

Aktuelle Marktdaten zum Reiseverhalten der Altersgruppe 50plus

Bente Grimm

In Deutschland leben insgesamt 35 Mio. deutschsprachige Personen im Alter von mindestens 50 Jahren, darin 23 Mio. 50- bis 69-Jährige und 12 Mio. 70+-Jährige. Die Mehrheit der Erwachsenen gehört damit zur Altersgruppe 50plus.

Der Erfolg der touristischen Angebote für Gäste ab 50 hängt davon ab, ob die seitens der Anbieter entwickelten Produkte zu den Vorstellungen und zum Verhalten der potenziellen Kunden passen. Für touristische Anbieter ist es deshalb wichtig, diese Personengruppe zu kennen und ein attraktives Angebot zu vermarkten, das auf den eigenen Stärken aufbaut und die Wünsche und Bedürfnisse der aktuellen und potenziellen Gäste berücksichtigt.

Hier kann die Marktforschung helfen. Denn: Die Gruppe ist nicht nur groß, sondern auch sehr heterogen. Einige 50plus-Urlauber sind fit wie 30-Jährige, andere haben gesundheitliche Beschwerden, auf die sie auch unterwegs Rücksicht nehmen müssen. Die einen verfügen über vielfältige Reiseerfahrungen und haben entsprechend hohe Ansprüche, andere fahren Jahr für Jahr ans gleiche Ziel oder können sich nur selten einen Urlaub leisten. Trotz der genannten Unterschiede gibt es aber auch Gemeinsamkeiten, durch die sich die älteren von jüngeren Reisenden abgrenzen.

Die aktuelle Reiseanalyse RA 2020 liefert u.a. folgende Ergebnisse zum **Urlaubsreisevolumen und -verhalten** sowie zu den **Reisezielinteressen** der in Deutschland lebenden Bevölkerung ab 50 Jahre:

Urlaubsreiseintensität und -volumen: 80% der 50-69-Jährigen und 63% der 70+-Jährigen haben im Jahr 2019 mindestens eine Urlaubsreise mit fünf oder mehr Tagen Dauer unternommen. Insgesamt haben 50+-Jährige im vergangenen Jahr 34,9 Mio. Urlaubsreisen mit 5+ Tagen gemacht, das sind 1,1 Mio. Urlaubsreisen mehr als in 2018 und 49% aller 70,8 Mio. Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.

Reiseziele und Unterkunft: Das beliebteste Reiseziel der 50+-Urlauber ist nach wie vor das eigene Land, mit deutlichen Unterschieden zwischen 50- bis 69-Jährigen und 70+-Jährigen (29% bzw. 46% Inlandsreisen). Im Ausland steht der Mittelmeerraum an der Spitze, der bei 50- bis 69-Jährigen im Übrigen deutlich beliebter ist als bei 70+-Jährigen (34% vs. 23%). Die Alpen kommen bei den 50- bis 59-Jährigen auf einen Marktanteil von 8%, bei den 70+-Jährigen auf 11%. Die mit Abstand beliebteste Urlaubsunterkunft ist nach wie vor das Hotel. Der Anteil derjenigen, die im Hotel übernachten, liegt aktuell bei 46% (50 bis 69-Jährige) bzw. 50% (70+ Jahre).

Ausgaben und Reisedauer: 50- bis 69-Jährige geben für ihre Urlaubsreisen überdurchschnittlich viel Geld aus, EUR 1.084 pro Person und Reise (70+: EUR 955). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 12,2 bzw. 12,0 Tagen, d.h. pro Urlaubstag geben die Best Ager EUR 88 bzw. EUR 80 aus.

Interesse an Reisezielen: Im Rahmen der Reiseanalyse wird jeweils auch danach gefragt, für welche Reiseziele man sich in den nächsten drei Jahren interessiert. Dabei zeigt sich, dass Deutschland nach wie vor sowohl bei den 50- bis 69-Jährigen als auch bei den 70+-Jährigen die meisten Interessenten hat (64% bzw. 66%). Bei vielen Reisezielen zeigen sich Unterschiede zwischen den beiden betrachteten Altersgruppen. So ist das Interesse an Spanien und Italien bei den 50- bis 69-Jährigen deutlich höher, das Interesse an der Schweiz sowie an Österreich, Ungarn und Südtirol ein wenig höher als bei den älteren Senioren. In Bezug auf die ebenfalls untersuchten Reiseziele Tschechien und Slowakei sind hingegen nur geringe altersbedingte Unterschiede festzustellen.

Weitere Erkenntnisse für die betrachtete Zielgruppe liefert das Modul „**Natur im Urlaub**“ der letzten Reiseanalyse: Für 89% der 50- bis 59-Jährigen und 87% der 60- bis 75-Jährigen ist es eher oder sogar besonders wichtig, im Urlaub Natur zu erleben. Dabei denken die Über 50-Jährigen vor allem an Gewässer und Wälder sowie ans Wandern, 60- bis 75-Jährige häufig auch an Ruhe/Stille. 50+-Gäste unternehmen auf ihren Urlaubsreisen vielfältige Aktivitäten in der Natur. Zu den besonders häufig während des Urlaubs in der Natur unternommenen Aktivitäten zählen vor allem Ausflüge in die Umgebung, Spaziergänge, Baden im See oder Meer, Wandern und der Besuch von Naturattraktionen. 5% der jüngeren Best Ager waren in den letzten drei Jahren im Urlaub häufig auf Abfahrtskiern, 4% mit Langlaufskiern unterwegs. Im Modul werden verschiedene Naturerlebnis-Typen identifiziert: Knapp die Hälfte der 50- bis 59-Jährigen und 58% der 70+-Jährigen möchten die Natur im Urlaub vor allem anschauen (Natur-Beobachter), 23% bzw. 20% möchten die Natur möglichst intensiv erleben (Natur-Eintaucher) und 8% bzw. 3% möchten die Natur vor allem für ihre sportlichen Aktivitäten nutzen (Natur-Sportler). Der Rest interessiert sich auf Reisen nicht sonderlich für Naturerlebnisse.

Interessante Gemeinsamkeiten, aber auch deutliche Unterschiede zwischen den Altersgruppen zeigt das Modul „**Information unterwegs**“, in dem es um die Nutzung von Infoquellen und Online-Medien im Urlaub geht. Je jünger die Gäste sind, desto höher ist nicht nur der Anteil derjenigen, sich unterwegs online informiert haben, sondern auch die Anzahl der genutzten Informationsquellen. Ganz oben auf der Hitliste stehen Tipps vom Vermieter/Reiseleiter/Personal vor Ort, von anderen Urlaubern, Freunden und Einheimischen. Online werden vor allem Suchmaschinen genutzt, Freunde/Verwandte um Rat gebeten und Landkarten zu Rat gezogen. Von besonders großem Interesse sind dabei aktuelle Wetterinformationen, Routenplaner, Nachrichten und Informationen zum Reiseziel. Für die Online-Information unterwegs wurden vor allem klassische Websites, aber auch kostenlose Apps und Messenger genutzt. Fragt man nach Anforderungen für die mobile Datennutzung im Urlaub, erfährt man u.a., dass ein kostenfreier WLAN-Zugang in der Unterkunft und schnelle Internetverbindungen für 50plus-Gäste noch wichtiger sind als für jüngere Urlauber.

Ein anderes Modul der Reiseanalyse RA 2019 beschäftigt sich mit dem Thema **Customer Value**, d.h. mit den persönlichen Effekten von Urlaubsreisen. Die Auswertung nach Altersgruppen zeigt, dass 50- bis 69-Jährige mehr Hoffnungen in ihre Urlaubsreisen stecken als 70+-Jährige. Das Ranking der genannten Effekte ist jedoch in etwa gleich: Erholung, schöne Erinnerungen sammeln, Lebenskraft schöpfen und die Erweiterung des persönlichen Horizonts stehen an der Spitze. Der einzige Effekt, der von älteren häufiger erhofft wird als von jüngeren Best Agern, ist Gesundheit. Fragt man nach den im Rahmen konkreter Urlaubsreisen erlebten Effekten, ist die Reihenfolge identisch, allerdings mit Werten auf höherem Niveau und geringeren Unterschieden zwischen den beiden betrachteten Altersgruppen.

Bente Grimm (Soziologin, M.A.) ist seit 2003 Projektleiterin im NIT - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (www.nit-kiel.de) in Kiel. Das NIT engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung, betreut im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. die jährliche Reiseanalyse und arbeitet in der anwendungsbezogenen Tourismusforschung und -beratung. Die Reiseanalyse (RA) ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens sowie der Urlaubsmotive und -interessen. Die Fragen der diesjährigen Face-to-face-Erhebung wurden im Januar 2020 an eine Stichprobe von 7.729 Personen gestellt, repräsentativ für die in Deutschland lebende deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten (70,8 Mio. Personen), hinzu kommen 5.000 Online-Interviews mit 14- bis 75-Jährigen. Ausführliche Informationen finden Sie unter www.reiseanalyse.de.