

## **Aktuelle Marktdaten zum Reiseverhalten der Altersgruppe 50plus**

Bente Grimm

Bedingt durch den demographischen Wandel gewinnen die 50+-Jährigen unserer Gesellschaft und auch innerhalb der touristischen Nachfrage immer mehr an Bedeutung: Aktuell sind in Deutschland insgesamt 33,3 Mio. Personen 50 Jahre und älter (sogenannte Best Ager), darin 21,0 Mio. 50- bis 69-Jährige und 12,3 Mio. 70+-Jährige. Eine erste Analyse der Daten der aktuellen Reiseanalyse RA 2016 liefert folgende Ergebnisse zum Urlaubsreiseverhalten dieser Altersgruppen:

- ▶ **Stellenwert:** 79% der 50-69-Jährigen und 62% der 70+-Jährigen haben im Jahr 2015 mindestens eine Urlaubsreise mit 5 oder mehr Tagen Dauer unternommen. Insgesamt haben 50+-Jährige im vergangenen Jahr 33,3 Mio. Urlaubsreisen mit 5+ Tagen gemacht, das sind 48% aller 69,1 Mio. Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren.
- ▶ **Reiseziele:** Das beliebteste Reiseziel der 50+-Urlauber ist das eigene Land, mit deutlichen Unterschieden zwischen 50-69-Jährigen und 70+-Jährigen (31% bzw. 46% Inlandsreisen, insbesondere nach Bayern und Mecklenburg-Vorpommern). Beliebt sind auch Ziele im Mittelmeerraum (36% bzw. 23%), in den Alpen (9% bzw. 10%) und in den deutschen Mittelgebirgen (6% bzw. 11%).
- ▶ **Saisonalität:** Die meisten Urlaubsreisen der 50- bis 69-Jährigen und der 70+-Jährigen finden in den Sommermonaten statt, die Saisonalität ist insgesamt aber deutlich geringer ausgeprägt als bei jüngeren Altersgruppen.
- ▶ **Verkehrsmittel:** Abgesehen davon, dass der PKW jeweils das Ranking anführt, gibt es auffällige Unterschiede zwischen den beiden betrachteten Altersgruppen. Für die jüngeren Best Ager hat das Flugzeug eine fast ebenso große Relevanz wie das Auto, für die 70+-Jährigen spielt neben dem Flieger auch der Bus eine wichtige Rolle.
- ▶ **Urlaubswohnen:** Die am häufigsten gewählte Unterkunft älterer Reisender ist das Hotel/Motel (50- bis 69-Jährige: 48%, 70+-Jährige: 52%), oft wird aber auch in Ferienwohnungen/-häusern übernachtet.
- ▶ **Reisebegleitung:** 75% der Urlaubsreisen von 50- bis 69-Jährigen und 67% der Urlaubsreisen von 70+-Jährigen werden in Begleitung von Personen aus dem eigenen Haushalt unternommen. Der Anteil der Alleinreisenden liegt bei 11% bzw. 15%.
- ▶ **Ausgaben:** 50- bis 69-Jährige geben für ihre Urlaubsreisen überdurchschnittlich viel Geld aus, nämlich im Schnitt EUR 1.004 pro Person (70+ Jährige EUR 934, Durchschnitt für alle Urlaubsreisen 2015: EUR 954 pro Person).
- ▶ **Urlaubsmotive und -aktivitäten:** Natur, Kultur und Gesundheit spielen für 50+-Urlauber eine wichtigere Rolle als für jüngere Gäste. Dabei fällt auf, dass die 50- bis 69-Jährigen zwar ein vergleichsweise stark ausgeprägtes Bedürfnis nach Regeneration haben (Entspannung und Abstand vom Alltag stehen hoch im Kurs), ihren Urlaub mehrheitlich aber deutlich aktiver angehen als die 70+-Jährigen.

Touristische Anbieter müssen sich darauf einstellen, dass die älteren Reisenden immer reiseerfahrener und anspruchsvoller werden und äußerst heterogene touristische Interessen an den Tag legen. Diese Aufgabe wird durch die zunehmende Konkurrenzsituation auf dem touristischen Markt erschwert. Für Reiseveranstalter und Unterkünfte ist es deshalb wichtig, die aktuellen und potenziellen Urlauber zu kennen und ein attraktives Angebot zu vermarkten, das auf den eigenen Stärken aufbaut.

Dabei ist es von Vorteil, nicht die gesamte Altersgruppe, sondern konkrete Zielgruppen im Blick zu haben. Auch hier kann die Marktforschung helfen. So liefert das Modul „**Gesundheitsorientierte Urlaubsreisen**“, das im Rahmen der RA 2015 erstellt wurde, beispielsweise interessante Erkenntnisse für Anbieter, die sich auf Gesundheitsurlaube, Wellnessurlaube und Kur-Urlaube spezialisiert haben:

- ▶ **Entwicklungen:** Gesundheitsurlaub ist ein Segment mit rückläufigen Marktanteilen, selbst in der für diese Urlaubsform zentralen Zielgruppe, den Senioren. Dies resultiert in einer gewissen Strukturveränderung innerhalb des Bereichs der gesundheitsorientierten Urlaubsformen mit einem stärkeren Gewicht auf den Wellnessurlaub.
- ▶ **Effekte:** Zwei von drei gesundheitsorientierten Urlaubsreisen wirken sich positiv auf die körperliche Gesundheit des Reisenden aus. Außerdem fühlen sich viele Reisende nach einem gesundheitsorientierten Urlaub körperlich fitter als zuvor, etwa jeder dritte Urlauber hat Anregungen für einen gesunderen Alltag erhalten.
- ▶ **Ansprüche:** Die Angebotsansprüche für einen Gesundheitsurlaub, Wellnessurlaub oder eine Kur im Urlaub zeigen eine unterschiedliche Schwerpunktsetzung seitens der Kunden:
  - Beim Gesundheitsurlaub stehen gesunde Rahmenbedingungen und gesundheits-erhaltende Angebotskomponenten im Vordergrund.
  - Beim Wellnessurlaub geht es vor allem um Schönheits-, Verwöhn- und Entspannungsangebote,
  - während bei der Kur im Urlaub vor allem klassische Kuranwendungen und die medizinische Betreuung wichtig sind.

Die unterschiedlichen Angebotsansprüche machen deutlich, dass eine segmentspezifische Betrachtung für Produktgestaltung und Zielgruppenansprache unabdingbar ist.

- ▶ **Potenziale:** Je älter die (potenziellen) Reisenden sind und je schlechter der eigene Gesundheitszustand ist, desto interessanter sind touristische Angebote im Gesundheitsbereich. Mittelfristig, d.h. für den Zeitraum 2016 bis 2018, interessieren sich 21% der 50- bis 69-Jährigen und 34% der 70+-Jährigen für einen Gesundheitsurlaub, 25% bzw. 19% für einen Wellnessurlaub und 19% bzw. 32% für eine Kur im Urlaub.

Der Erfolg der gesundheitsorientierten Urlaubsreisen für die Altersgruppe 50+ hängt davon ab, inwieweit die Anbieter prägnante Produkte entwickeln und dabei dem Anspruch und ihrer Verantwortung gegenüber den älteren Kunden gerecht werden.

*Bente Grimm (Soziologin, M.A.) ist seit 2003 Projektleiterin im Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) in Kiel. Das NIT engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung, betreut im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen die jährliche Reiseanalyse und arbeitet in der anwendungsbezogenen Forschung und Beratung. Näheres unter [www.nit-kiel.de](http://www.nit-kiel.de)*

*Die Reiseanalyse (RA) ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens sowie der Urlaubsmotive und -interessen. Die Untersuchung beschäftigt sich mit Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) und mit Kurzurlaubsreisen von 2 bis 4 Tagen Dauer. Die Fragen der Face-to-face-Erhebung wurden im Januar 2016 an eine Stichprobe von 7.712 Personen gestellt, repräsentativ für die in Deutschland lebende deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Privathaushalten (69,2 Mio. Personen). Ausführliche Informationen unter [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de).*