

# Aktuelle Trends im Deutschlandtourismus.

## Neue Erkenntnisse aus dem GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland.



*ITB 2015  
Donnerstag, 05.03.2015*

*Prof. Dr. Bernd Eisenstein, IMT der FH Westküste  
Dipl.-Geogr. Roland Gaßner, GfK Travel & Logistics*

CityCube Berlin

## Ziel

## Messung des Reiseverhaltens

### Stichprobe

- Repräsentativauswahl von 20.000 privaten, deutschen Haushalten mit ca. **45.000 Personen**

### Grundgesamtheit

- **74 Mio. Deutsche** ab 0 Jahren

### Befragungsart

- **monatlich**, retrospektiv, zum Selbstauffüllen
- 90% Online-Teilnahme, 10% Offline-Teilnahme

### Repräsentativ nach

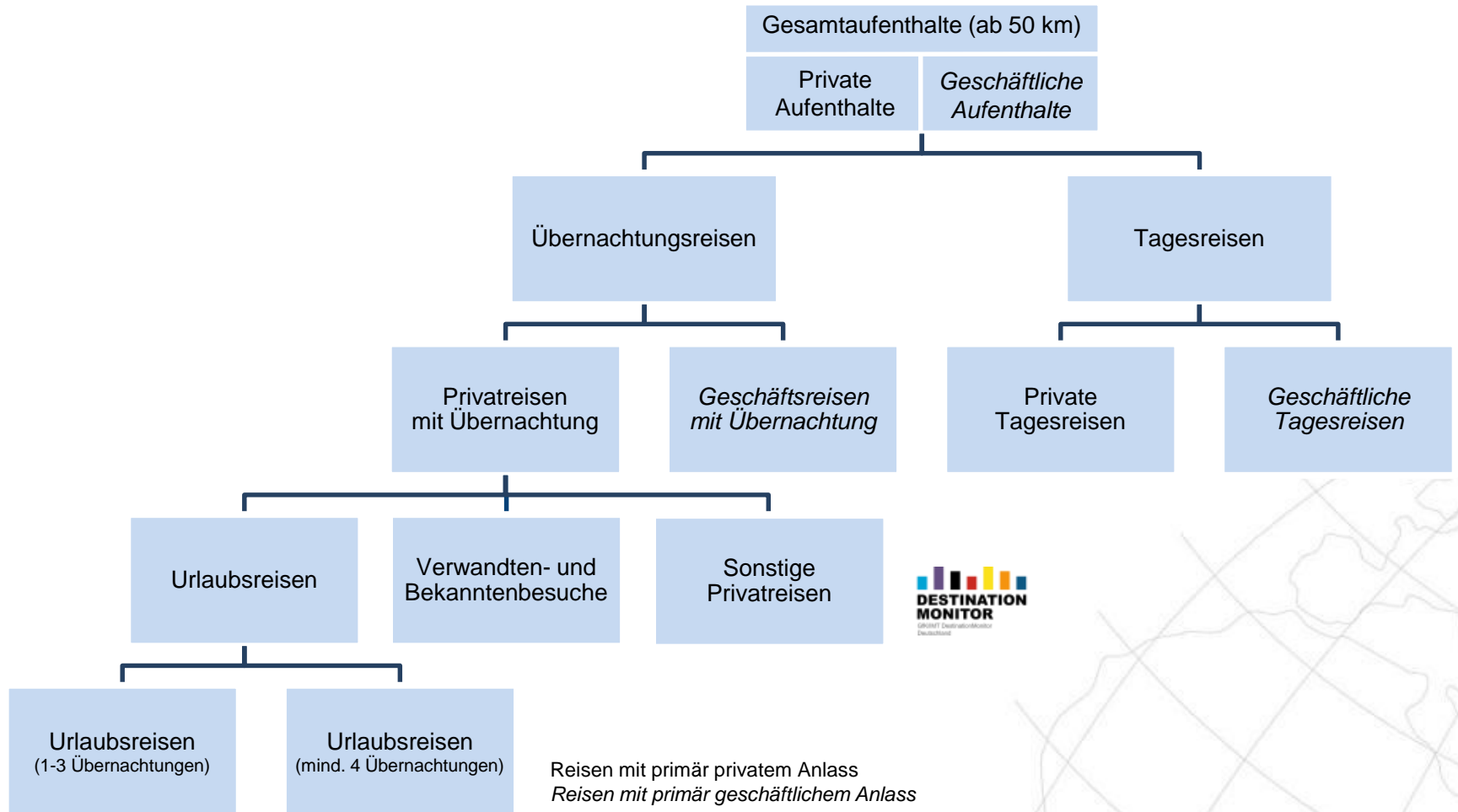
- Alter und Geschlecht der Person
- Haushaltsgröße
- Anzahl der Kinder unter 14 Jahren im Haushalt
- Berufsgruppe des Hauptverdieners
- Bundesland und Regierungsbezirk
- Ortsgrößenklasse, politisch und BIK-Regionen
- Haushaltsnettoeinkommen
- Internetnutzung

# GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland



Grundlage: GfK Regiomarketing, Gestaltung: IMT

## GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland – *Betrachtete Marktsegmente*



## GfK/IMT DestinationMonitor – Hochgerechnete Aufenthaltstage 2014

# 1.263,5 Mio.

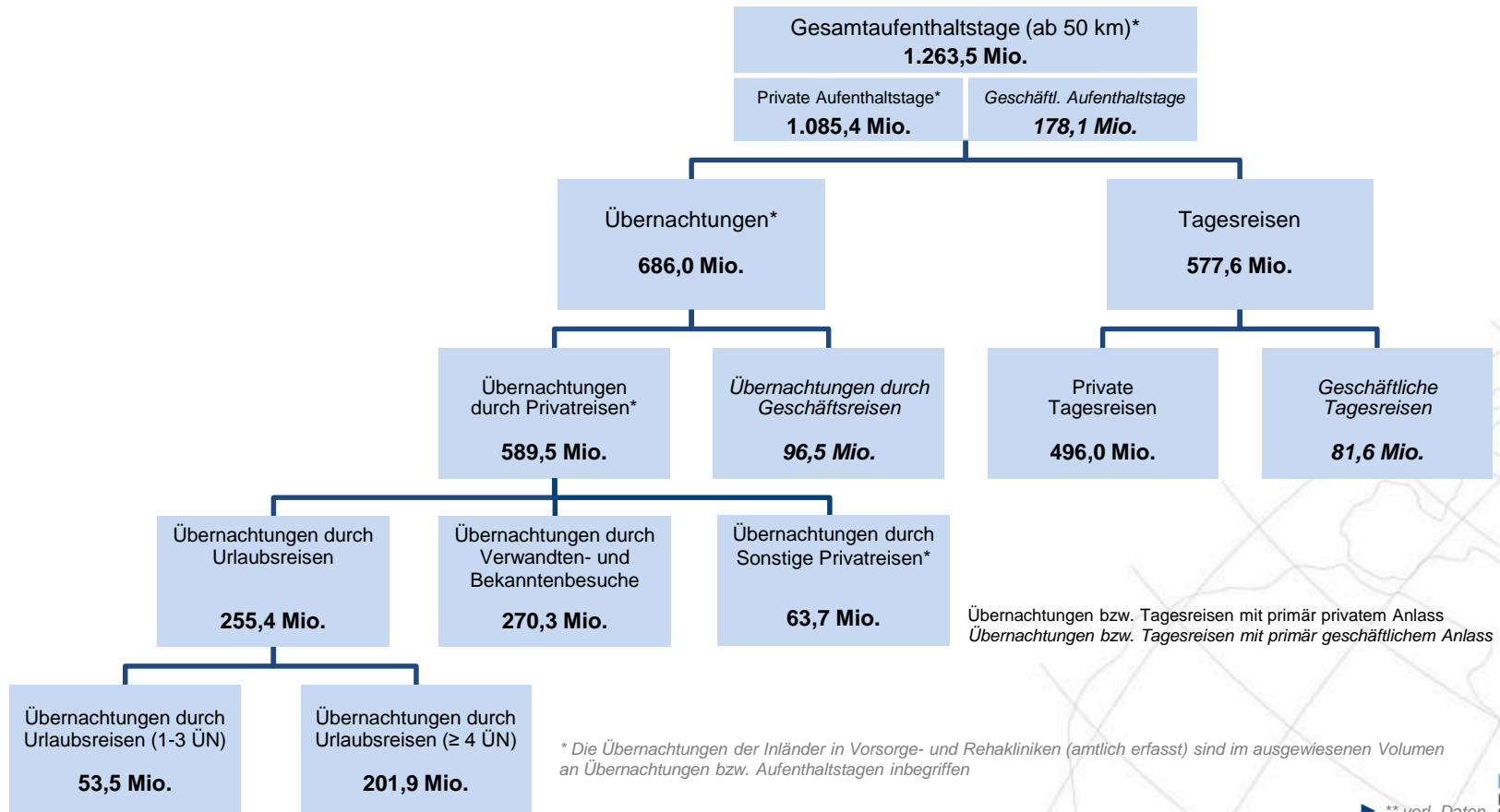
Aufenthaltstage der Deutschen in Deutschland

+1%

## GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland – *Volumenübersicht Übernachtungen und Tagesreisen*

Übersicht: Übernachtungen\* und Tagesreisen der Inländer (in Mio.)

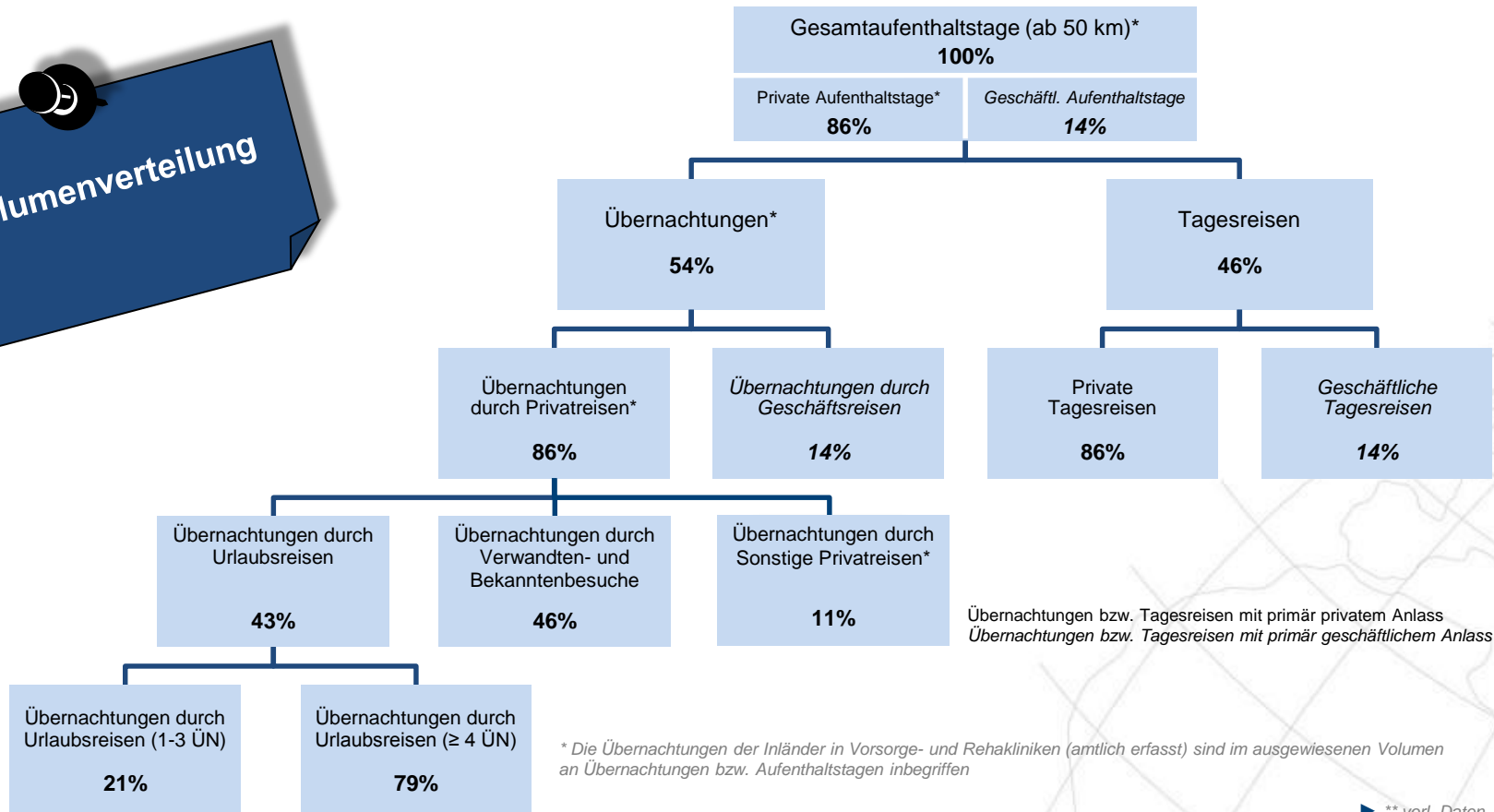
■ **Deutschland**  
Berichtsperiode: 2014\*\*



## GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland – Verteilung des Volumens

**Übersicht Volumenverteilung:  
Übernachtungen\* und Tagesreisen der Inländer (in %)**  
Basis: jeweils übergeordnetes Volumen

■ **Deutschland**  
Berichtsperiode: **2014\*\***



Übernachtungen bzw. Tagesreisen mit primär privatem Anlass  
Übernachtungen bzw. Tagesreisen mit primär geschäftlichem Anlass

\* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind im ausgewiesenen Volumen an Übernachtungen bzw. Aufenthaltsstagen inbegriffen

▶ \*\* vorl. Daten

▶ Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.



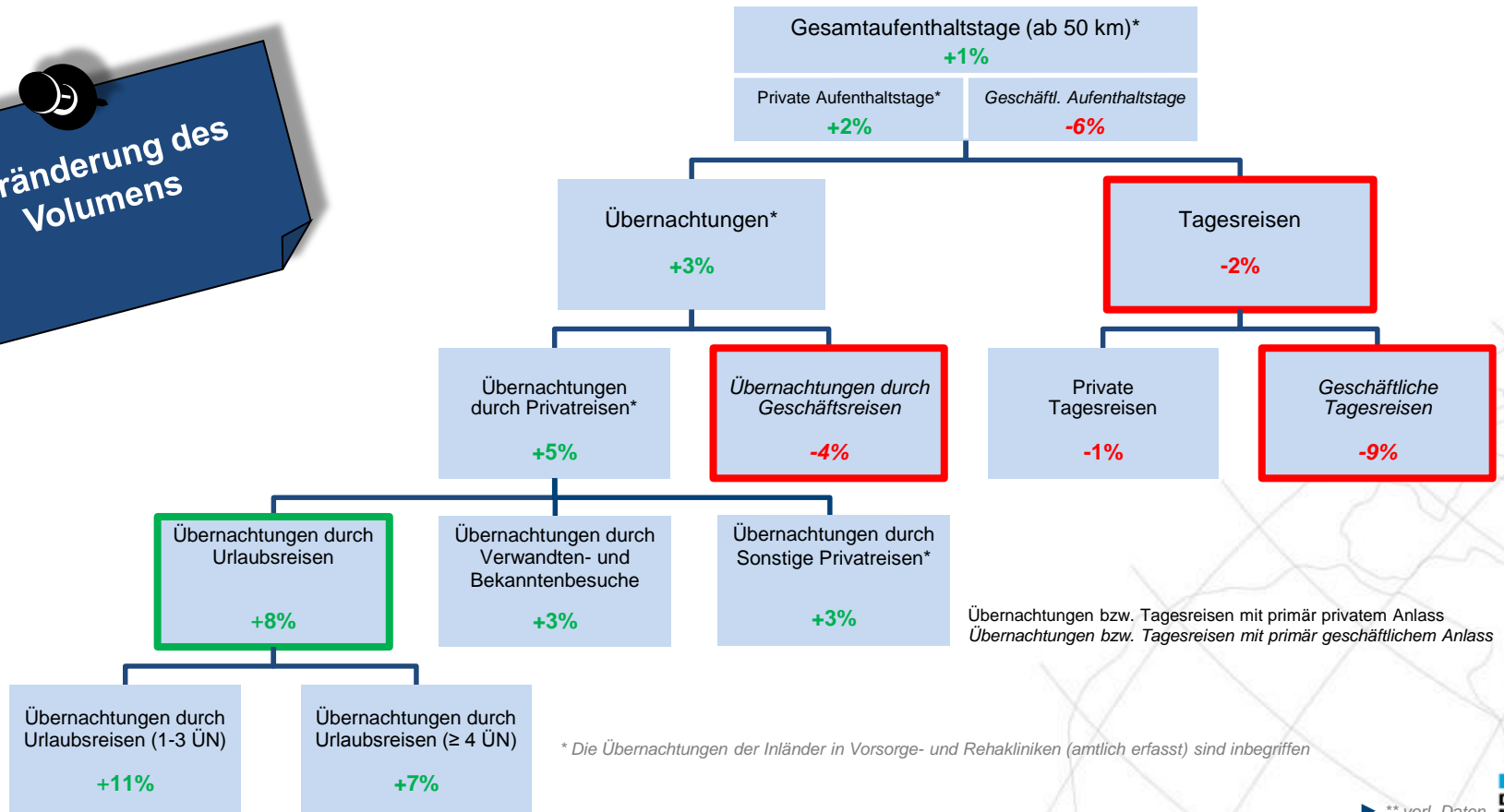


## GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland – *Volumenveränderung Übernachtungen und Tagesreisen*

Übersicht Volumenveränderung:  
Übernachtungen\* und Tagesreisen der Inländer (in %)

■ **Deutschland**  
Berichtsperiode: 2014 zu 2013\*\*

**Veränderung des Volumens**



Übernachtungen bzw. Tagesreisen mit primär privatem Anlass  
Übernachtungen bzw. Tagesreisen mit primär geschäftlichem Anlass

\* Die Übernachtungen der Inländer in Vorsorge- und Rehakliniken (amtlich erfasst) sind inbegriffen

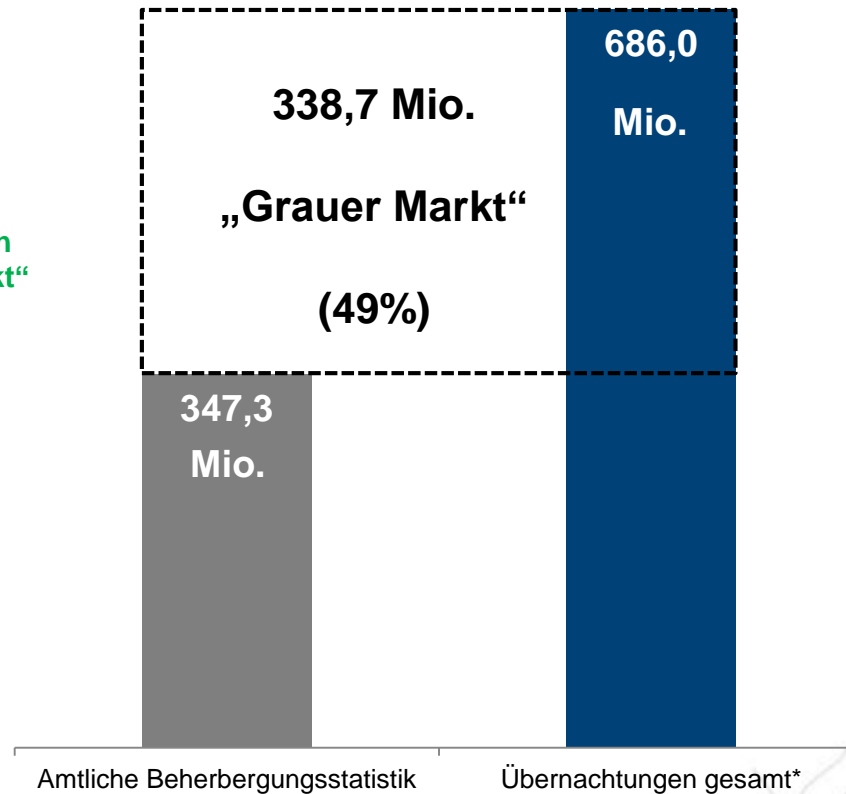
▶ \*\* vorl. Daten

▶ Mögliche Abweichungen sind rundungsbedingt.



## GfK/IMT DestinationMonitor – Inländische Übernachtungen 2014

  
 +5% mehr  
 Übernachtungen  
 im „Grauen Markt“



Der „Graue Markt“ umfasst Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben unter 10 Betten, in privaten Unterkünften (z.B. Wohnmobil, eigenes Ferienhaus), bei Verwandten/Bekanntem sowie in sonstigen nicht-gewerblichen Unterkünften.

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland, Statistisches Bundesamt

inkl. Übernachtungen in Vorsorge- und Rehabilitationskliniken (amtlich erfasst)

## GfK/IMT DestinationMonitor – Kennziffern des Urlaubsreisemarktes 2014



**30,9 Mio. Urlaubsreisende**



**51,3 Mio. Urlaubsreisen**



**255,4 Mio. Übernachtungen**

(Ø 5,0 Nächte)



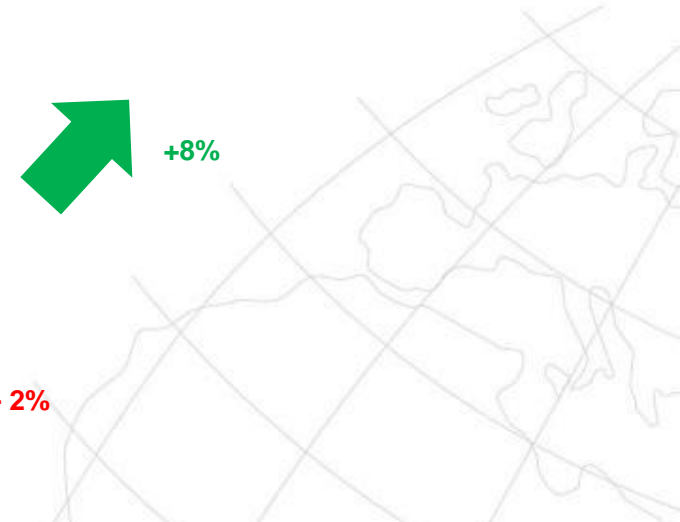
**340 € /Person/Reise**

(Ø 68 € /Person/Tag)

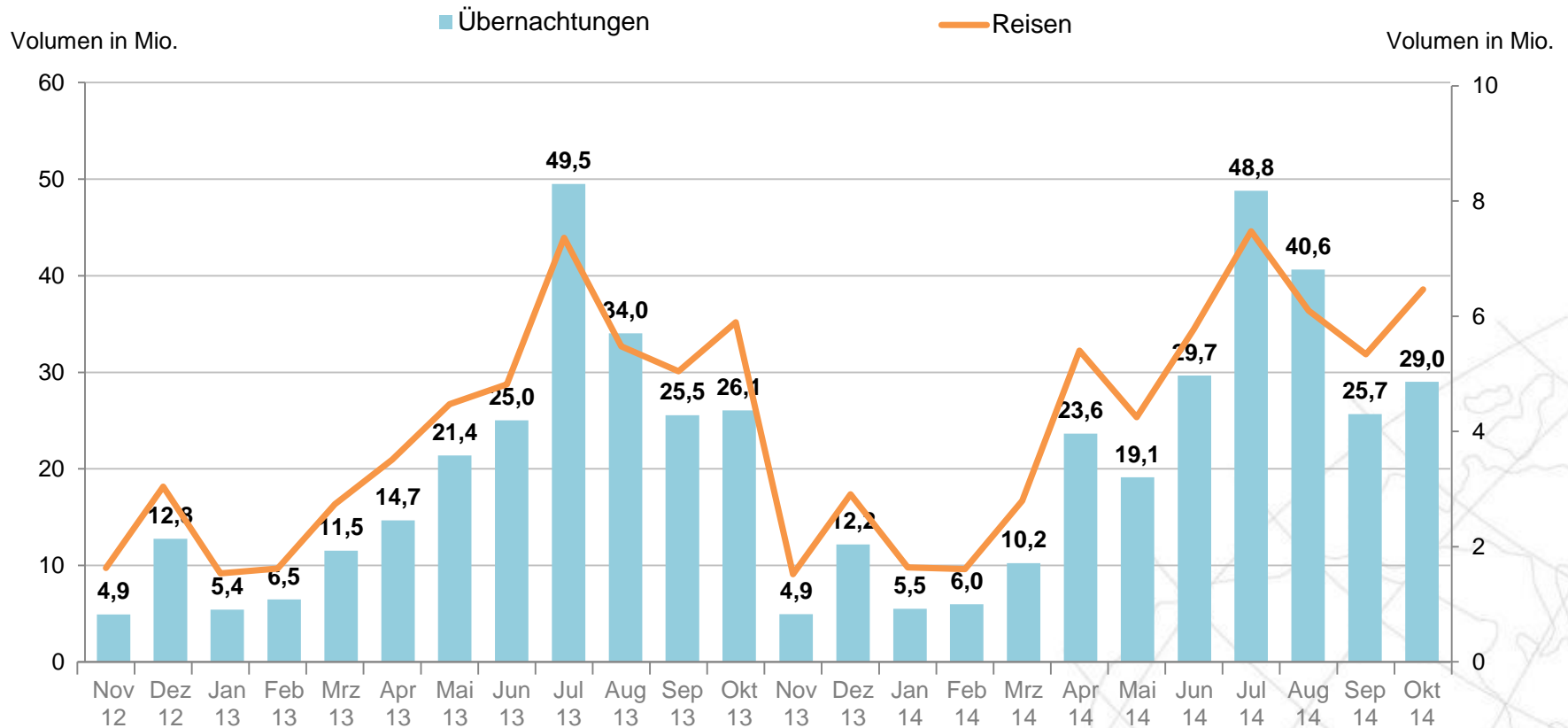


+8%

-2%



## GfK/IMT DestinationMonitor – Saisonaler Verlauf der Urlaubsreisen

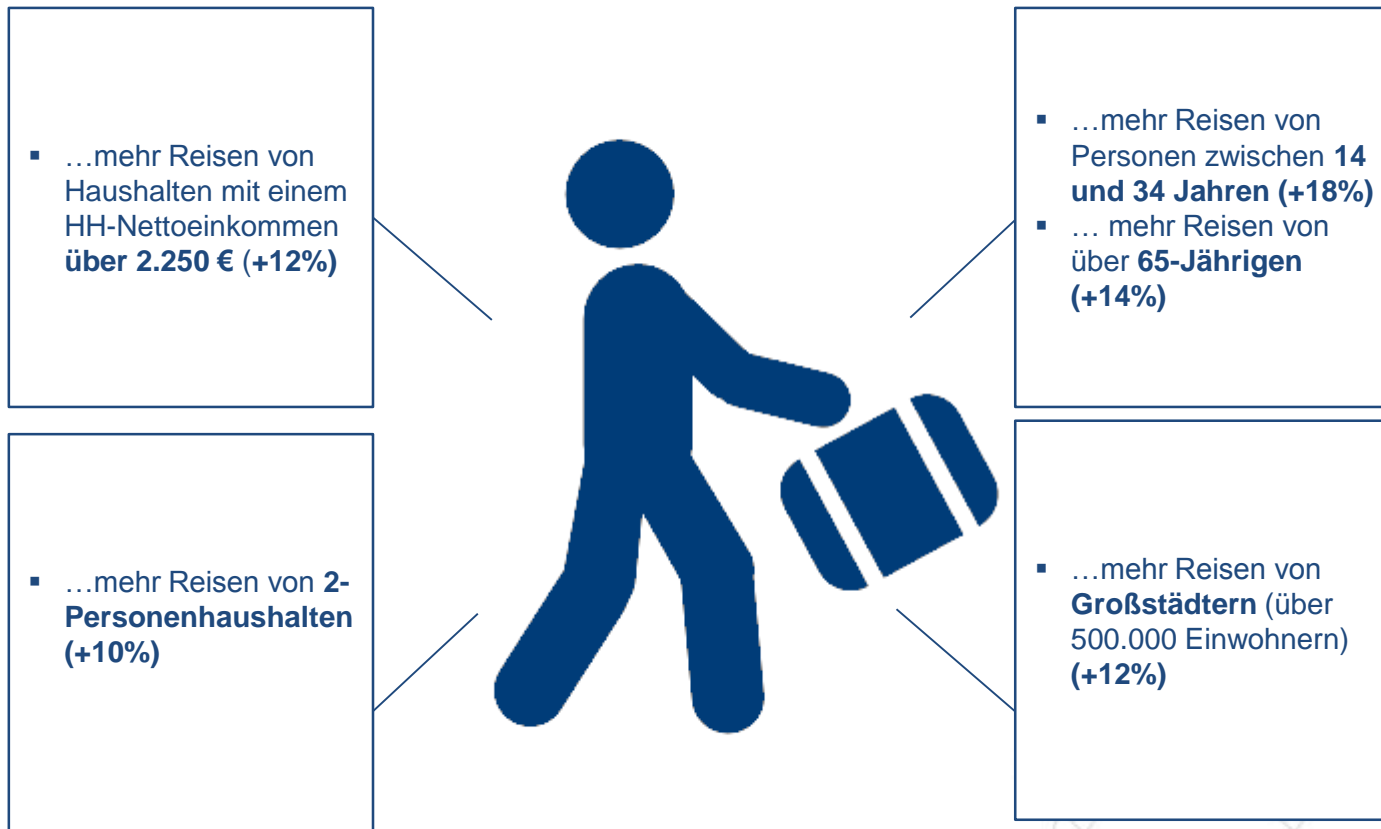


Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland



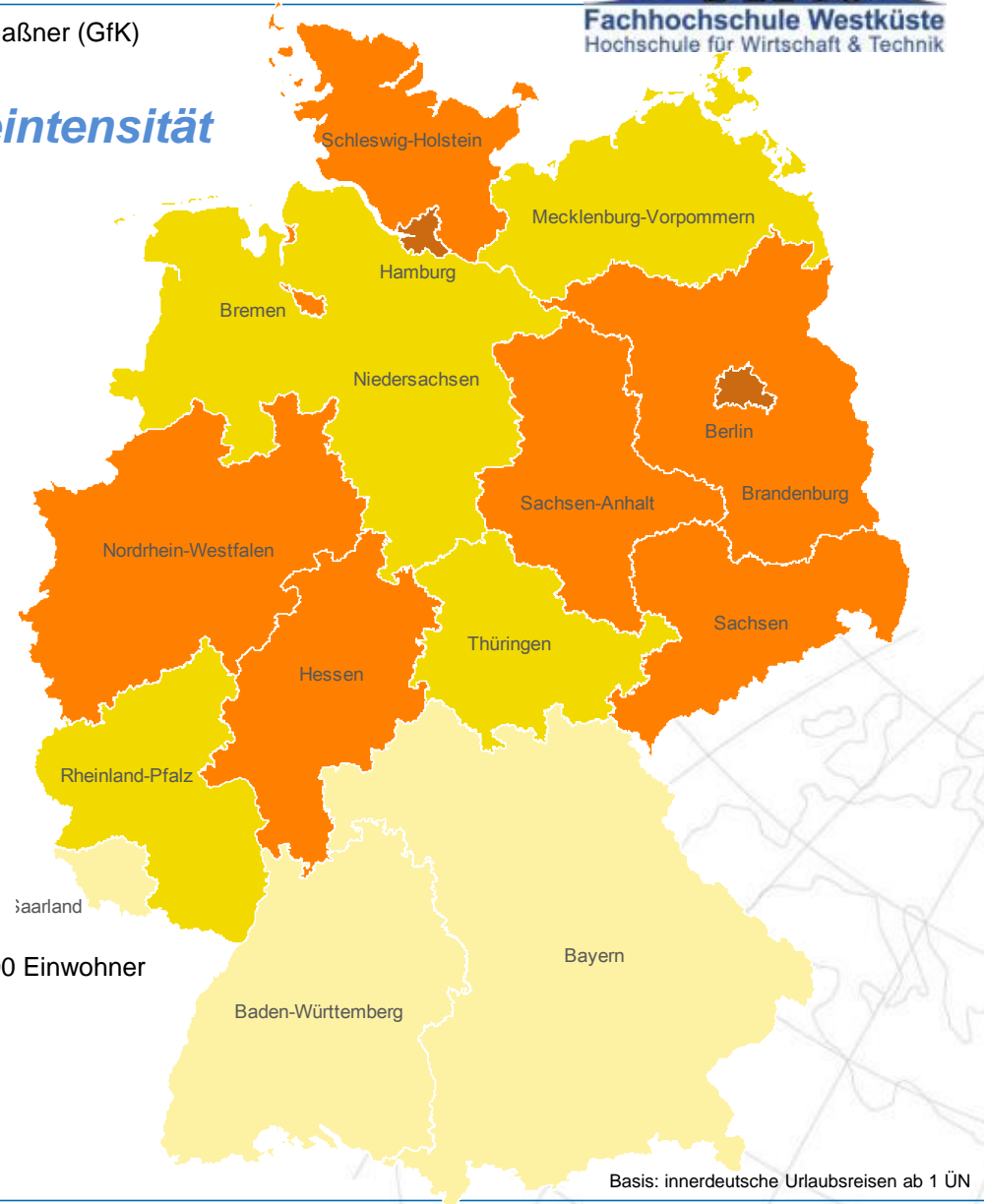
Wer ist 2014  
gereist?

## GfK/IMT DestinationMonitor – *Im Vergleich zum Vorjahr gab es...*



Basis: innerdeutsche Urlaubsreisen ab 1 ÜN  
Absolute Volumenveränderung

## GfK/IMT DestinationMonitor – Reiseintensität



Getätigte Urlaubsreisen ab 1 ÜN je 1.000 Einwohner

- < 600 Urlaubsreisen
- 600 bis < 700 Urlaubsreisen
- 700 bis < 800 Urlaubsreisen
- > 800 Urlaubsreisen

Basis: innerdeutsche Urlaubsreisen ab 1 ÜN

Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

Kartengrundlage: GfK Regiomarketing

Gestaltung: IMT



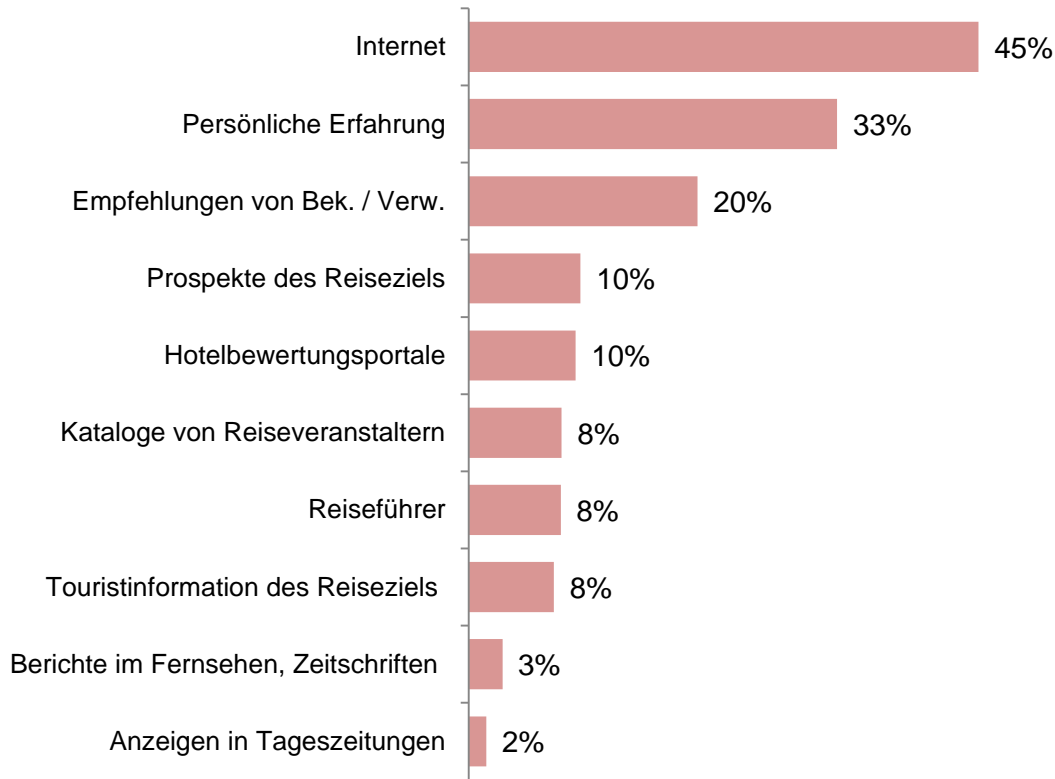


**Wie informieren  
sich die Gäste und  
wie wird gebucht?**

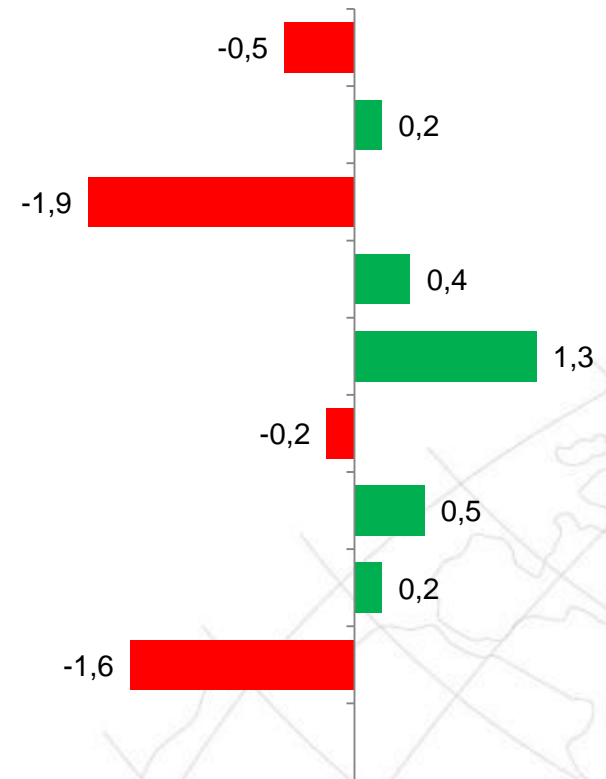


## GfK/IMT DestinationMonitor – Top 10 Informationsquellen

Jahr 2014



Veränderung in %-Pkt.

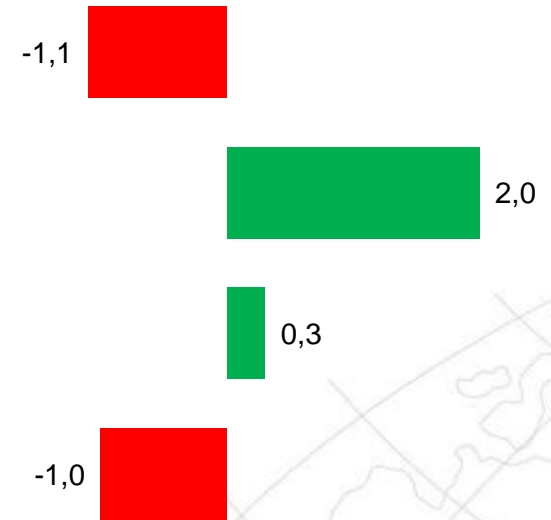
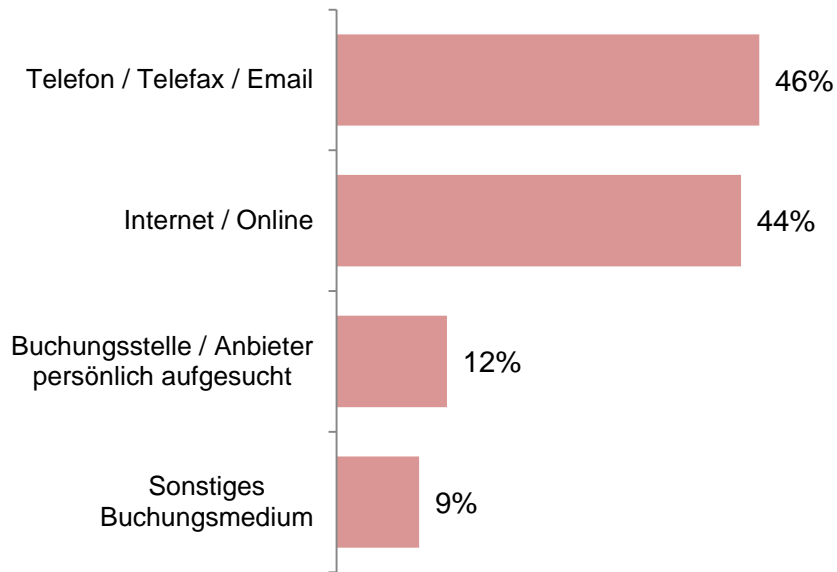


Basis: 33,2 Mio. innerdeutsche Urlaubsreisen mit Vorabbuchungen  
Mehrfachantworten waren möglich

## GfK/IMT DestinationMonitor – *Buchungsmedien*

Jahr 2014

Veränderung in %-Pkt.



Basis: 39,6 Mio. innerdeutsche Urlaubsreisen mit Vorabbuchungen  
Mehrfachantworten waren möglich

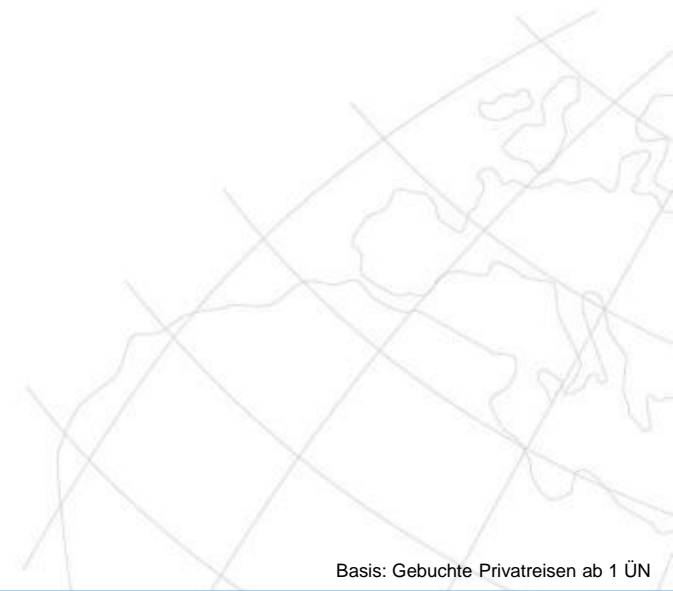
## GfK/IMT DestinationMonitor – *Buchungsportale*

Booking.com

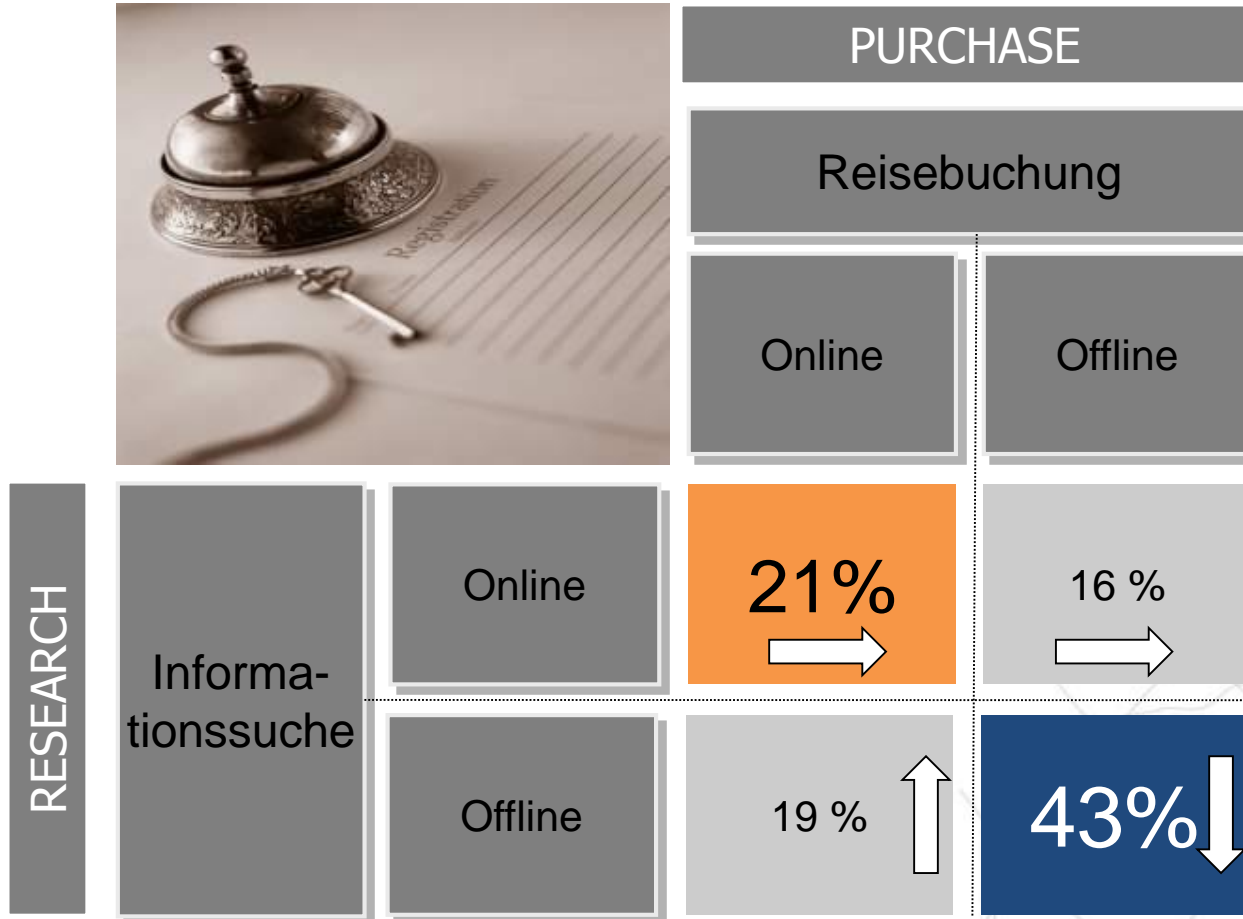


hotel.de<sup>®</sup>

ab-in-den-urlaub!de  
Wir schicken Deutschland in den Urlaub



## GfK/IMT DestinationMonitor – Buchungskanaltypen

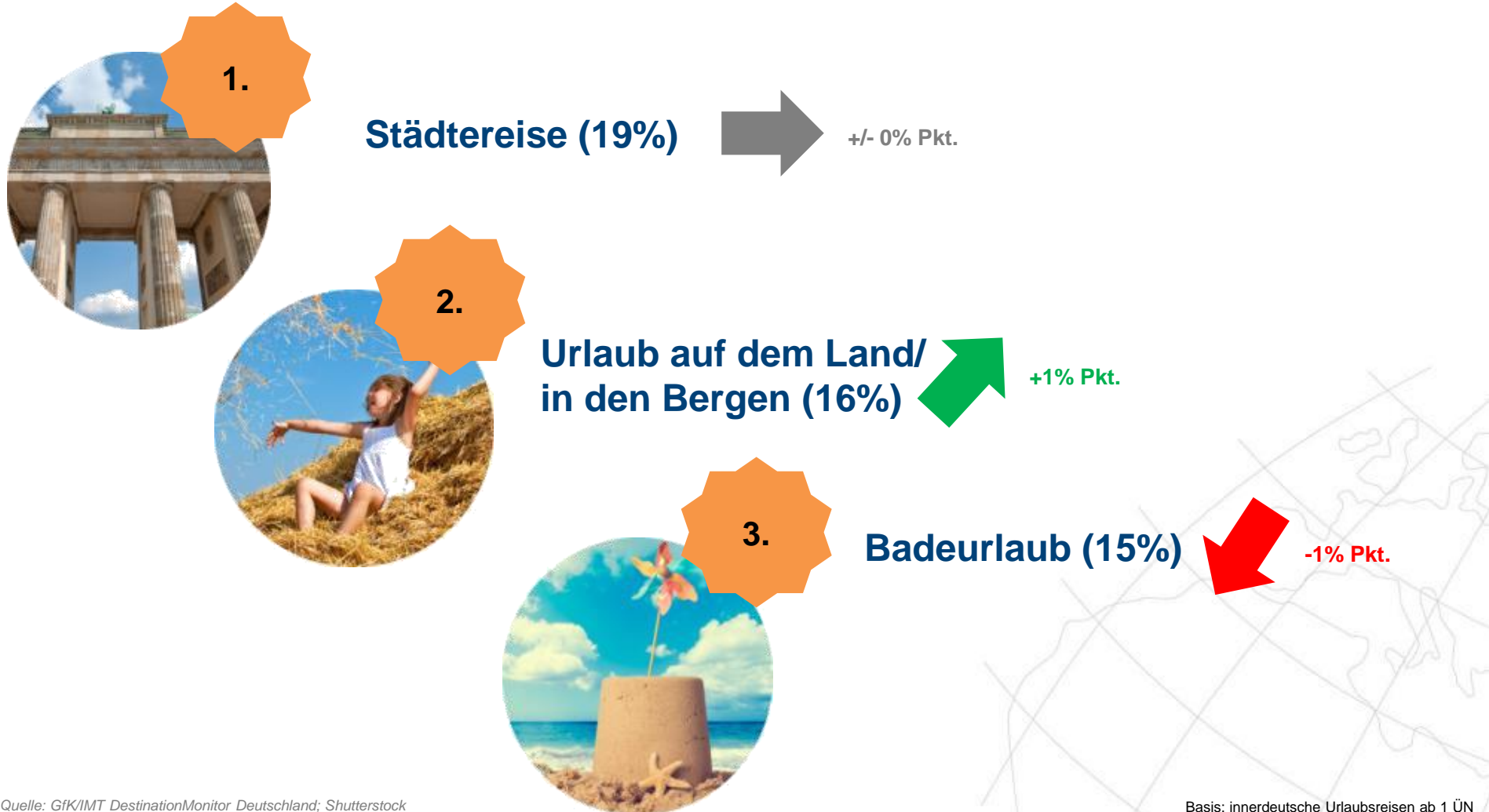




Was unternehmen  
die Gäste vor Ort?

Quelle: shutterstock

## GfK/IMT DestinationMonitor – Top Reiseanlässe 2014



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland; Shutterstock

Basis: innerdeutsche Urlaubsreisen ab 1 ÜN



## GfK/IMT DestinationMonitor – Aktivitäten der Urlauber 2014



1.

**59%**

Besuch von kulturellen /  
historischen  
Sehenswürdigkeiten



2.

**56%**

Aufenthalt in der Natur



3.

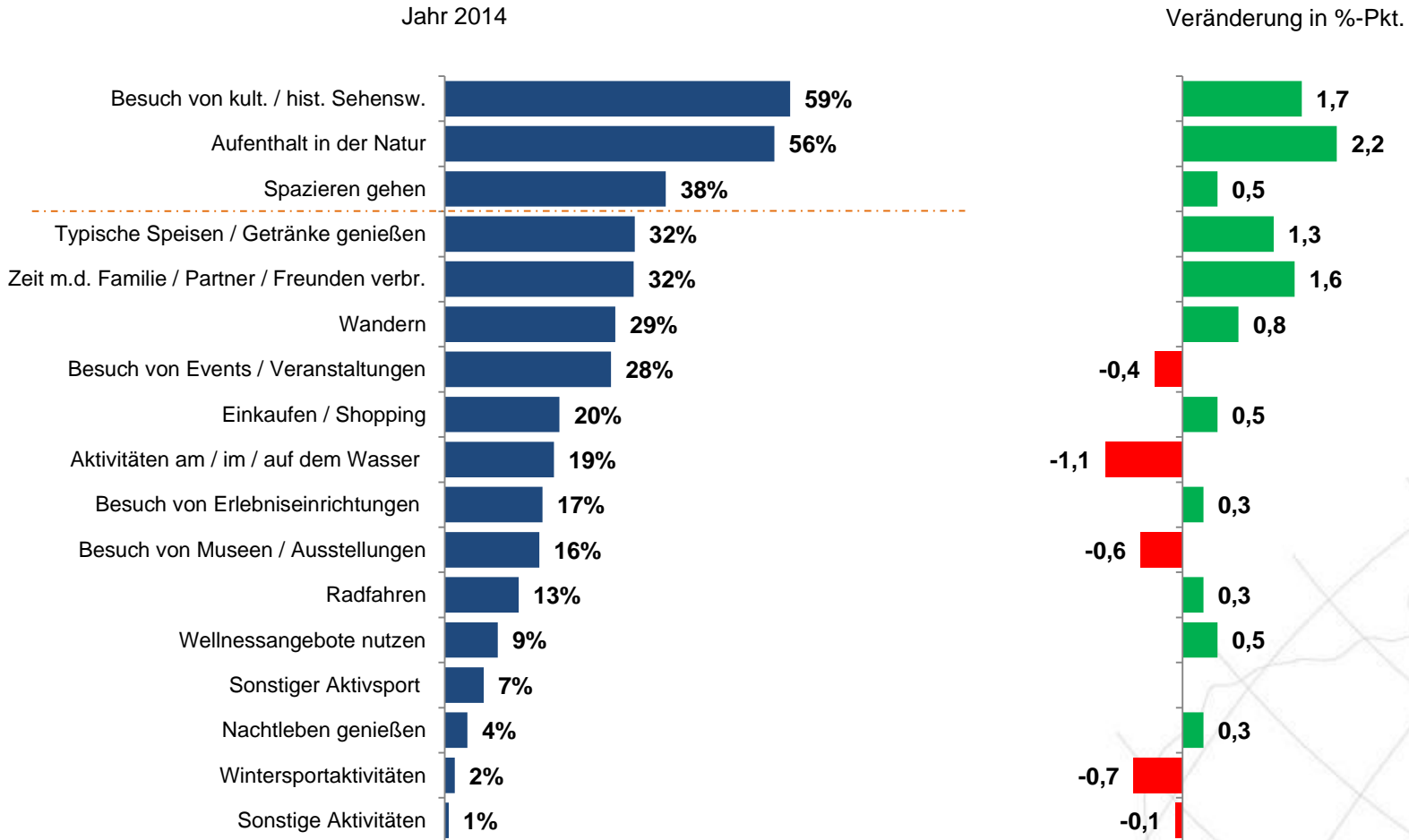
**38%**

Spazieren gehen





## GfK/IMT DestinationMonitor – Aktivitäten der Urlauber 2014



Basis: innerdeutsche Urlaubsreisen ab 1 ÜN

► Mehrfachantworten möglich.



Wie zufrieden sind die Gäste vor Ort?

Quelle: GfK

## GfK/IMT DestinationMonitor – Gästezufriedenheit

Gesamtzufriedenheit

Wiederbesuchsabsicht

Weiterempfehlungsbereitschaft



„sehr gut“

„ganz bestimmt“

„ganz bestimmt“

+1% Pkt.

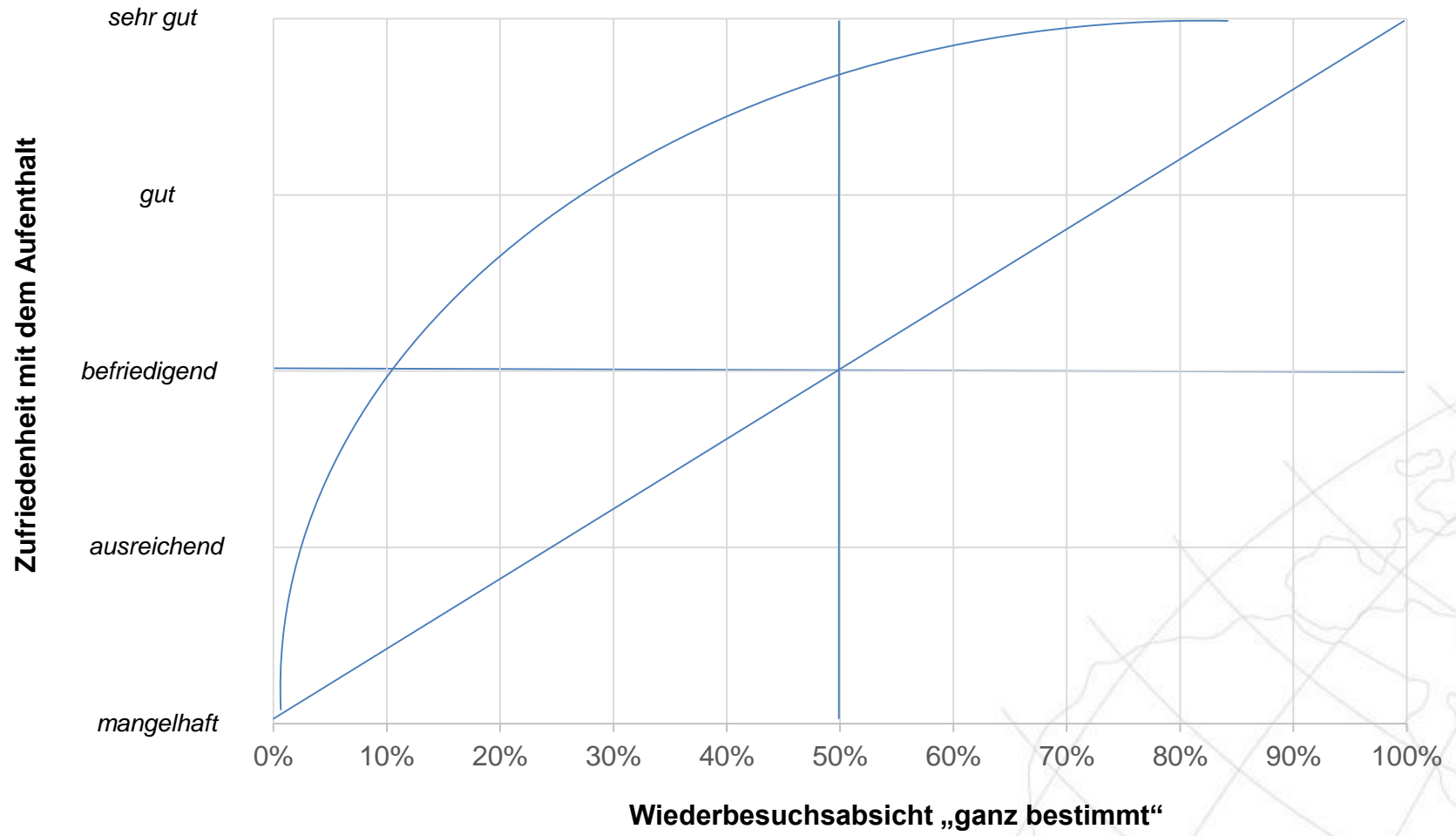
+/-0% Pkt.

-2% Pkt.

Veränderung zum Vorjahr

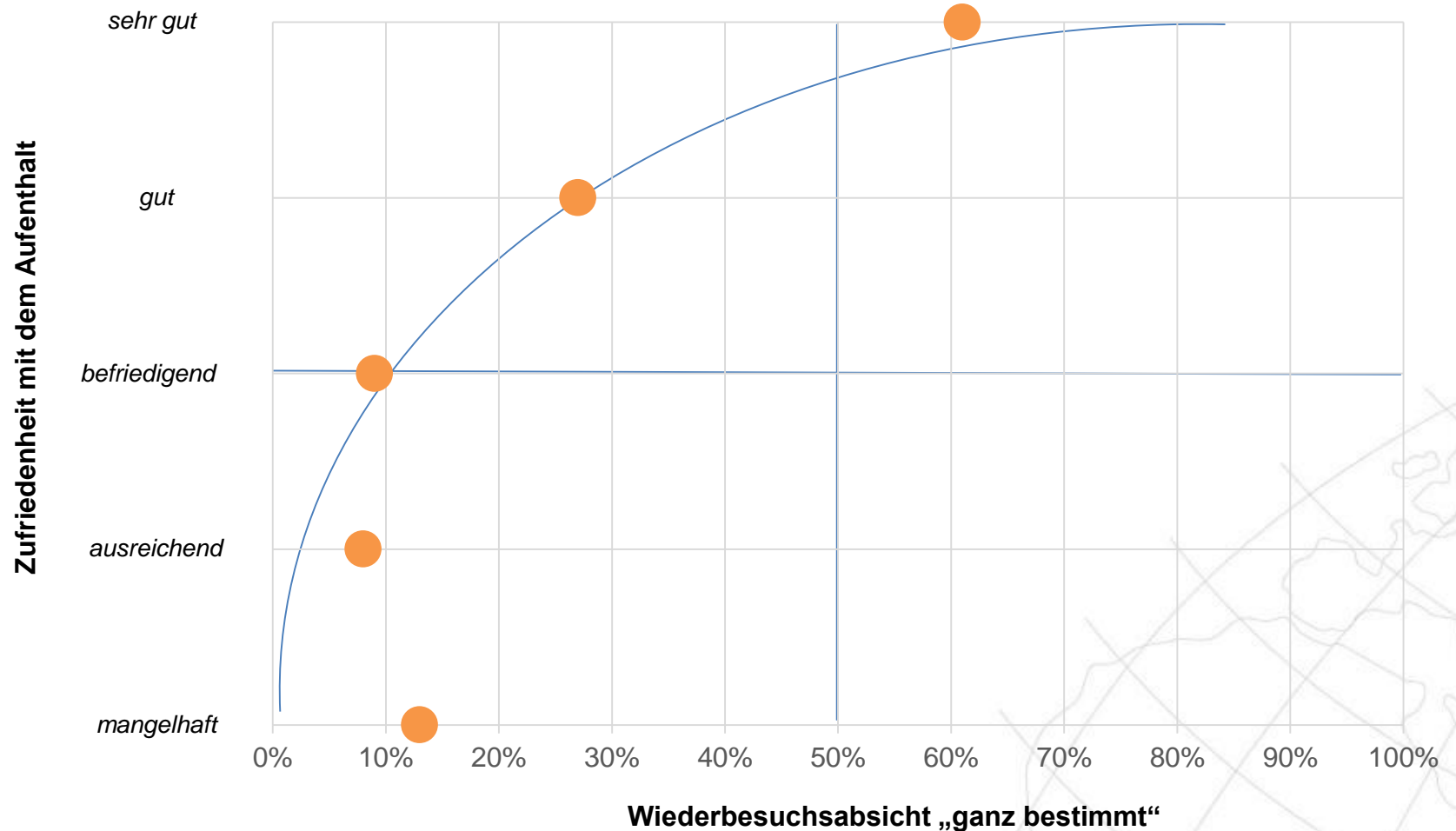


## GfK/IMT DestinationMonitor – *Wiederbesuchsabsicht/Zufriedenheit-Hypothese*



Quelle: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

## GfK/IMT DestinationMonitor – Ergebnisse für Urlaubsreisen ab 1 ÜN



## GfK/IMT DestinationMonitor – *Tatsächliche Wiederkehrer (lange Urlaubsreisen)*

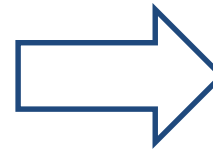
wollten im Jahr 2013  
„ganz bestimmt“ wiederkommen

sind davon im Jahr 2014  
wiedergekommen



Küste

54%

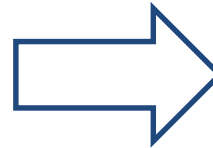


58%



Alpen-  
und  
Alpen-  
vorland

59%

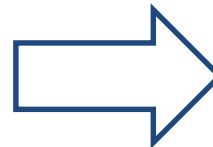


49%

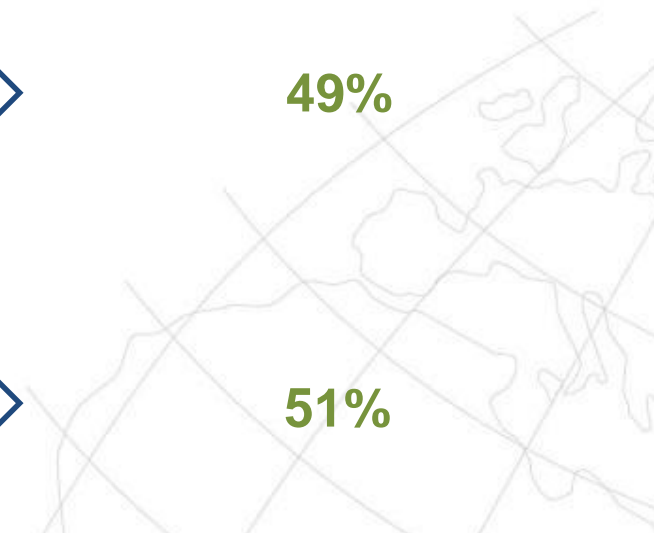


Mittel-  
gebirge

43%



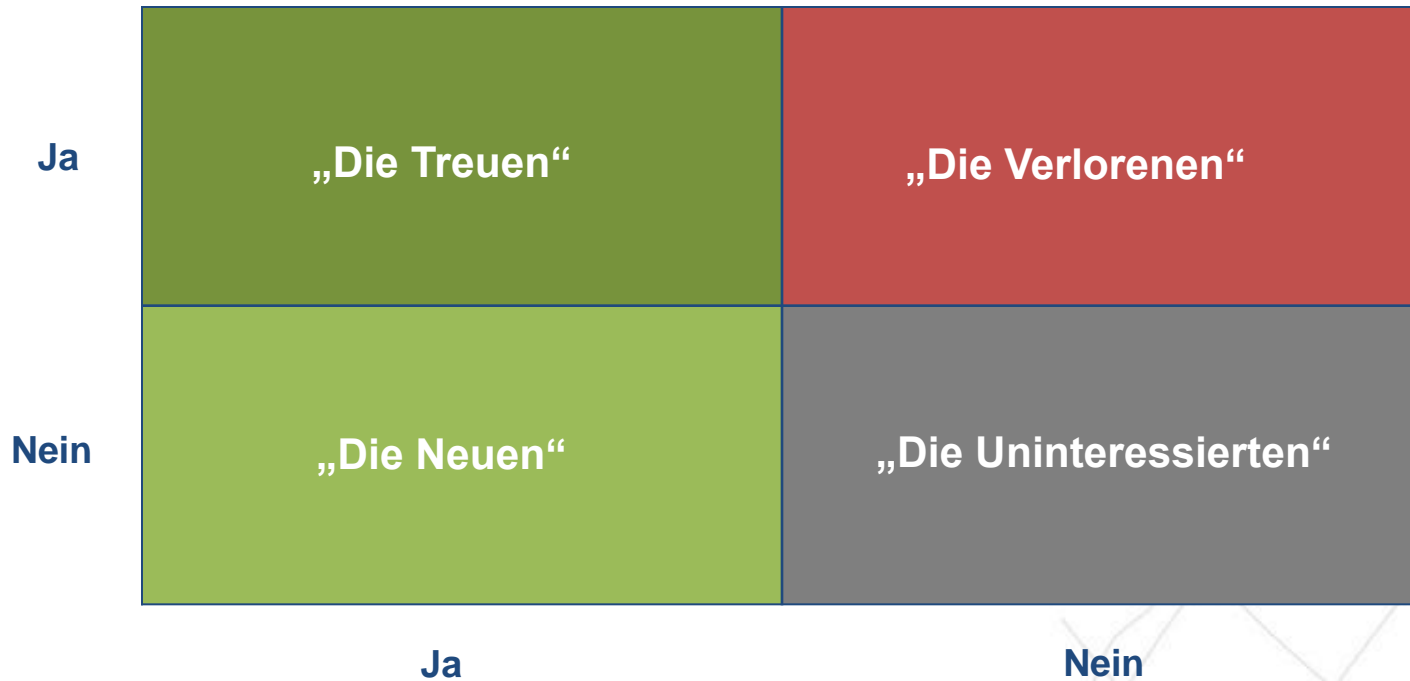
51%





## GfK/IMT DestinationMonitor – *Wanderungsbewegungen*

Person hat im Jahr **2013** eine lange Urlaubsreise innerhalb Deutschlands getätigt



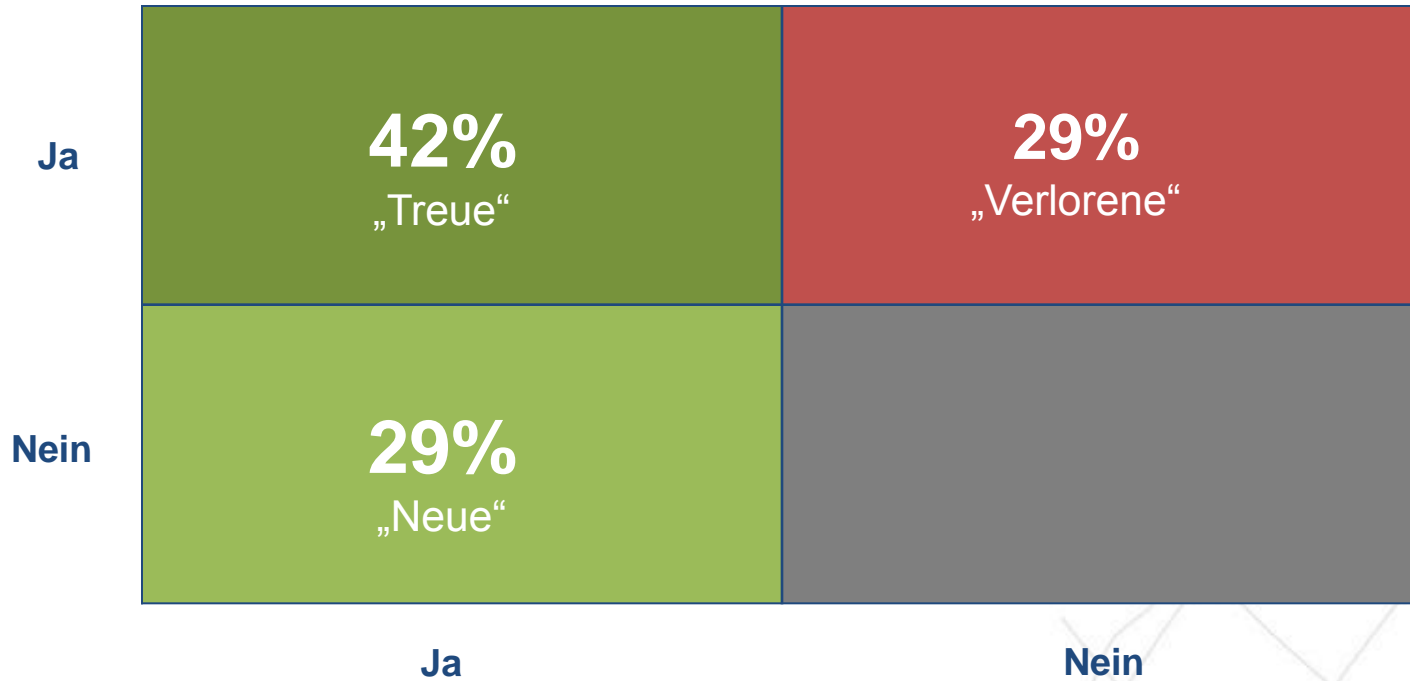
Person hat im Jahr **2014** eine lange Urlaubsreise innerhalb Deutschlands getätigt

Jahr 2013: TJ 2012/2013  
 Jahr 2014: TJ 2013/2014



## GfK/IMT DestinationMonitor – Wanderungsbewegungen

Person hat im Jahr 2013 eine lange Urlaubsreise innerhalb Deutschlands getätigt



Person hat im Jahr 2014 eine lange Urlaubsreise innerhalb Deutschlands getätigt

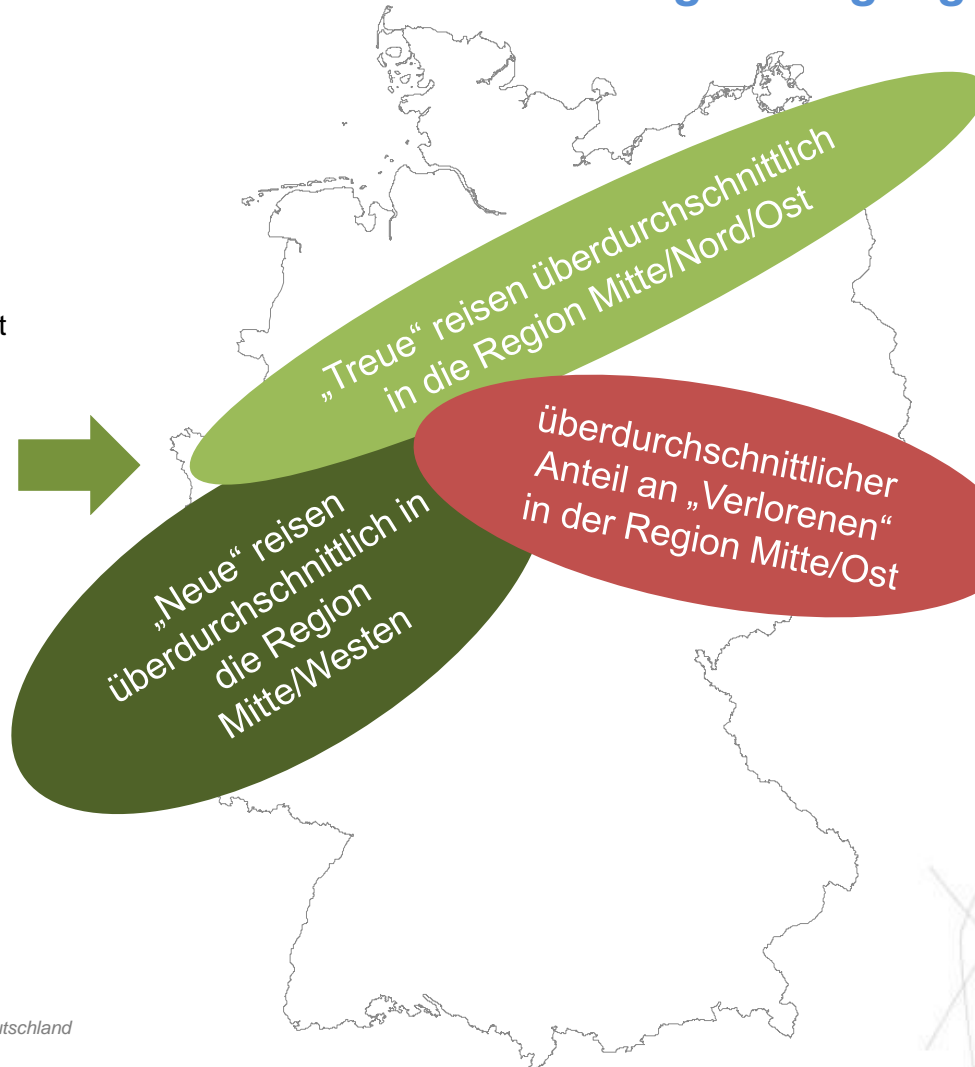
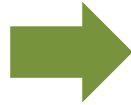
Jahr 2013: TJ 2012/2013; Jahr 2014: TJ 2013/2014  
Basis: Reisende bei Urlaubsreisen ab 4 ÜN (durchgehende Masse)

## GfK/IMT DestinationMonitor – Wanderungsbewegungen

Abgebende Reiseziele  
an den deutschen Markt

u.a.

- Großbritannien
- Frankreich
- Österreich
- Griechenland



Aufnehmende Reiseziele  
vom deutschen Markt

u.a.

- Skandinavien
- Niederlande
- Spanien
- Türkei



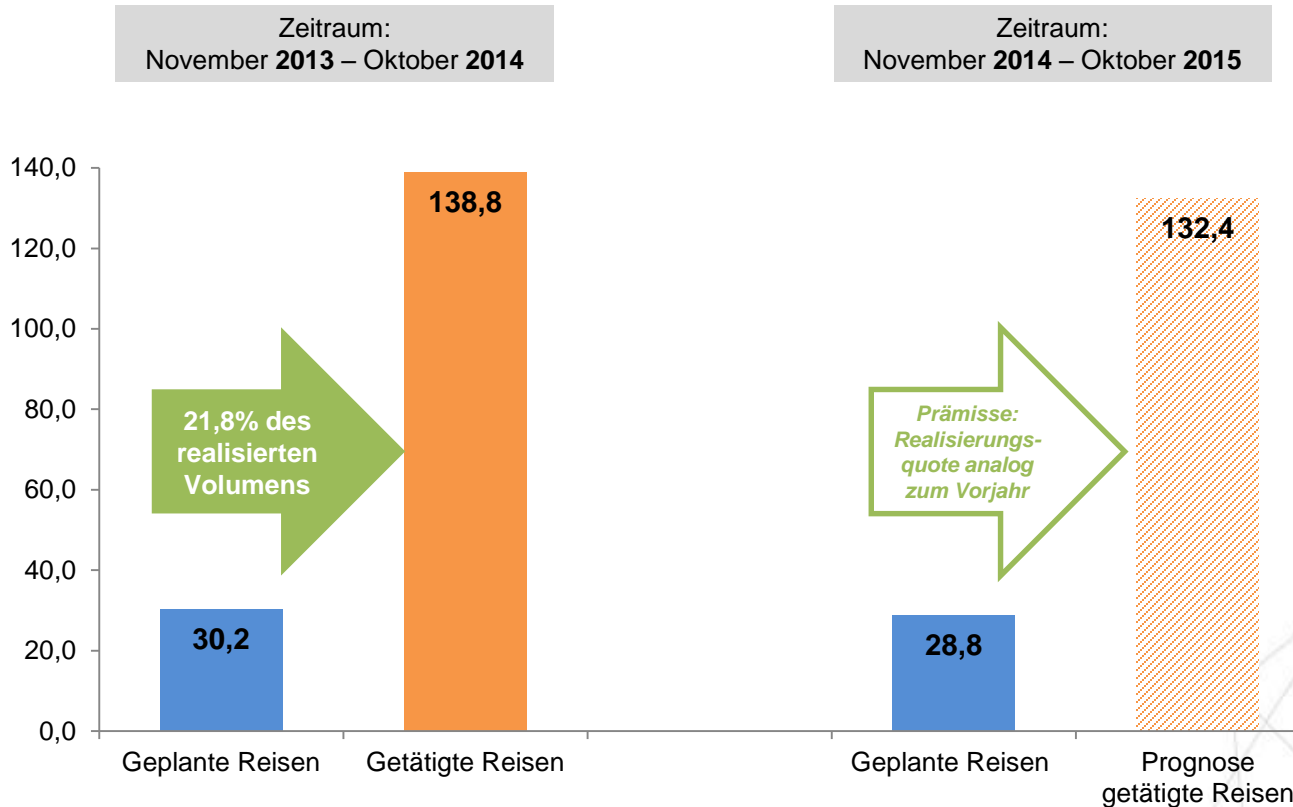
## GfK/IMT DestinationMonitor – *Ausblick auf 2015*



## Prognose für Privatreisen

Gegenüberstellung der im jeweiligen Betrachtungszeitraum ursprünglich geplanten und tatsächlich getätigten Reisen (2014/15 = Prognose) (in Mio.)

■ **Deutschland**  
 Berichtsperiode: Nov. 2013 – Okt. 2015  
 Segment: **Privatreisen** ab 1 ÜN



Quelle: geplante Privatreisen: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland (Reiseplanungen); getätigte Privatreisen: GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland

Mögl. Abweichungen sind rundungsbedingt

## Wer profitiert von der guten Konsumlaune?

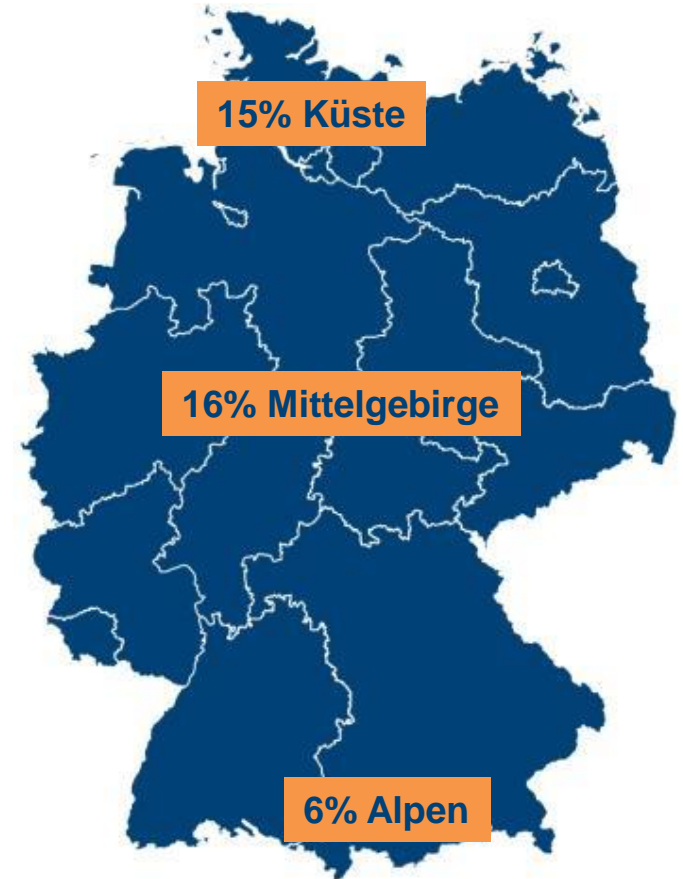
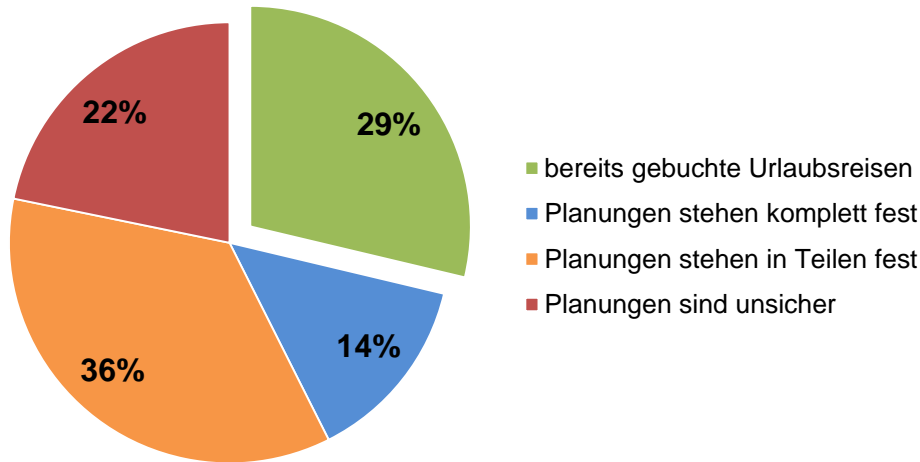


Quelle: Ifo-Institut, GfK Renovierungsbarometer, GfK Mobilitätsmonitor, Kraftfahrt-Bundesamt  
 \* Prognose von Jan.2015 \*\* MAT 09/2014 vs. MAT 09/2013 \*\*\* Tourismusjahr 2013/2014

## GfK/IMT DestinationMonitor – Geplante Urlaubsreisen der Deutschen 2015



**13,3 Mio. geplante Urlaubsreisen**



## GfK/IMT DestinationMonitor – Zusammenfassung

- Einzigartiges Marktforschungsinstrument zur Abbildung des Binnentourismus
- 13 an der Entwicklung beteiligte Landesmarketingorganisationen
- Erneut die Hälfte der Übernachtungen im „Grauen Beherbergungsmarkt“
- Inländische Übernachtungen: Plus von 3%
- Deutliches Wachstum im Urlaubsreisesegment: +8%
- Mehr Reisen von Großstädtern, 2-Personen-Haushalten und Haushalten mit einem Nettoeinkommen > 2.250 €
- Städteurlaub auch 2014 Haupturlaubsart
- Aktivitäten: Mehr Kultur, Natur, Familie und Kulinarik
- Hohe Gästezufriedenheit hält an
- Knapp 2/3 der Gäste die sehr zufrieden waren, wollen ganz bestimmt wieder kommen
- An die Küste kommen die deutschen Urlauber gerne wieder
- Ausblick 2015: Bei den Reiseplanungen ist noch Luft nach oben



## Institut für Management und Tourismus

### Praxisnähe als Aufgabe

Das Institut für Management und Tourismus (IMT) der Fachhochschule Westküste gehört in Deutschland zu den führenden Hochschulinstituten im Tourismus.

Forschung und Wissenstransfer sind als zentrale Aufgabenfelder an der FH Westküste fest verankert. Das IMT versteht sich dabei als Bindeglied zwischen der Forschung und der Umsetzung in die Praxis. Wissenschaftlich fundiert und mit Blick auf die Bedürfnisse der Praxis hat das IMT seit seiner Gründung bereits eine Vielzahl an Tourismusprojekten erfolgreich bearbeitet – sehr viele davon in Kooperationen mit Partnern der Wirtschaft.

Gemeinsam mit diesen Partnern – z. B. Destinationen, Hotelkooperationen, Verkehrsträgern und anderen Hochschulen – ist das IMT deutschlandweit von der Orts- bis zur Bundesebene und auch international tätig. Allen Projekten gemeinsam sind der betriebswirtschaftliche Fokus und die hohe Praxisnähe. Die Projekte des IMT führen zu konkreten Antworten und Lösungen für individuelle Fragestellungen.

Als Hochschuleinrichtung ist das Institut darüber hinaus unabhängig von Auftragsprojekten im Bereich der betriebswirtschaftlich orientierten Tourismusforschung tätig. Hierdurch wird kontinuierlich neues Know-how aufgebaut. Das IMT greift mit dem Erfahrungsschatz seines interdisziplinär zusammengesetzten Teams aktuelle Themen und Methoden auf und schafft Innovationen und Mehrwert in Wissenschaft und Praxis.

Zu den zentralen Aufgabenfeldern des Wissenstransfers aus der Hochschule in die Praxis gehört weiterhin die Weiterbildung. In den letzten Jahren hat das IMT deshalb zahlreiche Aktivitäten auch in diesem Bereich entfalten können. Unter der Leitung von Prof. Dr. Bernd Eisenstein ist gegenwärtig ein Team von 15 Mitarbeitern am IMT tätig.

#### Kontakt:

**Prof. Dr. Bernd Eisenstein**  
Mit-Herausgeber und  
wissenschaftliche Leitung

eisenstein@fh-westkueste.de  
Tel.: 0481/8555545

**Dipl.- Geogr. Julian Reif**  
Projektleitung  
DestinationMonitor

reif@fh-westkueste.de  
Tel.: 0481/8555573

## GfK – Growth from Knowledge

### Unternehmen müssen Entscheidungen treffen. Entscheidungen basieren auf Wissen.

Die GfK ist das größte deutsche Marktforschungsunternehmen und die Nummer 4 weltweit. Derzeit beschäftigt sie über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in über 125 Ländern. Die 115 operativen Unternehmen liefern das Wissen zu Märkten und Branchen, das die Grundlage für Geschäftsentscheidungen zahlreicher namhafter Unternehmen bildet. Der Hauptsitz der GfK Gruppe ist Nürnberg.

Die GfK ist ein Full-Service-Institut, das seinen Kunden faktenbasierte Beratung bietet. Sie ist ein Unternehmen mit Tradition, das Kontinuität, langfristige Kundenbindungen und beständige Leistung auf höchstem Niveau pflegt. Auch aus diesem Grund pflegt die GfK ihre Wurzeln, die in der akademischen Forschung liegen. Der Fokus auf Innovation und Fortschritt ist ein zentraler Bestandteil ihrer Unternehmenskultur. Damit sichert sie nachhaltig die Qualität und Aktualität der von ihr eingesetzten Methoden und Instrumente.

Das Team von GfK Mobility hat sich innerhalb der GfK Gruppe auf die Reisebranche spezialisiert. Der IMT/GfK DestinationMonitor Deutschland ist Teil des GfK MobilitätsMonitor, ein klassisches ConsumerTracking-Instrument und das Herzstück der Informationsservices für touristische Consumer Insights der GfK. In einer kontinuierlichen, repräsentativen Großstichprobe werden alle Reiseaktivitäten ab 50 km Entfernung vom Wohnort erhoben. Monatlich berichten 20.000 deutsche Haushalte über deren Geschäfts- und Privatreisen, sowohl eintägig als auch mehrtägig. Zu jeder Reise werden zahlreiche Detailinformationen abgefragt, die mit den vorhandenen soziodemografischen Informationen für Zielgruppenprofile verknüpft werden. Neben den Reiseinformationen liegen zu den befragten Haushalten zahlreiche weitere Informationen wie z.B. Medien- oder Internetnutzungsverhalten oder Lifestyle (Roper Consumer Styles) vor. Der GfK MobilitätsMonitor ermöglicht somit single-source die Beantwortung aller marketing-relevanten Fragestellungen im Bereich Touristik.

#### Kontakt:

Roland Gaßner  
Marketing Manager

[roland.gassner@gfk.com](mailto:roland.gassner@gfk.com)  
Tel.: 0911/3954535

Jana Welz  
Research Professional

[jana.welz@gfk.com](mailto:jana.welz@gfk.com)  
Tel.: 0911/3954574



## Impressum

### ► Herausgeber

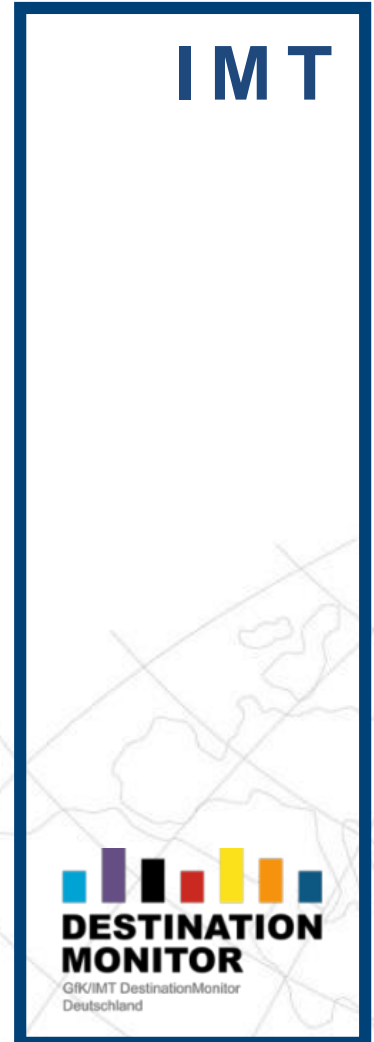
GfK Travel & Logistics  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Prof. Dr. Bernd Eisenstein  
Taubenschlag 4  
23562 Lübeck

### ► Projektdurchführung

GfK Mobility, Nürnberg  
Institut für Management und Tourismus (IMT), Heide

[www.gfk.com](http://www.gfk.com)  
[www.imt-fhw.de](http://www.imt-fhw.de)



*Vorläufige Daten für das Jahr 2014: Berichtsperiode November 2013 – Oktober 2014 (Tourismusjahr 2013/2014); Wenn nicht anders vermerkt, beziehen sich die Veränderungsraten auf das vorherige Tourismusjahr 2012/2013; Zur Messung des inländischen Nachfragevolumens in Vorsorge- und Rehakliniken wird die amtliche Beherbergungsstatistik für den identischen Zeitraum herangezogen (ggf. vorl. Werte). Wenn nicht anders vermerkt, beziehen sich sämtliche Segmente ausschließlich auf den nationalen Tourismus, d. h. die Reisen der Inländer (deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 0 Jahre) sowie auf die getätigten Reisen ab 50 km.*

*Die Ergebnisse des „GfK/IMT DestinationMonitor Deutschland“ werden durch GfK SE Panel Services und Prof. Dr. Bernd Eisenstein herausgegeben. Die Urheberrechte sämtlicher im Rahmen der Datenauswertung entstandenen Arbeitsergebnisse liegen bei der GfK und Prof. Dr. Bernd Eisenstein. Die Projektdurchführung obliegt der GfK Mobility sowie dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste. Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © GfK SE Panel Services und Prof. Dr. Bernd Eisenstein. In Kooperation mit dem Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste. Alle Icons designed by Freepik von flaticon.com (CC Lizenz); Fotos: shutterstock; GfK*

***Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!***

