

ITB, Berlin, 9. März 2017
Europäische Konferenz 50plus-Tourismus



Aktuelle Marktdaten zum Reiseverhalten der Altersgruppe 50plus

Ausgewählte Charts zum Vortrag

Bente Grimm

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in
Nordeuropa GmbH (NIT)



Worum geht es in dieser Chartsammlung?

Urlaubsreisevolumen und -verhalten

- » Stellenwert des Segmentes 50plus im deutschen Urlaubsreisemarkt
- » Reiseziele, Ausgaben, Unterkunftswahl, Information und Buchung

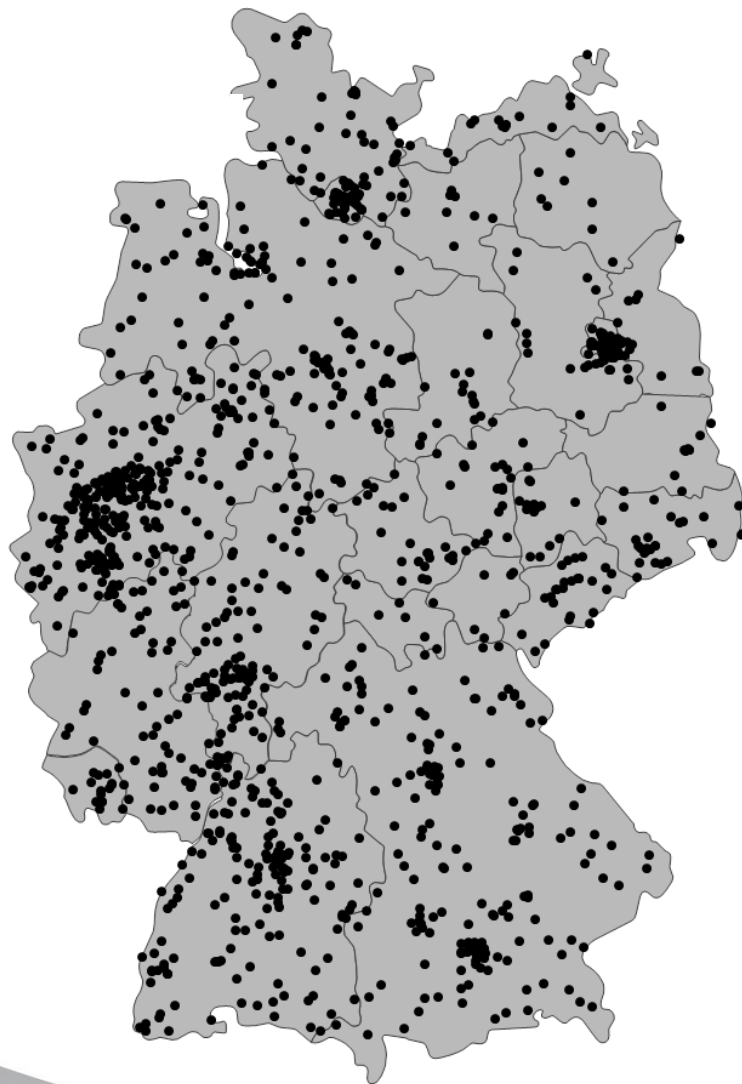
Special: Image von Reisezielen

- » Image des Reiseziels Österreich
- » Besonders und kaum charakteristische Eigenschaften

Special: Aktiv-Urlaub draußen

- » Intensität des Wanderns
- » Interesse an Outdoorurlaube
- » Produktansprüche an Wander-, Fahrrad- und Skiurlaube

Reiseanalyse 2017: Methode



Persönliche Befragung

- ▶ 7.714 persönliche Interviews f-2-f im Jan./Febr. 2017
- ▶ an 1.430 Sample-points
- ▶ in Privathaushalten
- ▶ mehrstufige Random-Stichprobe
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (69,6 Mio. = 100%)

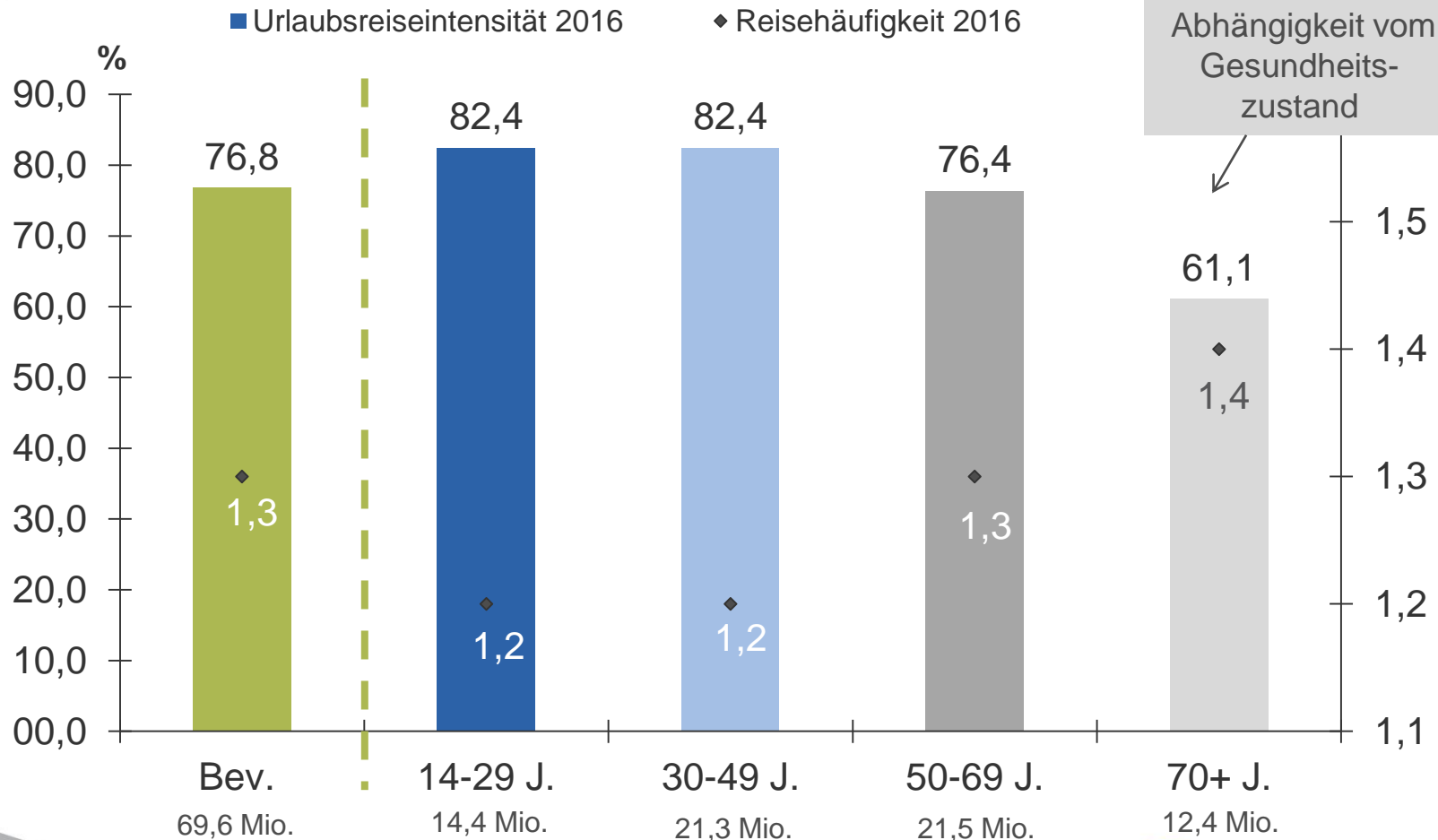
RA *online*

- ▶ Online-Access-Panel
- ▶ 5.054 Online-Interviews in zwei Wellen im Mai und November 2016
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 70 Jahre (58,3 Mio. = 100%)



Urlaubsreiseintensität und -häufigkeit 2016:

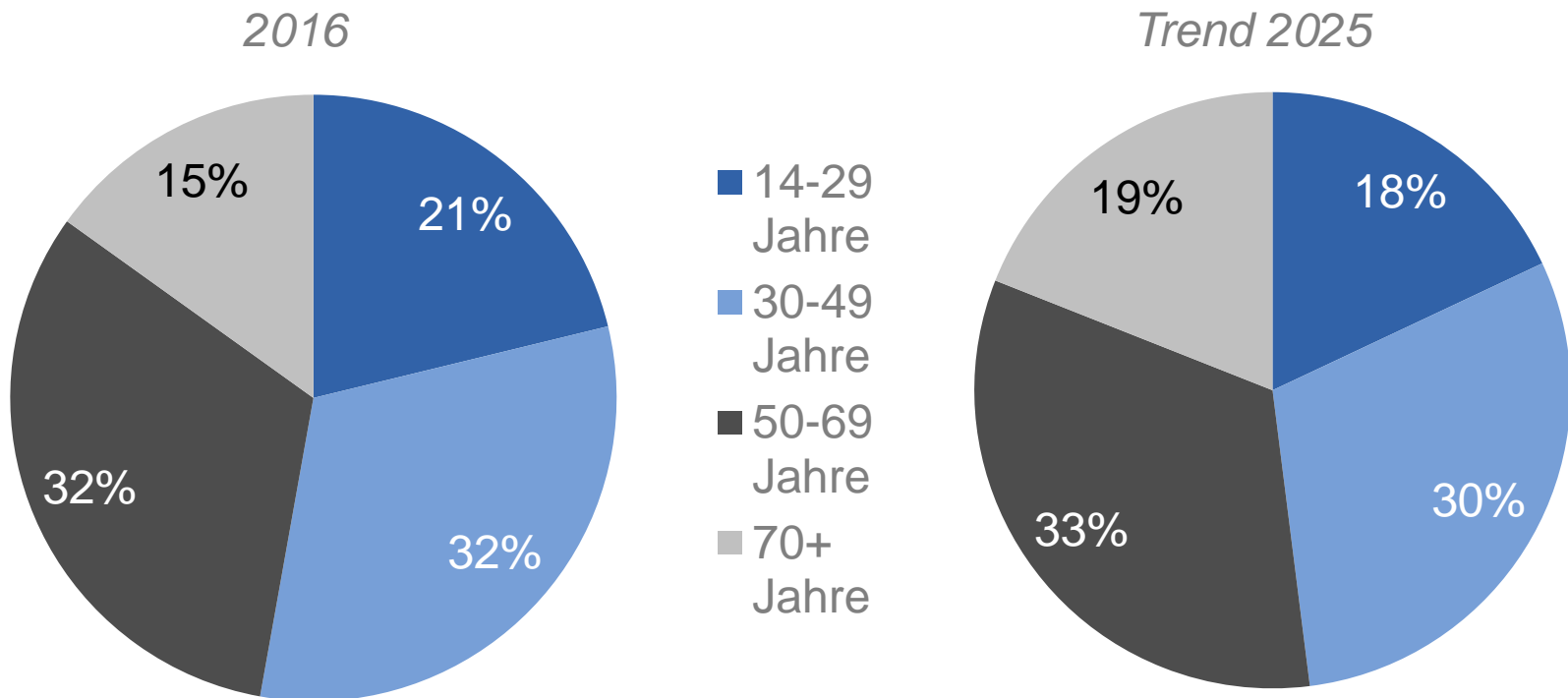
¾ der 50- bis 69-Jährigen haben mind. eine Urlaubsreise gemacht



Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+
Quelle: RA 2017 face-to-face

Urlaubsreisevolumen:

Aktuell 47% der Urlaubsreisen von 50+-Jährigen – 2025 sogar 52%



Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren
Quelle: RA 2017 *face-to-face*; RA-Trendstudie 2025, Update 2016

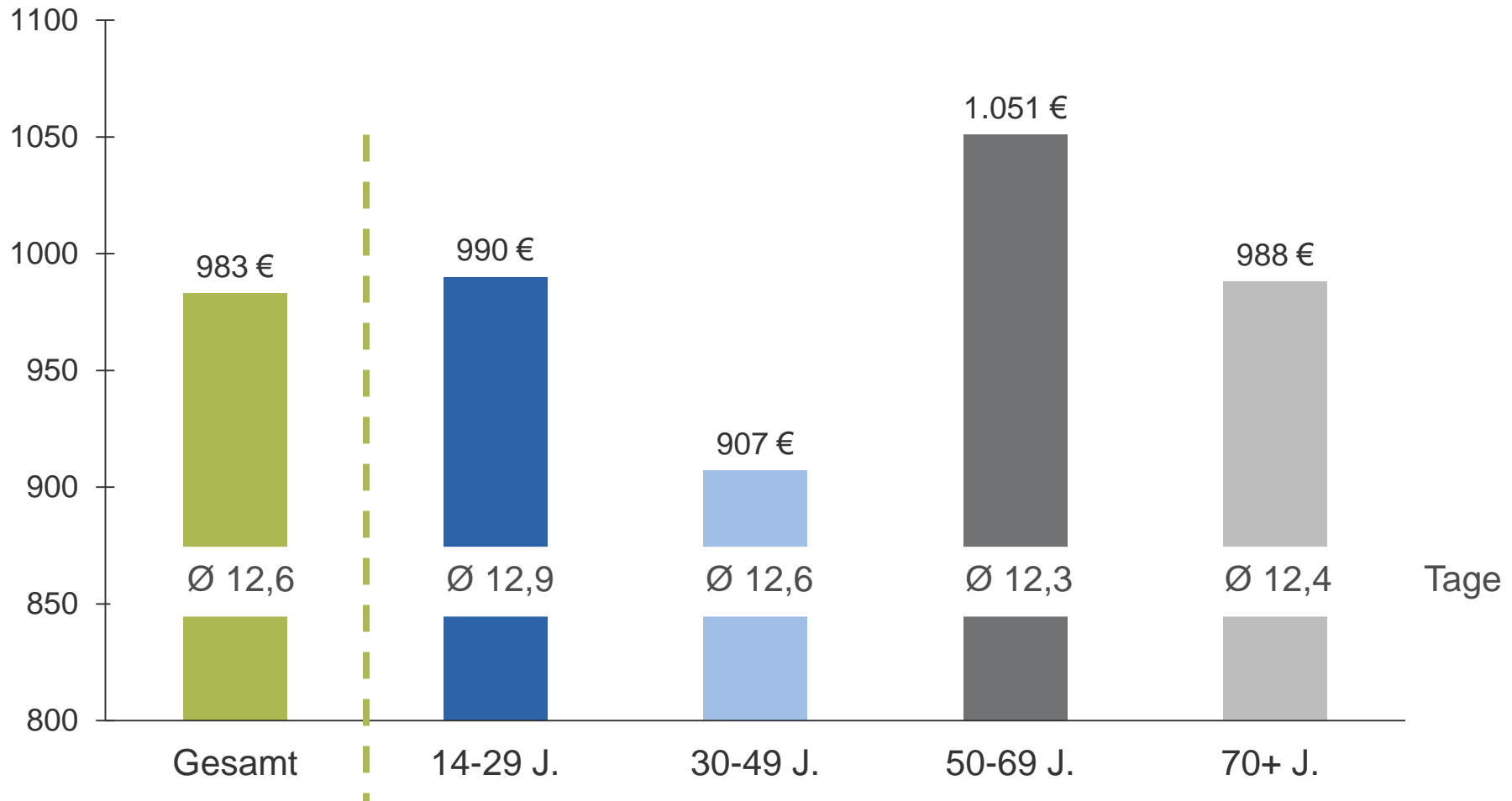
Urlaubsreiseziele 2016:

Deutliche Unterschiede zwischen 50-69-Jährigen und 70+-Jährigen

Angaben in %	Urlaubsreisen 2016 gesamt	50-69 Jahre	70+ Jahre
Deutschland gesamt	30	33	47
Ausland gesamt	70	67	53
Mittelmeerraum	37	33	23
Alpen	8	9	11
Italien	8	9	8
Österreich	5	5	6
Tschechien	1	1	1
Schweiz	1	1	1
Ungarn	1	1	1

Basis: Urlaubsreisen 2016 (5 Tage+) der deutschsprachigen Bev. 14+
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

Reiseausgaben pro Person und Reise 2016: 50- bis 69-Jährige geben viel für Urlaubsreisen aus



Basis: Urlaubsreisen 2016 (5 Tage+) der deutschsprachigen Bev. 14+
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

Urlaubswohnen:

Je älter der Gast, desto eher wählt er ein Hotel

Gesamt	Hotel/Motel/Gasthof	46%
	Ferienwohnung/-haus	26%
	Verwandte/Bekannte	12%
	Pension/Privatzimmer	6%
	Camping	6%
	Kreuzfahrtschiff	2%
	Sonstiges	3%

Inland	25%
Ausland	55%



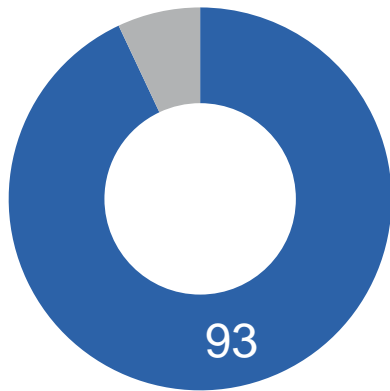
50-69 Jahre	
Hotel/Motel/Gasthof	49%
Ferienwohnung/-haus	25%
Verwandte/Bekannte	9%
Pension/Privatzimmer	6%
Camping	6%
Kreuzfahrtschiff	3%
Sonstiges	2%

70 Jahre+	
Hotel/Motel/Gasthof	52%
Ferienwohnung/-haus	21%
Verwandte/Bekannte	11%
Pension/Privatzimmer	6%
Camping	3%
Kreuzfahrtschiff	3%
Sonstiges	3%

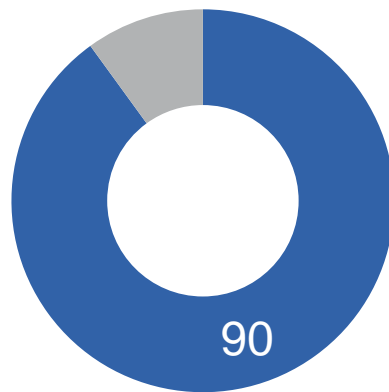
Basis: Urlaubsreisen 2016 (5 Tage+) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ J.
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

Internetnutzung nach Altersgruppen: Anteil der Personen, die das Internet zur Information für Urlaubsreisen genutzt haben (2016 oder früher)

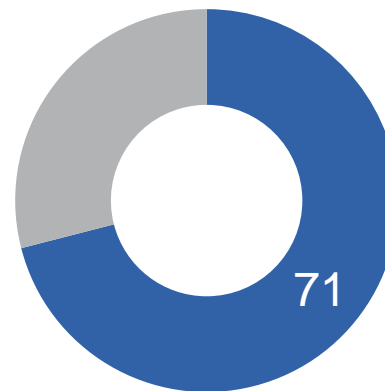
14-29 Jahre



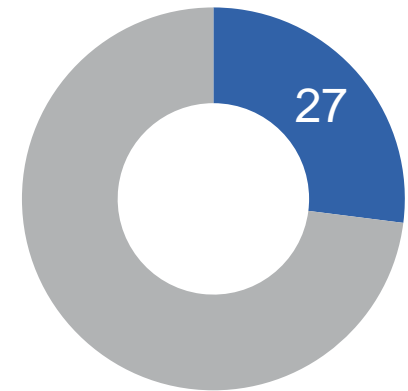
30-49 Jahre



50-69 Jahre



70 Jahre +



Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre, Angaben in %
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

TOP 10 – Mediennutzung zur Inspiration oder Information

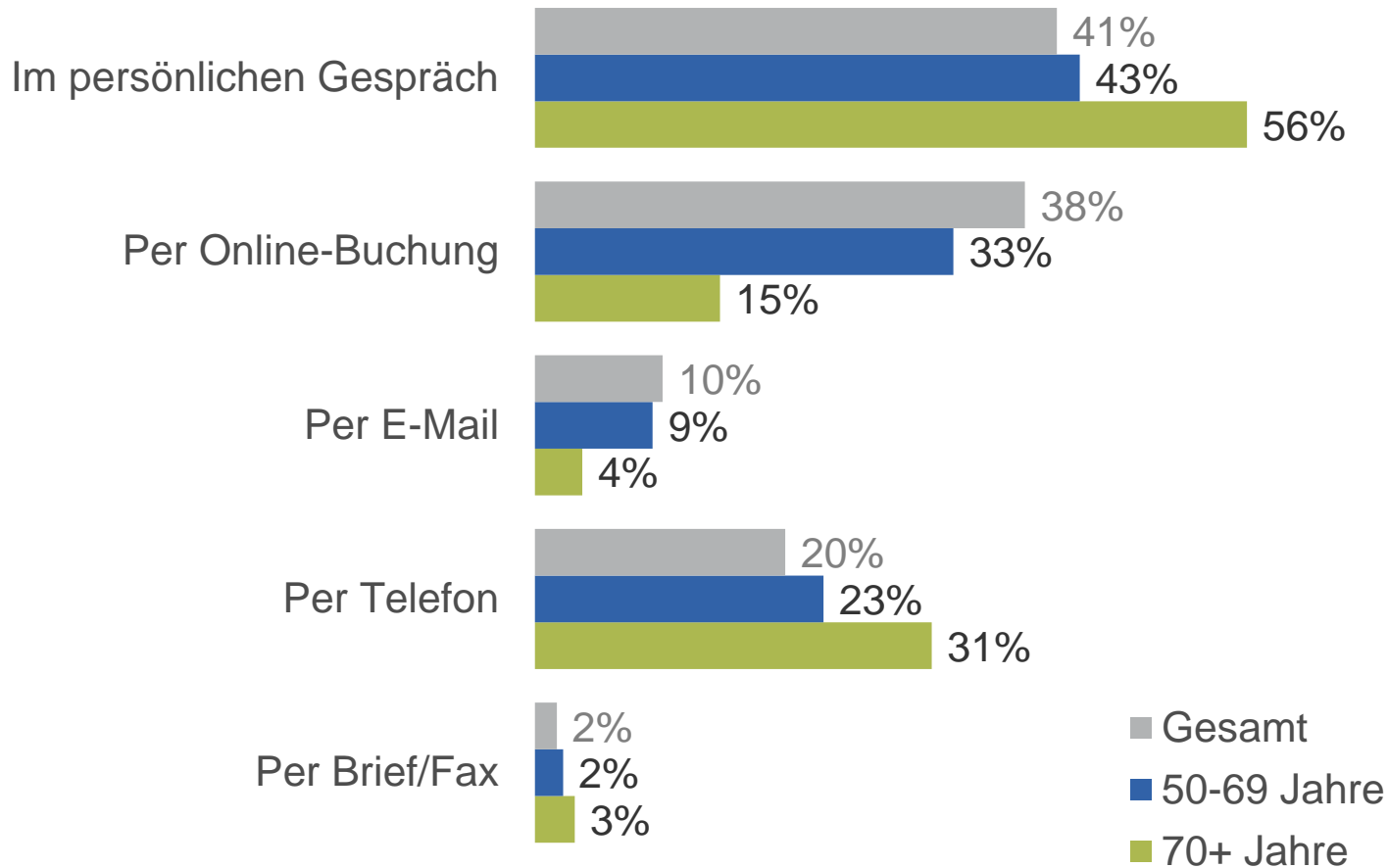
Alle Urlaubsreisenden	14-39 Jahre	40- 59 Jahre	60 Jahre und älter
53,4 Mio.	19,0 Mio.	20,0 Mio.	14,4 Mio.
Prospekt/ Katalog (28%)	Website Reiseziel (26%)	Prospekt/ Katalog (28%)	Prospekt/ Katalog (34%)
Reisebüro (22%)	Website Unterkünfte (24%)	Website Reiseziel (23%)	Reisebüro (28%)
Website Reiseziel (21%)	Prospekt/ Katalog (24%)	Reisebüro (23%)	Reiseführer (17%)
Website Unterkünfte (19%)	Suchmaschine (22%)	Website Unterkünfte (22%)	Anzeigen print (16%)
Suchmaschine (16%)	Online-Reiseportal (20%)	Suchmaschine (16%)	TV-Doku (16%)
Online- Reiseportal (15%)	Reisebüro (18%)	Online- Reiseportal (16%)	Website Unterkünfte (10%)
Reiseführer (15%)	Website Veranstalter (14%)	Reiseführer (15%)	Website Reiseziel (10%)
TV-Doku (14%)	Reiseführer (13%)	TV-Doku (14%)	Pressebericht (8%)
Website Veranstalter (11%)	TV-Doku (12%)	Website Veranstalter (13%)	Suchmaschine (8%)
Anzeigen print (11%)	Website Transport (8%)	Anzeigen print (10%)	Reisemagazin (7%)

Blau: Onlinemedien, grau: Offlinemedien

Basis: Urlaubsreisende in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre in Deutschland

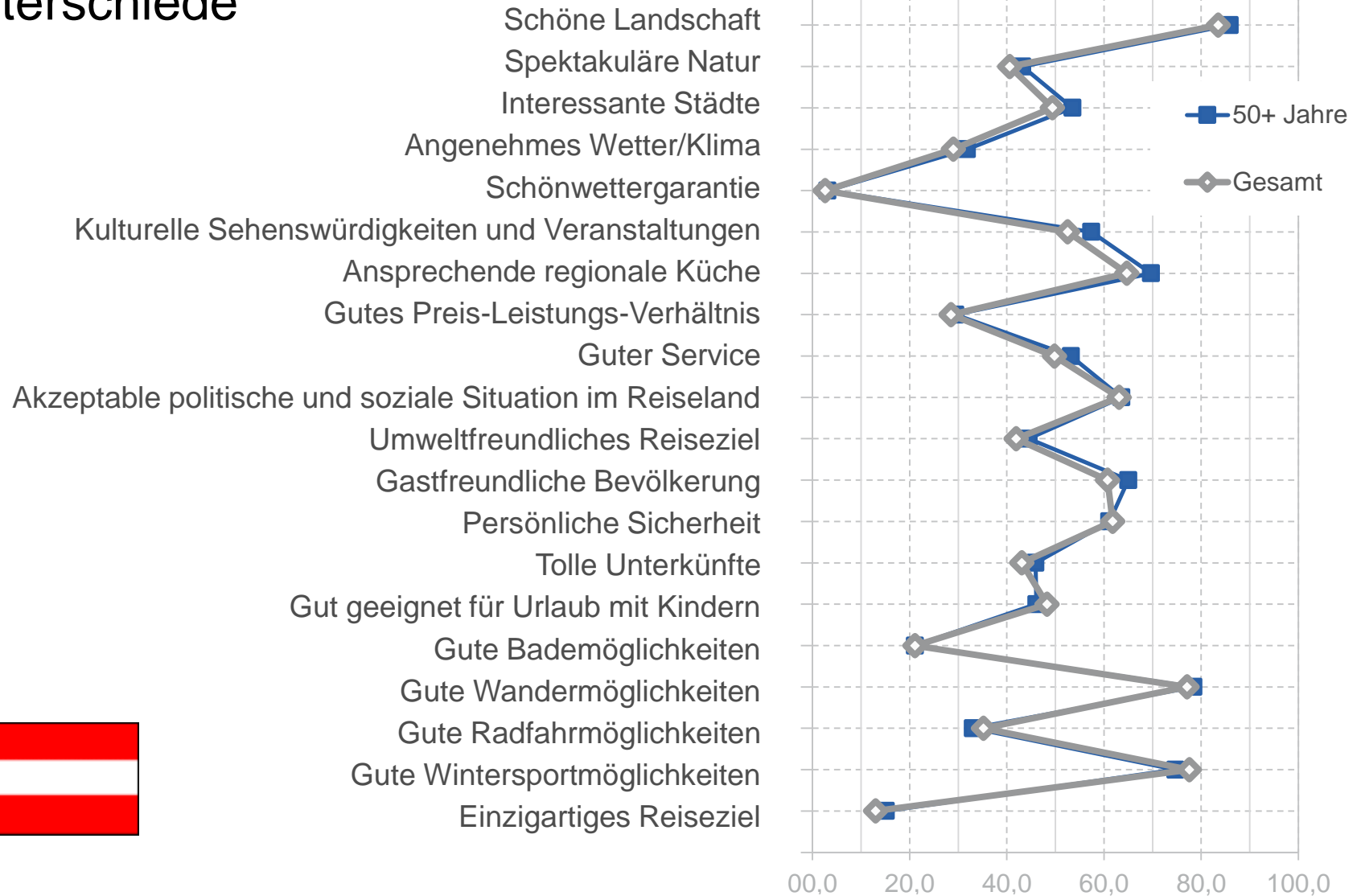
Quelle: RA 2016 *face-to-face* (Modul Inspiration und Information)

Buchungswege bei Urlaubsreisen 2016



Basis: Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) mit Vorabbuchung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14+ Jahre, Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

Reisezielimage Österreich: Nur geringe altersbedingte Unterschiede



Frage: „Man hat von einem Reiseziel manchmal schon gewisse Vorstellungen, unabhängig davon, ob man schon einmal dort gewesen ist oder nicht. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, welche dieser Merkmale besonders auf Österreich zutreffen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Bevölkerung 14+ Jahre mit Vorstellung vom Reiseziel (n=3.632), Angaben in %

Quelle: RA 2016 face-to-face (Modul Image von Reisezielen)

Österreich-Image der Altersgruppe 50+:

Besonders bzw. kaum charakteristisch

Besonders charakteristisch

- Schöne Landschaft (86%)
- Gute Wandermöglichkeiten (78%)
- Gute Wintersportmöglichkeiten (75%)
- Ansprechende regionale Küche (70%)
- Gastfreundliche Bevölkerung (65%)
- Akzeptable politische und soziale Situation (64%)
- Persönliche Sicherheit (61%)

Kaum charakteristisch

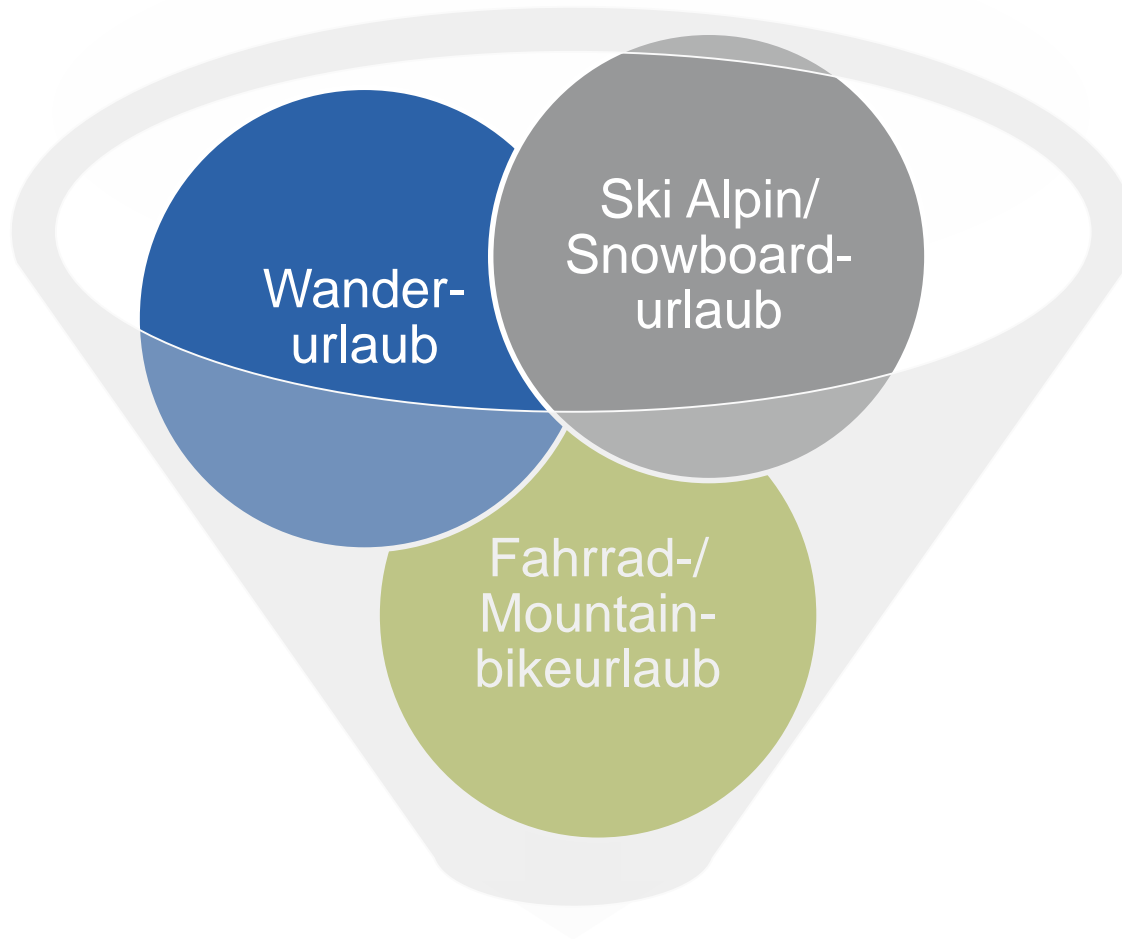
- Schönwettergarantie (3%)
- Gute Bademöglichkeiten (21%)
- Gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (29%)

Frage: „Man hat von einem Reiseziel manchmal schon gewisse Vorstellungen, unabhängig davon, ob man schon einmal dort gewesen ist oder nicht. Sagen Sie mir bitte anhand dieser Liste, welche dieser Merkmale besonders auf Österreich zutreffen?“ (Mehrfachnennungen möglich)

Basis: Bevölkerung 50+ Jahre mit Vorstellung vom Reiseziel (n=3.632)

Quelle: RA 2016 *face-to-face* (Modul Image von Reisezielen)

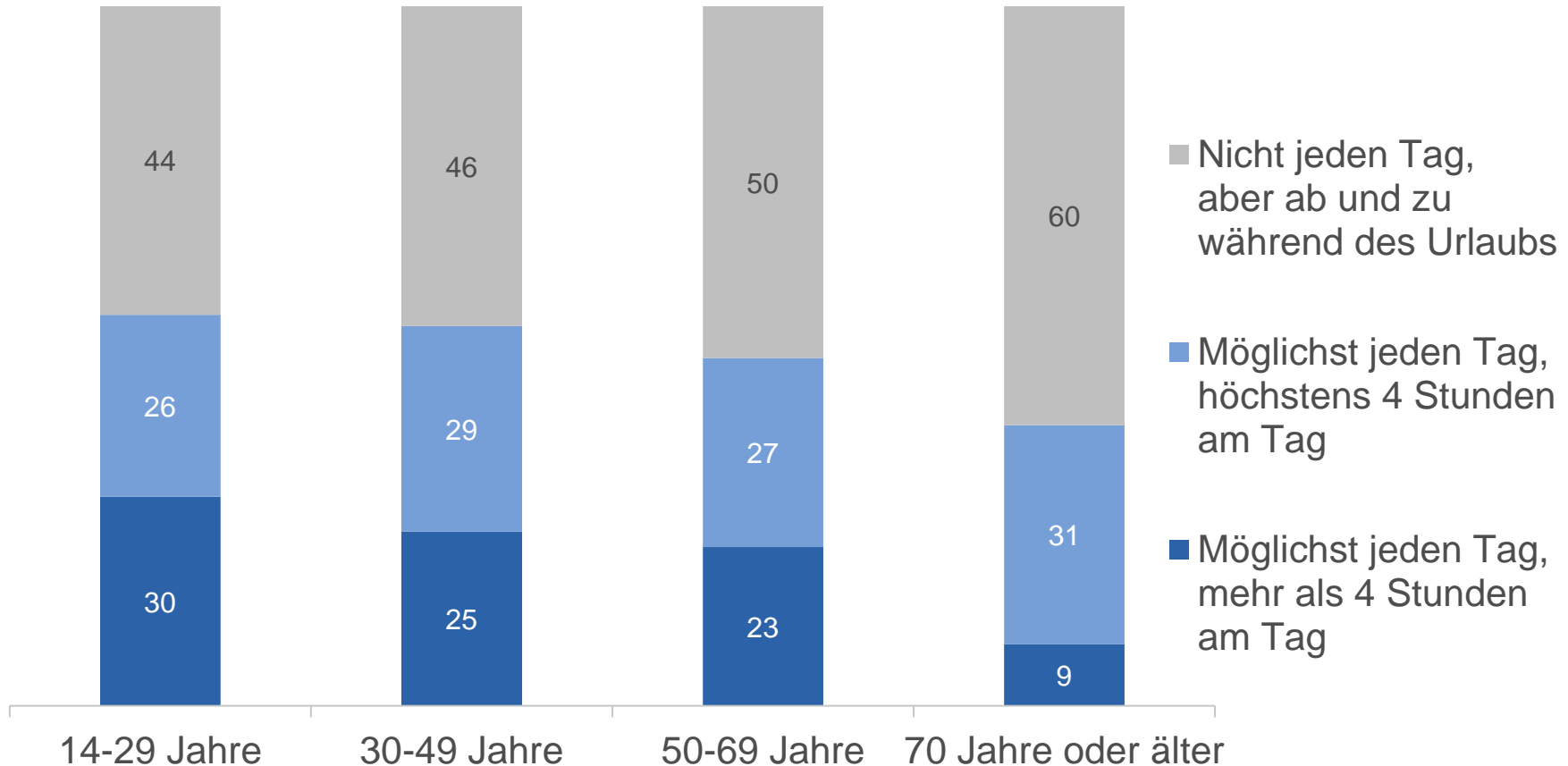
Was verstehen wir unter Outdoor-Urlaub?



„Urlaub mit mehr oder weniger sportlicher Aktivität draußen“

Wie intensiv wandern die Wanderurlauber?

Je älter desto geringer die Intensität



Frage: „Wie intensiv betreiben Sie die jeweilige Aktivität, wenn Sie einen ...-urlaub machen?“
(nur eine Nennung möglich, Darstellung für Wanderurlaub)
Basis: Befragte, die Wanderurlaub (n = 2.497 bzw. 22,4 Mio.) machen, Angaben in %
Quelle: RA2016 *face-to-face* (Modul Outdoorurlaub)

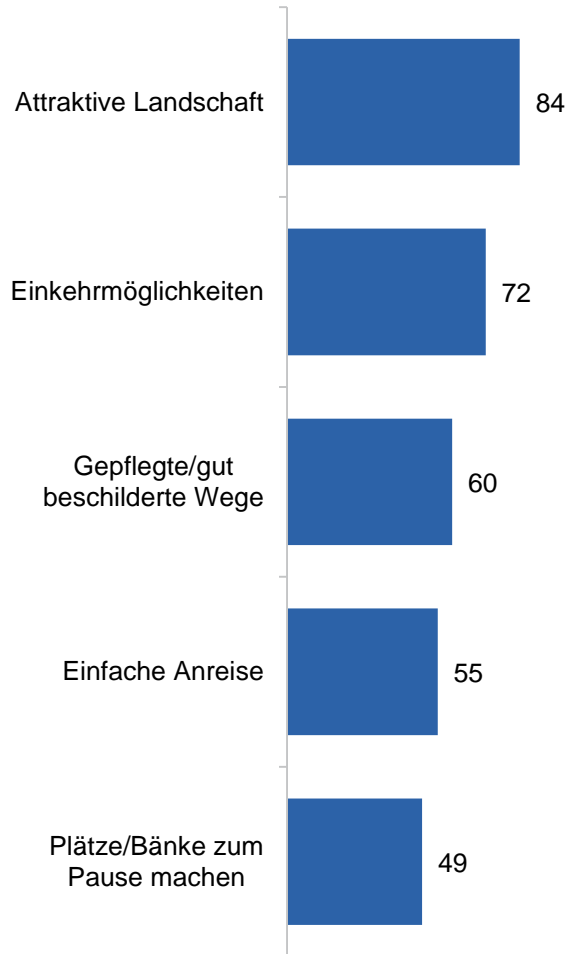
Potenziale der drei Outdoor-Urlaubsformen

Angaben in %		Bevölkerung	50-69 Jahre	70+ Jahre
Interesse an ...	Wanderurlaub	15	18	11
	Ski-/Snowboardurlaub	9	6	2
	Fahrrad-/Mountainbikeurlaub	7	6	2

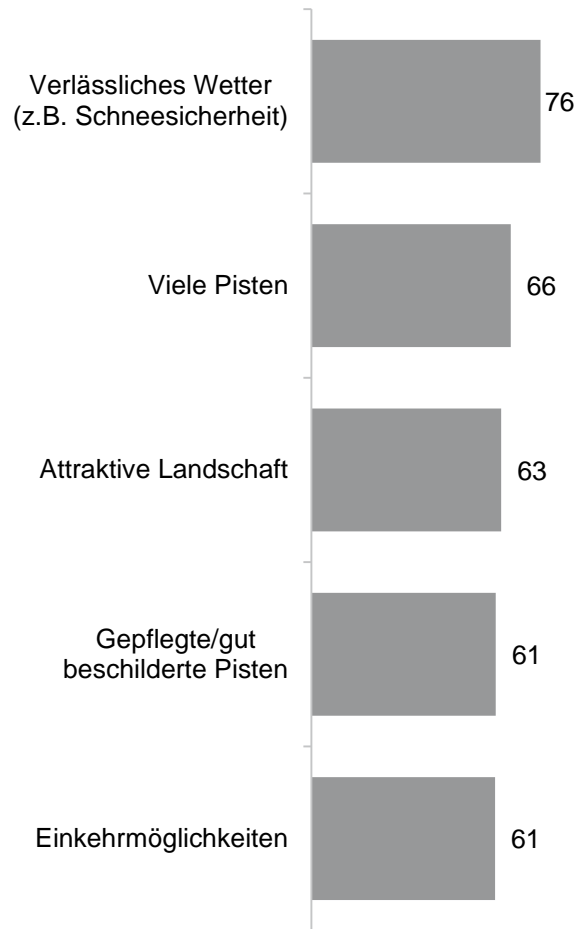
Interesse an der jeweiligen Urlaubsform in den nächsten drei Jahren
(„ziemlich sicher“ oder „kommt generell in Frage“), Abfrage im Januar 2016
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+
Quelle: RA 2016 *face-to-face* (Modul Outdoorurlaub)

Ansprüche der Altersgruppe 50+ an Outdoor-Urlaubsreisen

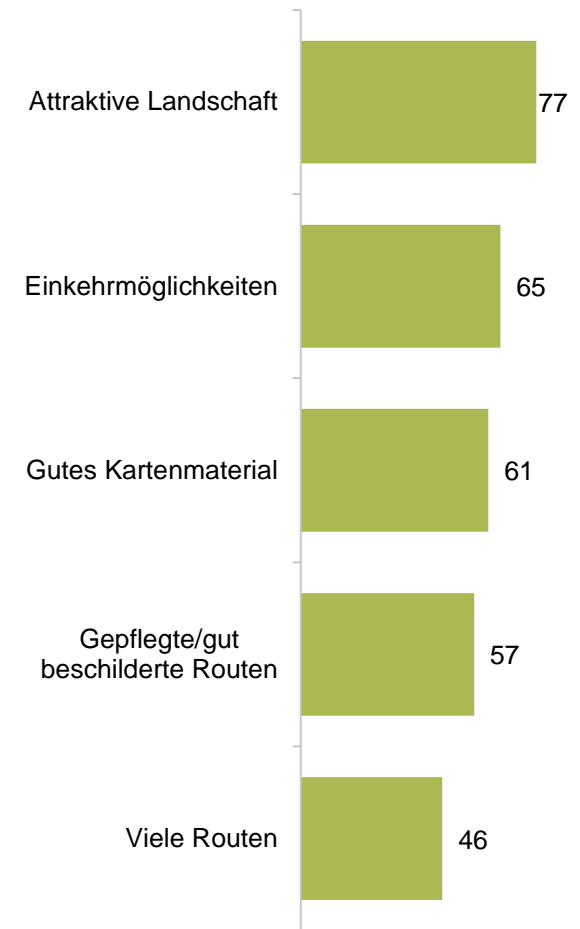
Wanderurlaub



Ski Alpin/Snowboard-Urlaub



Fahrrad-/Mountainbikeurlaub



Frage: „Wenn Sie einen ...-urlaub machen, was von dieser Liste ist für Sie persönlich dann wichtig?“
 (Mehrfachnennungen möglich, jeweils Top 5 dargestellt)
 Basis: Personen 50 Jahre+, die sich in den nächsten drei Jahren für die jeweilige Urlaubsform interessieren („ziemlich sicher“ oder „kommt generell in Frage“), Angaben in %
 Quelle: RA 2016 *face-to-face* (Modul Outdoorurlaub)

Reiseanalyse 2017: Das Konzept

Grundfragenprogramm

Urlaubsreise-Erfahrung

letzte 3 Jahre für
über 80 Destinationen,
25 Urlaubsformen
und 15 Urlaubsaktivitäten

Urlaubsreiseverhalten letzte 12 Monate

Volumen und detailliertes Verhalten
bei Urlaubsreisen (5+ Tage Dauer) und
Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Reiseabsichten 2017 und Urlaubsreise-Interessen

nächste 3 Jahre für
über 80 Destinationen
und 25 Urlaubsformen

Detaillierte Soziodemographie, SINUS® Milieus, Urlaubsmotive, Internetnutzung

Zusatzbausteine

Module

In Absprache mit Ihnen und den anderen Partnern werden bis zu drei, jährlich wechselnde, thematische Module ins Fragenprogramm aufgenommen, speziell ausgewertet und in Berichts- und Tabellenform geliefert.

Module der RA 2017: Content Marketing, Reiseentscheidung und Urlaub und Wasser

Exklusiv- und Zusatzfragen

Exklusivfragen: Eigene Fragen in der Reiseanalyse mit exklusiven Nutzungsrechten

Weitere Fragen: Bis zu 20 Fragen zu speziellen Themen (z.B. Buchungsstellen und -wegen, Marken, Medien-nutzung) können bei Interesse genutzt werden.

Auswertungssoftware und Rohdaten

Auswertungssoftware CNTlight inkl. Reiseanalyse Zeit-reihendaten für die letzten 15 Jahre oder Rohdaten (z.B. SPSS) zur eigenen Analyse

Individuelle Beratungs- und Auswertungsleistungen durch die Experten der FUR

z.B. in Form von Berichten, Präsentationen, Workshops

Impressum

Diese Charts sind durch das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT, www.nit-kiel.de) im Auftrag der 50plus Hotels erarbeitet worden.

Das NIT engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung und betreut im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) die Reiseanalyse, deren Daten für diesen Vortrag ausgewertet wurden. Weitere Informationen unter www.reiseanalyse.de.

Bente Grimm ist seit 2003 Projektleiterin im NIT und forscht dort u.a. zu den Auswirkungen des demographischen Wandels auf den Tourismus. Weitere Schwerpunkte ihrer Arbeit sind Tourismus im ländlichen Raum, Kinder- und Jugendreisen und die Erforschung mobilitätsbezogener Fragestellungen. Außerdem ist sie für die Konzeption und Auswertung der jährlich wechselnden Module der Reiseanalyse zuständig.

Icons: The Noun Project (www.thenounproject.com)

