RA ReiseAnalyse 2020

Erste ausgewählte Ergebnisse

der 50. Reiseanalyse zur ITB 2020



FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. • Fleethörn 23 • D - 24103 Kiel
Tel.: +49 (0) 431 - 88 88 800 • Fax: +49 (0) 431 - 88 88 679 • info@reiseanalyse.de
www.reiseanalyse.de • Twitter: @reiseanalyse

RA ReiseAnalyse 2020

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) freut sich, erste ausgewählte Ergebnisse aus der aktuellen Reiseanalyse 2020 mitzuteilen.

Die seit 50 Jahren jährlich durchgeführte Reiseanalyse gilt als detaillierteste Untersuchung zur deutschen Urlaubsreisenachfrage. Die FUR ist eine neutrale, nicht kommerzielle Interessengemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung. In ihrem Auftrag wird jährlich die Reiseanalyse erstellt.

Ab in den Urlaub – die Deutschen sind in Urlaubsstimmung

Gute Aussichten für das Reisejahr 2020

Urlaubsstimmung: Positiv!

Rahmenbedingungen: Stabil

Die meisten Menschen in Deutschland sind Anfang 2020 in Urlaubsstimmung: Für 72% der Bevölkerung steht schon im Januar fest, dass es 2020 sicher oder wahrscheinlich in den Urlaub gehen wird (2019: 71%). Nur knapp 11% sind sich sicher, dass sie 2020 keine Urlaubsreise unternehmen werden (2019: 11%).

Aus Nachfragesicht spricht demnach nichts gegen ein gutes Reisejahr 2020, denn auch wichtige Rahmenbedingungen sind stabil: Bei der Einschätzung der Entwicklung der eigenen wirtschaftlichen Lage gehen 72% davon aus, dass diese gleichbleibt, 17% erwarten eine Verbesserung und 11% eine Verschlechterung.

78% der Bevölkerung mit mindestens einer Urlaubsreise

Urlaubsreisen (5+ Tage): 71 Mio.

Kurzurlaubsreisen (2 bis 4 Tage): 88 Mio.

Urlaubsausgaben 2019 auf Rekordniveau

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2019: Volumenkennziffern



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen pro Person	Urlaubsreisen insgesamt	Durchschnittsausgaben	Gesamtumsatz Urlaubsreisen
2019	**55,2 Mio.**	**1,28**	**70,8 Mio.**	**€ 1.033**	**€ 73,1 Mrd.**
2018	55,0 Mio.	1,27	70,1 Mio.	€ 1.017	€ 71,2 Mrd.

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzreisen pro Person	Kurzreisen insgesamt	Durchschnittsausgaben	Gesamtumsatz Kurzreisen
2019	**35,8 Mio.**	**2,45**	**87,6 Mio.**	**€ 271**	**€ 23,7 Mrd.**
2018	35,4 Mio.	2,49	88,0 Mio.	€ 268	€ 23,6 Mrd.

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, Jan. bis Dez., Quelle: RA 2019, RA 2020;
Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre, Nov. bis Okt., Quelle: RA 2019, RA 2020

Der Blick ins vergangene Jahr zeigt eine Urlaubsnachfrage auf sehr hohem Niveau: 2019 haben 55 Mio. Menschen Urlaubsreisen unternommen – etwa genauso viele wie im Vorjahr. Damit lag die Urlaubsreiseintensität erneut bei über 78%. Dies ist der Anteil der Bevölkerung, der im Jahr wenigstens eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer macht. Die Anzahl der Urlaubsreisen lag 2019 bei knapp 71 Mio. Das Gesamtvolumen der Ausgaben betrug mehr als 73 Mrd.€, so viel wie noch nie!

Hinzu kommen die Kurzurlaubsreisen mit einer Dauer von zwei bis vier Tagen Dauer. Hier messen wir für 2019 knapp 36 Mio. Kurzurlaubsreisende, die 88 Mio. Kurzurlaubsreisen unternahmen und dabei fast 24 Mrd.€ ausgaben.

Die hier mitgeteilten ersten ausgewählten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.

Text: Ulf Sonntag

© FUR, Kiel 2020

Urlaubsländer 2019: Sonnenziele bevorzugt

Bei ihren Urlaubsreisen zieht es die Deutschen mehr denn je in die Ferne. 74 % aller Urlaubsreisen führten 2019 ins Ausland (2018: 73 %). Das entspricht mehr als 52 Mio. Reisen.

So viele Auslandsreisen wie noch nie

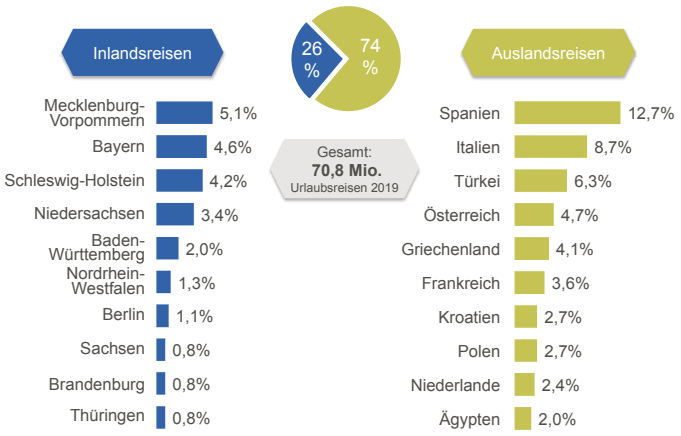
Dabei werden Sonnenziele ganz klar bevorzugt – das passt zum Top-Urlaubsmotiv „Sonne, Wärme, schönes Wetter haben“. Gegenüber 2018 konnten die Reiseziele am Mittelmeer noch einmal zulegen und haben jetzt einen Marktanteil von 38 % aller Urlaubsreisen. Zu den Gewinnern 2019 gehörten dabei die Türkei, Italien und Frankreich.

Deutschland bleibt aber das wichtigste Urlaubsland

Trotzdem war Deutschland mit 26 % aller Urlaubsreisen weiterhin das wichtigste Reiseland der Deutschen. Im Ranking der Top-Ziele im Inland führte 2019 Mecklenburg-Vorpommern wie in den Vorjahren vor Bayern, Schleswig-Holstein und Niedersachsen.

Stabile Reisezielrankings im Inland und Ausland

Top 10 Urlaubsreiseziele 2019 im Inland und Ausland

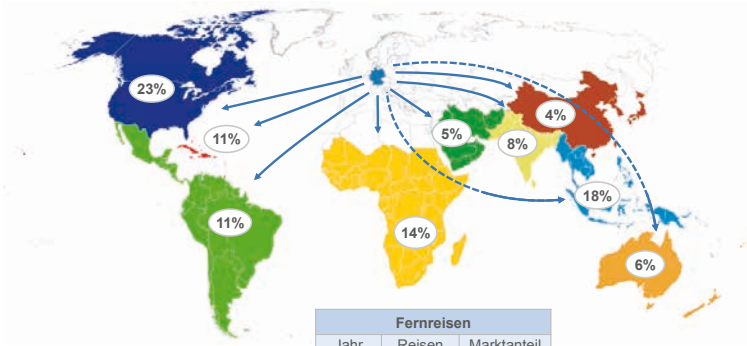


Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2020

Gewinner im Ausland: Türkei, Italien und Frankreich

Gut 8 % aller Urlaubsreisen sind Fernreisen: Hier dominieren Ziele in Nordamerika und Südostasien

Fernreisen 2019 – Marktanteile nach Weltregionen



Fernreisen		
Jahr	Reisen	Marktanteil
2010:	4,5 Mio.	6,5%
2018:	5,7 Mio.	8,1%
2019:	**5,9 Mio.**	**8,4%**

Basis: Urlaubsreisen in Fernreiseziele (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre ; Summe der Ziele rundungsbedingt über 100%
Quelle: RA 2011, RA 2019, RA 2020

Die Werte beziehen sich auf Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre. Geschäftsreisen und Reisen unter 5 Tagen Dauer sind in dieser Übersicht nicht enthalten. Dies ist u.a. beim Vergleich mit den statistischen Angaben der Länder zu berücksichtigen, die verschiedene andere Abgrenzungskriterien verwenden.

RA ReiseAnalyse 2020

Urlaubsreiseverhalten: Rekord bei Flugreisen

Verkehrsmittel: PKW und Flugzeug fast gleichauf

Unterkünfte: Hotels dominieren insgesamt. Im Inland sind Ferienwohnungen und -häuser am beliebtesten

Leichte Zunahme bei den Reiseausgaben

Die starke Entwicklung der Auslandsziele hat auch Auswirkungen auf die Wahl des Verkehrsmittels. Zwar haben fast drei Viertel (73 %) der Flugreisenden mindestens ein etwas schlechtes Gewissen wegen der damit verbundenen Klimabelastung („Flugscham"). Trotzdem ist der Anteil der Flugreisen mit 42 % erneut auf einem Rekordwert. Bei Reisedauer und Reiseausgaben setzt sich die langfristige Entwicklung fort. Man verreist im Durchschnitt tendenziell etwas kürzer, gibt aber mehr Geld aus.

Urlaubsreiseverhalten 2019

	Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage = 100%	2010 Gesamt 69,5 Mio.	2018 Gesamt 70,1 Mio.	2019 Gesamt 70,8 Mio.	2019 Inland 18,7 Mio.	2019 Ausland 52,1 Mio.
Verkehrsmittel	PKW/Wohnmobil	48%	45%	*43%*	*75%*	*32%*
	Flugzeug	37%	41%	*42%*	*<1%*	*58%*
	Bus	8%	6%	*6%*	*9%*	*5%*
	Bahn	5%	5%	*6%*	*15%*	*2%*
Unterkunft	Hotel/Gasthof	47%	48%	*49%*	*29%*	*57%*
	Ferienwohnung/Ferienhaus	24%	25%	*24%*	*38%*	*18%*
	Camping	6%	7%	*6%*	*8%*	*5%*
Ø Reiseausgaben gesamt pro Person pro Reise		€ 845	€ 1.017	**€ 1.033**	**€ 602**	**€ 1.188**
Ø Reisedauer in Tagen		12,8	12,5	**12,4**	**10,4**	**13,2**

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre;
Quelle: RA 2011, RA 2019, RA 2020

Urlaubsorganisation/-buchung: Online-Buchungen legen weiter zu

Durch die Digitalisierung ändert sich langfristig das Buchungsverhalten

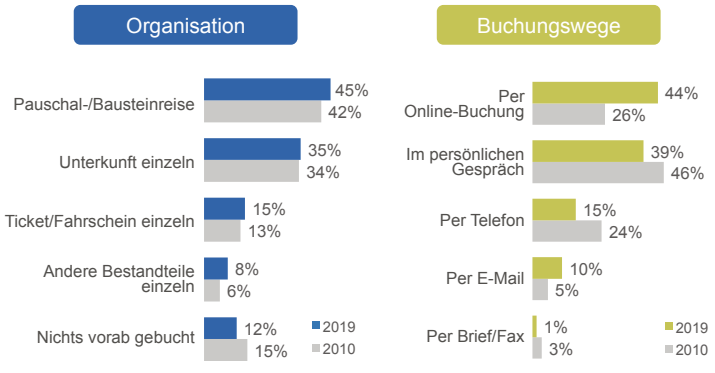
Seit 2018 liegen Online-Buchungen vor Buchungen im persönlichen Gespräch

Weiterer Anstieg der Online-Buchungen zu erwarten

Weitgehende Stabilität bei der Urlaubsorganisation: Hier führt die Pauschal-/ Bausteinreise

Der durch die Digitalisierung getriebene Strukturwandel bei der Urlaubsbuchung geht weiter: Nachdem 2018 erstmals mehr Urlaubsreisen online gebucht wurden als im persönlichen Gespräch, legten die Online-Buchungen 2019 weiter deutlich zu. Es ist davon auszugehen, dass sich diese Entwicklung in den kommenden Jahren fortsetzen wird. Bei der Urlaubsorganisation dominiert weiter die Pauschal-/Bausteinreise vor Einzelbuchungen der Unterkunft.

Urlaubsreiseorganisation und -buchung 2010 vs. 2019



Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre

Basis: Urlaubsreisen mit Vorausbuchung (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre

Quelle: RA 2011, RA 2020

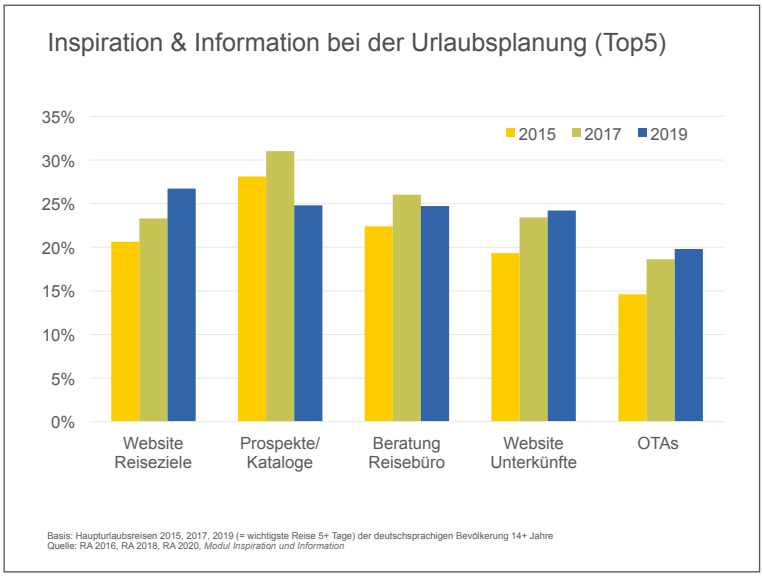
Inspiration und Information bei der Reiseplanung

Bei ihrer Reiseplanung nutzen die meisten Urlauber verschiedene Quellen zur Inspiration und Information vor der Reise. Dabei werden Online- und Offline-Quellen gerne gemixt. Im Ranking führen Destinationswebsites leicht vor Prospekten/Katalogen, Beratung im Reisebüro, Unterkunftswebsites und OTAs. Die Trends seit 2015 sind dabei recht deutlich: Online-Quellen gewinnen an Bedeutung, das Reisebüro hält sich auf hohem Niveau, Print ist tendenziell eher rückläufig. Übrigens: Social-Media-Kanäle wie Facebook oder Instagram spielen insgesamt nur eine untergeordnete Rolle, lediglich in der jüngsten Altersgruppe der Bis-30-Jährigen haben sie eine gewisse Bedeutung.

Im Durchschnitt werden 2,6 Online- und Offline-Quellen bei der Reiseplanung genutzt

Trends seit 2015: Online-Quellen gewinnen, Reisebüro stabil, Print eher rückläufig, aber immer noch wichtig

Nur bei 4% aller Reisen inspiriert Instagram



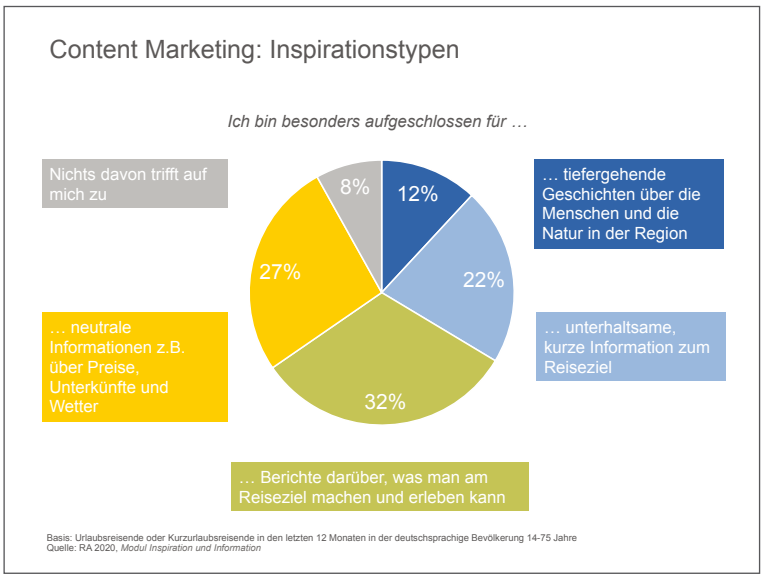
Neben den Kanälen ist es natürlich auch interessant, mit welchem Content die Urlauber angesprochen werden möchten. Dabei lassen sich unterschiedliche Typen identifizieren: 12% sind für tiefergehendes Storytelling empfänglich, für 22% soll es unterhaltsam und kurz sein. Ein Großteil sucht vor allem nach Fakten: 32% nach Informationen zu Erlebnissen am Urlaubsort, 27% zu Unterkünften und Preisen.

Nicht nur auf die Quellen, auch auf den Content kommt es an

Ein Großteil möchte vor allem Fakten zu Unterkunft, Preisen, Reiseziel finden

Manche mögen es gern unterhaltsam

Einige sind über ein tiefergehendes Storytelling ansprechbar



Mehr Informationen dazu im Modul „Inspiration & Information“

RA ReiseAnalyse 2020

Nachhaltigkeit: Große Lücke zwischen Einstellung und Verhalten

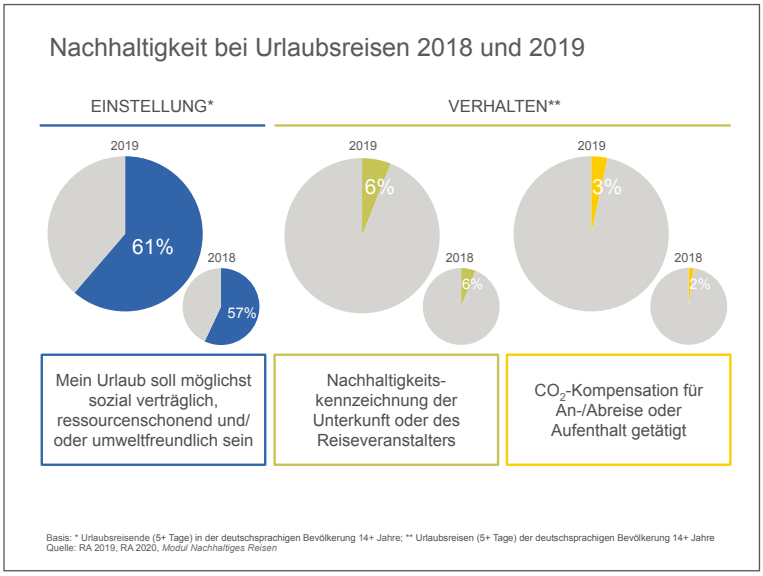
Für die Mehrheit der Touristen ist Nachhaltigkeit im Urlaub ein Thema

Beim Reiseverhalten spielt die Nachhaltigkeit dann allerdings eine eher untergeordnete Rolle

Reisen mit CO_2-Kompensation oder Umweltzeichen weiter auf sehr niedrigem Niveau

Bei einigen Zielen wird schon deutlich nachhaltiger gereist

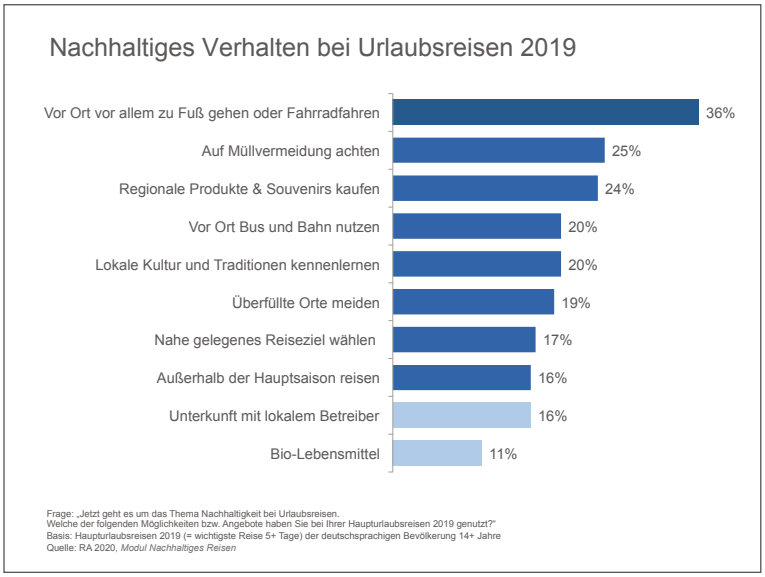
Auch für 2019 zeigt sich: Die Lücke zwischen nachhaltiger Einstellung und nachhaltigem Verhalten auf Urlaubsreisen ist sehr groß. Zwar hat eine Mehrheit von 61 % der Urlauber eine positive Einstellung zu nachhaltigen Urlaubsreisen, aber nur sehr wenige verhalten sich im Urlaub besonders nachhaltig, indem sie etwa zertifizierte Unterkünfte wählen oder ihren CO_2-Verbrauch kompensieren. Gegenüber 2018 ist die positive Einstellung noch einmal gestiegen, während beim Verhalten nur sehr wenig Bewegung zu verzeichnen ist.



Basis: * Urlaubsreisende (5+ Tage) in der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre; ** Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2019, RA 2020, *Modul Nachhaltiges Reisen*

Vor Ort verhält man sich vor allem da nachhaltig, wo es einem leichtfällt, wo es gut zum Urlaub passt und wo man es aus dem Alltag so gewohnt ist

Zu einigen Zielen wird allerdings schon nachhaltiger gereist: Bei 19 % der Reisen nach Norwegen, Schweden und Finnland wurde eine Unterkunft mit Nachhaltigkeitszertifikat gebucht und bei 11 % dieser Reisen CO_2 kompensiert. Auch vor Ort versuchen die Urlauber durchaus nachhaltig korrekt zu sein. Dabei liegen Verhaltensweisen vorn, die einem leichtfallen und gut zum Urlaubserlebnis passen oder die aus dem Alltag erlernt sind.



Frage: „Jetzt geht es um das Thema Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen.
Welche der folgenden Möglichkeiten bzw. Angebote haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreisen 2019 genutzt?"
Basis: Haupturlaubsreisen 2019 (= wichtigste Reise 5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2020, *Modul Nachhaltiges Reisen*

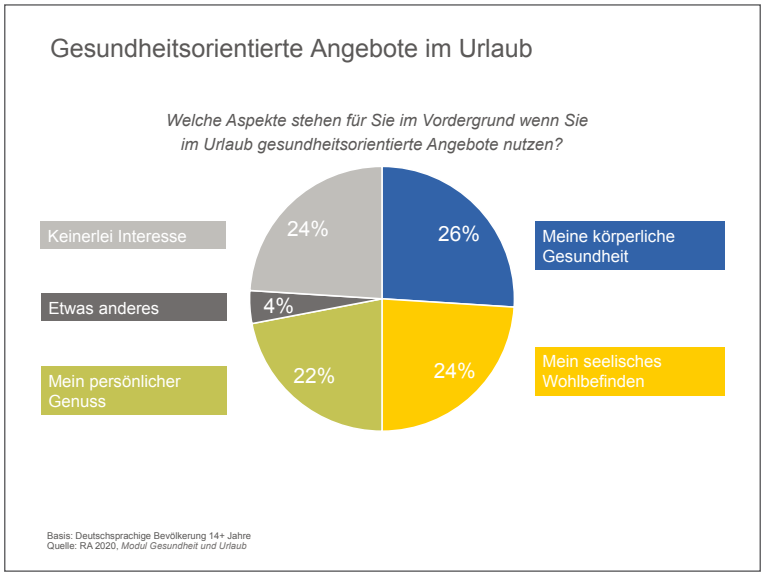
Mehr Informationen dazu im Modul „Nachhaltiges Reisen: Ansprüche und Verhalten"

Was steht bei Gesundheitsangeboten im Vordergrund?

Zwar machen nur recht wenige Menschen einen dezidierten Gesundheitsurlaub, aber gleichzeitig schließen 76 % der Bevölkerung für sich nicht aus, gesundheitsorientierte Angebote im Urlaub zu nutzen. Um solche Angebote nun möglichst attraktiv zu gestalten und zu vermarkten, ist es wichtig zu wissen, was die Gäste wollen und warum sie etwas wollen. Deshalb geht es in der RA 2020 erstmals auch um die Motive bei der Nutzung gesundheitsorientierter Angebote. Dabei steht für 26 % der Bevölkerung die eigene Gesundheit im Vordergrund, für 24 % das seelische Wohlbefinden und für 22 % der persönliche Genuss. Mit dieser neuen Segmentierung fällt es nun leichter, die richtigen Entscheidungen für die richtige Kundengruppe zu treffen.

Viele Nutzer von gesundheitsorientierten Angeboten, aber nur wenig Gesundheitsurlauber

Unterschiedliche Motive zur Nutzung gesundheitsorientierter Angebote



Mehr Informationen dazu im Modul „Gesundheit im Urlaub“

Mehr Informationen finden Sie in unserer Publikation „Kurzfassung der Reiseanalyse“



Mit der Kurzfassung der Reiseanalyse bieten wir Ihnen die Möglichkeit eine ausführliche Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse der aktuellen Reiseanalyse bei uns zu erwerben.

Neben ausgewählten Ergebnissen, Zeitreihen und Vorjahresvergleichen zu den Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer erhalten Sie auch Auswertungen zu den Kurzurlaubsreisen. Die in der Reiseanalyse enthaltenen Spezialmodule werden ebenso wie die Sinus-Milieus® vorgestellt.

Ausführliche Zusammenfassung des Reiseverhaltens

Wichtige Zeitreihendaten

Ausgewählte Einblicke in die Modulergebnisse und zu den Sinus-Milieus®

Aktuell ist die Kurzfassung der RA 2019 als gebundenes Exemplar (Softcover) zum Preis von 290€ (zzgl. MwSt.) sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch erhältlich. Der Umfang der Publikation beträgt rund 100 Seiten.

Die Kurzfassung der RA 2020 kann ab sofort bestellt werden und erscheint im Herbst 2020.

RA ReiseAnalyse 2020

Mit Ihrer Beteiligung an der RA 2020 profitieren Sie von:
- Repräsentativen Zahlen
- Langjährigen Zeitreihen
- Individuellen Auswertungsmöglichkeiten
- Benchmarking mit Konkurrenten
- Top Preis-Leistungs-Verhältnis

Werden Sie Partner der Reiseanalyse 2020

Was ist die Reiseanalyse?

Die Reiseanalyse untersucht seit 1970 jährlich die deutsche Nachfrage nach Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen. Dazu werden deutschlandweit über 12.000 bevölkerungsrepräsentative Interviews durchgeführt. Die Untersuchung bietet damit allen Anbietern im Tourismus verlässliche Daten von hoher Qualität und Aktualität für ihre strategischen Planungen, Zielgruppenanalysen und Marketingmaßnahmen. Im Mittelpunkt stehen dabei Nutzerfreundlichkeit und Umsetzungsorientierung sowie eine individuelle Ergebnisaufbereitung.

Die Möglichkeiten für eigene Analysen und Benchmarkings sind vielfältig und unkompliziert. Als Beteiligungsuntersuchung werden die Kosten der RA 2020 durch mehr als 25 Partner geteilt. Das Baukastensystem der Beteiligung sorgt dafür, dass der Einstiegspreis vergleichsweise niedrig ist und jeder Kunde nur die Leistungen bezahlt, die er benötigt.

Was kostet das?

Ergebnisse des Grundfragenprogramms € 10.900

Module	**Individuelle Bausteine & Auswertungen**	**Rohdaten & Software**
€ 5.500		ab € 3.900

Wer nutzt die Reiseanalyse?

Partner und Nutzer der Reiseanalyse sind nationale und internationale Tourismusorganisationen, Reiseveranstalter, Verkehrsunternehmen, Verlage, Verbände sowie Hochschulen und Forschungseinrichtungen. Eine Auswahl finden Sie unter www.reiseanalyse.de

Wer macht die Reiseanalyse?

Die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) ist der Träger der Reiseanalyse. Sie ist eine nicht gewinnorientierte, neutrale Interessengemeinschaft und widmet sich allein der Durchführung und Weiterentwicklung der Reiseanalyse. Die Reiseanalyse wird in einem Team von drei Partnern umgesetzt: Die FUR als Träger konzeptioniert und organisiert gemeinsam mit dem NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa) die Untersuchung und Auswertung. Ipsos ist verantwortlich für die Erhebung und Datenverarbeitung.

Sie wollen mehr erfahren?

Wir zeigen Ihnen, welche Möglichkeiten die Reiseanalyse für Ihr Unternehmen bietet. Kontaktieren Sie uns für eine unverbindliche Beratung und ein individuelles Beteiligungsangebot.

bit.ly/RA2020-Infoflyer

Infomappe RA 2020

Ihre Ansprechpartner sind:



Ulf Sonntag
Projektleiter Reiseanalyse
ulf.sonntag@reiseanalyse.de



Bente Grimm
Projektleiterin Module
bente.grimm@reiseanalyse.de



Martin Lohmann
Wissenschaftlicher Berater
lohmann@reiseanalyse.de

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gerne: **+49 (0) 431 - 88 88 800**

media4motion