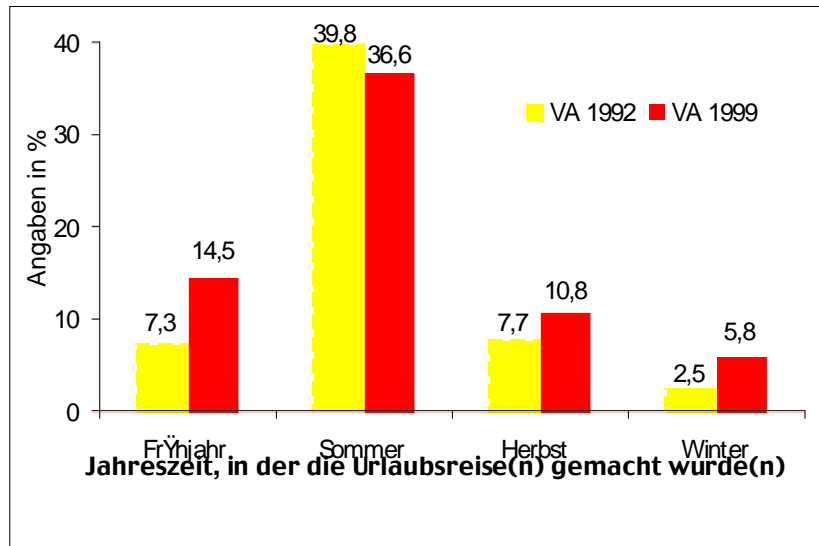


### Trends im Tourismus-Markt: Sonne, Sand und mehr?

#### Stagnation im Reisemarkt?

Die Reiseintensität der Deutschen sinkt allmählich: Waren es 1992 noch 37,2 Mio. Urlauber, die sich auf eine mindestens fünftägige Reise begaben, so sind es 1999 rund eine Million weniger. Auch die Zahl der Kurzurlauber (4 Tage und kürzer) ist eher rückläufig (1992: 44%, 1999: 42%). Der Trend geht hin zu weniger Reisen, die Reisedauer zu verkürzen und bescheidener im Urlaub zu leben, wie auch die aktuelle Tourismusanalyse des B.A.T.-Institutes feststellt. Bis vor kurzem noch galt die Regel „am Urlaub wird zuletzt gespart“, auch wenn das Geld knapper wurde.

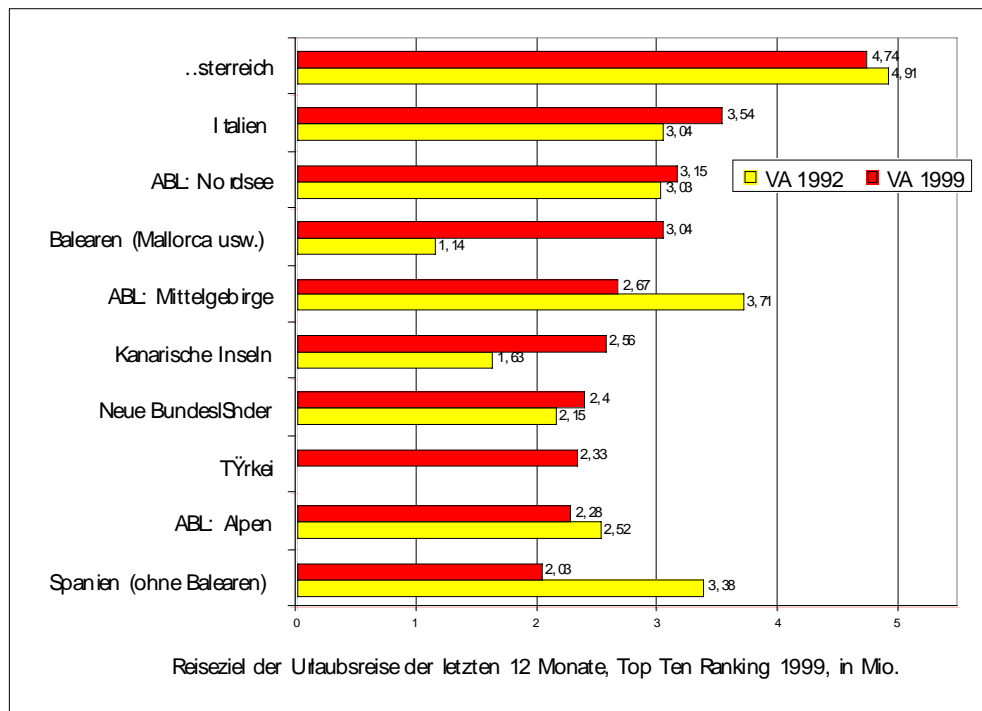


#### Veränderung der Saisonalität

Es wird zwar immer noch überwiegend im Sommer verreist, aber ganz deutlich ist der Trend hin zu anderen Jahreszeiten. Besonders das Frühjahr konnte in der Gunst der Reisenden zulegen und verdoppelte 1999 seinen Anteil im Vergleich zur VA 92. Aber auch der Herbst und Winter sind attraktiver geworden, vielleicht auch begründet durch günstigere Neben-Saison-Preise.

### Die Reiseziele: Mallorca und die Kanaren boomen

Die Stagnation der Reisetätigkeit auf hohem Niveau resultiert hauptsächlich aus dem Rückgang der Beliebtheit von Inlandsreisezielen. Ausländische Reiseziele im mediterranen Raum boomen dagegen: 7,6 Mio. Deutsche reisen mindestens einmal jährlich zu den Balearen, den Kanaren oder dem spanischen Festland, Tendenz steigend. Dagegen sinkt die Attraktivität inländischer Ziele stetig, insbesondere der Bergregionen. Im Wettbewerb „Küste contra Berge“ scheint die See der Gewinner zu sein.

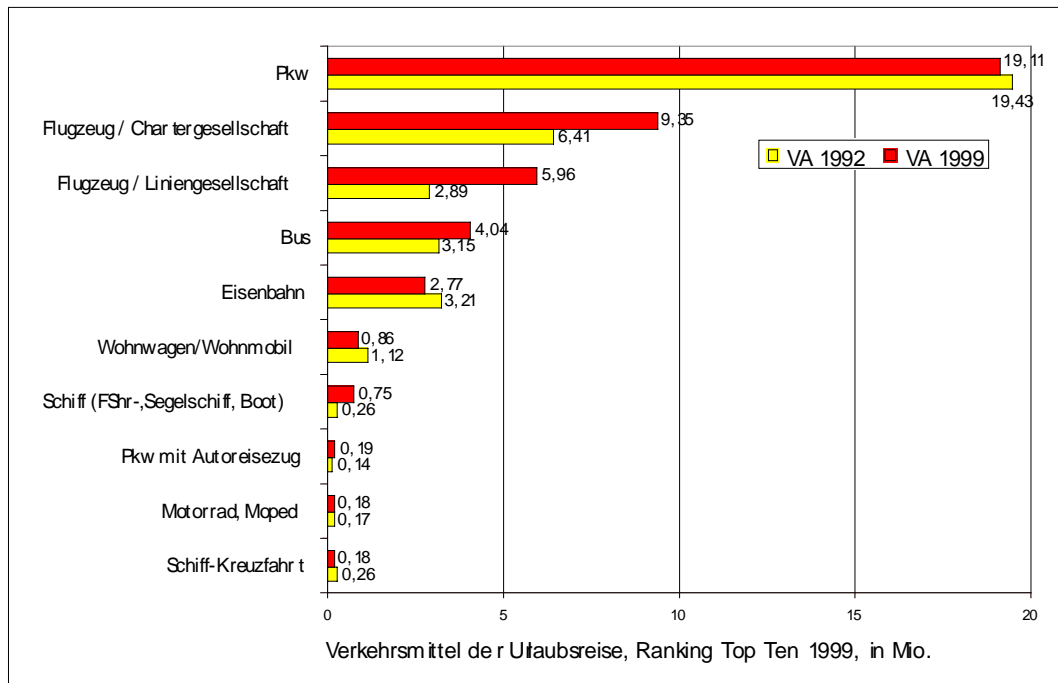


Fernreiseziele spielen bei der Reiselust der Deutschen immer noch eine eher untergeordnete Rolle. Reisen nach Nordamerika (1999: 1,16 Mio.) oder in die Karibik (0,7 Mio.) scheinen – noch? – keine ausreichende Alternative zum Spanien-tourismus zu bieten.

### Die Verkehrsmittel: Fly away

Spanientourismus ist aber auch zum größten Teil Flug- und Pauschal-tourismus. So ist es denn nicht verwunderlich, daß seit 1992 das Flugzeug als Reisevehikel um 65% zugenommen hat. Der PKW steht zwar immer noch oben in der Hitliste der Reisenden, doch sowohl der gecharterte wie auch der Linienflug holen deutlich auf.

**Der Flugtourismus boomt vielleicht auch, weil die Reisedauer immer kürzer wird. „Lieber kürzer, dafür öfter rund um’s Jahr“ heißt die neue Devise. In Zeiten knapper werdender Urlaubskassen ist aber auch der Griff zur „Billigreise“ nicht mehr verpönt. Oder es wird in anderen Zeiträumen gedacht: ein Jahr Balkonien, dafür im nächsten Jahr die Traumreise. Hauptsache verreisen, lautet nach wie vor das Motto der Deutschen.**



**Weitere Informationen zu diesem Bereich bietet die VerbraucherAnalyse, die Sie online auswerten können über die Internet-Adresse [www.hbv.de](http://www.hbv.de). Unter dieser Adresse sind außerdem die hier enthaltenen Informationen und Charts abrufbar.**

**Für Anregungen oder Rückfragen stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung. Falls sich Ihre E-Mail-Adresse oder Faxnummer geändert hat oder wenn Sie den VA-Newsletter nicht mehr erhalten wollen, bitten wir um eine kurze Nachricht.**

### Ihr Bauer-Research-Team

Ansprechpartner: Heinrich Bauer Verlag Anzeigen + Marketing KG, Research & Media Marketing,  
Nicole Plettner, Tel.: 040 /3019-3273, Fax: 040/3019-3029, e-Mail:  
[nplettner@bauermedia.com](mailto:nplettner@bauermedia.com)

Quelle: VerbraucherAnalyse 1992-1999/3 (die VA ist eine Gemeinschaftsuntersuchung des Axel Springer Verlages, der Verlagsgruppe Bauer und der beteiligten Medienunternehmen)  
Weitere Quellen: 10. Gesamtdeutsche Tourismusanalyse, B.A.T.-Freizeitforschungs-Institut, Februar 2000