



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN 15 %

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 1

Oktober 2004



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**

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 2

Oktober 2004



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

ZITATE AUS DER QUALITATIVEN PHASE

- *„Dass ich mich an die schöne Landschaft erinnern kann, das ist mir wichtiger als irgendwelche Action... Ich will Land und Leute kennen lernen.“
(Arzt, 50 Jahre, verheiratet, 3 erwachsene Kinder)*
- *„Da sind wir natürlich verwöhnt und anspruchsvoll, wir geben dann auch das Geld dafür aus.“
(65jährige freiberufliche Kunsthandwerkerin, verheiratet)*

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

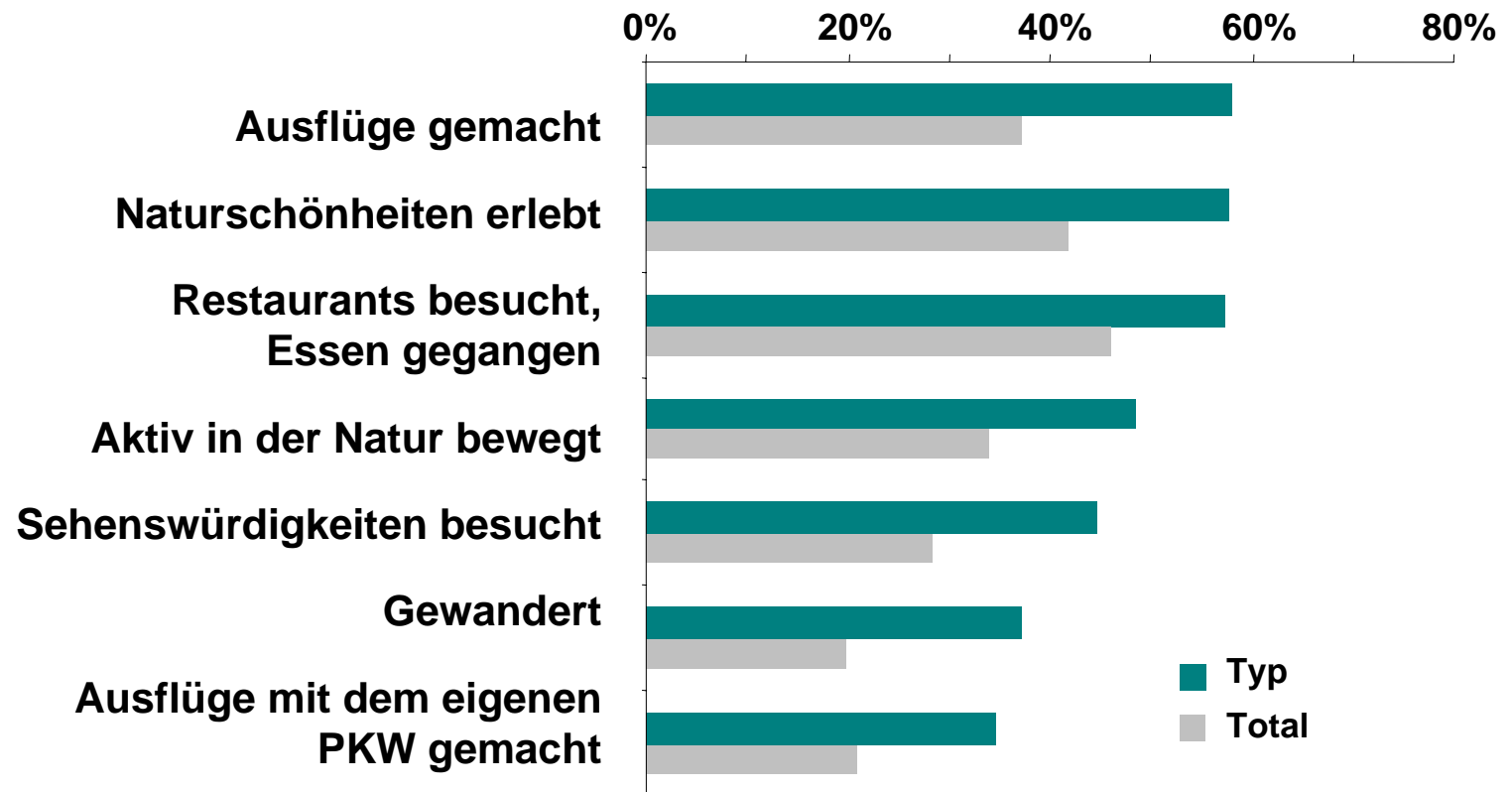
Seite 4

Oktober 2004



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN

AUSGEWÄHLTE URLAUBSAKTIVITÄTEN





DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN

REISEVERHALTEN

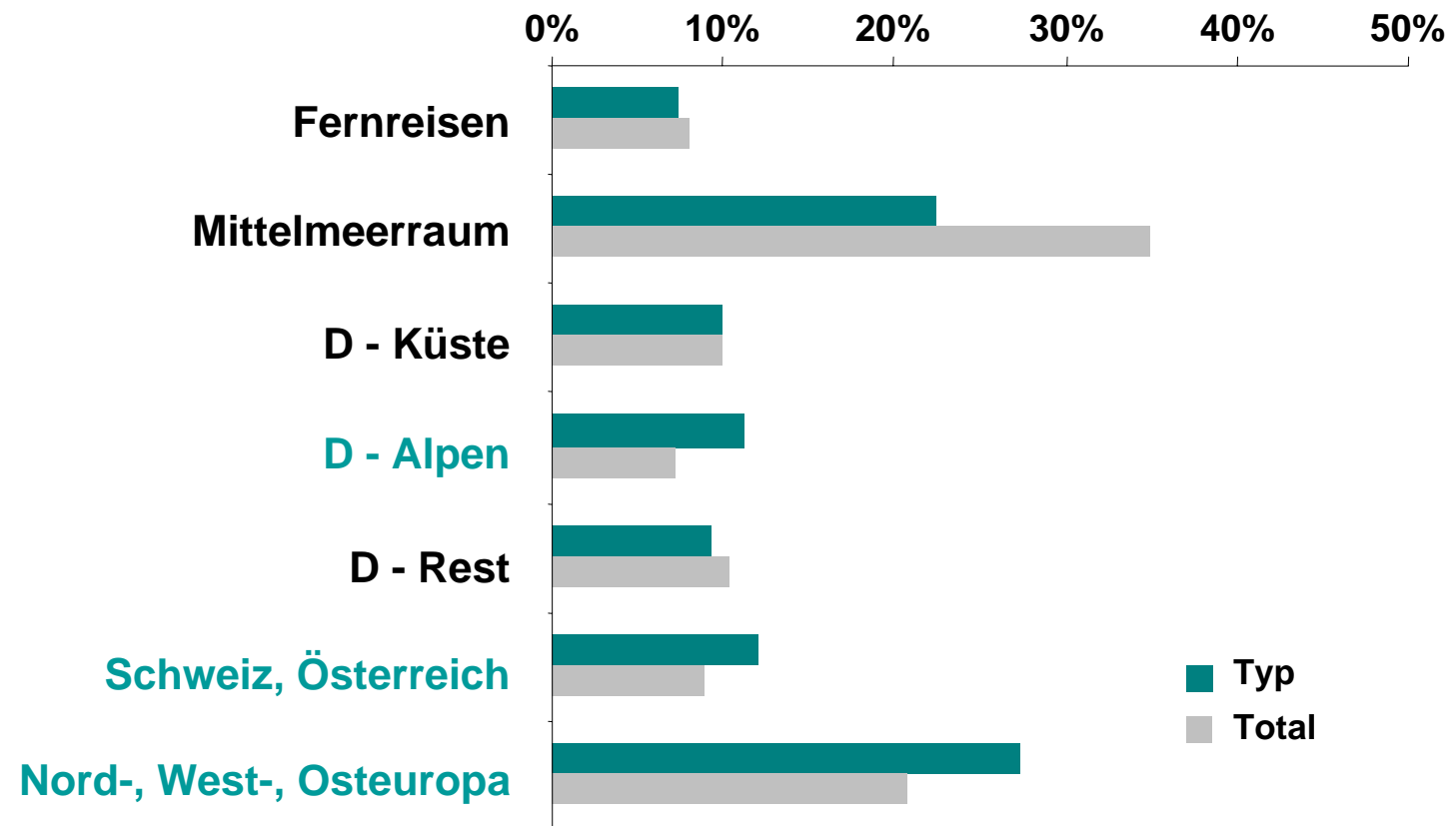
- Im Typenvergleich geringste Neigung zu Pauschalreisen
- Gebucht wird meist nur die Unterkunft
- Leicht überrepräsentiert sind Pensionen sowie die eigene Ferienwohnung
- Die Anreise erfolgt oft mit dem Auto, das auch das wichtigste Verkehrsmittel am Urlaubsort ist

➔ **Barrieren gegenüber klassischen Pauschalangeboten**



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN

REISEZIELE 2002 UND 2003



INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

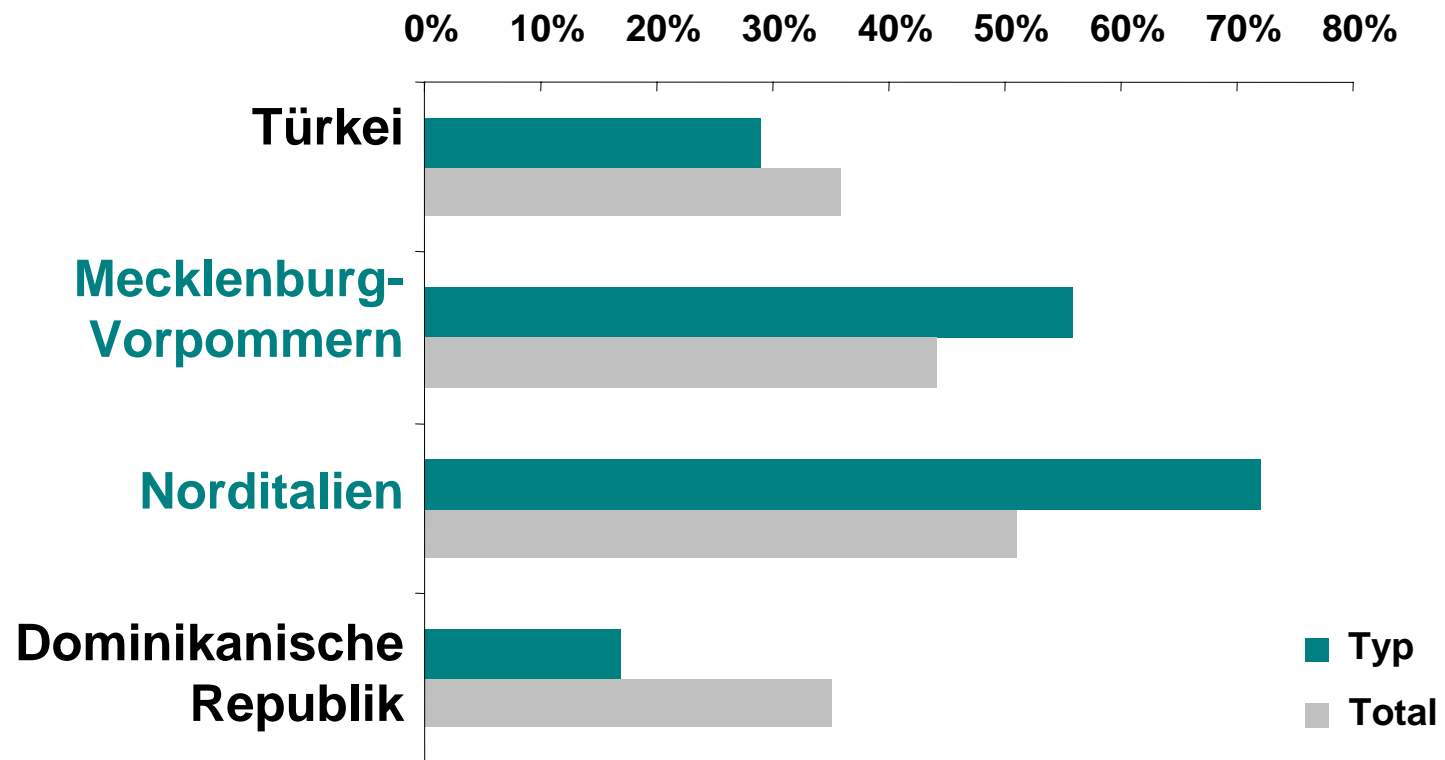
Seite 7

Oktober 2004



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN

ATTRAKTIVITÄT DER AUSGEWÄHLTEN DESTINATIONEN



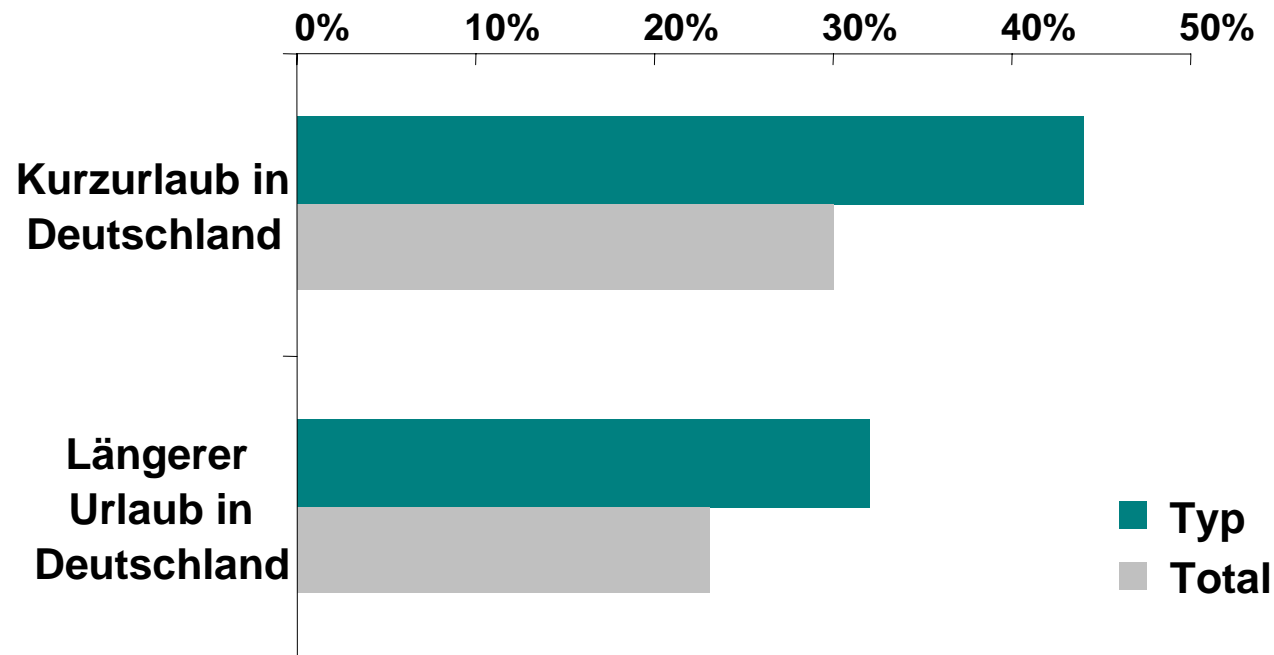
Antwort: „Sehr attraktiv / eher attraktiv“



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN

ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den nächsten drei Jahren



INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 9

Oktober 2004

Antwort: „Sehr wahrscheinlich“



DIE ANSPRUCHSVOLLEN KULTURREISENDEN KURZREISEN

- Hohe Reiseaktivität; sie unternehmen im Vergleich der Typen am häufigsten sowohl Urlaubs-, als auch Kurzreisen, viele mehrere pro Jahr
 - Überproportional Städtereisen, Kultur- und Studienreisen, auch naturnahe Kurzurlaube zum Wandern
 - Die Anreise erfolgt meist mit dem eigenen Auto, überdurchschnittlich auch mit einem Reisebus
- ➔ **Wichtige Zielgruppe für anspruchsvolle Kultur- und Städtekurzreisen, die von der Bahn als adäquatem Verkehrsmittel noch überzeugt werden muss**



FÜR WEITERE INFORMATIONEN...

- **Ansprechpartner für Gesamtprojekt:**

Öko-Institut e.V.

Martin Schmied
Novalisstraße 10
D-10115 Berlin

Tel.: +49-30-280486-82
Fax.: +49-30-280486-88
m.schmied@oeko.de

- **Ansprechpartner für Empirie:**

Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH

Konrad Götz
Hamburger Allee 45
D-60486 Frankfurt/M.

Tel.: +49-69-707691921
Fax.: +49-69-707691911
goetz@isoe.de

- **und im Internet...**

www.invent-tourismus.de