



Virtuelle Akademie
Nachhaltigkeit

Wertschöpfung

Episode 3: Die „Tourismuswirtschaft“ in Deutschland

Prof. Dr. Claudia C. Brözel
Hochschule für Nachhaltige Entwicklung, Eberswalde





Eingangszitat

Ausgetretene Pfade sind
die sichersten,
aber es herrscht viel
Verkehr.

Jeff Taylor, a New York based singer/songwriter and musician. He released the Organelle EP in 2014, and in 2012: Frustrations In Time Travel



Übersicht zur gesamten Lerneinheit

Episode 1:

Das ökonomische Konstrukt Wert und Wertschöpfung

Episode 2:

Die „Tourismuswirtschaft“ weltweit

Episode 3:

Die „Tourismuswirtschaft“ in Deutschland



Lernziele dieser Episode

Lernziel 1:

Sie kennen anerkannte Quellen für Kennzahlen im Tourismus.

Lernziel 2:

Sie können die Tourismuskonsumnachfrage in Deutschland anhand einiger Indikatoren beschreiben.

Lernziel 3:

Sie können die Kennzahl Reiseintensität erklären und diese Kennzahl beschreiben (Höhe, Entwicklung...)

Lernziel 4

Sie können die größten deutschen Reiseveranstalter nennen, ein Ranking bilden und damit deren Marktanteile beziffern.



Gliederung dieser Episode

- Anerkannte Quellen touristischer Kennzahlen in Deutschland
- Die wichtigsten Volumen Kennzahlen der Nachfrageseite
- Die Transportmittel-Entwicklung
- Die größten deutschen Reiseveranstalter
- Der Vertriebsmarkt in Deutschland
- Entwicklung von Informationssuche und Buchung
- Strukturwandel durch Digitalisierung



Wo recherchiert man Daten und Fakten?

- Das **Statistische Bundesamt** erhebt Daten, die in Deutschland tatsächlich stattfinden (Beherbergung, Gastronomie, Flugbewegungen, Passagiere an Flughäfen).
- Die **Reiseanalyse** der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. erfasst seit mehr als 30 Jahren das Reiseverhalten der Deutschen.
- Daten lassen sich ebenfalls bei allen Verbänden der Branche abrufen. (z.B. DRV, BTW, VIR)



Statistisches Bundesamt zu „Tourismus“

Pressemitteilung Nr. 089 vom 10.03.2016

Inlandstourismus Januar 2016: 5 % mehr Übernachtungen

Pressemitteilung Nr. 235 vom 08.07.2016

Inlandstourismus Mai 2016: 3 % mehr Übernachtungen

WIESBADEN – Im Mai 2016 gab es in den Beherbergungsbetrieben in Deutschland 43,2 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) nach vorläufigen Ergebnissen weiter mitteilt, war dies ein Plus von 3 % gegenüber Mai 2015

Pressemitteilung Nr. 275 vom 10.08.2016

Inlandstourismus im 1. Halbjahr 2016: 3 % mehr Übernachtungen

WIESBADEN – Im ersten Halbjahr 2016 gab es in den Beherbergungsbetrieben in Deutschland 199,2 Millionen Übernachtungen in- und ausländischer Gäste. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) nach vorläufigen Ergebnissen weiter mitteilt, war dies ein Plus von 3 % gegenüber dem ersten Halbjahr 2015.

Pressemitteilung Nr. 438 vom 08.12.2016

Inlandstourismus Oktober 2016: 4 % mehr Übernachtungen

Pressemitteilung Nr. 100 vom 17.03.2016

Gastgewerbeumsatz im Januar 2016 preisbereinigt um 1,7 % höher

WIESBADEN – Das Gastgewerbe in Deutschland setzte im Januar 2016 preisbereinigt (real) 1,7 % mehr um als im Vorjahresmonat. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis)

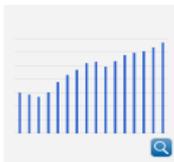
Pressemitteilung Nr. 297 vom 26.08.2016

1,5 Millionen mehr Flugpassagiere im 1. Halbjahr 2016

WIESBADEN – Im ersten Halbjahr 2016 stieg die Zahl der von deutschen Flughäfen abreisenden Passagiere um 1,5 Millionen oder 3,0 % auf 51,8 Millionen. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis)

Pressemitteilung Nr. 055 vom 19.02.2016

Plus von 7,5 Millionen Passagieren auf deutschen Flughäfen im Jahr 2015



WIESBADEN – Im Jahr 2015 starteten oder landeten insgesamt 193,9 Millionen Fluggäste auf deutschen Flughäfen. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, war dies ein Zuwachs von 7,5 Millionen Passagieren oder 4,0 % gegenüber 2014.

Wachstumsimpulse gingen dabei vor allem vom Auslandsverkehr aus, dessen Passagierzahlen sich gegenüber 2014 um 7,1 Millionen (+ 4,4 %) auf 170,8 Millionen erhöhten. Im Inlandsverkehr stieg die Anzahl der Fluggäste dagegen nur um 0,4 Millionen (+ 1,5 %) auf 23,1 Millionen.

Im Auslandsverkehr erreichten 2015 die europäischen Länder mit 132,9 Millionen Fluggästen gegenüber 2014 einen Zuwachs von 4,5 %. Überdurchschnittliche Wachstumsraten gab es dabei beispielsweise für die Türkei (+ 7,8 %), das Vereinigte Königreich (+ 6,3 %) und Italien (+ 6,2 %).

Das Passagieraufkommen im Interkontinentalverkehr erhöhte sich um 3,7 %. Das größte Plus erzielte hierbei mit + 7,2 % Asien, wobei Japan (+ 11,2 %), die Vereinigten Arabischen Emirate (+ 11,1 %) und Israel (+ 10,3 %) jeweils zweistellig zulegen konnten.

Die Passagierzahlen für Amerika blieben dagegen nahezu konstant (+ 0,3 %), was auf die Entwicklung in den beiden aufkommensstärksten Ländern zurückzuführen ist: Die Werte für die Vereinigten Staaten gingen zurück (– 0,6 %), die Werte für Kanada stagnierten.

Die Passagierzahlen für Afrika nahmen unterdurchschnittlich um 3,3 % zu. Ursache war die Entwicklung in Tunesien, das 2015 mehr als ein Drittel (– 35,4 %) seines Passagierolumens verlor. Nach dem Terroranschlag zur Jahresmitte brach die Anzahl der Fluggäste in der zweiten Jahreshälfte um 49,2 % gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum ein.



Die Nachfrage (Reiseanalyse)

- **Methode der Reiseanalyse:**
- Im Rahmen der Reiseanalyse werden deutschlandweit über 12.000 Interviews durchgeführt, davon 7.500 in einem persönlichen ca. einstündigen Interview und 5.000 online.
- Diese Befragungen widmen sich **Urlaubsreisen** mit mindestens einer Übernachtung, wobei zwischen Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer und Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer unterschieden wird. Die Ergebnisse sind jeweils repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland.
- **RA face-to-face Befragung:**
Repräsentativ für deutschsprachige Personen ab 14 Jahren in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Random Route). Im Januar 2017 werden mehr als 7.500 Personen persönlich in den Haushalten zu urlaubsbezogenen Themen befragt.
- **RA online:**
Repräsentativ für deutschsprachige Personen von 14 bis 70 Jahre in Privathaushalten in Deutschland (Auswahl: Online Access Panel). Onlineerhebungen im Mai und November 2016 mit insgesamt 5.000 Personen. Thematische Schwerpunkte sind online-relevante Fragestellungen sowie Kurz- und Städtereisen.



Die Reiseanalyse – wichtige Volumenkenzzahlen

Erste ausgewählte Ergebnisse der 46. Reiseanalyse zur ITB 2016

Urlaubsreiseintensität 2015:
77%

**€ 87 Mrd. Gesamtausgaben
für Urlaubsreisen und
Kurzurlaubsreisen**

Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen 2015: Volumenkennziffern*



Urlaubsreisen (ab 5 Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen p. P.	Urlaubsreisen	Ausgaben p. P. u. Reise	Umsatz
2015	53,4 Mio.	1,29	69,1 Mio.	€ 954	€ 65,9 Mrd.

Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen p. P.	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben p. P. u. Reise	Umsatz
2015	31,7 Mio.	2,43	77,1 Mio.	€ 274	€ 21,1 Mrd.

* Bei Zeitgleichen mit früheren Reiseanalysen ist die aktualisierte Basis für die Hochrechnung zu beachten (siehe Kasten auf S. 3)

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage): deutschsprachige Bevölkerung 14+ J., Jan. bis Dez., Quelle: RA 2016 face-to-face;

Basis: Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage): deutschsprachige Bevölkerung 14-70 J., Nov. bis Okt., Quelle: RA online 11/2015

Quelle: http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2016/RA2016_Erste_Ergebnisse_DE.pdf



Die Reiseintensität

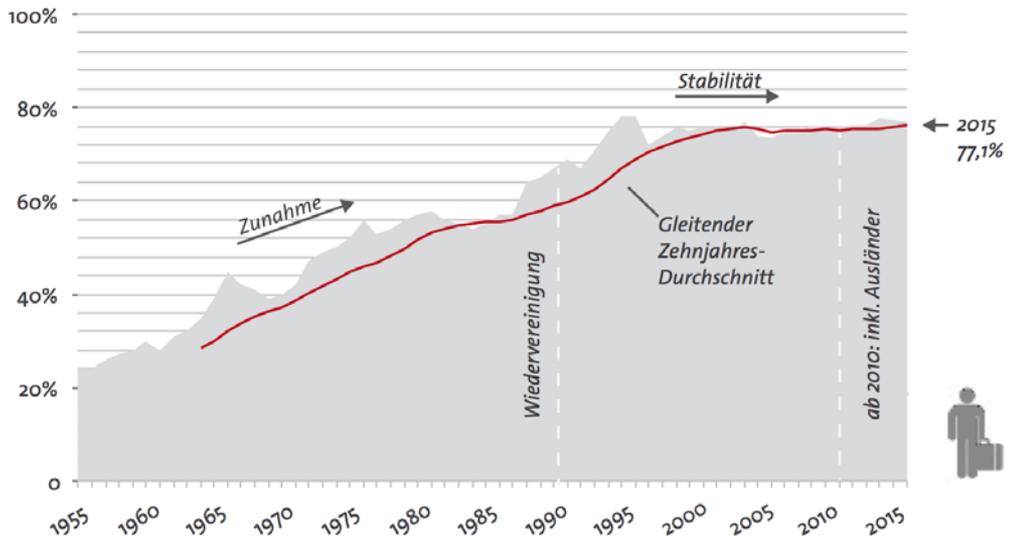
Das zentrale Merkmal (für die Nachfrage nach Urlaubsreisen) ist die **Urlaubsreiseintensität**.

Diese ist definiert als der Anteil der Bevölkerung ab 14 Jahre, der **in einem Jahr mindestens eine Urlaubsreise mit einer Dauer von mindestens 5 Tagen unternimmt**.

Im Jahr 2011 haben 76% der deutschsprachigen Bevölkerung (70 Mio., ab 14 Jahre in Privathaushalten) wenigstens eine Urlaubsreise unternommen.

Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2015

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche • Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2016, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



2015 unternahmen gut 77% der Bevölkerung in Deutschland mindestens eine Urlaubsreise von fünf Tagen oder länger. Seit Mitte der 1990er Jahre liegt die Urlaubsreiseintensität recht stabil auf dem hohen Niveau von etwa drei Viertel der Bevölkerung.

Quelle: VIR: Daten und Fakten 2016, S. 22

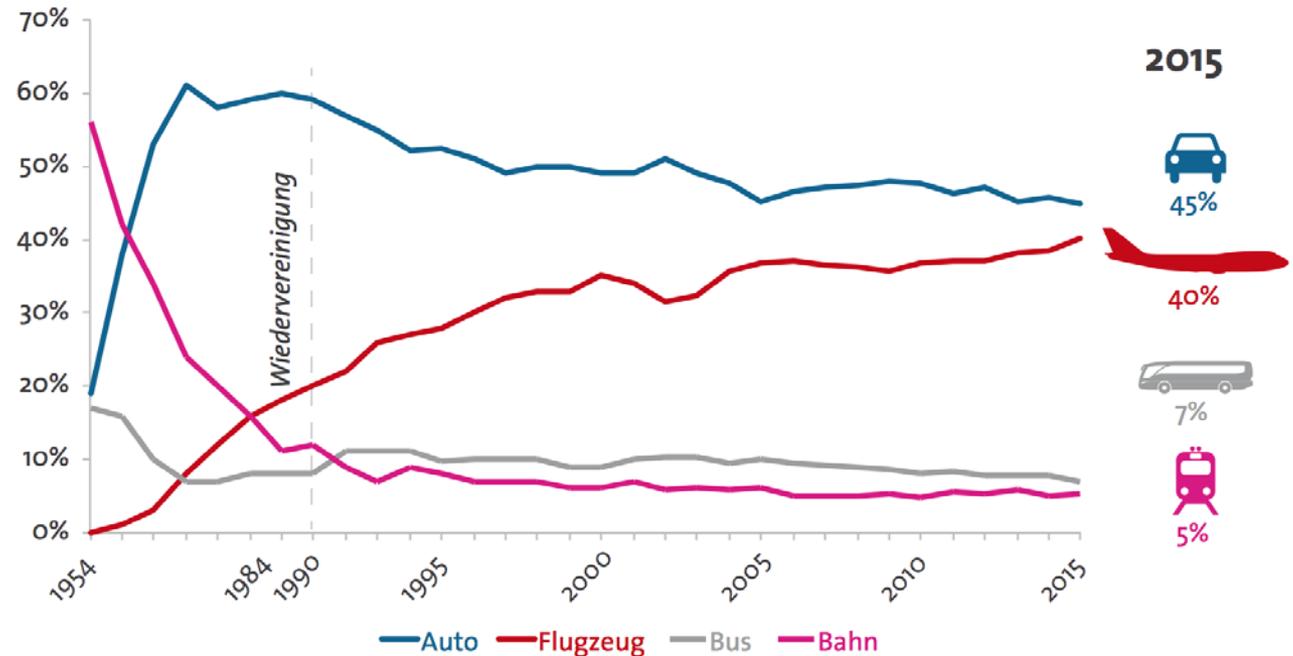


Die Reiseanalyse – Transportmittel

Verkehrsmittel:
PKW am wichtigsten,
Flugreisen gewinnen
Marktanteile.

Verkehrsmittel der Urlaubsreise 1954 bis 2015

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2009 nur Deutsche
Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil • Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2016, FUR; 1954-1969: Diverse Untersuchungen



Ranking der genutzten Verkehrsmittel seit Anfang der 1990er Jahre unverändert:

Auto vor Flugzeug, Bus und Bahn. Marktanteilsgewinne in dieser Zeit beim Flugzeug zu Lasten der anderen Verkehrsmittel.

Quelle: VIR: Daten und Fakten 2016, S. 24



Die Reiseanalyse – Info/Buchungsverhalten

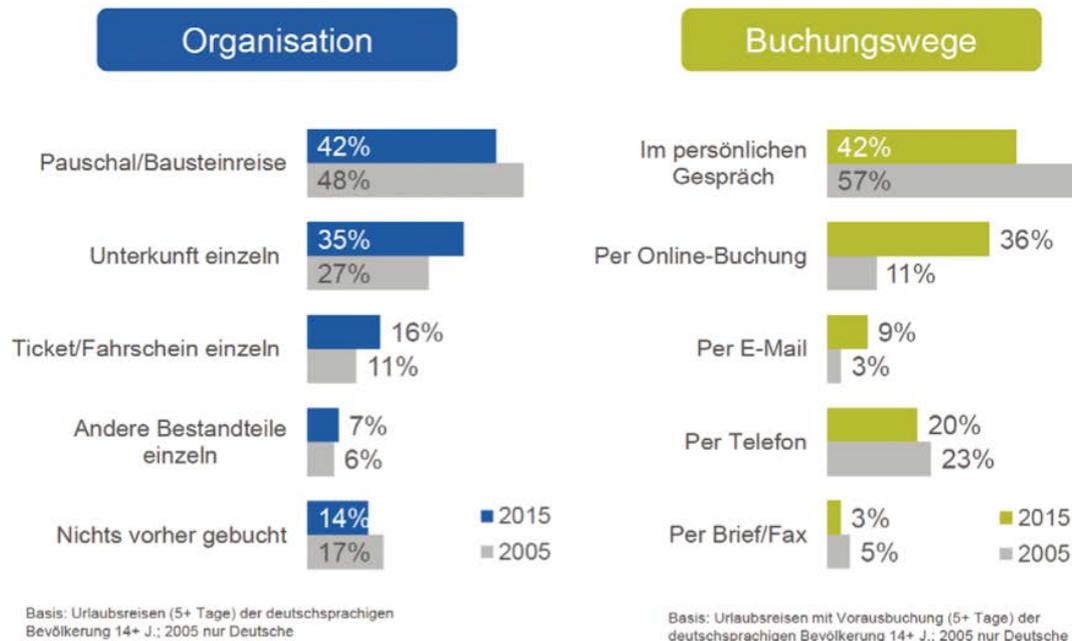
**Langfristiger
Strukturwandel**

**ZUWACHS:
Unterkunftsanbieter
und Internetportale**

**RÜCKGANG:
Reisebüros und
Pauschalreisen**

*Trend 2025**
**Schon vor 2020 wird die
Mehrheit der Urlaubsbu-
chungen online generiert.**

Urlaubsreiseorganisation und -buchung



Quelle: RA 2006 und RA 2016 face-to-face

Quelle: Erste ausgewählte Ergebnisse der 46. Reiseanalyse zur ITB 2016



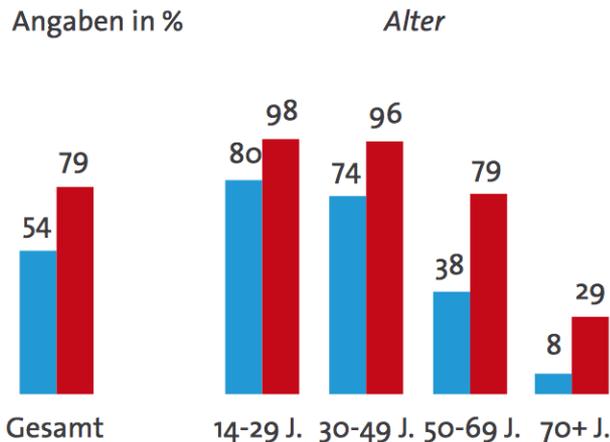
Deutsche sind online – auch „Nachzügler“

Internetzugang 2006 und 2016 im Detail

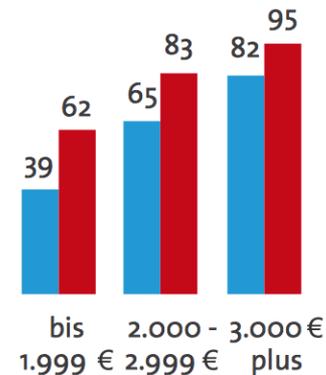
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre; 2006 nur Deutsche • Quelle: Reiseanalyse 2006 und 2016, FUR

■ Jan. 2006 ■ Jan. 2016

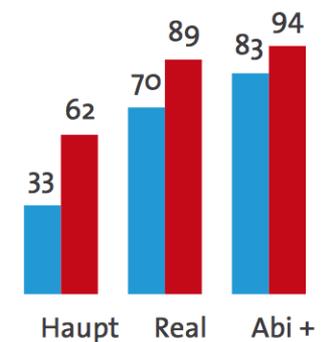
Angaben in %



HHN-Einkommen pro Monat



Schulbildung



Entwicklung 2006 → 2016

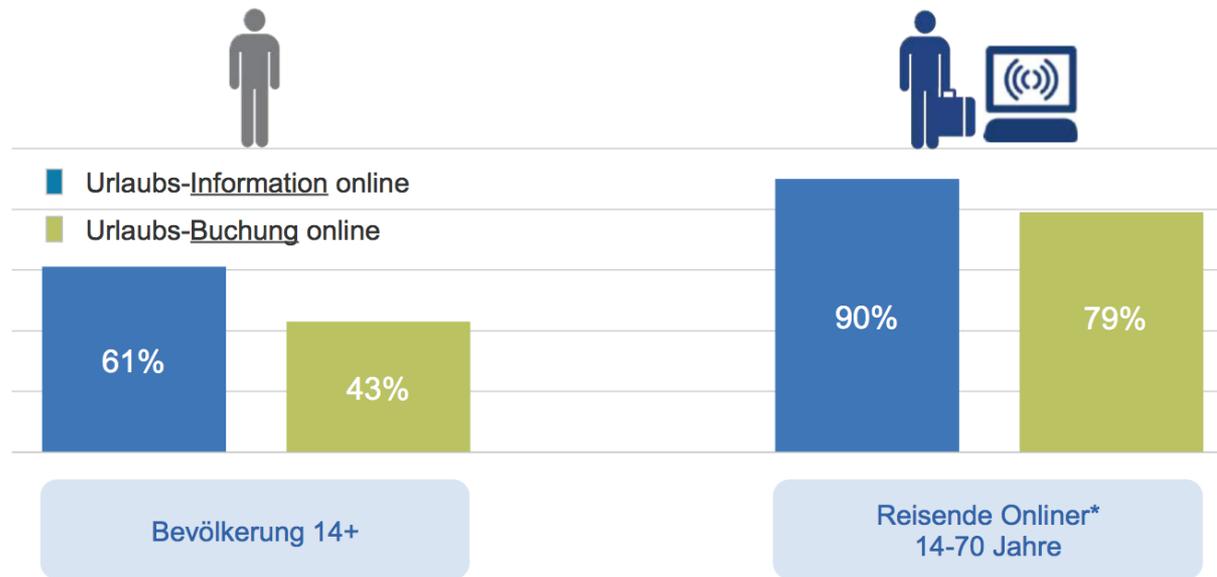


Alle Teilgruppen wachsen, die „Nachzügler“ am stärksten (ältere Menschen, Personen mit geringerem Einkommen, Personen mit geringerer Schulbildung).



Onliner planen auch online

Internet: Wer sowieso drin ist und gern in den Urlaub fährt, nutzt es auch für die Reiseplanung.

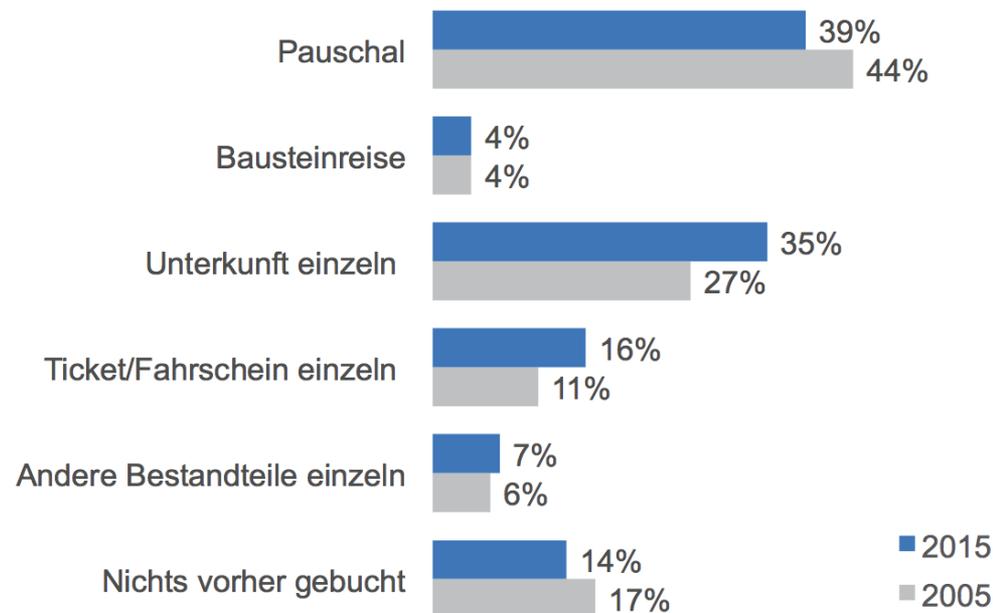


* Onliner, die in den letzten 12 Monaten Urlaubs- (5+ Tage) oder Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) unternommen haben



Das Netz ermöglicht den Strukturwandel

Urlaubsreiseorganisation: langsamer Strukturwandel zu mehr Buchungen von Einzelleistungen

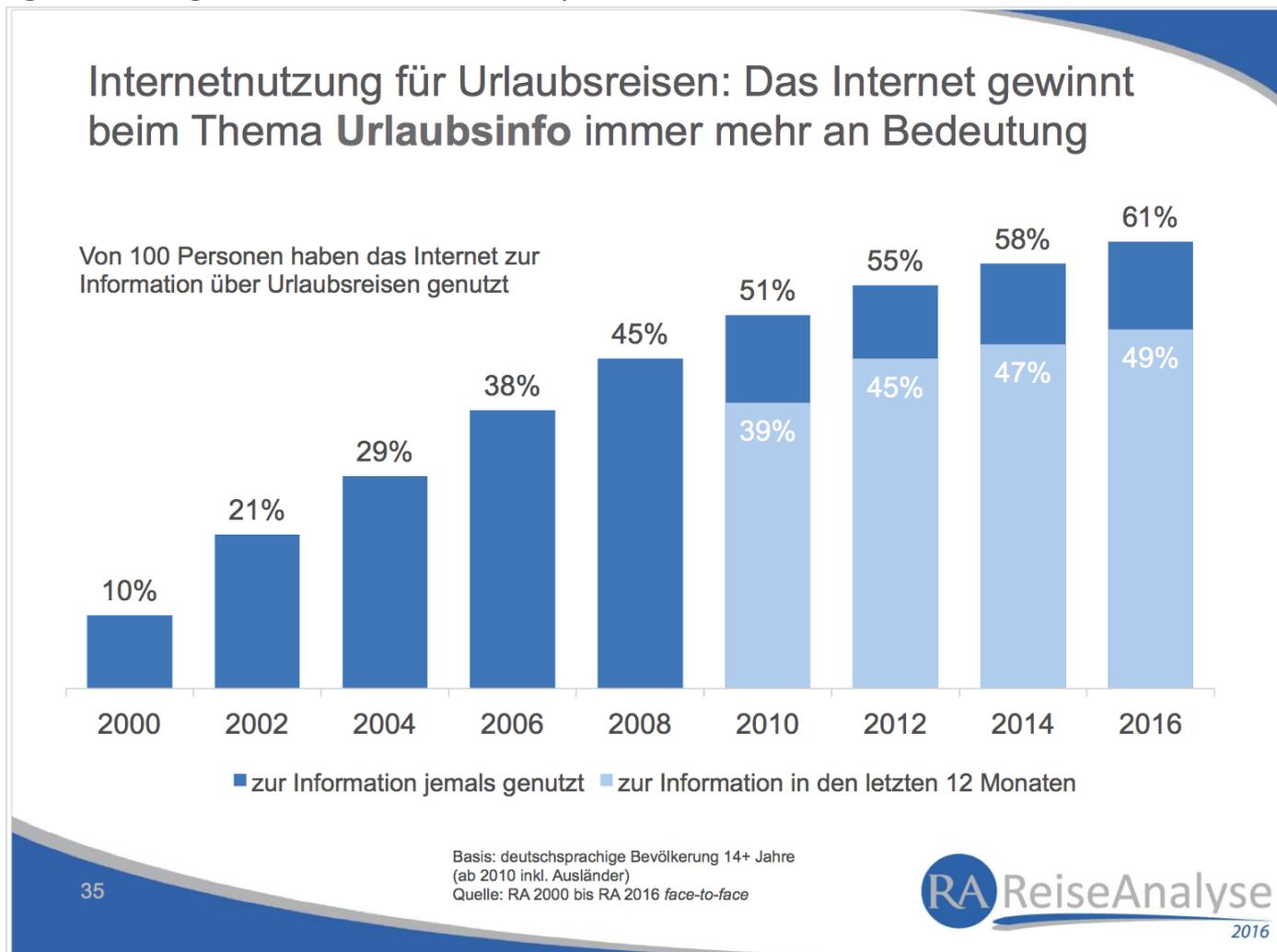


Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung
14+ J.; 2005 nur Deutsche
Quelle: RA 2005 und RA 2014 face-to-face



Das Netz wird intensiv zur Infosuche genutzt

Erste ausgewählte Ergebnisse der 46. Reiseanalyse zur ITB 2016



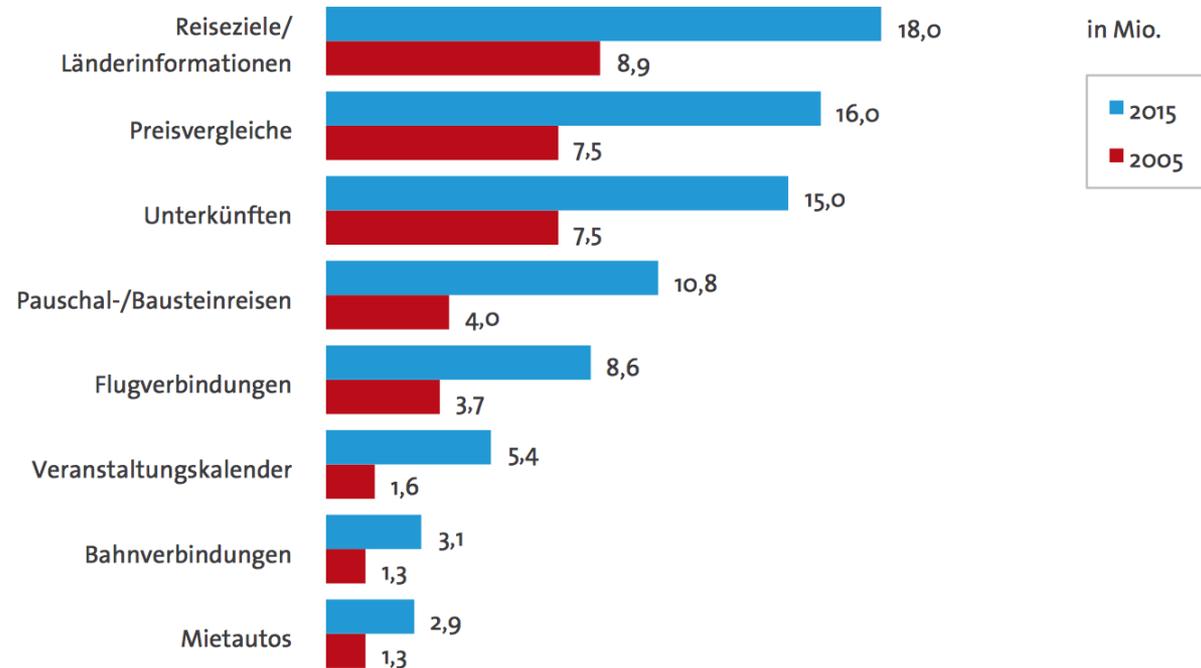
Quelle: http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2016/RA2016_Erste_Ergebnisse_DE.pdf



Daten und Fakten

Urlaubsinfo im Internet: Information zu Reisezielen vor Preisvergleichen und Unterkünften

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre • Quelle: Reiseanalyse 2006 und 2016, FUR



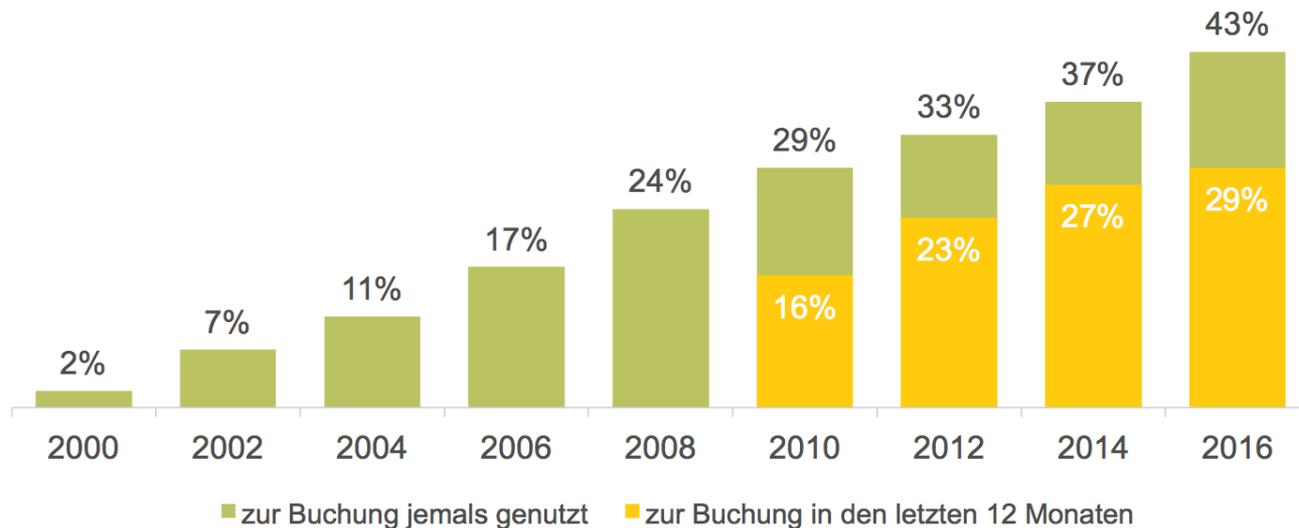
In den vergangenen 10 Jahren hat sich die Zahl derjenigen, die sich vor einer Reise im Internet informieren, mehr als verdoppelt. Dahinter stecken nicht nur mehr Internetnutzer, sondern auch eine deutliche Zunahme der Nutzungsintensität dieses Informationsmediums. Am Ranking der Informationsinhalte hat sich im Zeitverlauf nichts geändert: Informationen zu Reisezielen liegen vor Preisvergleichen und Unterkünften.



Online Buchung gewinnt an Bedeutung

Internetnutzung für Urlaubsreisen: Das Internet gewinnt beim Thema **Urlaubsbuchung** immer mehr an Bedeutung

Von 100 Personen haben das Internet zur Buchung von Urlaubsreisen genutzt



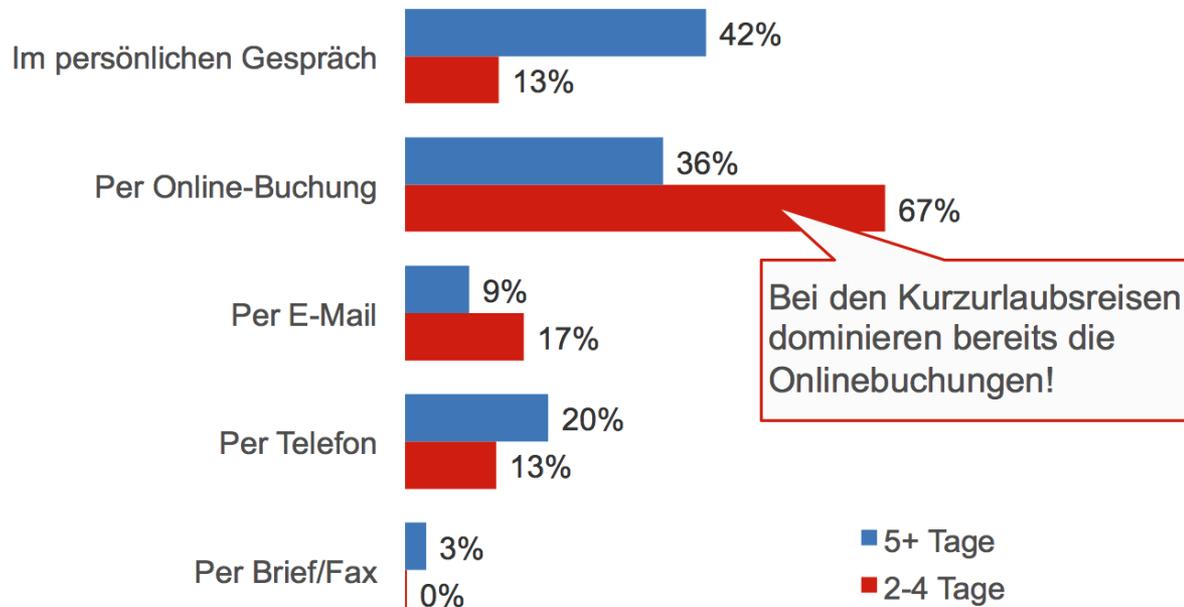
36

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2000 bis RA 2016 *face-to-face*



Kurzreisen werden online gebucht

Buchungswege bei Urlaubsreisen: „lange“ Urlaubsreisen vs. Kurzurlaubsreisen

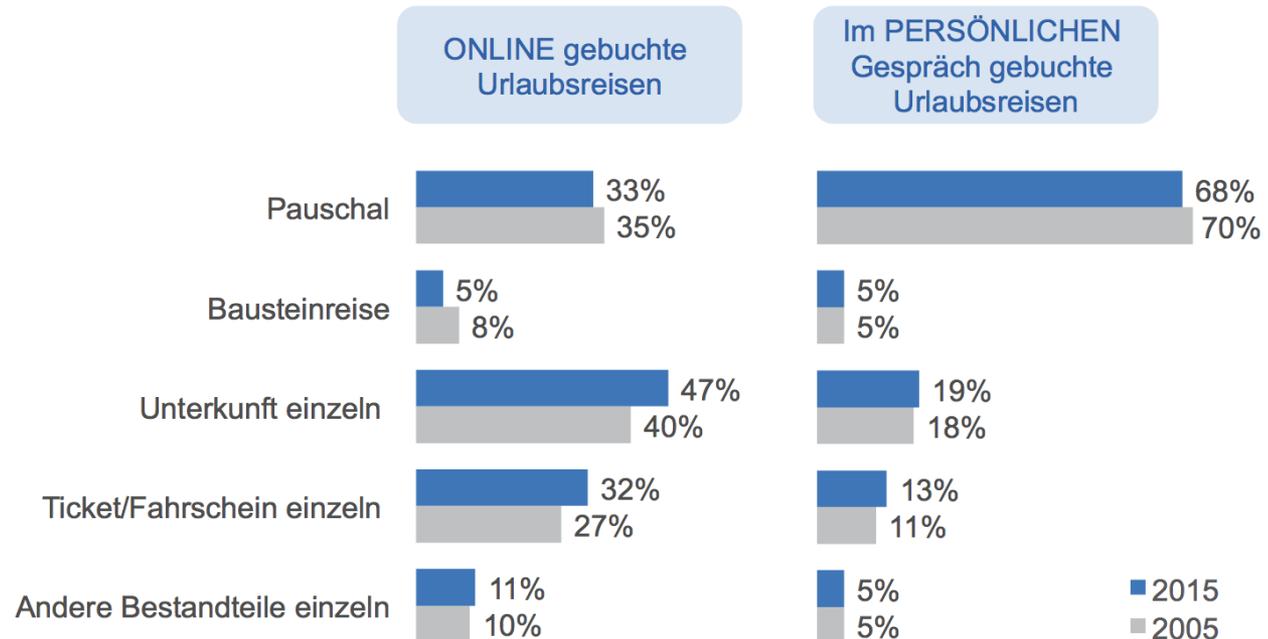


Urlaubsreisen (ab 5 Tagen) mit Vorabbuchung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung
14+ Jahre
Quelle: RA 2016



Einzelleistungen werden mehrheitlich online gebucht

Urlaubsreiseorganisation nach Buchungsweg: Online sehr breit aufgestellt



42

Urlaubsreisen der deutschsprachigen Wohnbevölkerung
14+ J.; 2005 nur Deutsche
Quelle: RA 2005 und RA 2014 *face-to-face*

RA ReiseAnalyse
2016

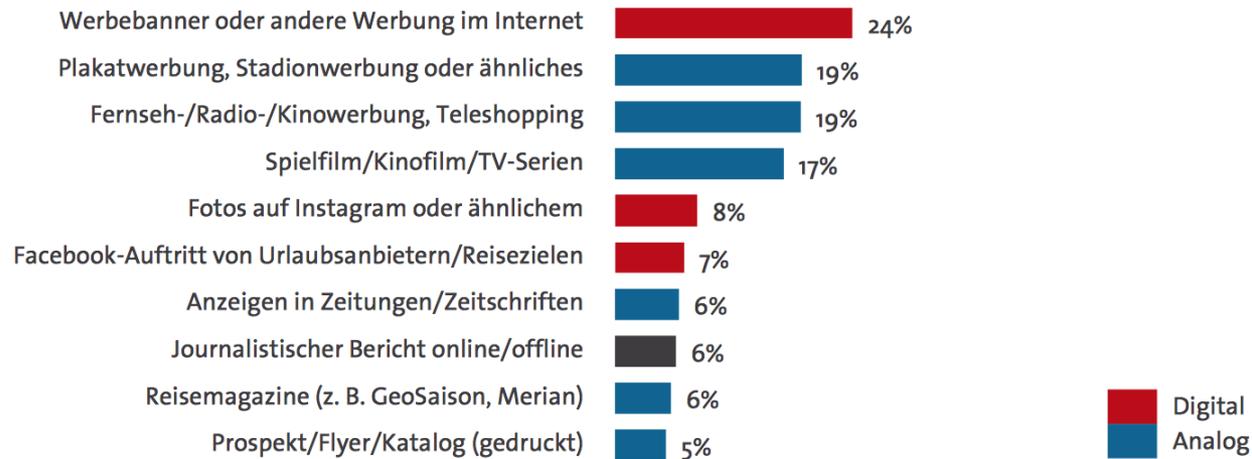
Quelle: VIR- Pressekonferenz ITB 2016; Daten und Fakten 2016



Welches Marketing nervt?

Welche Marketinginstrumente sind aus Kundensicht besonders nervig? (TOP 10 von 25)

Basis: deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende 14-70 Jahre · Quelle: Reiseanalyse 2016, FUR – Modul Inspiration und Information



Generell lassen sich die Deutschen von der Ansprache durch Marketinginstrumente der Urlaubsanbieter nicht so schnell nerven. Wenn, dann fühlen sie sich am ehesten genervt durch Werbung im Internet, durch Out-of-home Werbung, durch Fernsehwerbung oder Produktplatzierung in Filmen.

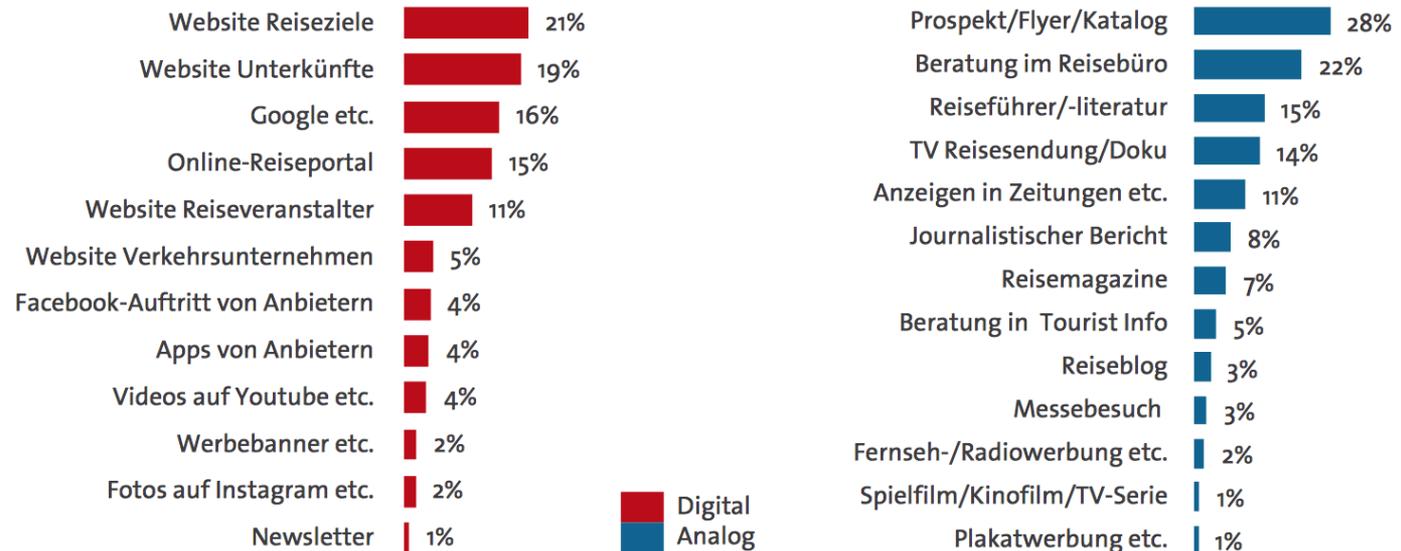
Quelle: VIR: Daten und Fakten 2016, S. 32



Welches Marketing inspiriert?

Bewusste Nutzung von Marketinginstrumenten zur Inspiration und Information bei der Urlaubsplanung

Basis: Haupturlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre 2015 · Quelle: Reiseanalyse 2016, FUR – Modul Inspiration und Information



Vor der Urlaubsreise kommunizieren die Anbieter über verschiedene Marketinginstrumente mit den Kunden. Im Schnitt nutzt ein Urlauber dabei 2,2 der abgefragten Quellen zur Inspiration und Information für seine Reise. Dabei informieren sich 28% digital und analog, 16% ausschließlich digital und 27% ausschließlich analog. 29% nutzen keine der genannten Quellen.

Quelle: VIR: Daten und Fakten 2016, S. 32



Die Nachfrageseite

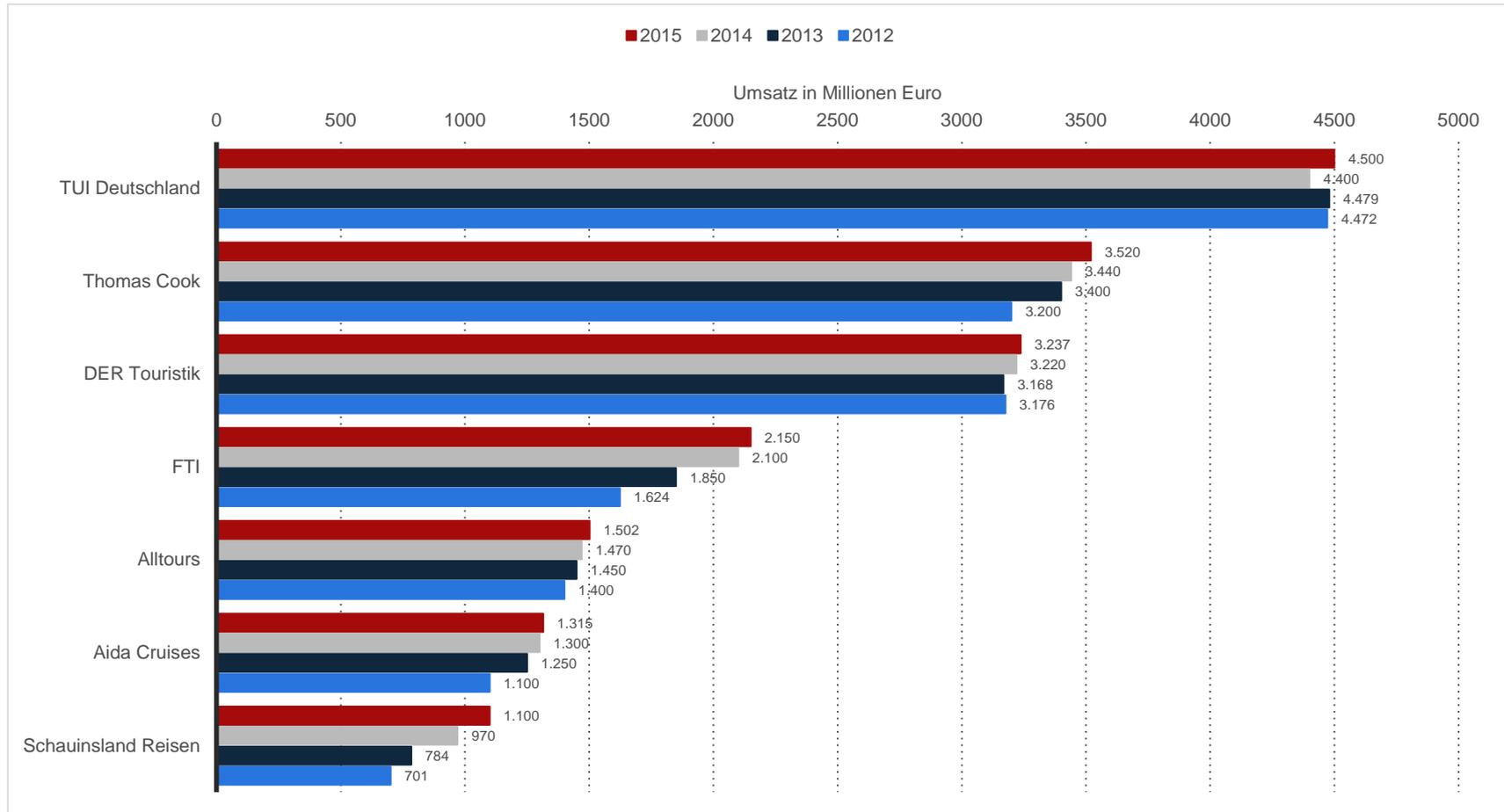
Der Markt

- Reiseveranstalter: Deutschland ist dominiert vom Veranstaltermarkt (Pauschalreise)
- Reisevertrieb (Reisebüros/Online)



Reiseveranstalter in Deutschland nach Umsatz bis 2015

Umsatz der **größten Reiseveranstalter** in Deutschland in den Jahren 2012 bis 2015 (in Millionen Euro)

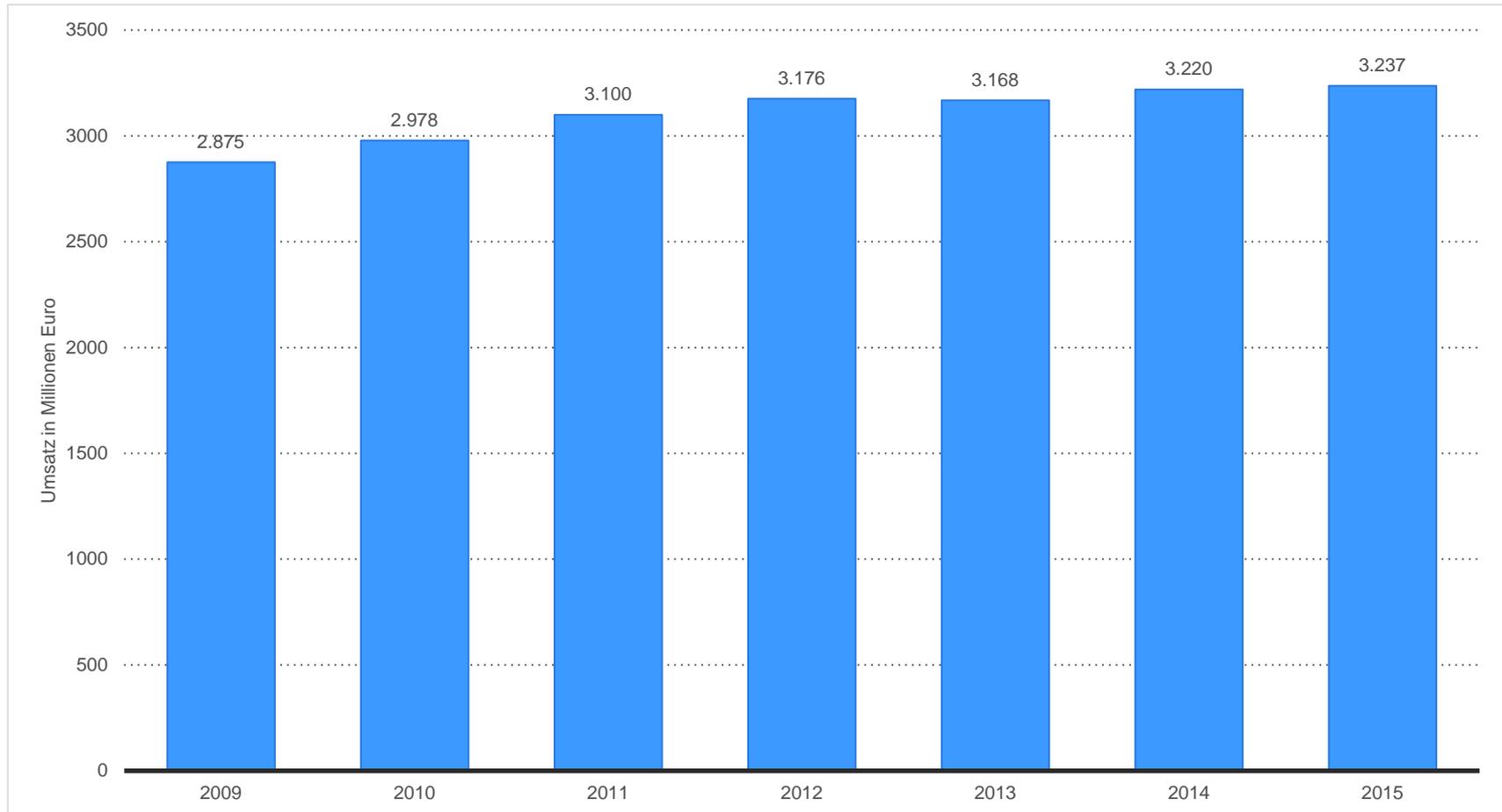


Quelle: DRV; fww; Deutsches Reisebüro, 2016



Umsatzentwicklung DER Touristik

Umsatz von DER Touristik in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2015
(in Millionen Euro)

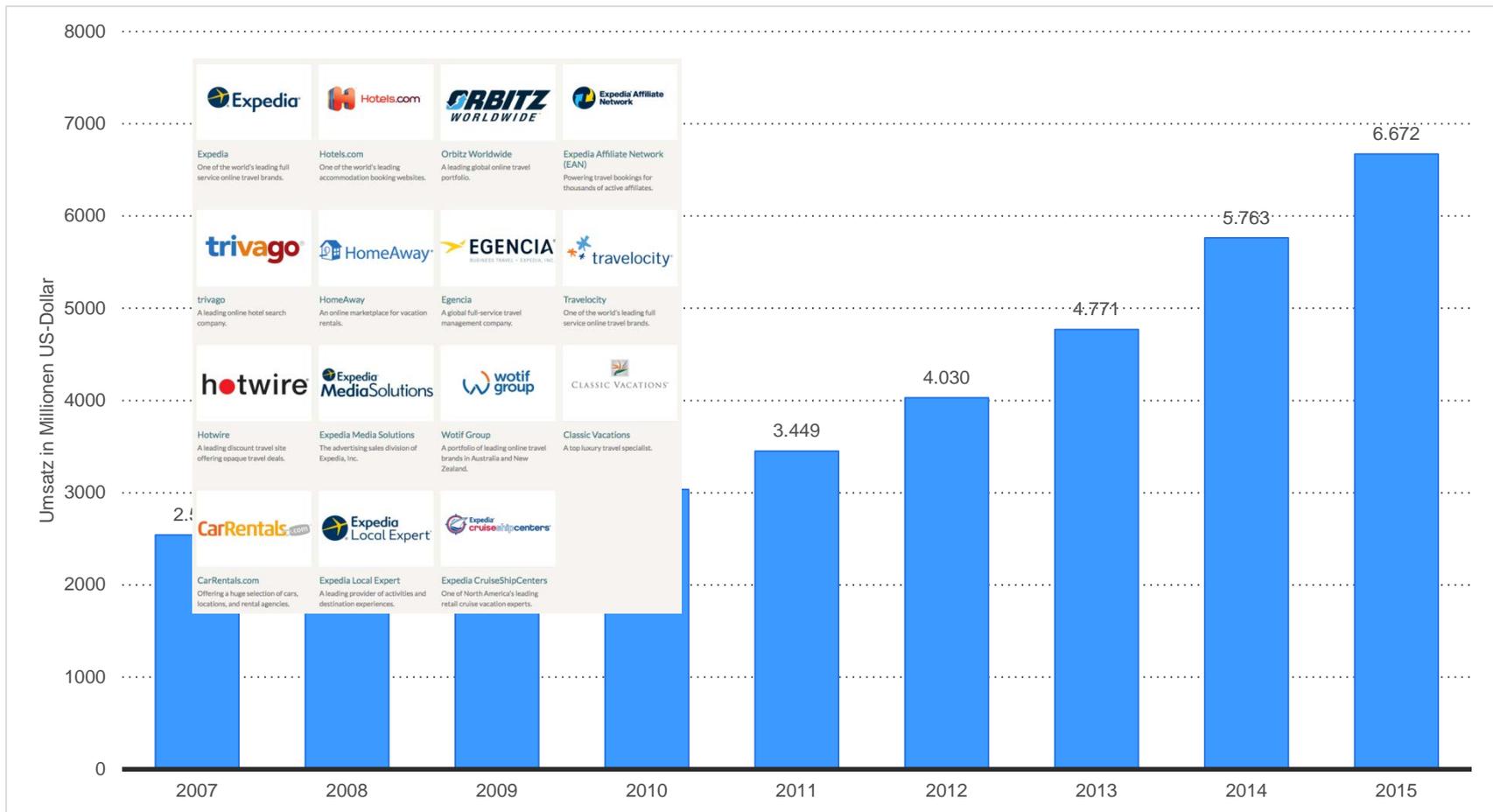


Quelle: DRV; fww; Deutsches Reisebüro, 2016



Umsatzentwicklung Expedia Inc.

Umsatz von Expedia Inc. von 2007 bis 2015 (in Millionen US-Dollar)

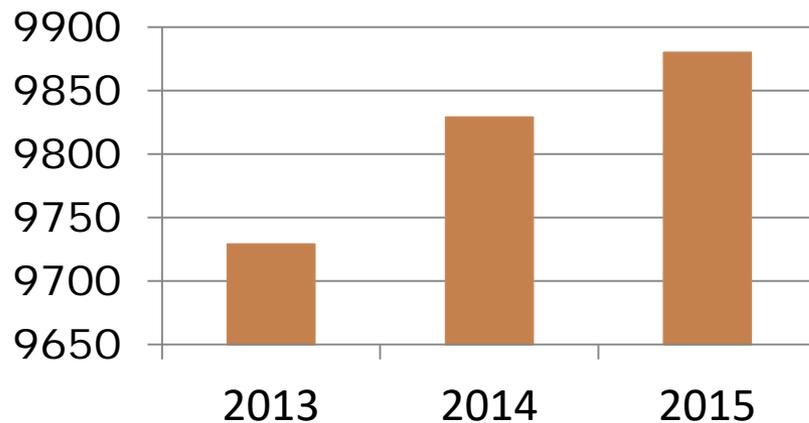


Quelle: Expedia, 2017

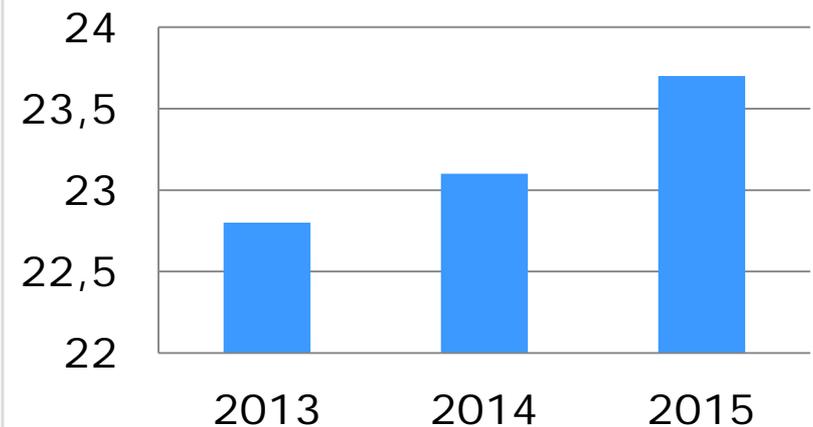


Stationärer Vertrieb in Deutschland

Anzahl Reisebüros



Umsatz in Mrd Euro

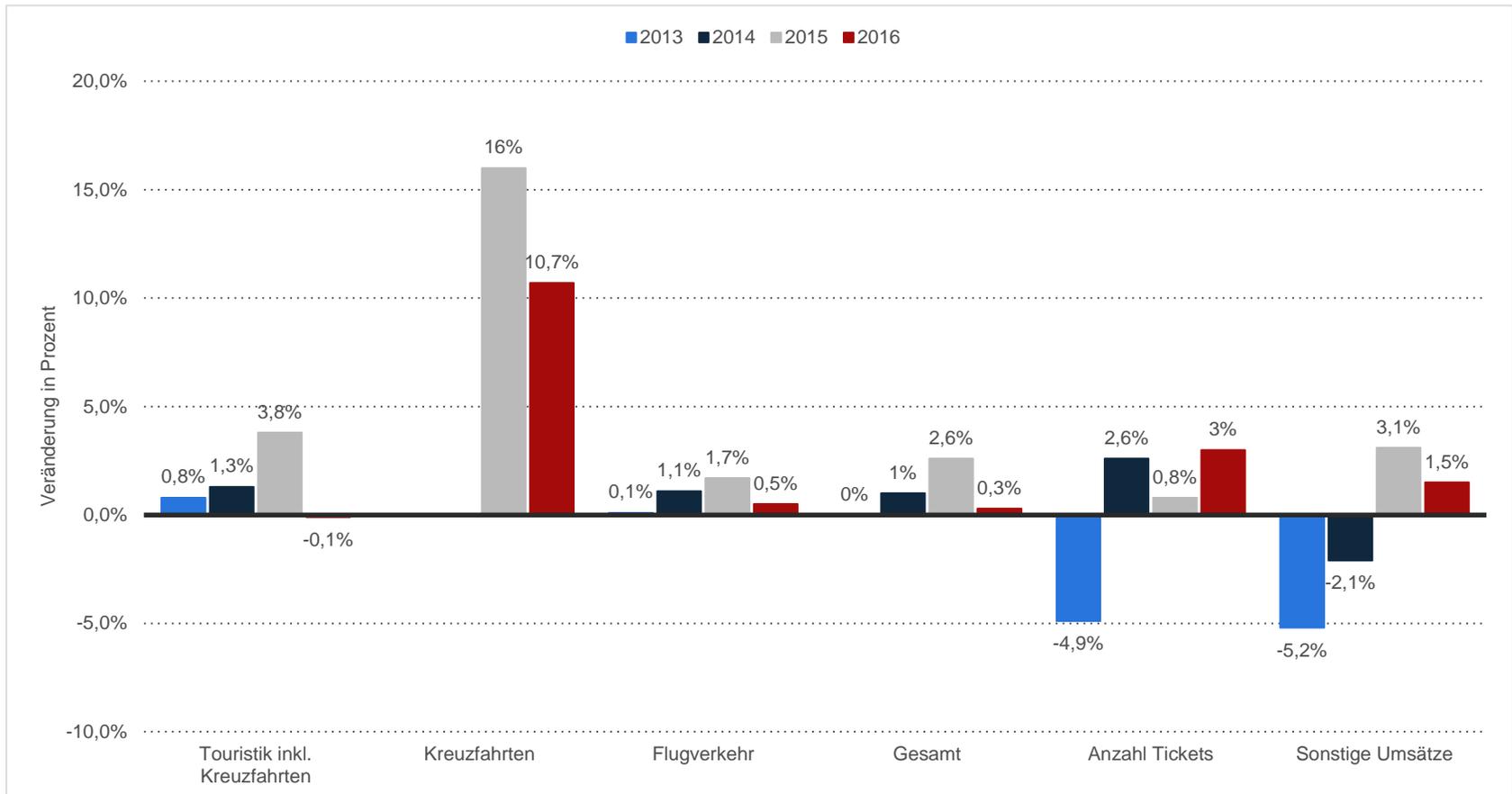


Quelle: DRV; fww; Deutsches Reisebüro, 2016



Umsatzentwicklung Reisebüros in Deutschland

Umsatzentwicklung der Reisebüros in Deutschland
in den Jahren 2013 bis 2016 nach Bereichen (im Vergleich zum jeweiligen
Vorjahr)



Quelle: Ta.ts, 2017



Tourismuswirtschaft in Deutschland

- Deutschland ist ein OUTGOING Land – das bedeutet, dass mehr Menschen „aus“ dem Land reisen, als einreisen.
- Deutschland als Reiseziel – bis vor einigen Jahren eher weniger beliebt – die letzten Jahre sattes +
- Deutsche reisen auch zunehmend im eigenen Land.
- Deutsche Reiseveranstalter stellen eine große Anzahl Arbeitsplätze zur Verfügung.
- Ausgleichsfunktion des Tourismus – Deutschland als Exportland (Warenausfuhr – Geldeinfuhr) → außenwirtschaftliches Gleichgewicht



Aufgaben für das Selbststudium

1. Beschreiben Sie die Informationssuche, Entscheidung und Buchung Ihrer letzten Reise. Beschreiben Sie dabei, welche Anbieter aus der Tourismuswirtschaft Ihnen Dienste zur Verfügung gestellt haben/Sie genutzt haben.
2. Inwiefern hat der Tourismus in Deutschland eine Ausgleichsfunktion im Leistungsbilanzsaldo?
3. Woran lässt sich ein Strukturwandel in der Tourismuswirtschaft deutlich erkennen?
4. Nennen und beschreiben Sie einige wichtige Indikatoren für die Tourismusnachfrage in Deutschland.
5. Stellen Sie einen Bezug zwischen dem Eingangszitat und dem Kapitel her.



Literatur und Quellen - weiterführende Links

- Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (2016), Erste ausgewählte Ergebnisse der 46. Reiseanalyse zur ITB 2016 http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/RA_2016/RA2016_Erste_Ergebnisse_DE.pdf
- Verband Internet & Reisen (2016), Daten und Fakten zum Online-Reisemarkt, Unterhaching <https://v-i-r.de/wp-content/uploads/2016/03/df-2016-web-1.pdf>
- Deutscher ReiseVerband (2016), Der deutsche Reisemarkt – Zahlen und Fakten 2015, https://www.driv.de/securedl/0/0/1484477872/ef8035dc3a87a36fee2136c442027f5fc47b3391/fileadmin/user_upload/Fachbereiche/Statistik_und_Marktforschung/Fakten_und_Zahlen/16-09-16_Zahlen_Fakten_2016_aktualisiert_0616.pdf
- Ta.ts (2017), ta.ts Reisebürospiegel Geschäftsjahr 2016