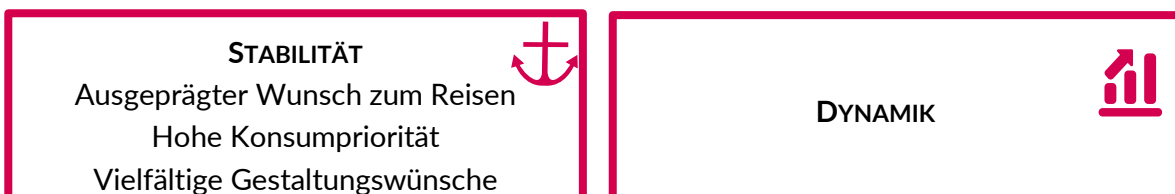


TOURISMUSNACHFRAGE 2030: DIE REISEN



Veränderung ggü. Messewert in RA 2020, Stand September 2020, Schätzung der Autoren
Quelle: Nachgestellt von Abb. 79 FUR Trendstudie 2030

URLAUBSREISETRENDS 2030: STABILITÄT UND DYNAMIK



- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Stabiles, verlässliches Nachfragevolumen - Stabilität beim Reiseverhalten - Krisenresilienz der Nachfrage | <ul style="list-style-type: none"> - Wandel in der Zielgruppenstruktur - Kurzurlaubsreisen gewinnen weiter an Gewicht - Online wird noch wichtiger bei Information und Buchung - Nachhaltigkeit wird (etwas) wichtiger |
|---|--|

Quelle: Nachgestellt von Abb. 80 FUR Trendstudie 2030

REISEVOLUMEN

- Im Zeitraum bis 2030 nimmt das Reisevolumen bei Kurzurlaubsreisen zu, Urlaubsreisen bleiben stabil (heute 92 Mio. auf knapp über 100 Mio. in 2030 → +9%).
- Das Nachfragevolumen nach langen Urlaubsreisen (aus Deutschland) wird wahrscheinlich leicht abnehmen (heute 71 Mio. auf 69,5 Mio. → -2%).

ZAHL DER KURZURLAUBSREISEN, PROJEKTION BIS 2030

Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage (Mio.)	Gesamt		
	Unterer Wert	Mittlerer Wert	Oberer Wert
2019		92,1	
2025	93,5	96,8	99,5
2030	97,5	100,4	103,5

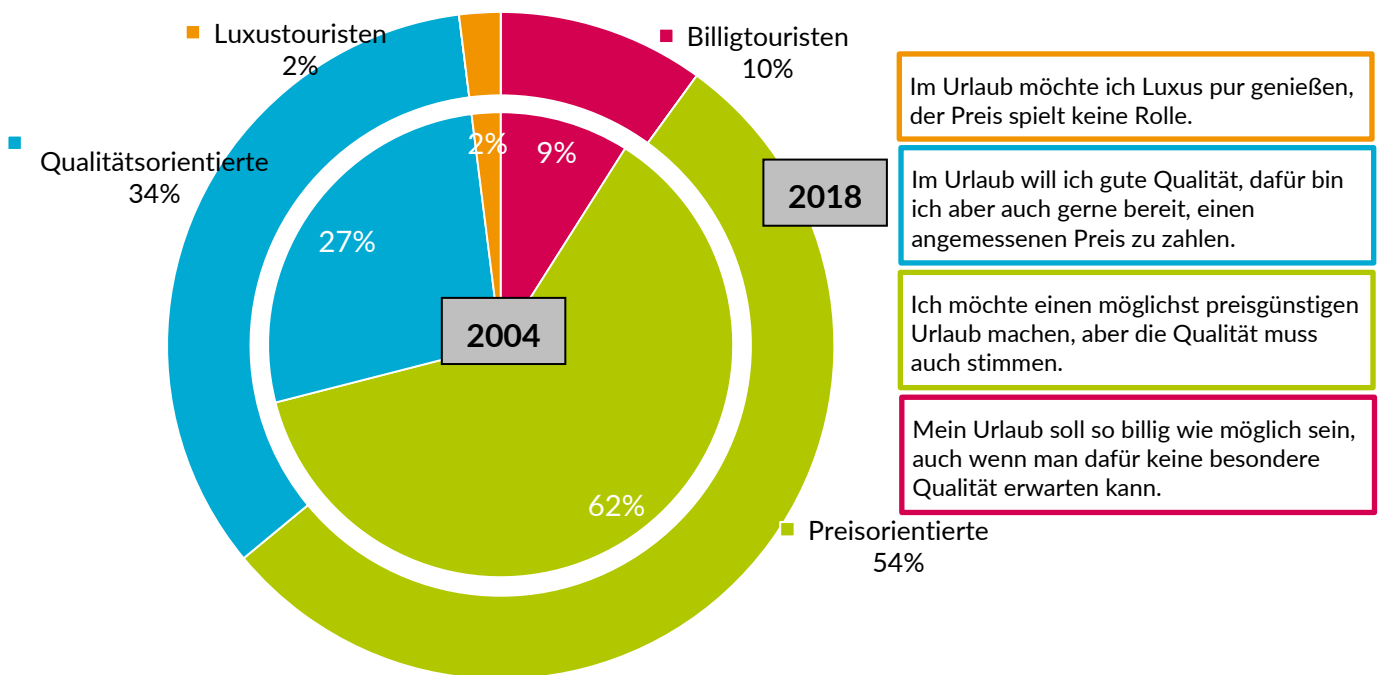
Zahl der Kurzurlaubsreisen in Mio., deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland
Werte für 2019: RA 2020 *face-to-face* und *online*, Werte für 2025/2030: Schätzungen der Autoren

Quelle: Nachgestellt von Abb. 32 FUR Trendstudie 2030

BEDEUTUNG VON PREIS UND QUALITÄT

- Die realen Ausgaben pro Reisen werden auf dem gleichen Niveau (reale Preisentwicklung) bleiben. (2019 lange Urlaubsreisen 1.032€, kurze Urlaubsreisen 271€)
- Die letzten Erhebungen zur Einstellung von Preis und Qualität von Urlaubsreisen zeigte, dass der größte Teil ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis schätzt.
- Der Anteil der Preisbewussten ist jedoch zugunsten eines höheren Anteils von Qualitätstouristen gesunken.
- Die zunehmende Qualitätsorientierung zeigt die gestiegene Wertschätzung gegenüber Urlaubsreisen.

KÄUFERTYPEN: BEDEUTUNG VON PREIS UND QUALITÄT BEI URLAUBSREISEN



Frage: „Hier haben ich eine Liste mit Meinungen zu Preis und Qualität von Urlaubsreisen. Welche dieser Aussagen trifft auf Sie persönlich am ehesten zu?“; Deutsche Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, nur Befragte mit Angaben, RA 2004, 2009, 2018 *face-to-face*

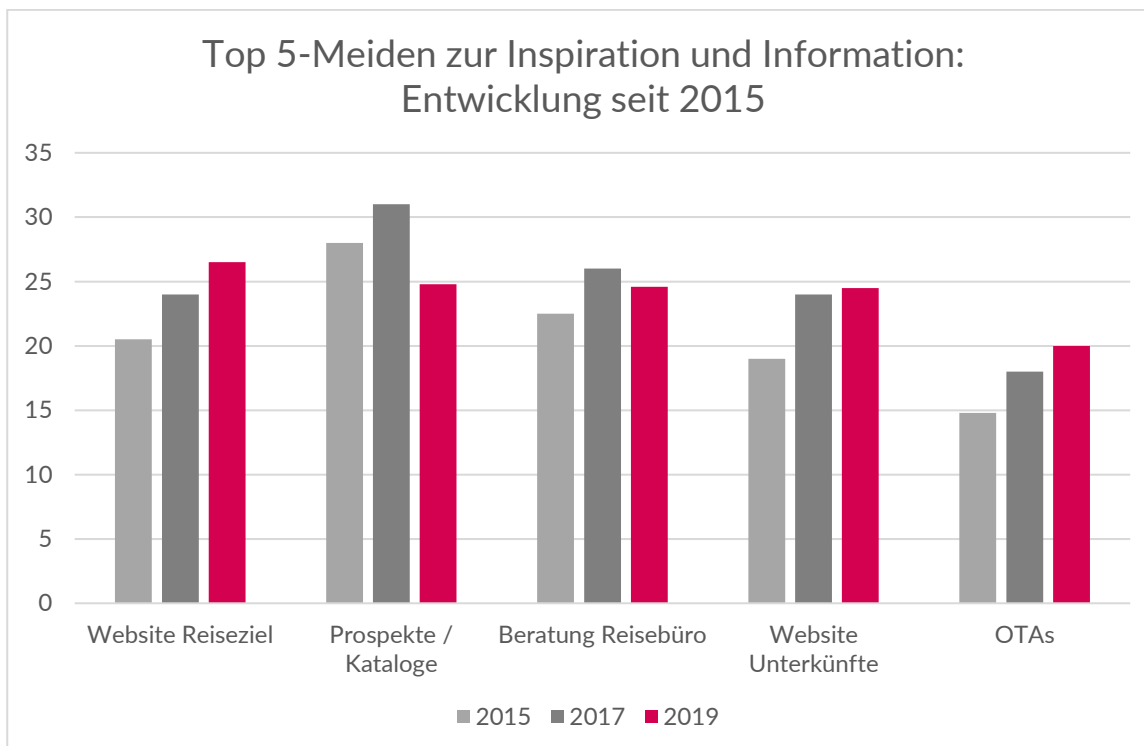
Quelle: Nachgestellt von Abb. 37 FUR Trendstudie 2030

INSPIRATION

- Weiterhin sehr häufig aus privaten, persönlichen Quellen.
- Online-Medien werden für die Inspiration weiterhin an Bedeutung gewinnen, die offline Medien aber nicht im gleichen Maße verlieren (offline 2019 bei 23 %, rein online bei 27 %, on- und offline bei 22 %).

INFORMATIONEN

- Online-Quellen sind neben Tipps von Freunden und Bekannten der Standard.
- Mobile Endgeräte werden vor und während der Reise zunehmend genutzt.



Frage: Was hat Sie bei der Wahl Ihres Reiseziels der Haupturlaubsreise 2019 inspiriert? Wo haben Sie sich über konkrete Aspekte Ihrer Haupturlaubsreise 2019 informiert, also z.B. über Unterkunft, Anreise, Aktivitäten?
 Haupturlaubsreise (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland; Angaben in %, RA 2020, 2018, 2016 face-to-face

Quelle: Nachgestellt von Abb. 40 FUR Trendstudie 2030

BUCHUNGSSTELLEN UND -WEGEN

- Anteil der online-Buchungen wird auf etwa zwei Drittel der vorausgebuchten Urlaubsreisen anwachsen (2019 bei etwa 44 %).
- Erwartete Zunahme der direkten Buchungen bei den Leistungsträgern (2019 bei 39 % auf ca. 44 %).
- Reisebüros und -Veranstalter verlieren allerdings kaum an Bedeutung (Reisebüros 2019 bei 31 % auf ca. 28 %, Reiseveranstalter 2019 bei 8 % auf ca. 9 %).
- Reisen ohne Vorausbuchungen werden seltener.
- Buchungen mit persönlichem und direktem Kontakt nehmen ab, bleiben mit ~30 Prozent aber wichtig (2019 bei 39%).

Buchungswege	Gesamt 2030		
	Unterer Wert	Mittlerer Wert	Oberer Wert
Per Online-Buchung	62 %	66 %	70 %
Im persönlichen Gespräch	26 %	30 %	34 %
Per Telefon	3 %	5 %	7 %
Per E-Mail	8 %	10 %	12 %

Buchungsstelle	Gesamt 2030		
	Unterer Wert	Mittlerer Wert	Oberer Wert
Reisebüro	25 %	28 %	31 %
Reiseveranstalter direkt	7 %	9 %	11 %
Internetportal (OTA)	21 %	24 %	27 %
Leistungsträger direkt	40 %	44 %	48 %
Sonstiges	4 %	6 %	8 %

Urlaubsreisen mit Vorabbuchung (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre. Summe > 100%, da Mehrfachnennungen möglich. Eine Addition der Werte in den Spalten „unterer Wert“ und „oberer Wert“ ist nicht möglich, da es sich um Angaben von Schwankungsbreite handelt.

Werte für 2019: RA 2020 *face-to-face*, Werte für 2030: Schätzung der Autoren

Quelle: Nachgestellt von Abb. 42 und 44 FUR Trendstudie 2030

REISEZIELE

- Anteil der Auslandsziele bei Urlaubsreisen nimmt leicht zu (+1 % auf etwa 75 %).
- Leichte Verluste der Urlaubsreisen im Inland und insgesamt aller langen Urlaubsreisen (2019 26 % (19 Mio.) auf 25 %).
- Verluste im Inland können durch vermehrte Kurzurlaubsreisen abgefangen werden. Der Anteil der Kurzurlaubsreisen ins Inland nimmt ab, aber die Anzahl nimmt zu. (2019 75 % der Kurzurlaubsreisen ins Inland (68,7 Mio.) auf 73 % insg. 73,2 Mio.)

Reiseziele Kurzurlaubsreisen Inland/Ausland	Gesamt		
	Unterer Wert	Mittlerer Wert	Oberer Wert
2019	-	75 % / 25 %	-
2030	76 % / 24 %	73 % / 27 %	70 % / 30 %
Inlandsreisen (Mio.)			
2030	70,1	73,2	75,9
Auslandsreisen (Mio.)			
2030	24,1	27,2	29,9

Anteil an Inlands-/Auslandsreiseziele in %, Zahl der Inlands-/Auslandsreisen in Mio., deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, Werte für 2019: RA 2020 *face-to-face*, Werte für 2025/2030: Schätzung der Autoren

Quelle: Nachgestellt von Abb. 58 FUR Trendstudie 2030

- Top-Ziele in Deutschland bleiben Bayern, Mecklenburg-Vorpommern, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Baden-Württemberg, mit leichtem Vorteil für Küstenländer und Bayern. Seit 2010 konnte nur Schleswig-Holstein die Marktanteile halten, alle anderen haben z.T. starke Verluste hinnehmen müssen.

Marktanteile Top-5-Reiseziele im Inland	Gesamt 2030		
	Unterer Wert	Mittlerer Wert	Oberer Wert
Bayern	3,1 %	4,5 %	5,9 %
Mecklenburg-Vorpommern	3,8 %	4,5 %	5,2 %
Schleswig-Holstein	3,8 %	4,5 %	5,2 %
Niedersachsen	2,9 %	3,5 %	4,1 %
Baden-Württemberg	2,0 %	2,5 %	3,0 %

Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer), Marktanteil in %; Werte für 2010-2019: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland, RA 2011-2020 *face-to-face*; Trendlinie: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre;
 Werte für 2030: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, Schätzung der Autoren

Quelle: Nachgestellt von Abb. 52 FUR Trendstudie 2030

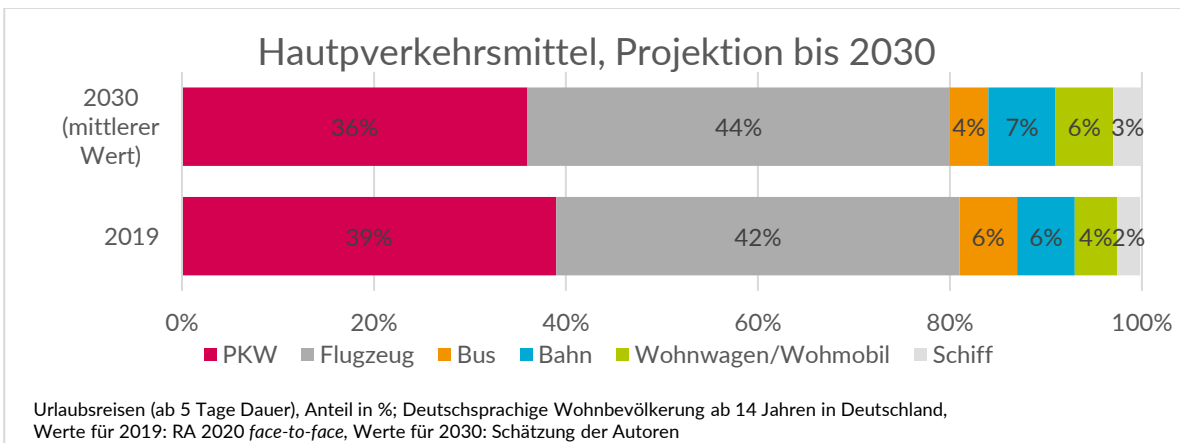
- Fernziele bieten nach den Interessensbekundungen durchaus Wachstumspotenzial, vor allem außerhalb des Sommers.
 - Allerdings sind hier besonders deutliche Effekte der Corona-Krise zu erwarten, die auch durch die Betroffenheit der Flugbranche verstärkt werden.

DAUER

- Die durchschnittliche Urlaubsdauer wird sich bis 2030 voraussichtlich auf ca. 12,3 Tage stabilisieren (2019: 12,4 Tage).
- Das Segment mit der längsten und leicht zunehmender Reisedauer, sind Urlaubsreisen von ca. zwei Wochen.
- Die Kurzurlaubsreisen ins Inland werden sich bei 3,1 Tagen stabilisieren.

VERKEHRSMITTEL

- Aufgrund der Entwicklungen der letzten zehn Jahre wurde von einer weiteren Zunahme des Flugverkehrs zu Lasten des PKW ausgegangen. Doch dürften die Trends der Reisezielwahl und der Rahmenbedingungen eher dämpfend auf diese Entwicklungsdynamik wirken. Somit wird für 2030 mit einer ähnlichen Verteilung der Verkehrsmittel wie 2019 ausgegangen.
- Bei Kurzurlaubsreisen im Inland werden Bus und Bahn eine wichtigere Rolle spielen.

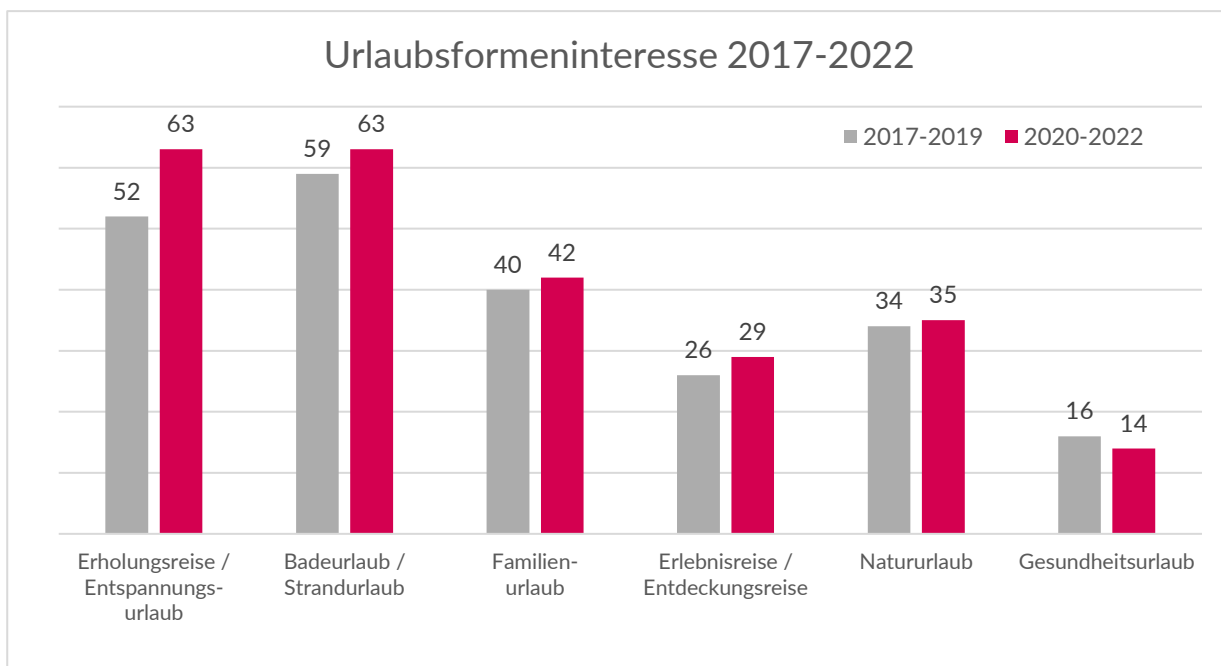


Quelle: Nachgestellt von Abb. 70 FUR Trendstudie 2030

URLAUBSREISEARTEN:

- Favorit wird Erholungs-/Entspannungsurlaub, sowie Strand-/Badeurlaub sein.
- Familienurlaube haben leichte Wachstumschancen.
- Verwandten- und Bekanntenbesuche profitieren in der ersten Hälfte des Jahrzehnts noch von der Corona-Pandemie.
- Auch Wellnessurlaube können zulegen (2019 3 %), bei klassischen Gesundheitsurlaube sind weiter Rückgänge zu erwarten (2019 4 %).
 - Dennoch ist Gesundheit bei Urlaubsreisen ein wichtiger Aspekt.

Aufgrund der geänderten Fragestellungen und Bezeichnungen der Urlaubsarten ist eine genaue prozentuale Aussage für 2030 nicht möglich.



Gesamtinteresse nächsten drei Jahre in 5 („plane ziemlich sicher“ oder „kommt generell in Frage“)

Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland, RA 2020 face-to-face

Quelle: Nachgestellt von Abb. 72 FUR Trendstudie 2030

URLAUBSREISEAKTIVITÄTEN

- Im Urlaub möchte man etwas erleben. Egal ob Ausflüge, kulinarische Genüsse, Einkaufsbummel, Badeausflüge o.Ä.
- „richtiger“ Sporturlaub ist jedoch für wenige Deutsche interessant.

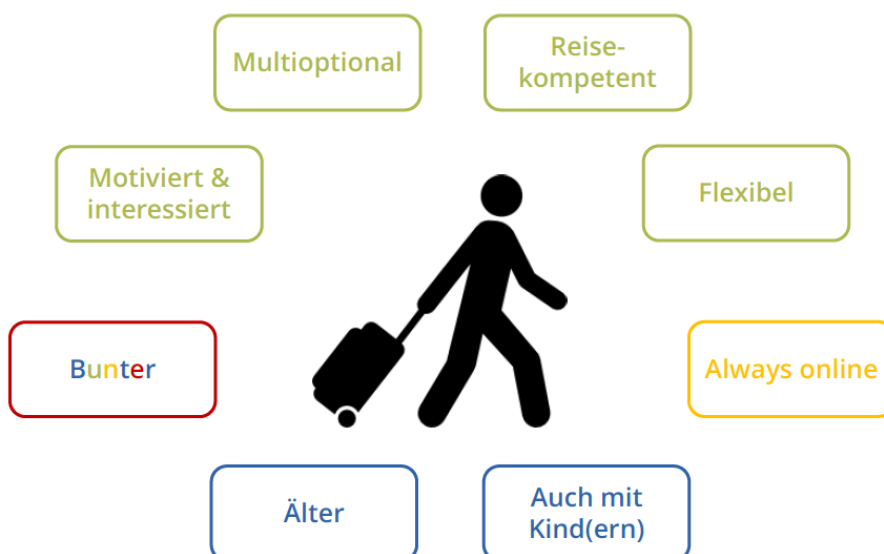
		RA 2014 2011-2013	RA 2020 2014-2019
Allgemeine Urlaubsaktivitäten	Landestypische Spezialitäten genießen	65	71
	Ausgeruht und viel geschlafen	43	41
	Ferienbekanntschaften gemacht	31	37
	Mit den Kindern gespielt	18	21
Ausflüge und Infrastruktur- nutzung	Ausflüge in die Umgebung gemacht	70	75
	Geschäfte angesehen, Einkaufsbummel	62	72
	Kulturelle / historische Sehenswürdigkeiten / Museen besucht	39	40
	Naturattraktionen besucht	37	38
	Freizeit- / Vergnügungsparks besucht	14	13
	Gesundheits-, Kureinrichtungen genutzt	12	10
Sport und Bewegung	Baden im See oder im Meer	61	63
	Baden im Swimming-Pool	41	50
	Leichte sportliche Aktivitäten	37	36
	Wanderungen	37	33
	Fahrradfahren	20	22

Erfahrung mit ausgewählten Aktivitäten während des Urlaubs in den letzten drei Jahren, Angaben in %
 Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland, RA 2014, 2017 und 2020 *face-to-face*
 Quelle: Nachgestellt von Abb. 76 FUR Trendstudie 2030

ZUKUNFTSSICHERUNG

„Ohne den bisher erfahrenen **Kundennutzen** von Urlaubsreisen wäre die hohe Konstanz im Reiseverhalten in der Vergangenheit nur schwer zu erklären. Genauso bleibt der Urlaubstourismus auch in Zukunft nur unter Sicherung dieses Kundennutzens gesellschaftsfähig.

Im Rahmen der Corona-Diskussionen sind 2020 bereits Zweifel deutlich geworden, ob das Reisen denn das Risiko und den Aufwand wert ist. Unsere Trendabschätzungen beruhen aber grundsätzlich auf der Annahme, dass die gesellschaftliche Akzeptanz und Wertschätzung des Verreisens nicht grundlegend und auf breiter Front infrage gestellt werden.“



Quelle: Abb. 78 FUR Trendstudie 2030