



Pressemitteilung

Datum

14. Januar 2010

Roland Gassner
GfK Panel Services Deutschland
Tel. +49 911 395-4535
roland.gassner@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Reisemarkt auch im Jahr 2010 angespannt

Ergebnisse des GfK TravelScope zum Reiseverhalten der Deutschen

Nürnberg, 14. Januar 2010 – Die Anzeichen eines wirtschaftlichen Aufschwungs führen noch nicht dazu, dass die Verbraucher zu ihrem gewohnten Urlaubsverhalten zurückkehren. Bisher haben die Deutschen für das Tourismusjahr 2010, das von November 2009 bis Oktober 2010 läuft, mit 55,4 Millionen Urlaubsreisen ab fünf Tagen 3,7 Prozent weniger Reisen geplant als in der Vorjahresperiode.

Für die laufende Wintersaison in dem Zeitraum November 2009 bis April 2010 steht derzeit ein Minus von 3,1 Prozent. Die Sommersaison verzeichnet derzeit sogar einen Rückgang um 4,1 Prozent.

Nur jede vierte Reise bereits gebucht

Die Deutschen können noch nicht einschätzen, wie sich die allgemeine wirtschaftliche sowie ihre persönliche Lage im Laufe des Jahres entwickeln wird. Entsprechend vorsichtig fällt ihre Urlaubsplanung aus. Dies unterstreicht die Tatsache, dass die Anzahl der Reisen, die zwar noch nicht gebucht sind, aber für sicher angesehen werden, um 600.000, das entspricht 7,7 Prozent, gesunken ist.

Lediglich ein Teil dieser Urlaubsplanung ist heute bereits verbindlich gebucht. Die so genannte Vorausbucherquote für das Tourismusjahr 2010 liegt derzeit bei insgesamt 24,8 Prozent. Das bedeutet: Nur jede vierte Reise, die sich die Deutschen für das Jahr 2010 vornehmen, ist bereits komplett oder teilweise gebucht. Für die Sommersaison liegt dieser Wert aufgrund der noch verbleibenden Zeit bis zum Reiseantritt erst bei 13,5 Prozent.

Senioren nach wie vor reisefreudig

Doch nicht alle Bevölkerungsschichten sind von den Entwicklungen am Arbeitsmarkt gleich stark betroffen. So wird in diesem Jahr die Generation der über 65-Jährigen für die Reiseindustrie noch einmal an Bedeutung gewinnen. Aktuell plant diese Gruppe gut 10 Prozent mehr Reisen als im vergangenen Jahr. Daraus ergibt sich fast schon zwingend, dass Kreuzfahrten

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Pamela Knapp (CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Debra A. Pruent
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahlert

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

ähnlich wie in den letzten fünf Jahren auch im Jahr 2010 nochmals knapp zweistellig wachsen dürfte.

Ebenfalls in ihrer Urlaubsplanung wenig eingeschränkt sind die gutsituierten Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von über 3.250 Euro. Sie liegen mit rund 6 Prozent im Planungsplus.

Deutschland als Reiseziel sehr beliebt

Besonderer Beliebtheit als Reiseziel erfreut sich nach wie vor Deutschland. Bereits jetzt liegen die Planungen für das laufende Jahr um 2,8 Prozent höher als in der Vorjahresperiode. Doch die deutsche Reiseindustrie profitiert davon nur begrenzt. Im Jahr 2009 unternahmen die Deutschen zwar knapp 68 Millionen Reisen mit mindestens einer Übernachtung innerhalb Deutschlands. Das war gut jede zweite Reise. Allerdings gaben sie nur rund 8,6 Milliarden Euro, rund 24,2 Prozent, für vorabgebuchte Leistungen aus.

Die gestiegene Anzahl der Reisen innerhalb Deutschlands basiert mit einem Plus von 4,1 Prozent hauptsächlich auf Kurztrips, also Reisen mit maximal vier Übernachtungen. Die Anzahl der langen Reisen ist hingegen nur um 1,2 Prozent gestiegen. Am deutlichsten gewachsen sind im Binnentourismus mit einem absoluten Plus von 900.000 Reisen (6,5 Prozent) die spontanen Reisen, das bedeutet Reisen, für die keine professionelle Organisation beansprucht wird. Bei diesen Reisen suchen sich die Reisenden selbstständig vor Ort eine Unterkunft oder übernachten bei Freunden. Die Dienste eines Reisebüros oder Onlineportals werden zur Buchung gar nicht benötigt – was sich wiederum in deren Umsatz bemerkbar macht.

Vor allem traditionell „weit entfernter Reisende“ entdeckten im Jahr 2009 Deutschland als Reiseziel. Reisen innerhalb Deutschlands sind in wirtschaftlich unsicheren Zeiten aus ökonomischen Gesichtspunkten angesagter. Bei dieser Zielgruppe trat zudem der ökologische Aspekt in den Vordergrund.

Insgesamt 37 Prozent der Deutschen sind im Jahr 2009 zu Hause geblieben und verbrachten ihren Urlaub auf Balkonien. Das sind 5 Prozent mehr als im Reise-Rekordjahr 2006, wobei das Krisenjahr 2009 hier mit einem Plus von 2 Prozent besonders stark zu Buche schlägt.

Zur Studie

Mit dem GfK MobilitätsMonitor misst die GfK Panel Services Deutschland kontinuierlich alle verkehrsmittelgestützten Fahrten über 50 Kilometer zu allen Anlässen von Personen in Privathaushalten in einer feststehenden, bevölkerungsrepräsentativen Stichprobe von netto 20.000 Haushalten. Zielsetzung des Instruments ist es, das gesamte Mobilitätsverhalten anlass- und verkehrsmittelübergreifend zu erheben und Veränderungen im Mobilitätsverhalten der Personen im Zeitablauf zu messen.

Ein mit GfK TravelScope seit mehreren Jahren beobachteter Teilausschnitt des GfK MobilitätsMonitors beleuchtet deutlich das Verhalten am Urlaubsrei-



semarkt. Eine Besonderheit ist dabei, dass bei der gleichen Untersuchungseinheit in ein und der selben Stichprobe sowohl die Reiseabsichten, die konkreten Planungen, Buchungen sowie die getätigten Reisen erhoben werden.

Weitere Informationen: Roland Gassner, GfK Panel Services Deutschland,
Tel: +49 911 395-4535, roland.gassner@gfk.com

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2008 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_gruppe

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com