

GfK. Growth from Knowledge TMN TrendMonitor – Aktuelle Reisetrends für den Sommer 2011

Gutes Konsumklima und Konjunktur stärken Reiselust

Trotz einer kleinen Abschwächung in den letzten Monaten liegt die Konsumstimmung beim Verbraucher deutlich über dem Vorjahr. (siehe auch Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juli 2011, Nürnberg, 26. Juli 2011)

Die ungebrochene Dynamik der deutschen Wirtschaft sowie die weitere Belebung auf dem Arbeitsmarkt haben die Konjunkturaussichten und die Einkommenserwartungen der Bundesbürger im ersten Halbjahr 2011 gegenüber dem Vorjahr stark ansteigen lassen. Damit behalten die guten Rahmendaten wie die positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt und das gute Wirtschaftswachstum die Oberhand über die „Störfaktoren“ Fukushima sowie die Situation im Nahen Osten und in Griechenland. Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Juli im Vergleich zum Vorjahr:

	Juli 2011	Juli 2010
Konjunkturerwartung	44,6	36,8
Einkommenserwartung	34,6	29,1
Anschaffungsneigung	34,1	27,9
Konsumklima	5,5	3,7

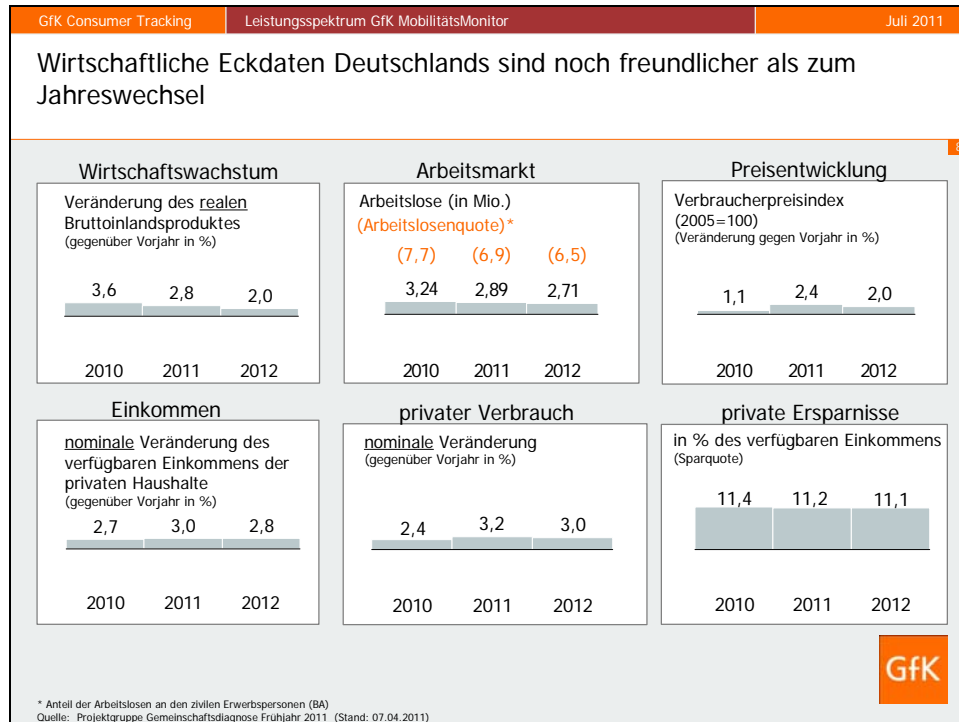
Es zeigt sich jedoch gerade auch im Juli 2011, dass die ausgiebigen Diskussionen um eine Lösung für Griechenlands Schuldenprobleme sowie die Befürchtung, dass weitere Euro-Länder in eine ähnliche Situation geraten könnten, dem ausgeprägten Konjunkturoptimismus der Bundesbürger im Sommer dieses Jahres einen Dämpfer bescherten. Allerdings gehen die Deutschen nach wie vor davon aus, dass die Wirtschaft weiter wachsen wird – wenn auch nicht mehr ganz so stark wie bisher.

Für den Absatz von Urlaubsreisen ist jedoch eine mittelfristigere Sicht deutlich wichtiger und besonders von Bedeutung, dass korrespondierend zu dieser immer noch positiven Einschätzung der Konjunktur auch die Zahl der registrierten Arbeitslosen weiter sinken und die 3-Millionen-Marke deutlich unterschritten wird. Die anhaltend positive Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, sorgt dafür, dass im ersten Halbjahr 2011 mehr Konsumenten eine Verbesserung ihrer finanziellen Lage erwartet haben.

Gestützt wird diese überaus positive Entwicklung durch die Tatsache, dass sich der Preisdruck auf die Konsumenten zuletzt nicht mehr verstärkt hat. Dazu passt, dass die Preiserwartungen der Verbraucher im Juni kaum noch zugenommen haben und laut Statistischem Bundesamt die Inflation im Mai leicht auf 2,3 % gesunken ist, nachdem sie im April noch 2,4 % betragen hatte.

Die guten gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen überlagern die allgemeine Reiselust betreffend die möglichen Risiken, die aus einer Verschärfung der gegenwärtigen Schuldenkrise sowie einem weiteren drohenden Anstieg der Energiepreise entstehen könnten.

Dies zeigt sich auch in den Absichten und Planungen der Deutschen, in diesem Jahr einen Urlaub zu tun. Gegenüber 2010 zum Vergleichszeitraum liegen die Planungen mit +1% über dem Vorjahresniveau.



Der Blick zu unseren Nachbarn

Es ist davon auszugehen, dass die Sommersaison 2011 für die Reisebranche einen weiteren Rekord in der Betrachtung der letzten Jahre bedeuten wird.

Die Eurokrise macht den Menschen Sorgen, ist aber für Endverbraucher wahrscheinlich auch nicht wirklich zu begreifen. Da sich die Auswirkungen der Eurokrise noch nicht direkt im Geldbeutel der Verbraucher niederschlägt, ist die Lust auf Reisen in diesem Jahr wieder auf höchstem Niveau.

Zusätzlich Licht und damit neues Gästepotenzial am Horizont:

Auch in vielen Ländern der europäischen Union verbessert sich die Stimmung der Verbraucher erstmals nach der Finanz- und Wirtschaftskrise wieder (GfK Konsumklima Europa, Juni 2011). Auch wenn die Diskussionen um die Rettung Griechenlands und der Krise des EURO allgemein nach wie vor viel Raum für Verunsicherung lassen, die Talsohle der Rezession in Europa scheint überwunden zu sein. Die Wirtschaft in den meisten europäischen Ländern beginnt, sich von der schwersten Rezession seit dem zweiten Weltkrieg zu erholen. Allen voran Länder wie Frankreich, Großbritannien, Polen und Spanien, die als wichtige Quellmärkte für das Reiseland Deutschland eine große Bedeutung haben.

Viele Verbraucher sind nach wie vor verunsichert. Sie sind noch nicht überzeugt, dass der Aufschwung in ihrem Land nachhaltig und dauerhaft ist. Darum spielt diese Entwicklung erst mittelfristig für die deutschen Ferienggebiete eine wesentliche Rolle. Das zweite große Thema der Europäer ist die Inflation. Vor allem die Teuerung bei den Grundnahrungsmitteln und Benzin machen den europäischen Verbrauchern zu schaffen und können nun nach der Finanzkrise den nächsten Dämpfer für internationale Quellmärkte bedeuten.

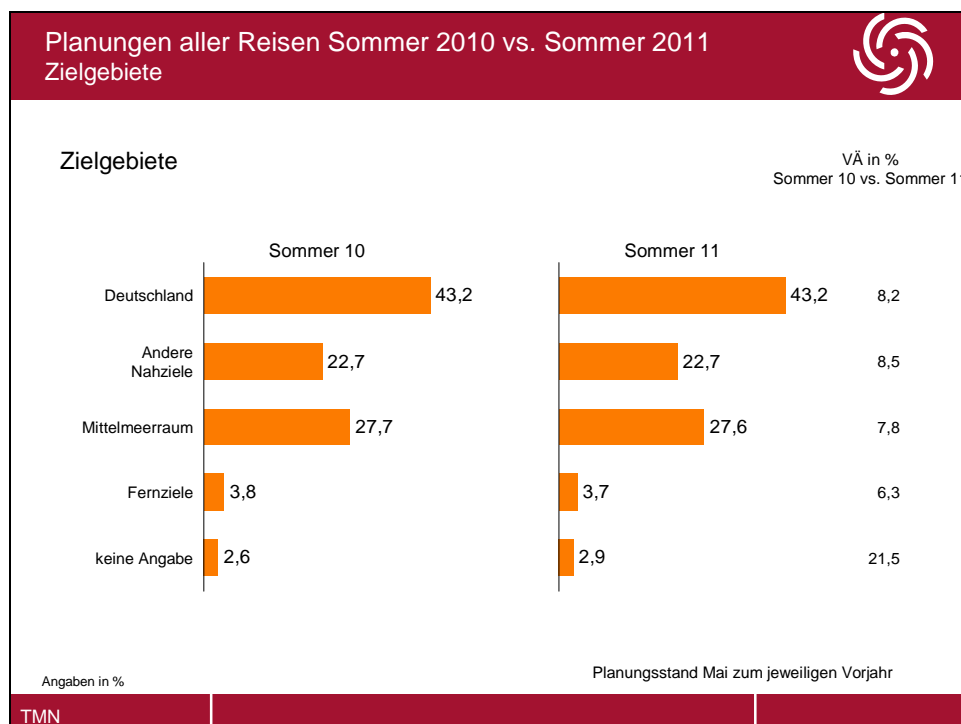
Internationale Reisetrends der Sommersaison 2011 (Zielgebiete)

Ungebremste Reiselust und Renaissance der „klassischen“ Lieblingsreiseziele der Deutschen.

Nachdem der letzte Sommer bereits für gute Stimmung in der Tourismusbranche sorgte, sollten die um rund 8% gestiegenen Reiseplanungen der deutschen „Reiseweltmeister“ auch in diesem Sommer für gute Laune sorgen. Nicht zuletzt bedingt durch die wirtschaftliche und politische Großwetterlage, sind es in diesem Jahr unter den Zielgebieten die Klassiker am Mittelmeer, die sich bei deutschen Reiselustigen besonderer Beliebtheit erfreuen. So planen rund 11% mehr Deutsche als im Vorjahr einen Urlaub auf dem spanischen Festland, Flugreiseziele in Süditalien und Malta dürfen rund 13% mehr Gäste erwarten. Besonders freuen können sich auch die deutschen Nachbarländer wie Österreich, Frankreich sowie die nördlichen Anrainer. Die Auswirkungen der Nordafrikakrise und der griechischen Finanznöte schlagen sich in den Reiseplanungen der Deutschen auf die Zielgebietswahl deutlich sichtbar nieder. Während Griechenland sogar mit rund 4% mehr Gästen als im Vorjahr rechnen kann, so zeigt sich die Lage für Reiseziele im östlichen Mittelmeer und Nordafrika mit einem jeweils zweistelligen Rückgang der geplanten Urlaubsreisen jedoch deutlich dramatisch. Einzige Ausnahme bilden die türkischen Urlaubsdestinationen, die mit rund plus 9% der Reiseplanungen im Vergleich zum Vorjahr lediglich ein leicht gebremstes Wachstum im Vergleich zum Vorjahressommer zu „beklagen“ haben.

Während Fernreisen mit rund 6 % mehr Reiseplanungen als im Vorjahr ihr Gästeniveau leicht steigern könnten, so sollten die USA und Kanada in diesem Sommer doch deutlich mehr „Germans“ als noch im Vorjahr willkommen heißen können.

Nach wie vor im Trend bleiben bestimmte Ferienzeile in Deutschland. Rund 8% mehr Reisende als noch im Vorjahr planen einen Sommerurlaub im eigenen Land.



Urlaubstrends der Sommersaison 2011

Der Trend zu individuellerem und spontanerem und abwechslungsreichem Reisen setzt sich fort.

Wie die Reiseplanungen für die aktuelle Sommersaison 2011 zeigen, wird das Reiseverhalten deutscher Urlauber zunehmend individueller und spontaner. Der Rückgang der geplanten Pauschalreisen für den Sommer 2011 bei gleichzeitigem Anstieg der individuell gestaltet Bausteinreisen, der separaten Buchung von Verkehrsmitteln und der einzelnen Unterkünfte, im Vergleich zum Vorjahr, sind hierauf ein deutlicher Hinweis. Rund 9% mehr Reisen als im letzten Sommer werden sogar spontan ohne Vorabbuchung geplant.

Auch ein Blick auf die Planung der Urlaubsarten zeigt die Abkehr vom standardisierten passiv Urlaub hin zu Abwechslung und Inspiration für Körper und Geist. Während der klassische Badeurlaub weiter an Reiz verliert, bleiben Städtereisen weiterhin hochaktuell. Die neue Lust auf Bildung und Kultur schlägt sich auch in einem Anstieg der geplanten Sprachreisen nieder. Kreuzfahrten haben längst ihr angestaubtes Image abgelegt und einen breiteren Kreis an Fans hinzugewonnen, wie die um weitere +13% gestiegen Reiseplanungen zeigen. Sport, Freizeitparks, Veranstaltungen und Events stehen ebenfalls hoch im Kurs.

Betrachtet man die Struktur der Reisenden, so sind sowohl Familien als auch Singles und Paare über alle fast alle Altersklassen hinweg, nicht zuletzt dank der positiven konjunkturellen Entwicklung, von neuer Reiselust gepackt. Lediglich bei Senioren über 65 Jahre konnte keine weitere Steigerung ersichtlich, was jedoch in erster Linie darin begründet ist dass diese Zielgruppe in den letzten Jahren kontinuierlich überdurchschnittlich gewachsen und bereits auf hohem Niveau auf Reisen ist.

Trends im Binnentourismus für die Sommersaison 2011

Deutschland weiter im Aufwind -

Der Deutschlandtourismus kann auch im Sommer 2011 weitere Fans für sich gewinnen, wie ein deutlicher Anstieg der Reiseplanungen beweist.

Über besonders hohen Gästezuwachs können sich dabei besonders die ostdeutschen Urlaubsdestinationen freuen. Mit Ausnahme von Mecklenburg-Vorpommern, das in den letzten Jahren stark boomte, konnten alle neuen Bundesländer einen zweistelligen Zuwachs der Reiseplanungen verzeichnen.

Die touristisch starken Zielgebiete im Norden wie Niedersachsen und das Städte- und Kulturhighlight Hamburg dürfen sich nach Stand der Reiseplanungen für die aktuelle Sommersaison genauso über neue Fans freuen, wie die traditionell starken Reiseziele im Süden - Bayern und Baden-Württemberg. Nach dem Erfolg des Vorjahres als Kulturhauptstadt 2010, bleibt NRW im Sommer 2011 leicht hinter dem Ergebnis des letzten Jahres zurück, Rheinland-Pfalz kann dagegen in Punkto Reiseplanungen den deutlichsten Zuwachs verzeichnen.

Betrachtet man die Reisearten nach innerdeutschen Destinationen, so lassen sich folgende Trends beobachten:

Bei Reisetemen wie **Erholung und Gesundheit**, konnten lediglich die Zielgebiete der Alpenregion sowie die der Nord- und Ostseeküste einen deutlichen Zuwachs an Reiseplanungen verzeichnen. In allen anderen

Zielregionen schwächt sich voraussichtlich das Interesse der Gäste an Themen wie Baden, Sport und Wellness überdurchschnittlich ab.

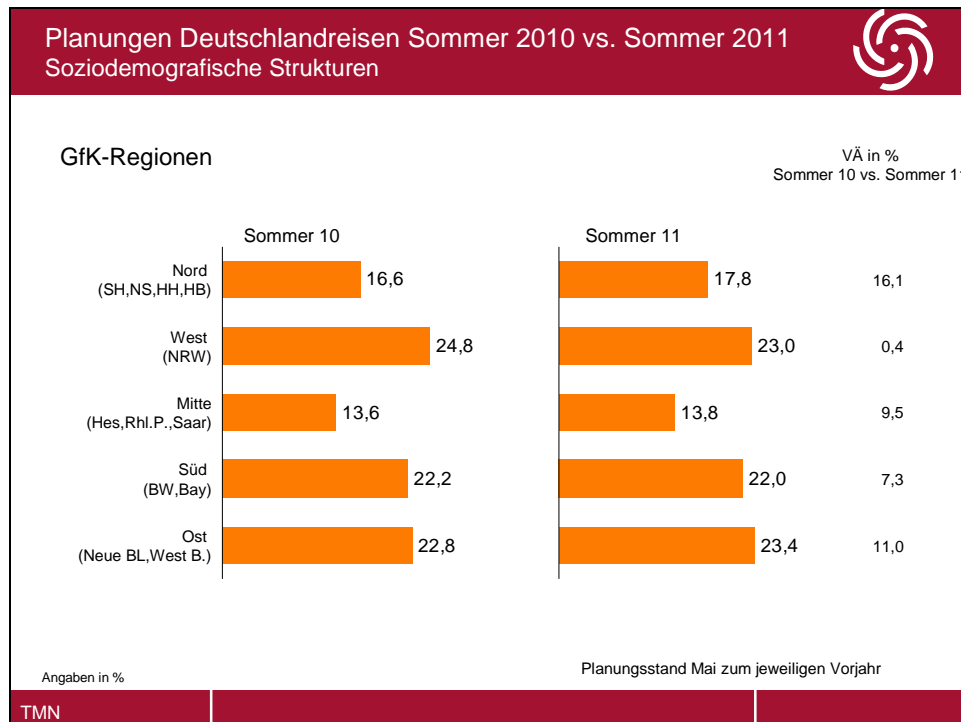
Dagegen boomen Urlaubsthemen wie **Kultur & Besichtigung** besonders in Nordrhein-Westfalen, sicher gepusht durch den großen Erfolg 2010, Baden-Württemberg, Hessen sowie in Sachsen deutlich überdurchschnittlich, wie der starke Anstieg der geplanten Reisen zeigt.

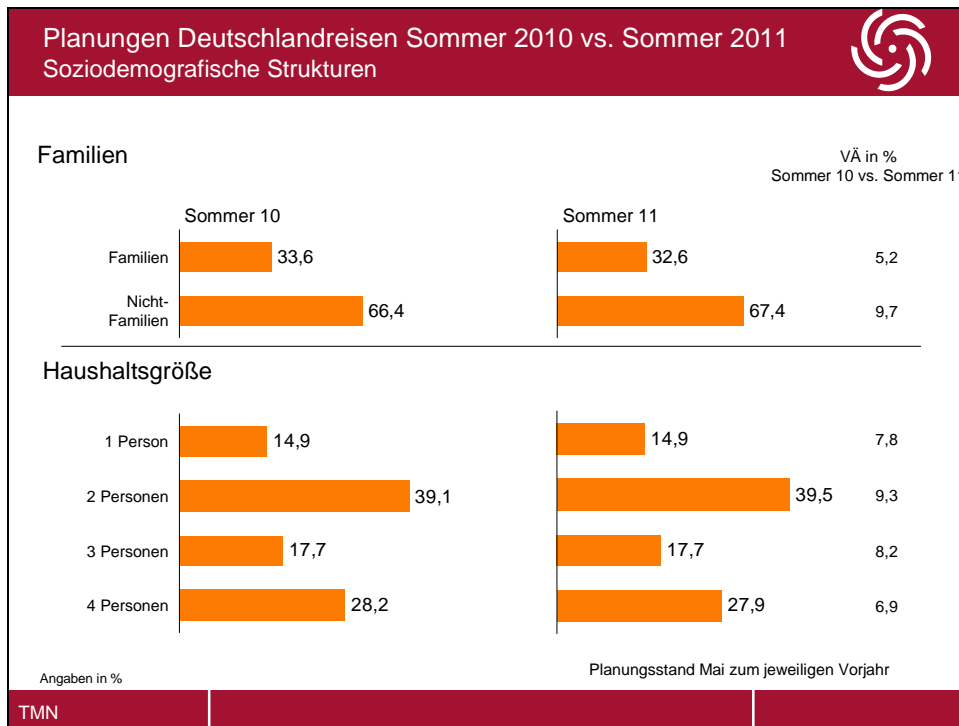
Badeurlaub als alleiniges Urlaubsthema, verliert zwar im Gesamtmarkt deutlich an Interesse, erfreut sich laut Reiseplanungen jedoch an Nord & Ostsee gleichermaßen zunehmender Beliebtheit. Ein wenig differenzierter betrachtet, kann sich Niedersachsen auf einen deutlichen Zuwachs an Badegästen von rund 30% freuen, Schleswig-Holstein bleibt dagegen hinsichtlich der Reiseplanungen für den Sommer 2011 rund 5% hinter dem Vorjahr zurück. Mecklenburg-Vorpommern zeigt einen soliden Zuwachs von rund 7% mehr geplanten Badeurlaube als im Vorjahressommer.

Inlandtourismus -

Als beliebte Reiseziele für Familien zeichnen sich besonders Niedersachsen und der „flache“ Süden Deutschlands ohne die Alpenregion, mit einem stark überdurchschnittlichen Anstieg der Reiseplanungen aus.

Auch bei den Familien erfreuen sich Reisearten aus dem Bereich Kunst & Kultur steigender Beliebtheit, wobei natürlich Abwechslung, Fun & Action deutlich im Vordergrund stehen, wie der signifikante Anstieg der Reisearten aus dem Bereich Anlass & Event deutlich machen..





GfK SE,
Bereich Panel Services Deutschland

GfK Mobility
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Ansprechpartner:

Roland Gaßner
Marketing Manager
Telefon: 0911 395-4535
Fax.: 0911 395-4433

Daniela Briceno-Schiesser
Marketing Consultant
Telefon: 0911 395-2834
Fax.: 0911 395-4433

www.gfk-travelscope.com

TourismusMarketing Niedersachsen GmbH
Essener Str. 1
30173 Hannover

Ansprachpartner:

Christian Stühling
Projektleitung Marktforschung
Telefon: 0511 270 488 23
Fax: 0511 270 488 88
E-Mail: stuehring@tourismusniedersachsen.de

www.tourismuspartner-niedersachsen.de