



REISETYPEN UND URLAUBSSTILE - ZIELGRUPPEN FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS

Fachtagung:

Neue Wege in den Urlaub –
Die Lust nachhaltig zu reisen

Barbara Birzle-Harder
Bad Boll, 13.9.2004

gefördert durch:



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 1



ZIELE VON INVENT

„Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote“

• **Modellhafte Entwicklung nachhaltiger Tourismusangebote
in Kooperation von Praxis- und Forschungspartnern:**

- adressiert werden Zielgruppen des Massenmarktes, nicht Zielgruppen der Öko-Nische
- Ausgangspunkt sind die Wünsche und Ansprüche reiseerfahrener Touristen (eigene empirische Untersuchungen)
- betrachtet wird die gesamte Reisekette: An- und Abreise, Unterbringung, Vor-Ort-Aktivitäten
- untersucht werden *Optimierungsmöglichkeiten* bestehender Angebote im Sinne der Nachhaltigkeit ebenso wie *Substitutionspotenziale* zwischen weniger nachhaltigen und nachhaltigeren Urlaubsreisen

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 2

INSTITUT FÜR
sozial-ökologische
Forschung (ISOE) 

INVENT TOURISMUS

PARTNER



Öko-Institut e.V.
Institut für angewandte Ökologie
Institute for Applied Ecology



Die Bahn



Universität Lüneburg
Tourismusmanagement



AMEROPA
We machen Urlaub




ISOE 

in Kooperation mit:



DRV DEUTSCHER REISEBÜRO UND
REISEVERANSTALTER VERBAND

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 3

INSTITUT FÜR
sozial-ökologische
Forschung (ISOE) 

INVENT TOURISMUS

ENTWICKLUNG EINES ZIELGRUPPEN- MODELLS FÜR DEN REISEMARKT

...das Erkenntnisse liefern soll

- über Reiseverhalten, -bedürfnisse und -wünsche der Zielgruppen und deren motivationale Hintergründe
- über die Attraktivität innovativer Tourismusangebote, die Schritte in Richtung Nachhaltigkeit bedeuten
- über das Substitutions- bzw. Optimierungspotenzial in Richtung Nachhaltigkeit

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 4



FORSCHUNGSDESIGN

1. Qualitative Phase

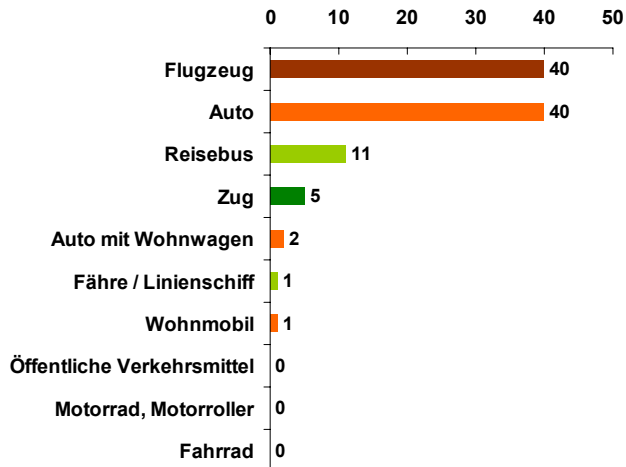
- 4 Kreativ-Gruppendiskussionen
- 60 explorative Interviews

2. Quantitative Phase

- Feldphase: 22. November - 19. Dezember 2003
- Face-to-face Interviews
- Stichprobengröße: **2021**



VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE REISEZIELE 2002 UND 2003

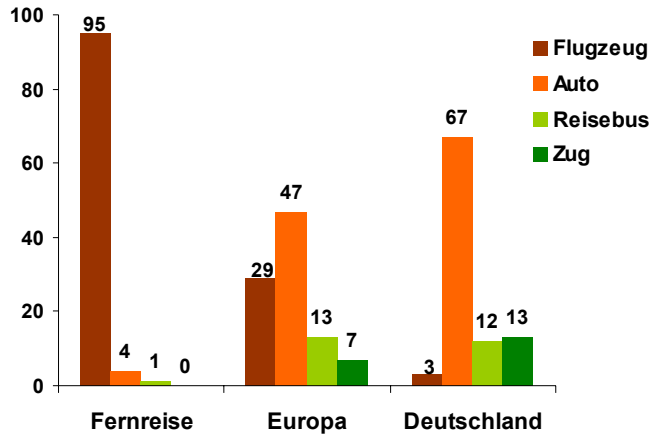


Basis: Gesamt 2021 Befragte



VERKEHRSMITTEL NACH DESTINATIONEN REISEZIELE 2002 UND 2003

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 7

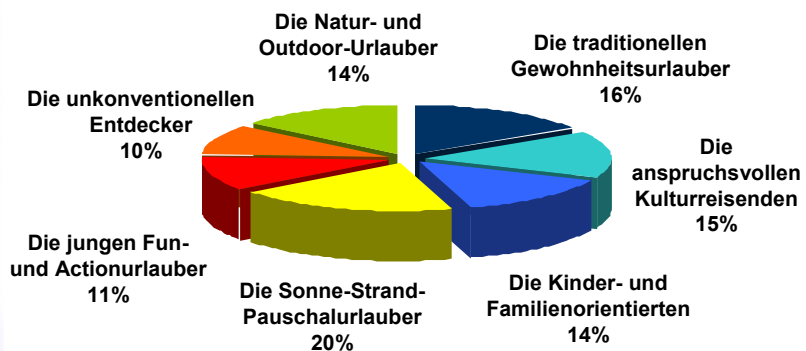


Basis: Gesamt 2021 Befragte



URLAUBS- UND REISETYPOLOGIE

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 8





DIE TRADITIONELLEN GEWOHNHEITSURLAUBER 16 %



TRADITIONELLE GEWOHNHEITSURLAUBER SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Überdurchschnittlich viele **Frauen**
- Meist **Ältere**: Die Mehrheit ist älter als 60 Jahre
- Einfache Schulabschlüsse sind überrepräsentiert
- Viele **RentnerInnen**
- Geringstes Einkommensniveau im Typenvergleich

➔ **Grundorientierung: Bescheidenheit und Sicherheit**



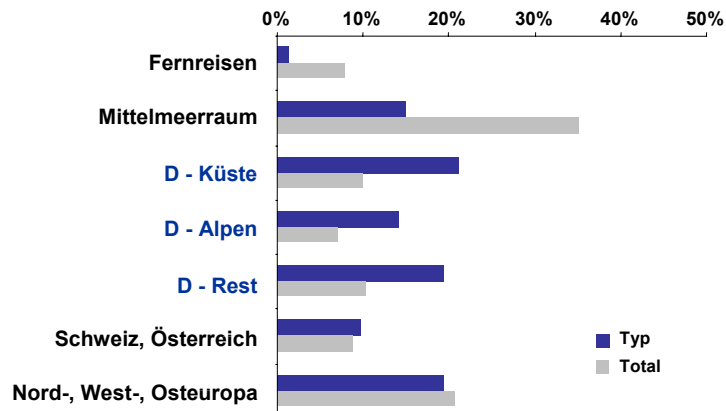
TRADITIONELLE GEWOHNHEITSURLAUBER REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Vertraute und gewohnte Ziele, bevorzugt am gleichen Urlaubsort
- Sicherheit des Reiseziels und Sauberkeit der Unterkunft haben höchste Bedeutung
- Vorliebe für Urlaub im deutschsprachigen Raum
- Unsicherheit angesichts fremder Länder und Kulturen

➔ **Bevorzugte Urlaubsarten: Erholungsreisen und Urlaub in der Natur**

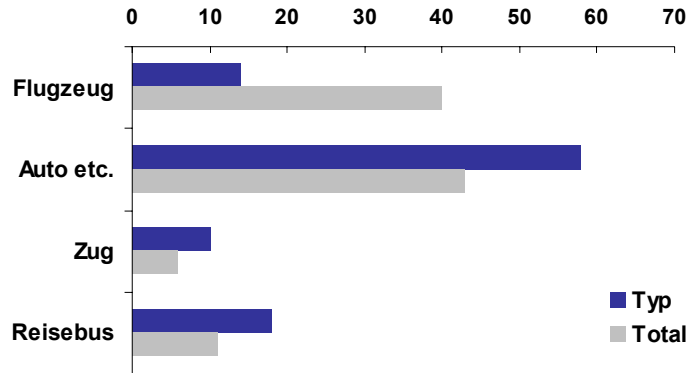


TRADITIONELLE GEWOHNHEITSURLAUBER REISEZIELE 2002 UND 2003



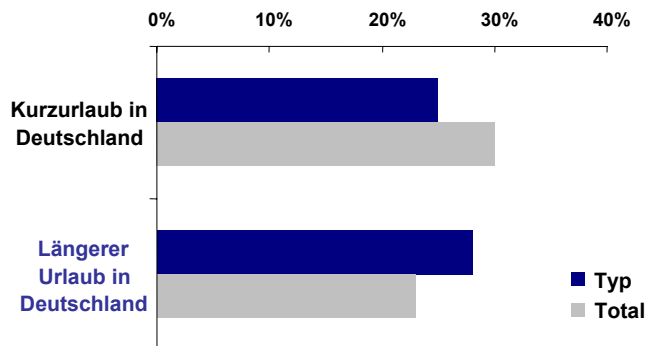


TRADITIONELLE GEWOHNHEITSURLAUBER VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



TRADITIONELLE GEWOHNHEITSURLAUBER ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren





DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN 15 %



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Altersgruppen **ab 50 Jahre** sind überrepräsentiert
- Hohes Bildungsniveau
- Überdurchschnittlich: Beamte und Selbstständige sowie Personen im Ruhestand
- **Mittlere und hohe Einkommen** überwiegen

- ➔ **Ausgeprägte kulturelle Interessen**
- ➔ **Sensibilität für ökologische und soziale Fragen**



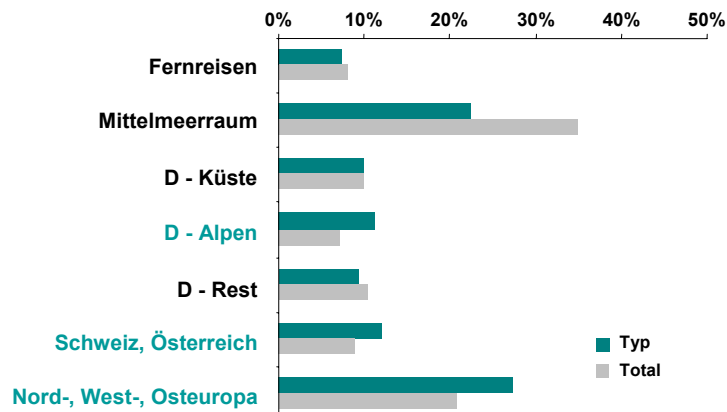
DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Interesse und Respekt für andere Kulturen, Anpassung an die Kultur des Reiselandes in Bezug auf Sprache, Essen, Umgangsformen...
- Bildungsanspruch und ausführliche Vorbereitung auf die Urlaubsregion
- Interesse an ökologischer und sozialer Nachhaltigkeit von Urlaubsreisen
- Dabei Wertschätzung von Service und Komfort

➔ **Überdurchschnittlich bevorzugte Urlaubsarten:
Urlaub in der Natur / in den Bergen, Kulturreisen,
individuelle Rundreisen**

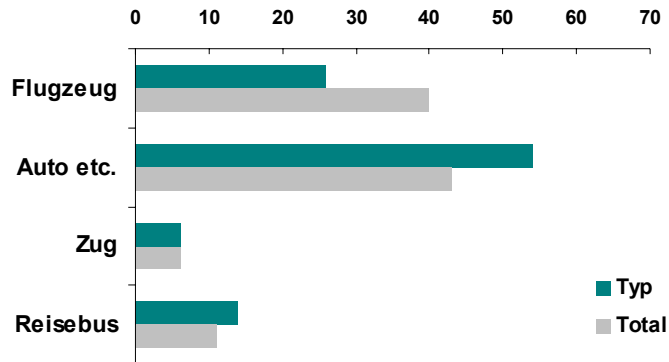


DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN REISEZIELE 2002 UND 2003



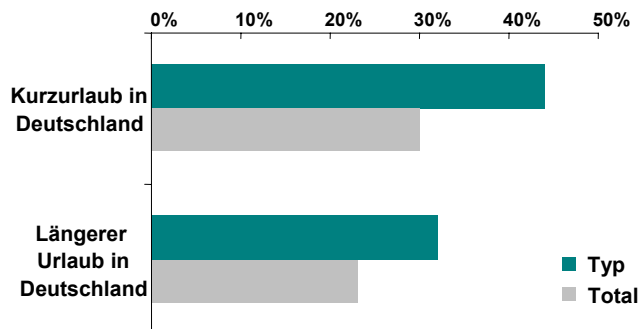


DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren





DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN 14 %



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Etwa zwei Drittel sind **Frauen**
- Altersschwerpunkt: 30-49 Jährige
- Teilzeit Beschäftigte und Hausfrauen sind überrepräsentiert
- **Mittlere bis höhere Haushaltseinkommen**

- ➔ **Hohe Bedeutung von Familienwerten**
- ➔ **Oft Stress und Überforderung**



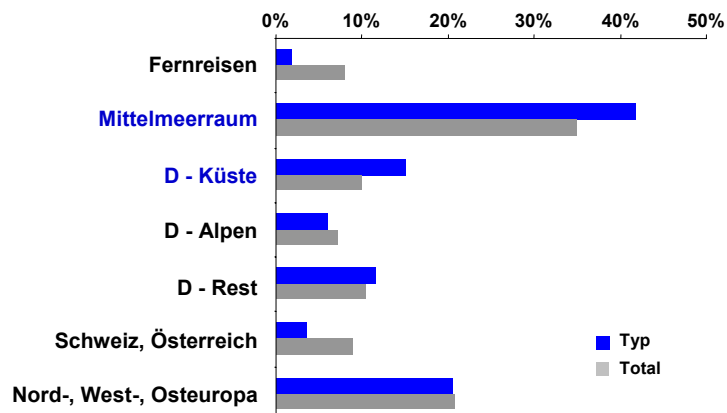
DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Bei der Auswahl der Urlaubsziele ist Familien- und Kinderfreundlichkeit am wichtigsten
- Wunsch nach Entlastung, Entpflichtung und „Faulsein“
- ... auch durch spezielle Angebote für Kinder
- Lust auf Sommer, Sonne, Strand

➔ **Klare Urlaubsfavoriten: Badeurlaub und Erholungsreisen**

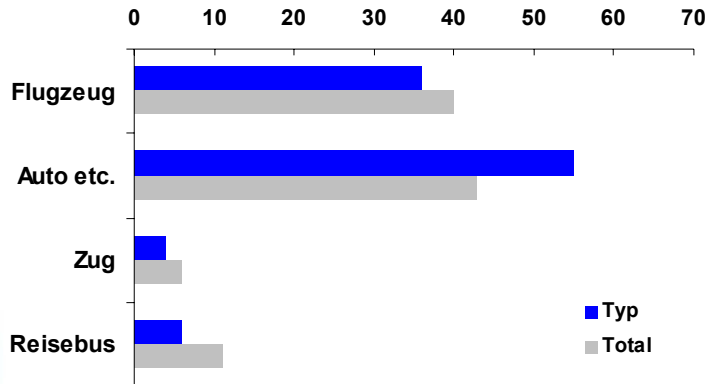


DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN REISEZIELE 2002 UND 2003



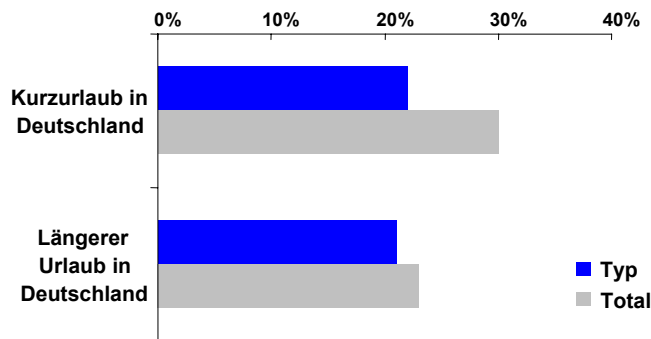


DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den
nächsten drei Jahren





DIE SONNE-STRAND- PAUSCHALURLAUBER 20 %



DIE SONNE-STRAND-PAUSCHALURLAUBER SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Personen **ab 40 Jahre** sind überrepräsentiert
- Viele sind verheiratet, aber auch hoher Anteil von Ledigen und Geschiedenen
- Schwerpunkt bei einfacher und mittlerer Bildung
- Eher unterdurchschnittliches Einkommensniveau

➔ **Outfit und das Äußere spielen eine wichtige Rolle**
➔ **Wunsch nach dem Besonderen innerhalb des konventionellen Rahmens**



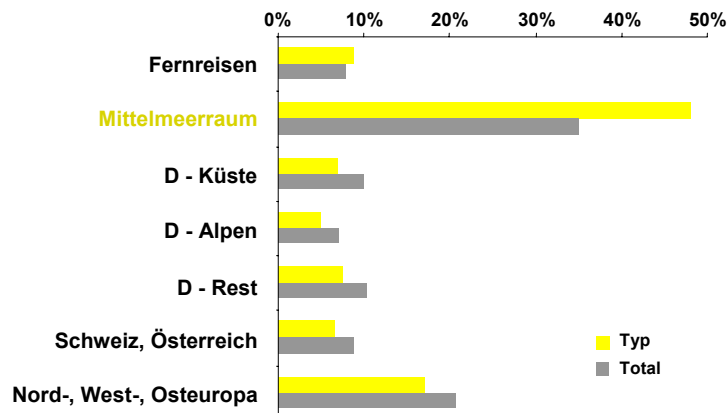
DIE SONNE-STRAND-PAUSCHALURLAUBER REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Zentrale Ansprüche: Sommer, Sonne, Strand
- Entspannungssuche: Man möchte sich um nichts kümmern müssen und sich verwöhnen lassen
- Wertschätzung von gutem Service und Komfort
- Wunsch nach gut durchorganisierten und verlässlichen Urlaubsangeboten
- Preis-Leistungsverhältnis ist zentral (Schnäppchenjäger-Mentalität)

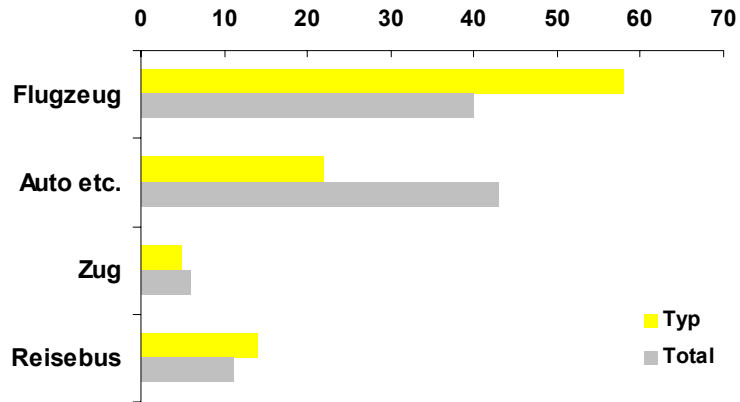
➔ **Eindeutige Vorlieben: Badeurlaub und Erholungsreisen**



DIE SONNE-STRAND-PAUSCHALURLAUBER REISEZIELE 2002 UND 2003

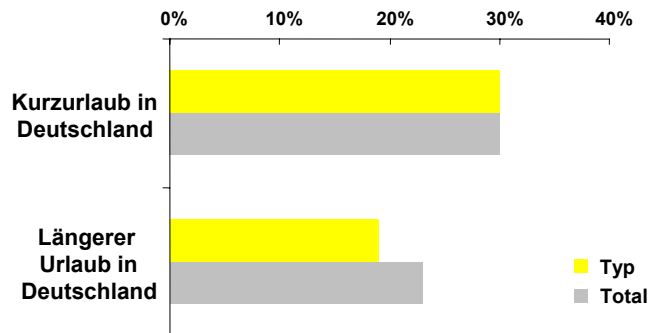


DIE SONNE-STRAND-PAUSCHALURLAUBER VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



DIE SONNE-STRAND-PAUSCHALURLAUBER ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren





DIE JUNGEN FUN- & ACTION- URLAUBER

11 %



DIE JUNGEN FUN- & ACTION-URLAUBER SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- **Jüngster von allen Typen**
- Etwa zwei Drittel sind **Männer**
- Die Mehrheit ist ledig und wohnt alleine
- Schwerpunkt: Mittlere Bildung
- Unterdurchschnittliche Einkommen

➔ **Ich-bezogene und lustbetonte Grundorientierung:
Etwas erleben, Spaß und Abwechslung haben**



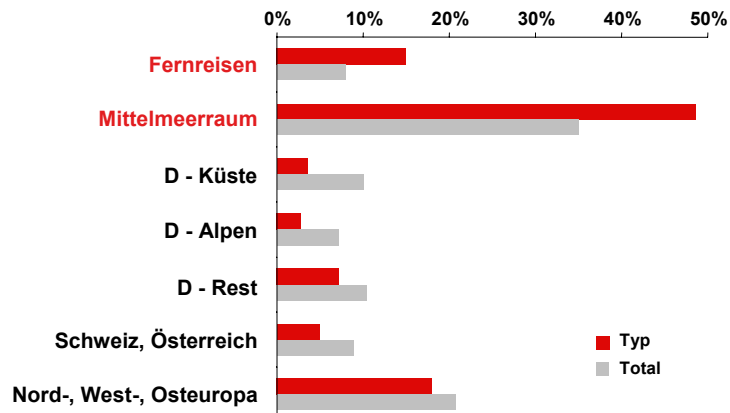
DIE JUNGEN FUN- & ACTION-URLAUBER REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Action, Sport und Abwechslung
- Tagsüber Strandleben und Sport, abends Party und Nightlife
- Urlaub als Gelegenheit, um Kontakte zu knüpfen
- Entscheidung für den Urlaub fällt oft spontan
- Ausgeprägte Preis- und Schnäppchenorientierung

- ➔ **Klar bevorzugte Urlaubsart:
Preiswerter Strandurlaub mit einladendem Nachtleben**
- ➔ **Außerdem: Städte- und Shoppingurlaub sowie
Sport- und Fitnessreisen**

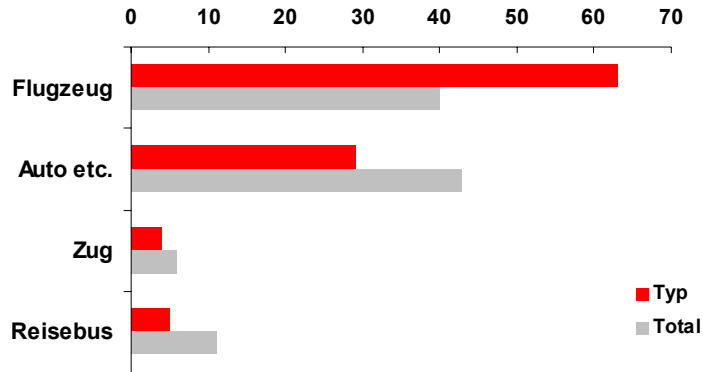


DIE JUNGEN FUN- & ACTION-URLAUBER REISEZIELE 2002 UND 2003



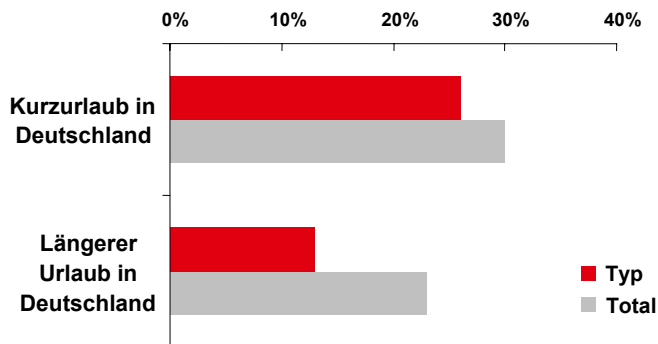


DIE JUNGEN FUN- & ACTION-URLAUBER VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



DIE JUNGEN FUN- & ACTION-URLAUBER ATTRAKTIVITÄT

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren





DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER

10 %



DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Männer sind etwas überrepräsentiert
- Mittlere und jüngere Altersgruppen
- Überwiegend **kinderlos**, die Hälfte lebt allein
- **Höhere Bildung**
- Hoher Anteil an Berufstätigen, aber auch an Schülern und Studenten

➔ **Experimentierfreudige, individualistische und aufgeschlossene Grundeinstellung**



DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER

REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

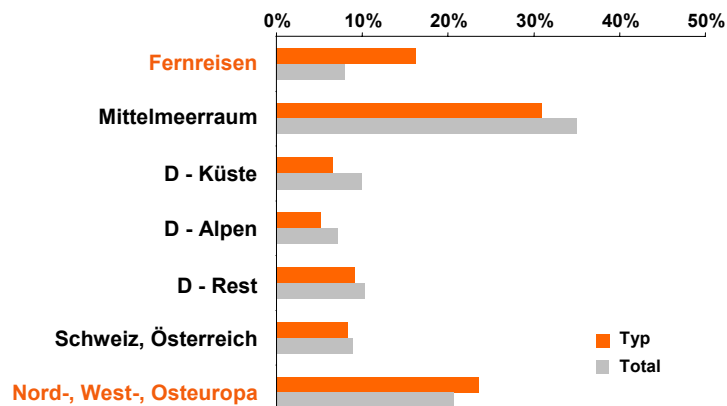
- Weltenbummler abseits vom Mainstream
- Hohe Bereitschaft Neues zu erleben und fremde Kulturen kennen zu lernen
- Niedrigere Sauberkeits-, Service- und Komfortstandards werden dafür in Kauf genommen
- Interesse an den Gepflogenheiten des Landes und an Kontakt mit den Einheimischen

➔ **Überdurchschnittlich bevorzugte Urlaubsarten: Individuelle Rundreisen, Studienreisen und Städtereisen**



DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER

REISEZIELE 2002 UND 2003

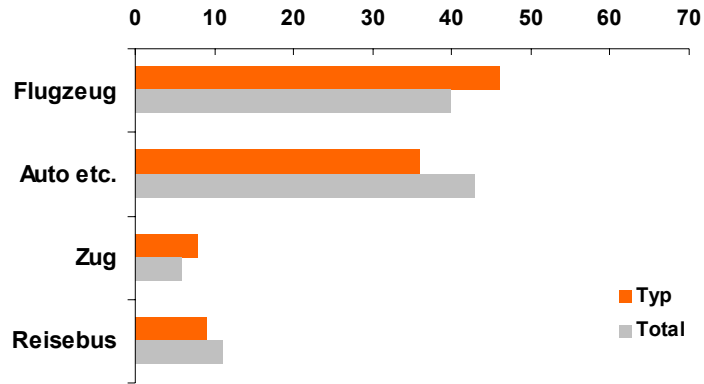




DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER

VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 43

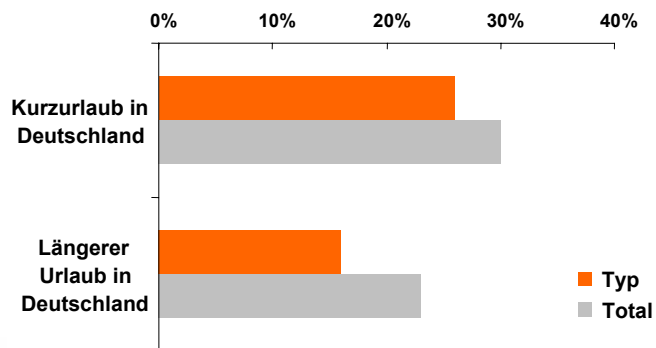


DIE UNKONVENTIONELLEN ENTDECKER

ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren

INVENT
Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 44



„Antwort: „Sehr wahrscheinlich“



DIE NATUR- UND OUTDOOR- URLAUBER

14 %

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 45



DIE NATUR- UND OUTDOOR-URLAUBER SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Durchschnittliches soziodemografisches Profil mit leichter Tendenz zu jüngeren und mittleren Altersgruppen
- Haushalte mit **Kindern** sind leicht überrepräsentiert
- Höhere und mittlere Bildung, überwiegend berufstätig
- **Mittlere bis höhere Einkommen**

➔ **Modernes Ökologieverständnis kombiniert mit sozialem Engagement**

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 46



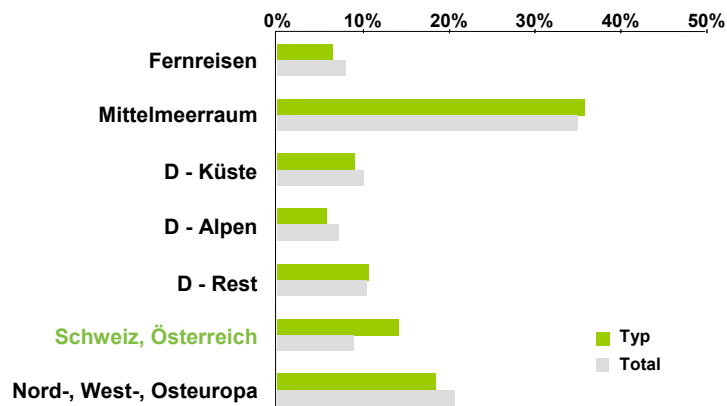
DIE NATUR- UND OUTDOOR-URLAUBER REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Interesse an nachhaltigen Urlaubsangeboten:
Umweltfreundlich und sozial gerecht
- Dafür ist man auch bereit, mehr Geld auszugeben
- Im Urlaub sucht man Aktivität und Abwechslung,
Sport und Bewegung an der frischen Luft
- Kombination von Familien- und Erlebnisorientierung

- ➔ Freude am aktiven Badeurlaub
- ➔ Außerdem: Urlaub in der Natur, Fahrrad- oder
Wanderreisen, Wellness- und Fitness,
Winterurlaub im Schnee

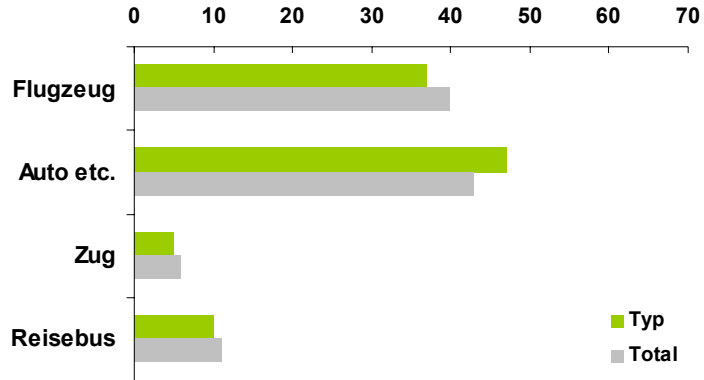


DIE NATUR- UND OUTDOOR-URLAUBER REISEZIELE 2002 UND 2003



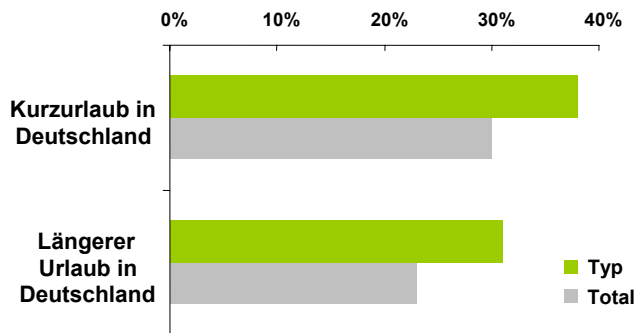


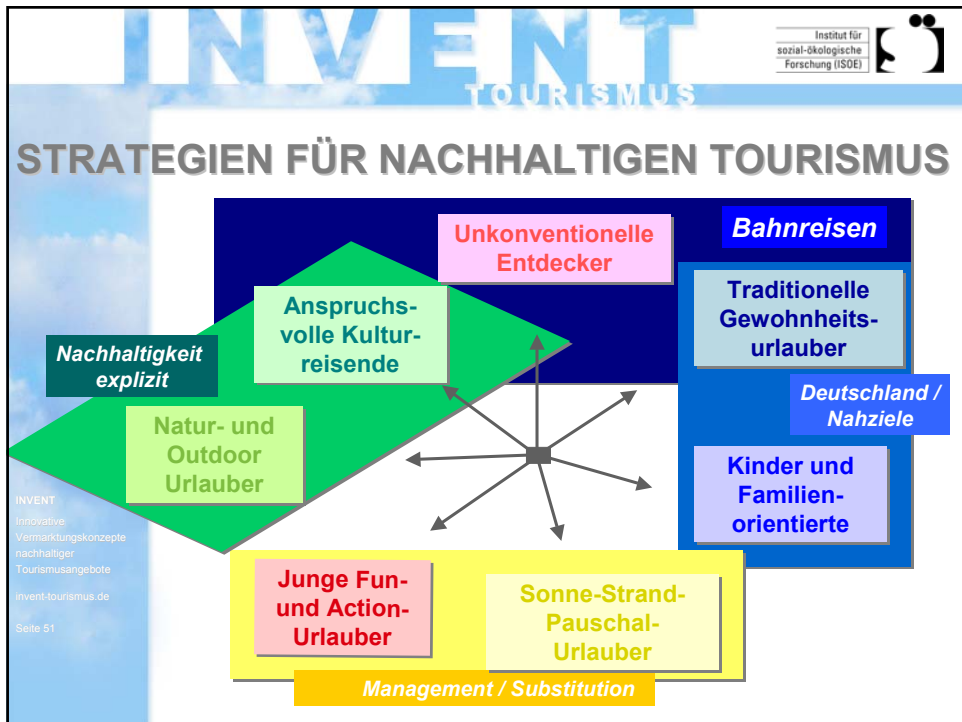
DIE NATUR- UND OUTDOOR-URLAUBER VERKEHRSMITTELWAHL BEI DER ANREISE



DIE NATUR- UND OUTDOOR-URLAUBER ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren





- Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE)
- # INVENT TOURISMUS
- ## STRATEGIEN FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS
- **Nachhaltigkeit explizit**
 - Entwicklung von Angeboten, deren Beitrag zu Nachhaltigkeit explizit benannt wird und für Urlauber einen Zusatznutzen verspricht (z.B. Eco-Tauchkurse statt Restriktion)
 - **Management / Substitution**
 - Hintergrund-Optimierung bestehender Angebote (z.B. Unterkunft, Essen, Ausflugsprogramme) ohne Benennung der Nachhaltigkeit
 - Substitution von Fernreisezielen durch Zielgruppen-adäquate Angebote im Mittelmeerraum)
 - **Deutschland / Nahziele**
 - Attraktive Ziele in Deutschland und dem benachbarten Ausland
 - **Bahnreisen**
 - Attraktive Bahnreisen mit zielgruppenadäquaten Service, der zur Nutzung der Bahn motiviert
- INVENT
Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote
invent-tourismus.de
Seite 52



VIELEN DANK !

- Ansprechpartner beim Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH:

Barbara Birzle-Harder oder Konrad Götz
Hamburger Allee 45
D-60486 Frankfurt/M.

Tel.: +49-69-707691921

Fax.: +49-69-707691911

goetz@isoe.de

- Weitere Projektinformationen:

www.invent-tourismus.de