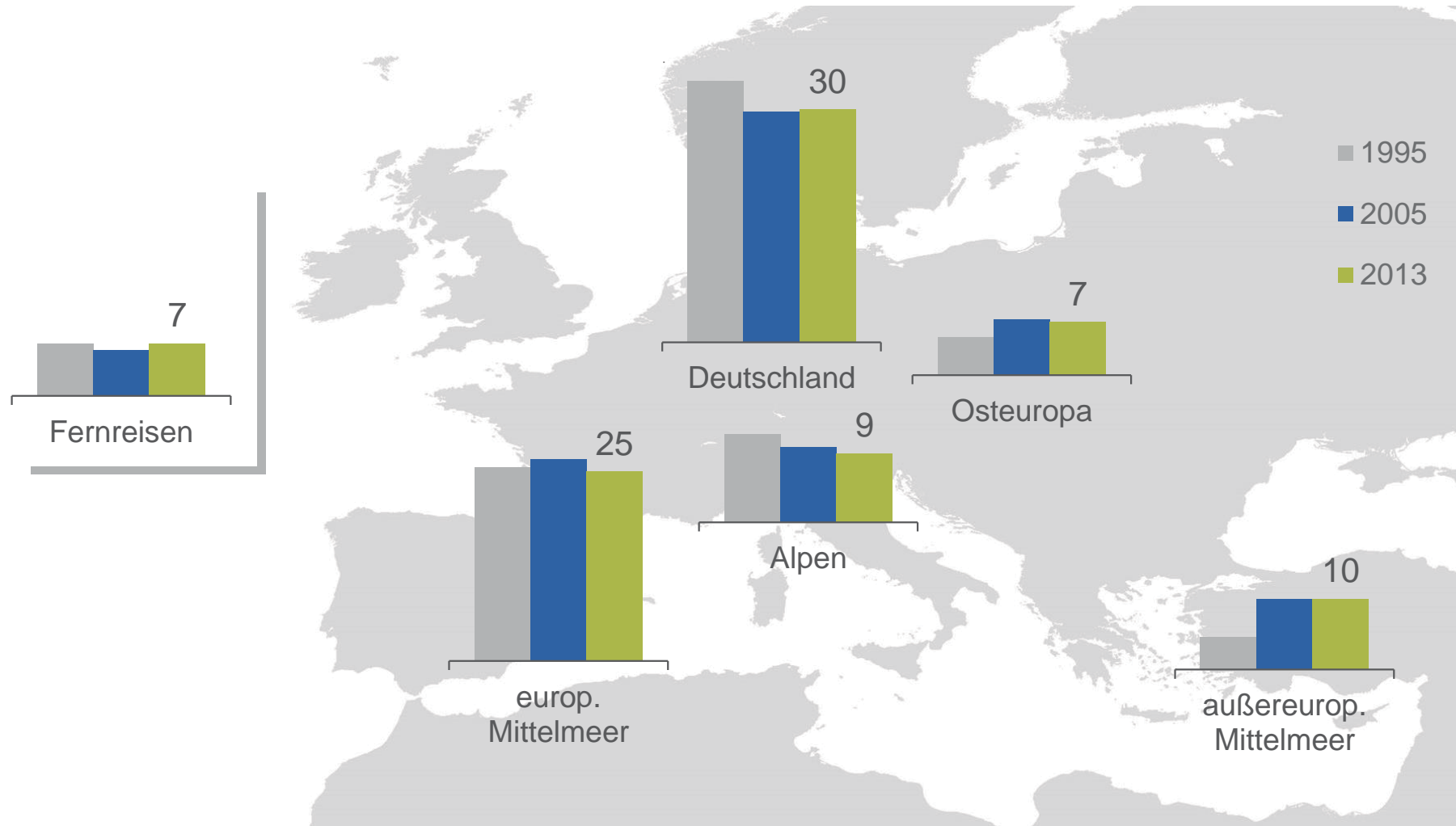
Alle Haupturlaubsreisen bzw. zusätzliche Urlaubsreisen der deutschen Wohnbevölkerung 14+ Jahre, ab 2010 zusätzlich alle Haupturlaubsreisen bzw. zusätzliche Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre
 Quelle: RA 1983 bis RA 2014 *face-to-face*

Urlaubsreiseziele 2013



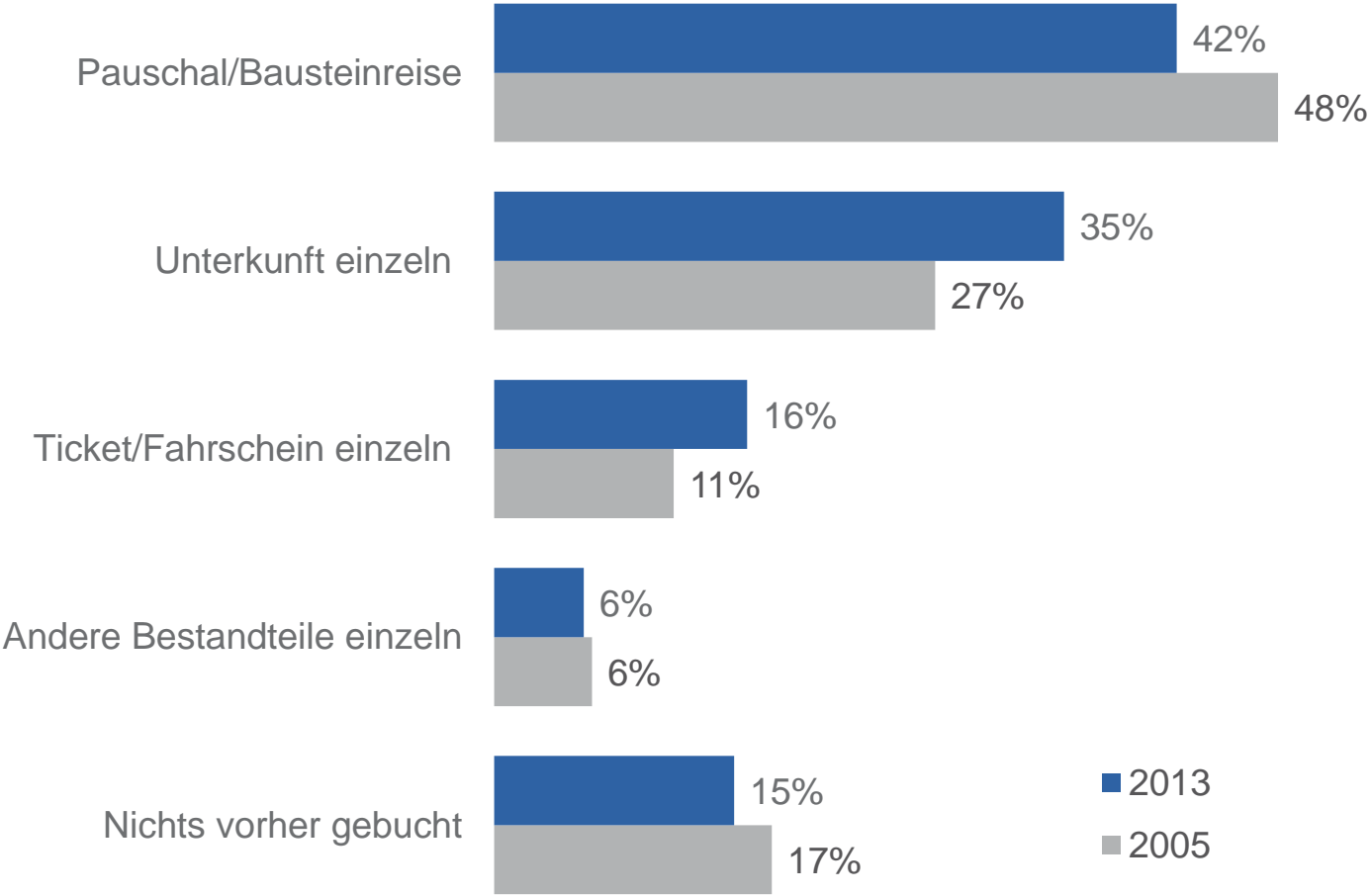
Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2014 *face-to-face*

Ziele der Urlaubsreisen (Regionen) 1995 - 2013



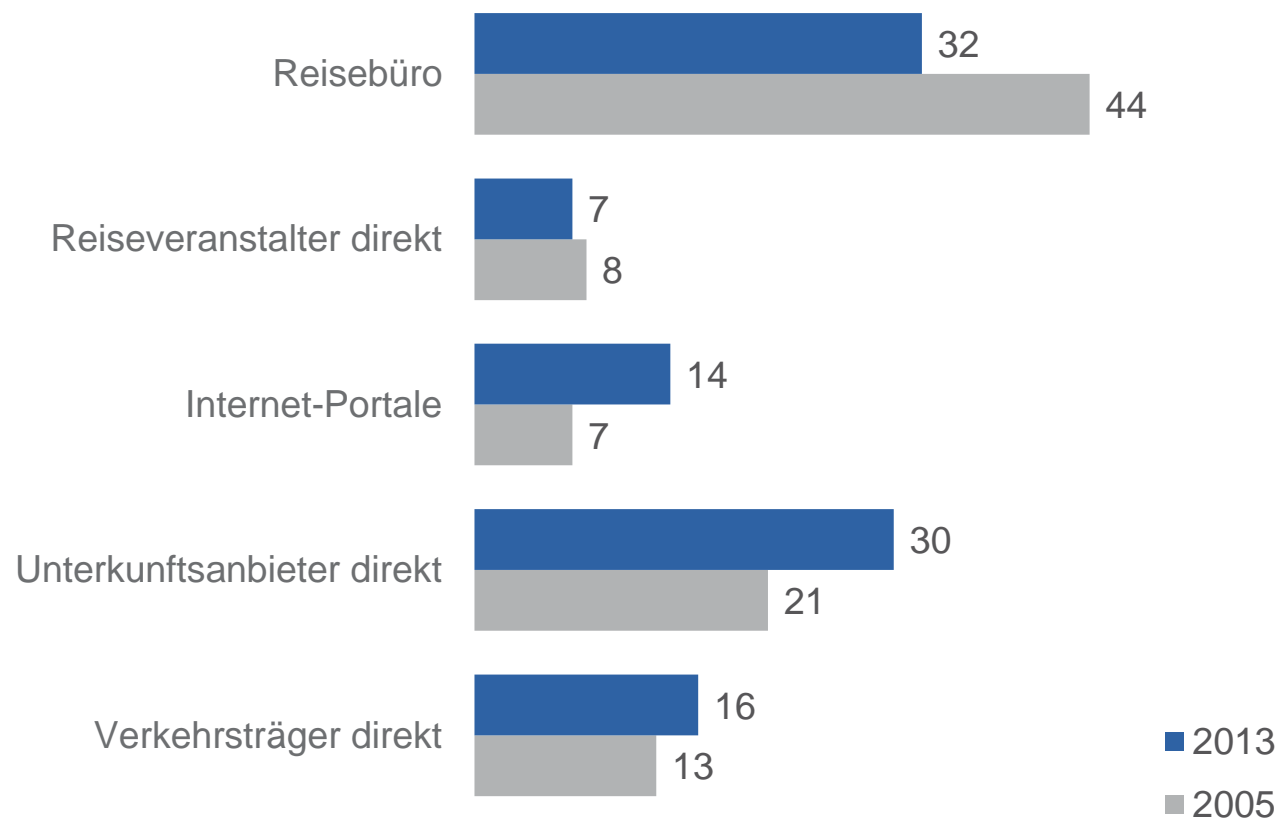
Angaben in % an allen Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)
 Alpen = Alpenregionen in CH, A, F, I und D
 Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung
 14+ Jahre; (ab 2010 inkl. Ausländer),
 Quelle: RA 1996, RA 2006, RA 2014 *face-to-face*

Urlaubsreiseorganisation 2005-2013



Mehrfachnennungen, Anteil an allen Urlaubsreisen in %
 Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre.;
 2005 nur Deutsche
 Quelle: RA 2005 und RA 2014 *face-to-face*

Buchungsstellen von Urlaubsreisen 2005-2013



Angaben in %

Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) mit Vorabbuchung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre, (ab 2010 inkl. Ausländer)

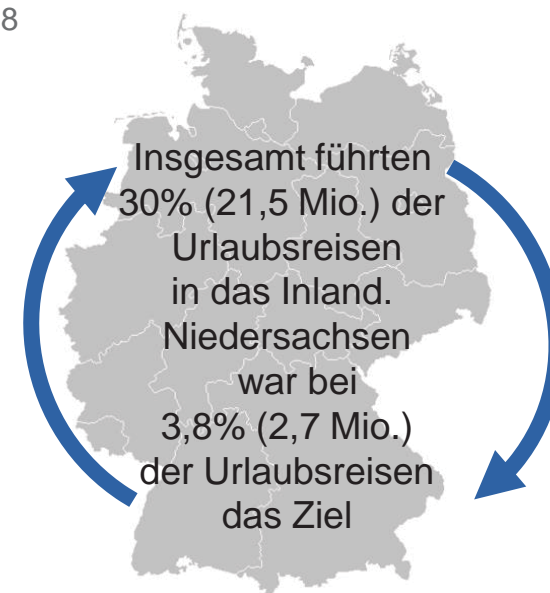
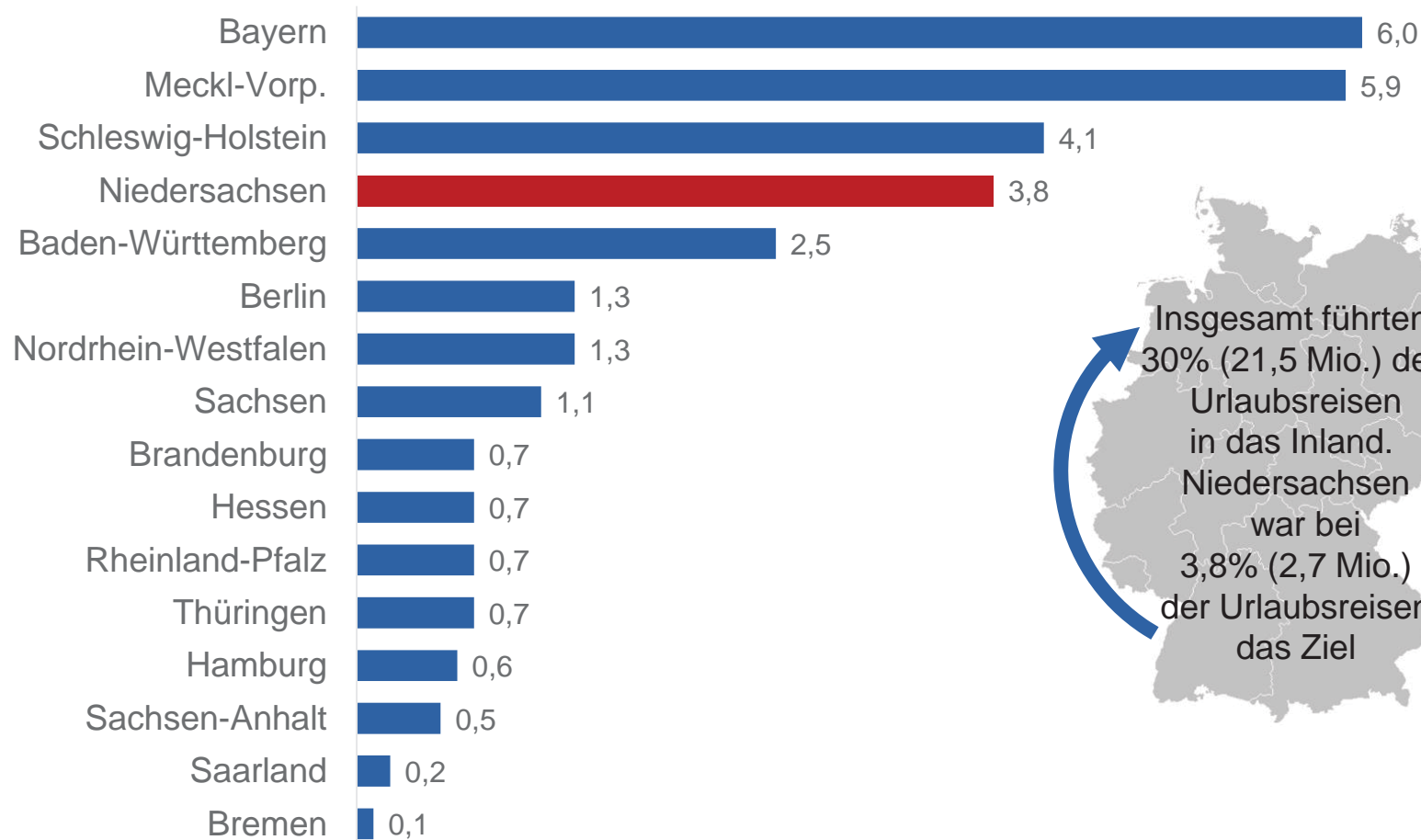
Quelle: RA 2006 bis RA 2014 *face-to-face*

Überblick: Urlaubsreisemarkt 2013

- ▶ Insgesamt stabile Nachfrage auf hohem Niveau.
- ▶ Ziele: Ca. 2/3 der Urlaubsreisen führen in das Ausland, ca. 1/3 reisen innerhalb von Deutschland; Stabilität bei den Großregionen (Mittelmeer, Alpen etc.)
- ▶ Auto und Flugzeug dominieren bei den Verkehrsmitteln.
- ▶ Organisation und Buchung: Der weit überwiegende Teil bucht im Voraus; immer flexiblere Buchungswege; Reisebüro rückläufig, bleibt aber zusammen mit den Unterkunftsanbietern weiterhin wichtigste Buchungsstelle.
- ▶ Urlaubsdauer: Kaum noch rückläufig.

Niedersachsen auf dem deutschen Reisemarkt

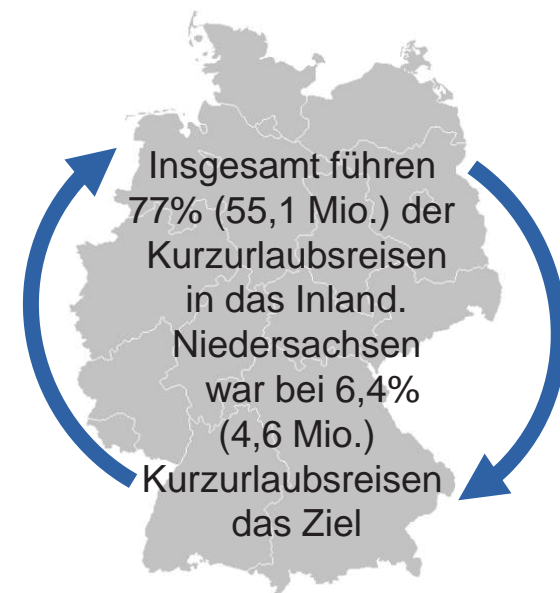
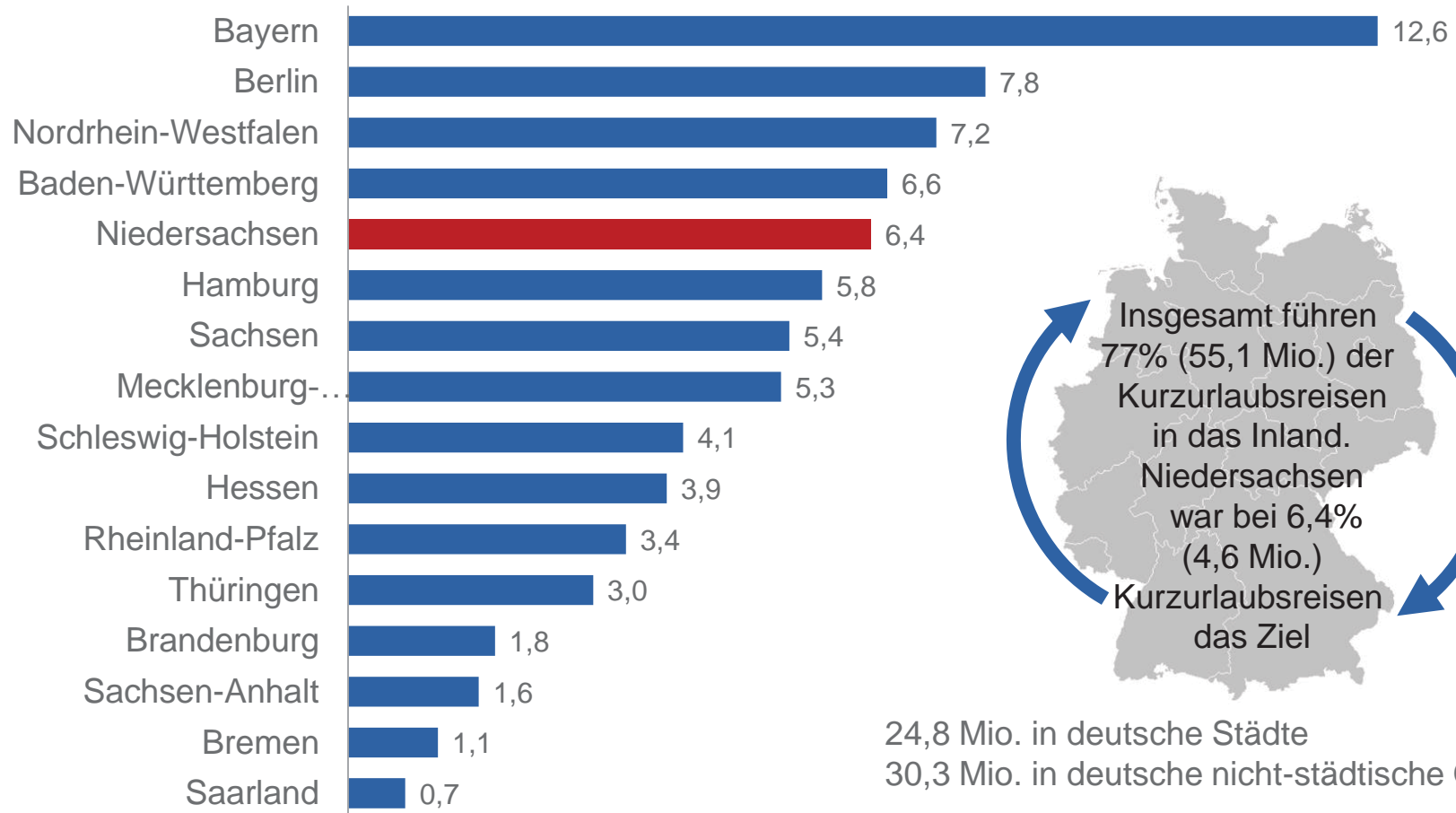
Urlaubsreiseziele 2013: Niedersachsen bei den Inlandszielen (Bundesländer) an Position 4



Angaben in %
 Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre (n=7835; 70,98 Mio.), Quelle: RA 2014 face-to-face

Kurzreiseziele 2013/Inland (2-4 Tage)

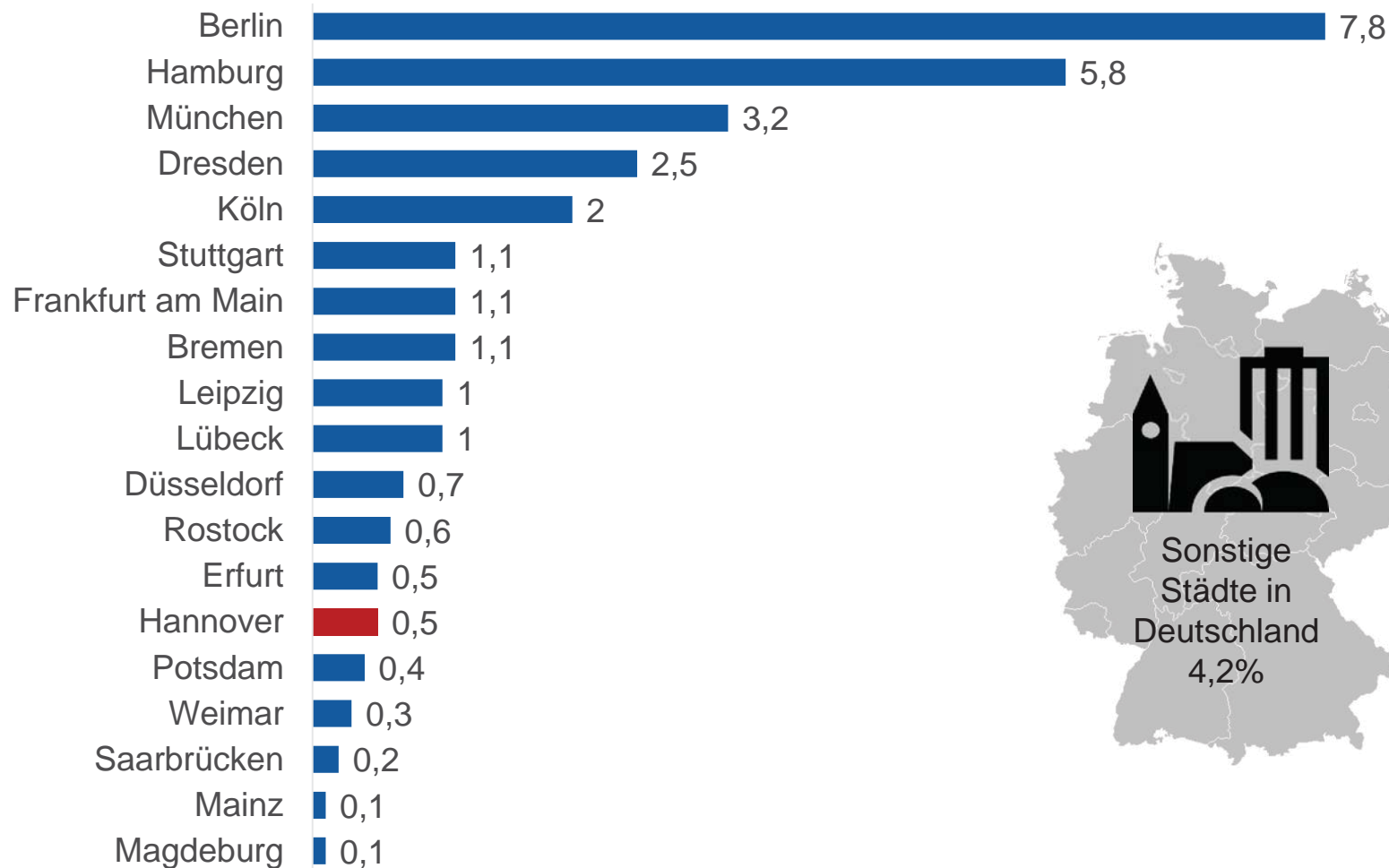
Niedersachsen an Position 5



24,8 Mio. in deutsche Städte
30,3 Mio. in deutsche nicht-städtische Gebiete

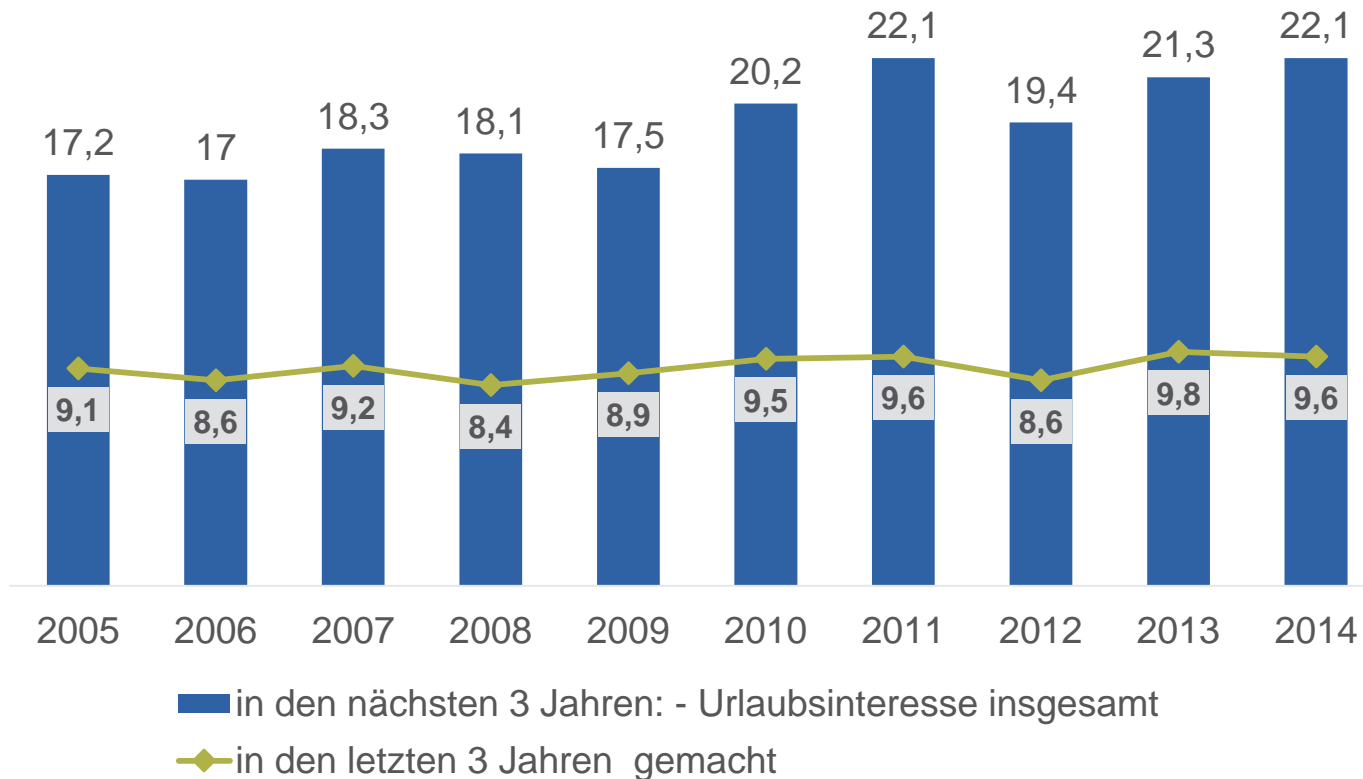
Angaben in %
Basis: Kurzreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (2-4 Tage)
14+ Jahre (n=3.077;71,9 Mio.),Quelle: RA 2014 online

Kurzurlaubsziele 2013: Städte im Inland (2-4 Tage)



Angaben in %
 Basis: Kurzreisen (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung
 14+ Jahre (n=3.077;71,9 Mio.),Quelle: RA 2014 online

Reiseziel Niedersachsen: Innerhalb von zehn Jahren Steigerung des Potenzials bei konstanter Reiseerfahrung



Merkzettel: Niedersachsen auf dem deutschen Reisemarkt

Urlaubsreisen 5 Tage+

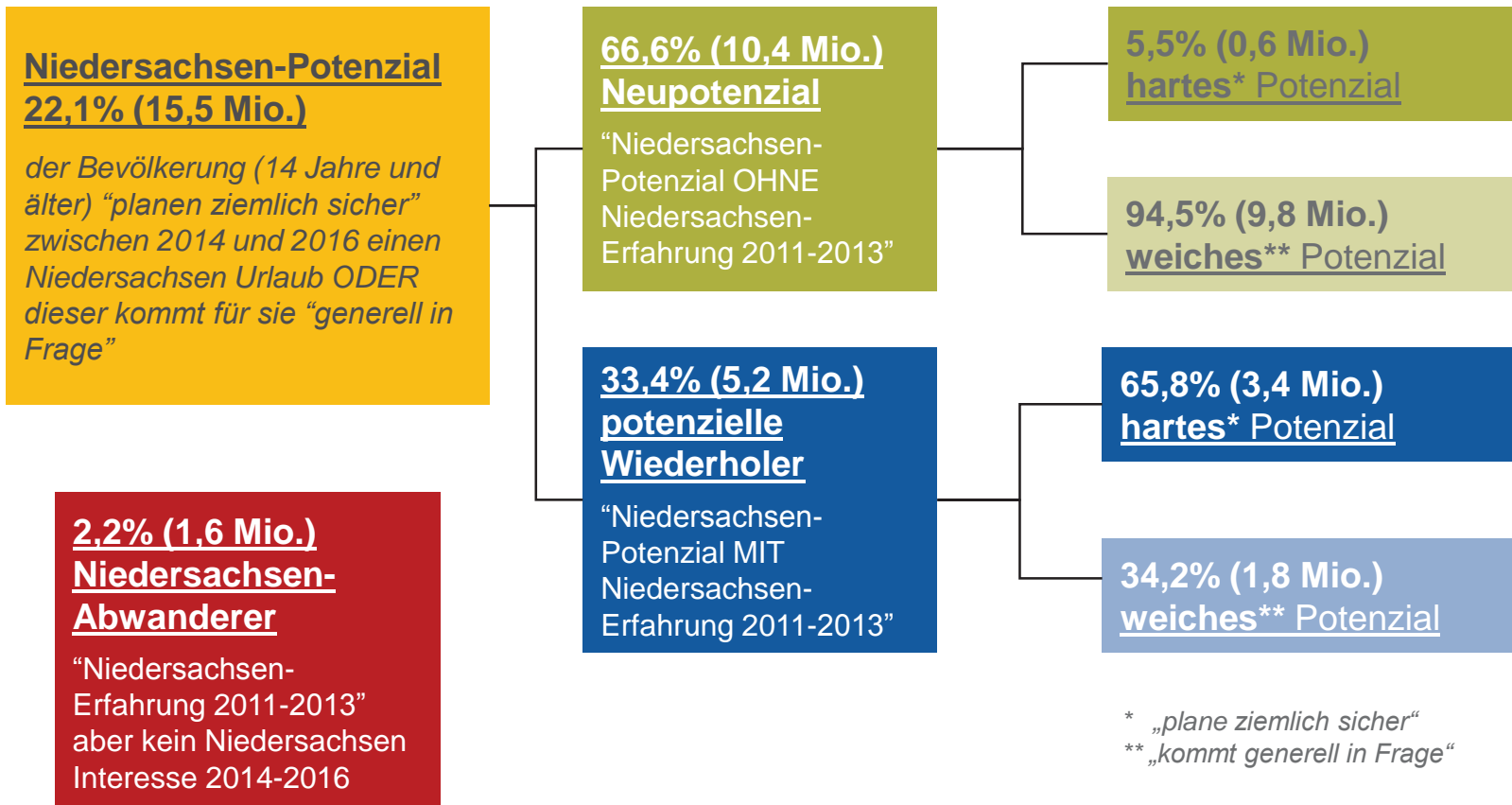
- ▶ Niedersachsen ist im Jahr 2013 hinter Bayern, MV und SH auf Rang vier der Inlandsreiseziele (Bundesländer)
- ▶ Marktanteil Niedersachsens an den Urlaubsreisen der Deutschen in den letzten 10 Jahren recht stabil
- ▶ Gesamtpotenzial für Niedersachsen ist innerhalb der letzten 10 Jahre gestiegen, die Anzahl der Niedersachsen-Reisenden aber ist stabil geblieben. Dementsprechend ist die Realisierungsquote von 48% im Jahr 2007 (umgesetztes Interesse aus den Jahren 2005-2007) auf 43% im Jahr 2013 (umgesetztes Interesse aus den Jahren 2011-2013) gesunken

Kurzreisen (2 bis 4 Tage)

- ▶ Niedersachsen ist im Jahr 2013 auf Rang fünf (vor SH und MV) der Inlandsreiseziele (Bundesländer)

Niedersachsen-Urlauber und Neupotenzial

Neupotenzial v. a. "weiches" Potenzial, potenzielle Wiederholer v. a. "hartes" Potenzial

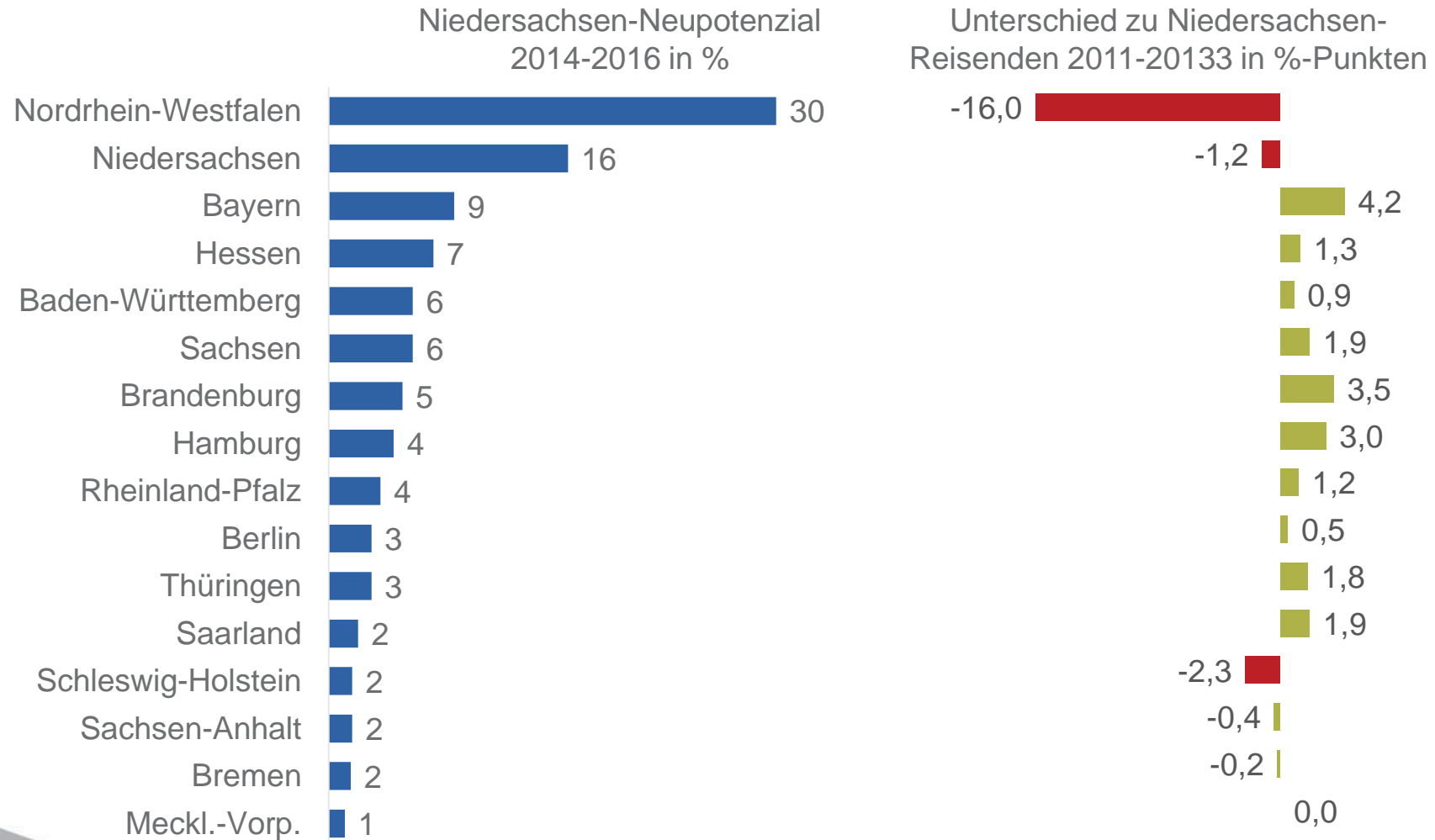


Das Niedersachsen-Neupotenzial ist jünger als die aktuellen Besucher

	Niedersachsen-Neupotenzial 2014-2016	Niedersachsen-Reisende 2011-2013	Unterschied Neupotenzial und Reisende
Alter	14-29 Jahre	20%	+2,4%-P.
	30-49 Jahre	37%	+3,2%-P
	50-69 Jahre	32%	+3,5%-P
	70+ Jahre	11%	-9,2%-P
HHN-EK	Bis 1.999 €	35%	3,9%-P
	2.000 bis 2.999 €	32%	-2,9%-P
	3.000+ €	33%	-0,9%-P
Schulbildung	Hauptschule	38%	+0,2%-P
	Realschule	34%	+1,4%-P
	Abitur+	28%	-1,7%-P

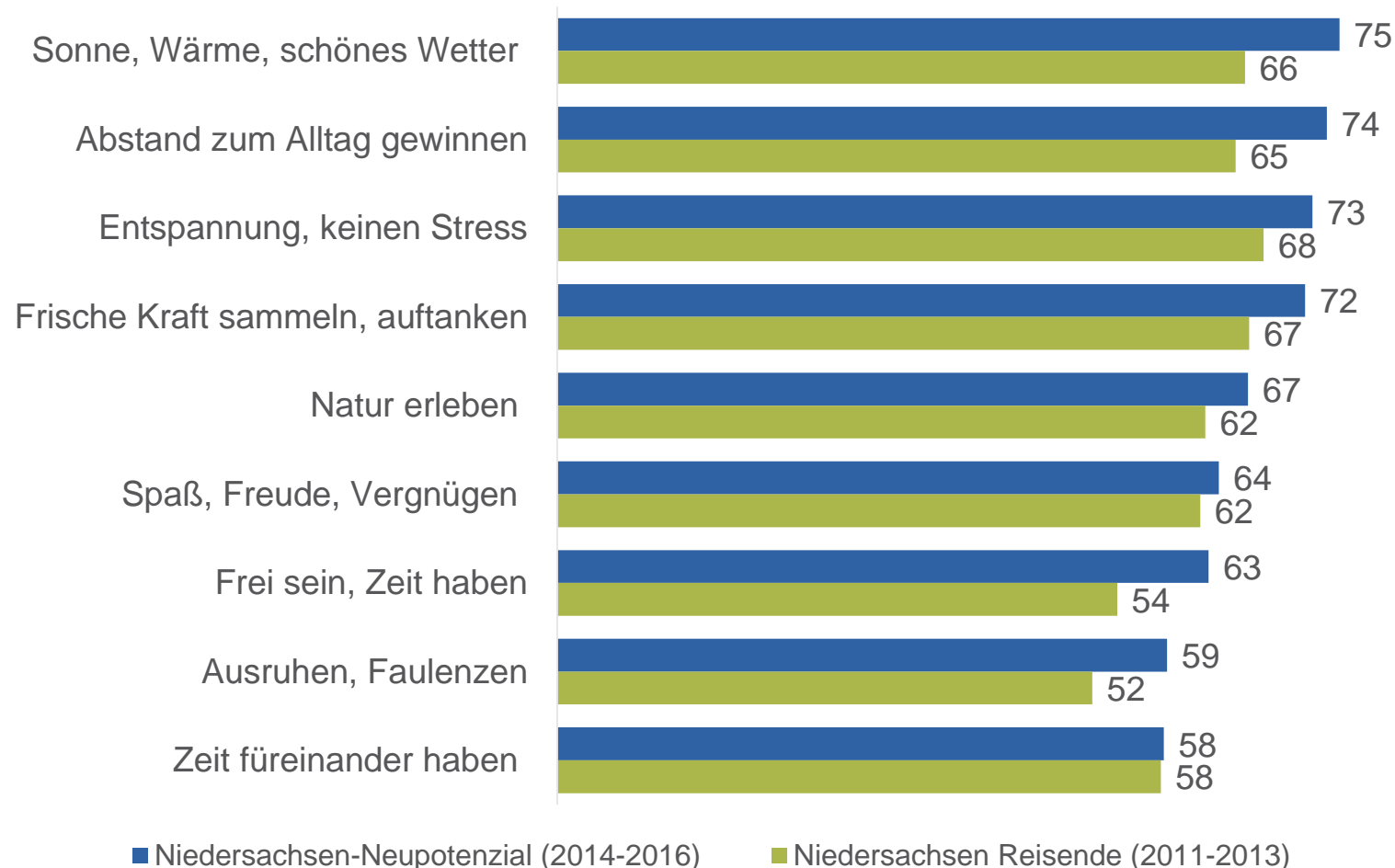
Basis: NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Herkunft des Niedersachsen-Neupotenzials: Anteil von NRW deutlich niedriger als bei Niedersachsen-Reisenden





Basis: NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Top 10 Urlaubsmotive des Neupotenzials: Erholung und Entspannung noch wichtiger als bei Reisenden





Angaben in %
 Basis: NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 *face-to-face*

Urlaubsmotive im Detail: Motivgruppen Entspannung und Neues erleben

		Bevölkerung	Niedersachsen		
			Gesamtpotenzial	Neupotenzial	Reisende
 Entspannen, erholen, frei sein	Entspannung, keinen Stress	64	71	73	68
	Abstand zum Alltag	65	72	74	65
	Frische Kraft sammeln	60	71	72	67
	Frei sein, Zeit haben	52	60	63	54
	Ausruhen, Faulenzen	50	57	59	52
 Neues erleben	Neue Eindrücke gewinnen	41	48	50	45
	Viel erleben, Abwechslung	38	42	46	36
	Unterwegs sein/herumkommen	37	43	43	41
	Andere Länder erleben	33	37	41	32
	Etwas für Kultur & Bildung tun	27	28	28	31




Urlaubsmotive „besonders wichtig“, Angaben in %, Motivgruppierung auf Basis einer Hauptkomponentenanalyse 2012
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n=7.795; 70,3 Mio.), NDS Gesamtpotenzial (n=1.723; 15,5 Mio.), NDS-
 Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Urlaubsmotive im Detail: Motivgruppen Sonne/Spaß/Menschen/Genuss und Familie

		Bevölkerung	Niedersachsen		
			Gesamtpotenzial	Neupotenzial	Reisende
 Sonne, Spaß, Menschen, Genuss	Sonne, Wärme, schönes Wetter	67	73	75	66
	Spaß, Freude, Vergnügen haben	58	64	64	62
	Sich verwöhnen lassen...	48	54	56	49
	Gemeinsam etwas erleben	38	44	45	42
	Neue Leute kennenlernen	32	34	35	33
	Etwas für die Schönheit tun...	32	40	42	32
	Sich unterhalten lassen	27	30	33	25
Flirt/Erotik	14	17	20	11	
 Familie	Zeit füreinander haben	51	59	58	58
	Mit den Kindern spielen...	18	22	20	24

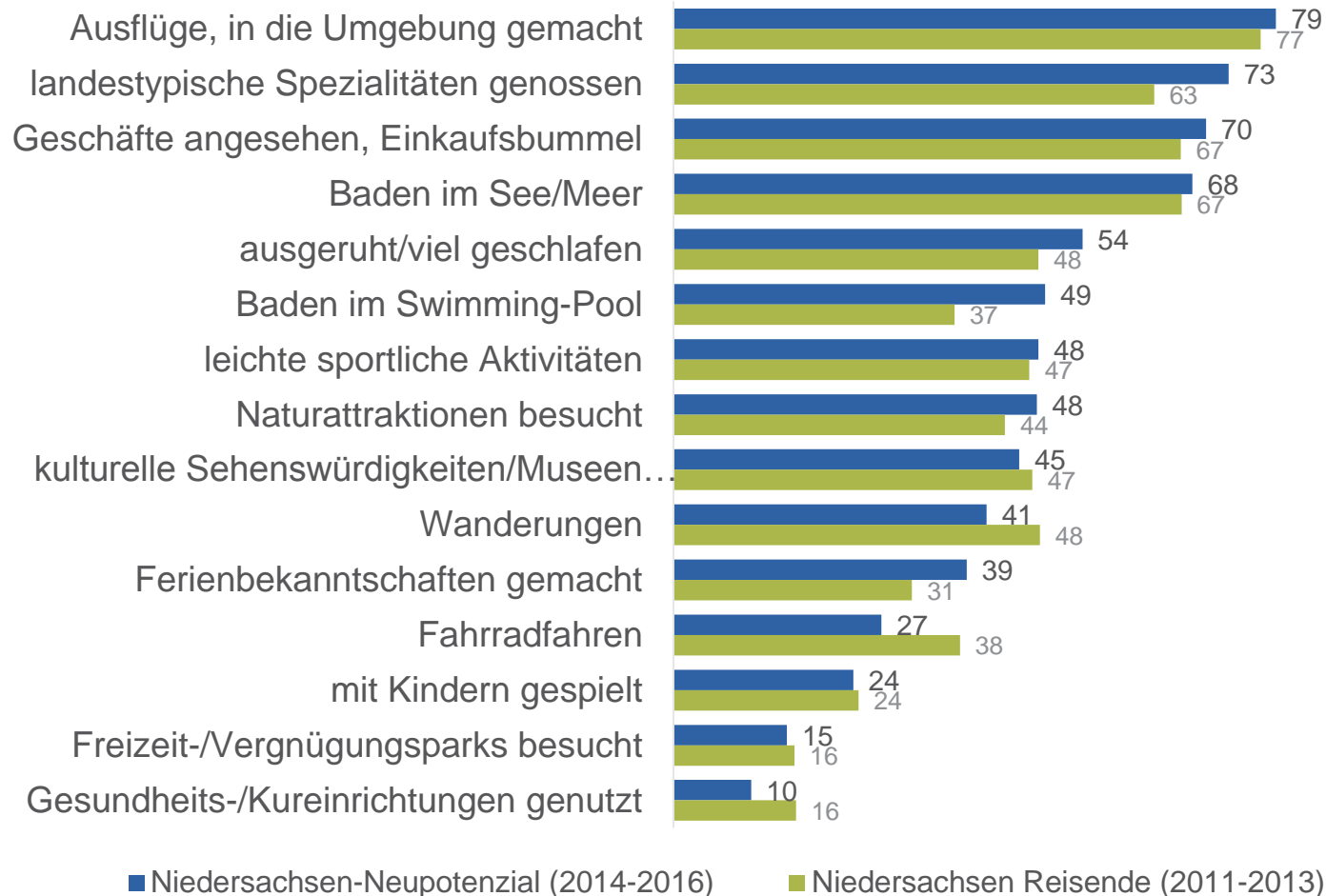
Urlaubsmotive „besonders wichtig“, Angaben in %, Motivgruppierung auf Basis einer Hauptkomponentenanalyse 2012
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n=7.795; 70,3 Mio.), NDS-Gesamtpotenzial (n=1.723; 15,5 Mio.), NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Urlaubsmotive im Detail: Motivgruppen Natur/Gesundheit, Begegnen und Risiko aktiv

		Bevölkerung	Niedersachsen		
			Gesamtpotenzial	Neupotenzial	Reisende
 Natur und Gesundheit	Natur erleben	54	65	67	62
	Gesundes Klima	44	57	56	53
	Etwas für die Gesundheit tun	33	39	39	39
	sportl./spielerische Betätigung	30	38	38	37
	Aus verschmutzter Umwelt herauskommen	17	25	25	23
 Begegnen	Wiedersehen (Erinnerungen auffrischen)	31	34	32	37
	Kontakt zu Einheimischen	29	32	32	32
 Risiko aktiv	Aktiv Sport treiben	9	11	11	11
	Auf Entdeckung gehen...	11	14	15	12

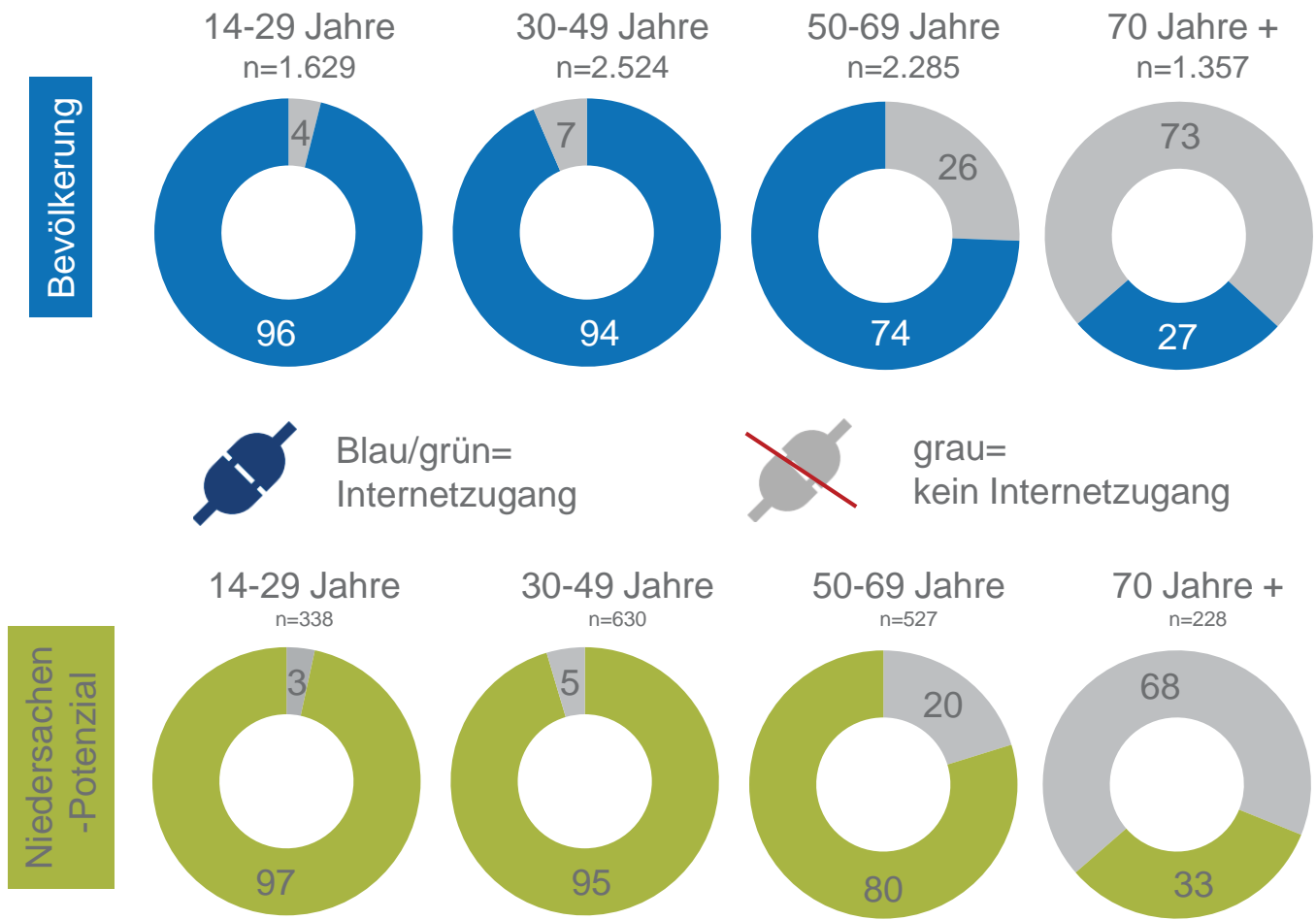
Urlaubsmotive „besonders wichtig“, Angaben in %, Motivgruppierung auf Basis einer Hauptkomponentenanalyse 2012
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre (n=7.795; 70,3 Mio.), NDS-Gesamtpotenzial (n=1.723; 15,5 Mio.), NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 6,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 face-to-face

Aktivitäten im Neupotenzial: Neben Basisaktivitäten sind leichte sportliche Aktivitäten und Natur beliebt



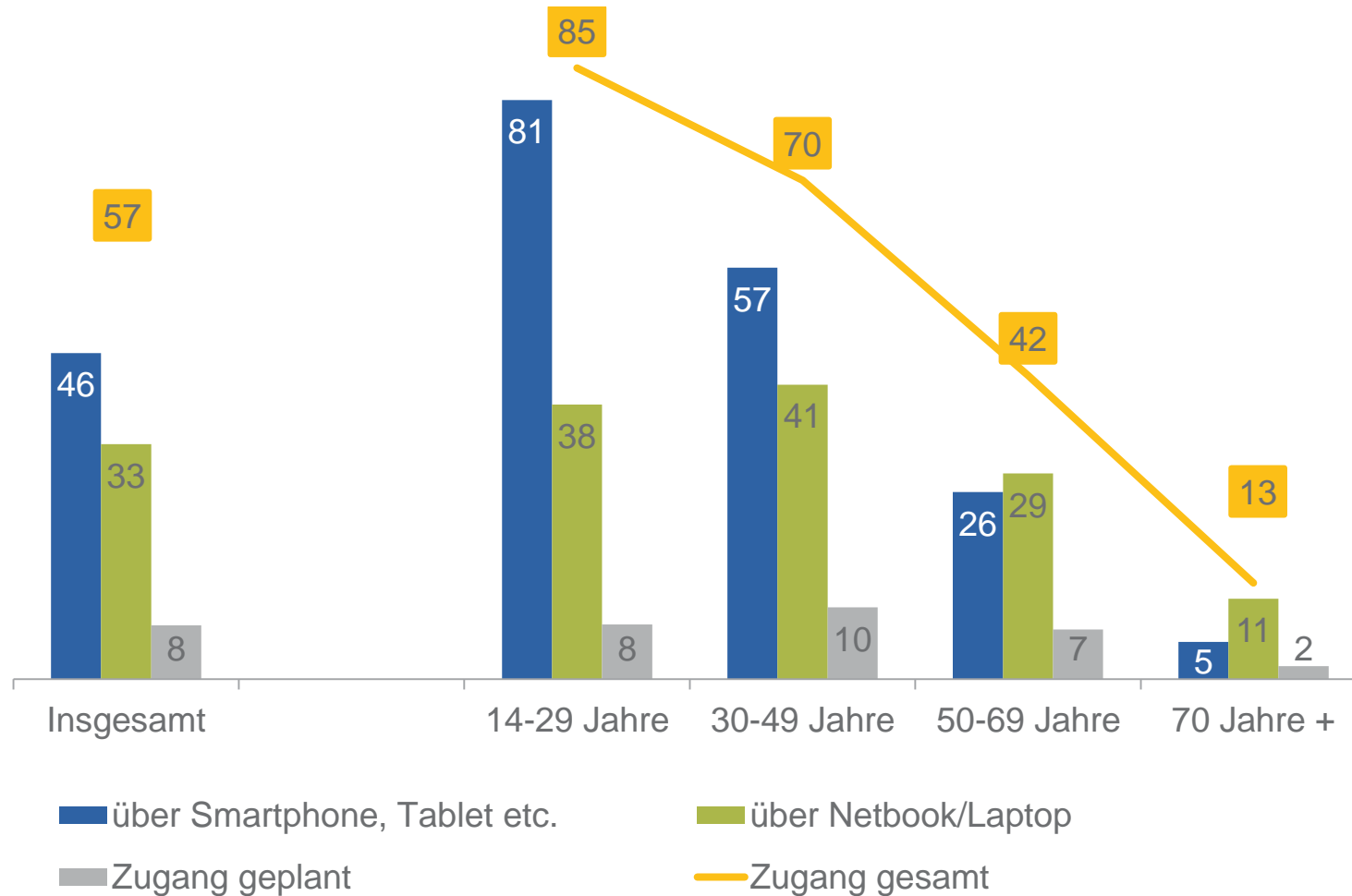
Angaben in %
 Basis: NDS-Neupotenzial (n=1.147; 10,4 Mio.), NDS-Urlauber (n=751; 9,8 Mio.)
 Quelle: RA 2014 *face-to-face*

Internetnutzung: Niedersachsen-Potenzial in höheren Altersklassen etwas internetaffiner als Bev. insgesamt



Angaben in %
 Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre,
 Niedersachsen-Potenzial (n=1.147; 10,4 Mio.);
 Quelle: RA 2014 *face-to-face*

Mobiler Internetzugang: Über die Hälfte des Niedersachsen-Potenzials ist online mobile



Angaben in %
 Basis: Niedersachsen-Potenzial (n=1.147; 10,4 Mio.);
 Quelle: RA 2014 *face-to-face*

Merkzettel: Neupotenzial-Niedersachsen

- ▶ Neupotenzial für Niedersachsen mehr als doppelt so groß wie das Potenzial der möglichen Wiederholer → Neukundenmarketing wichtiges Handlungsfeld
- ▶ Gegenüber den aktuellen Niedersachsen Urlaubern ist das Neupotenzial:
 - ▶ Jünger und etwas seltener mit hohem Haushalts-Netto-Einkommen,
 - ▶ Stammen seltener aus NRW, häufiger aus Bayern, Brandenburg und Hamburg,
 - ▶ Urlaubsmotive des Neupotenzials: Vor allem Erholungsaspekte und Entspannungsaspekte sowie schönes Wetter wichtiger
 - ▶ Urlaubsaktivitäten des Neupotenzials: Mehr Baden, weniger Wandern und deutlich weniger Radfahren
- ▶ Bei den konkurrierenden Alternativzielen im Inland steht Schleswig-Holstein mit Abstand an erster Stelle, gefolgt von Mecklenburg Vorpommern und Bayern