



# Wer bucht was, wie, wo und warum?

© Werner Sülberg  
Bereichsleiter Konzernentwicklung, Marktforschung  
DER Deutsches Reisebüro  
Emil-von-Behring-Straße 6, 60439 Frankfurt am Main  
werner.suelberg@dertour.de

2. Deutscher Reisebürotag  
Teneriffa, 23. November 2006



Werner Sülberg ist seit sechs Jahren im Bereich Konzernentwicklung und Marktforschung für die Touristik der REWE Group tätig. Zuvor leitete er die Marktforschung beim DER. Gleichzeitig ist er Vorsitzender des DRV-Expertenkreises Marktforschung und Statistik.

## *Wer bucht was, wie, wo und warum?*

*Veränderte Rahmenbedingungen beeinflussen  
Marktstrukturen und Buchungsverhalten von Zielgruppen*

Dipl.-Volkswirt Werner Sülberg  
Touristik der REWE Group - Deutsches Reisebüro GmbH

2. DRV Reisebürotag  
Teneriffa, den 23. November 2006

# ***Ökonomische und demografische Einflussfaktoren für die Konsum- und Reisenachfrage***

Die Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche haben sich seit rund zehn Jahren gravierend verändert.

Gleichzeitig ändern sich Kunden, Zielgruppen, Buchungsstellen, Buchungswege und Geschäftsmodelle.

Alles harte Facts.

Aber auch Motivationen und Trends wandeln sich.

Alles ist im Fluss.

Eine undankbare Aufgabe für die verantwortlichen Manager von Reisebüros und Reiseveranstaltern.

Es fällt schwer, dabei den Überblick zu bewahren.

Ich werde versuchen, Ihnen eine kleine Orientierungshilfe zu geben.

# Konjunkturelle Rahmenbedingungen 1991 - 2005



# **Ökonomische und demografische Einflussfaktoren für die Konsum- und Reisenachfrage**

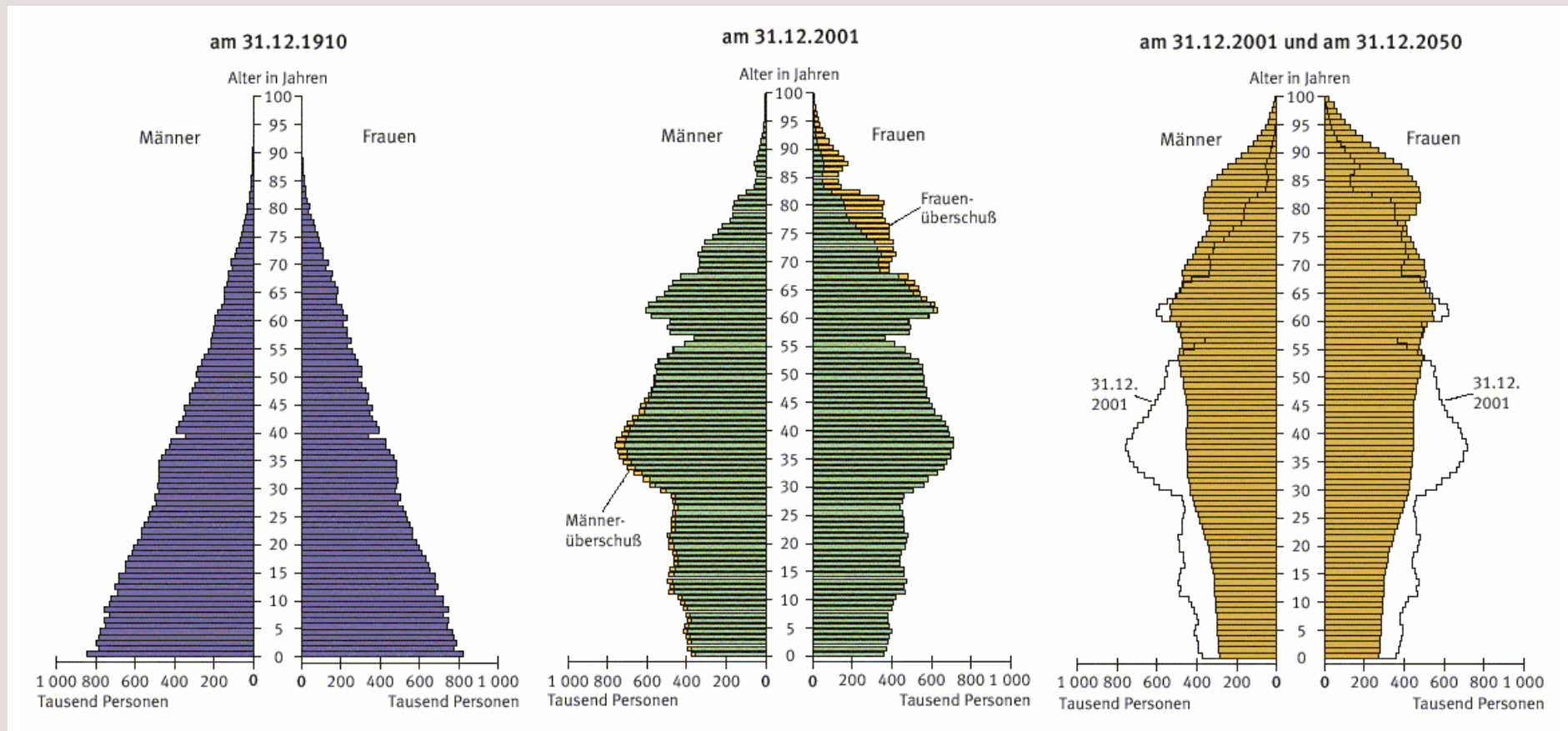
## **Rahmenbedingungen seit 2000**

- reales Wachstum des BIP unter 1% p.a.
- reales Wachstum der Konsumnachfrage unter 0,5% p.a.
- reales verfügbares Einkommen der Privathaushalte -0,5% p.a.

Mittel- bis langfristigen Prognosen für Einkommens-/Ausgabenentwicklung sind kaum erhältlich.

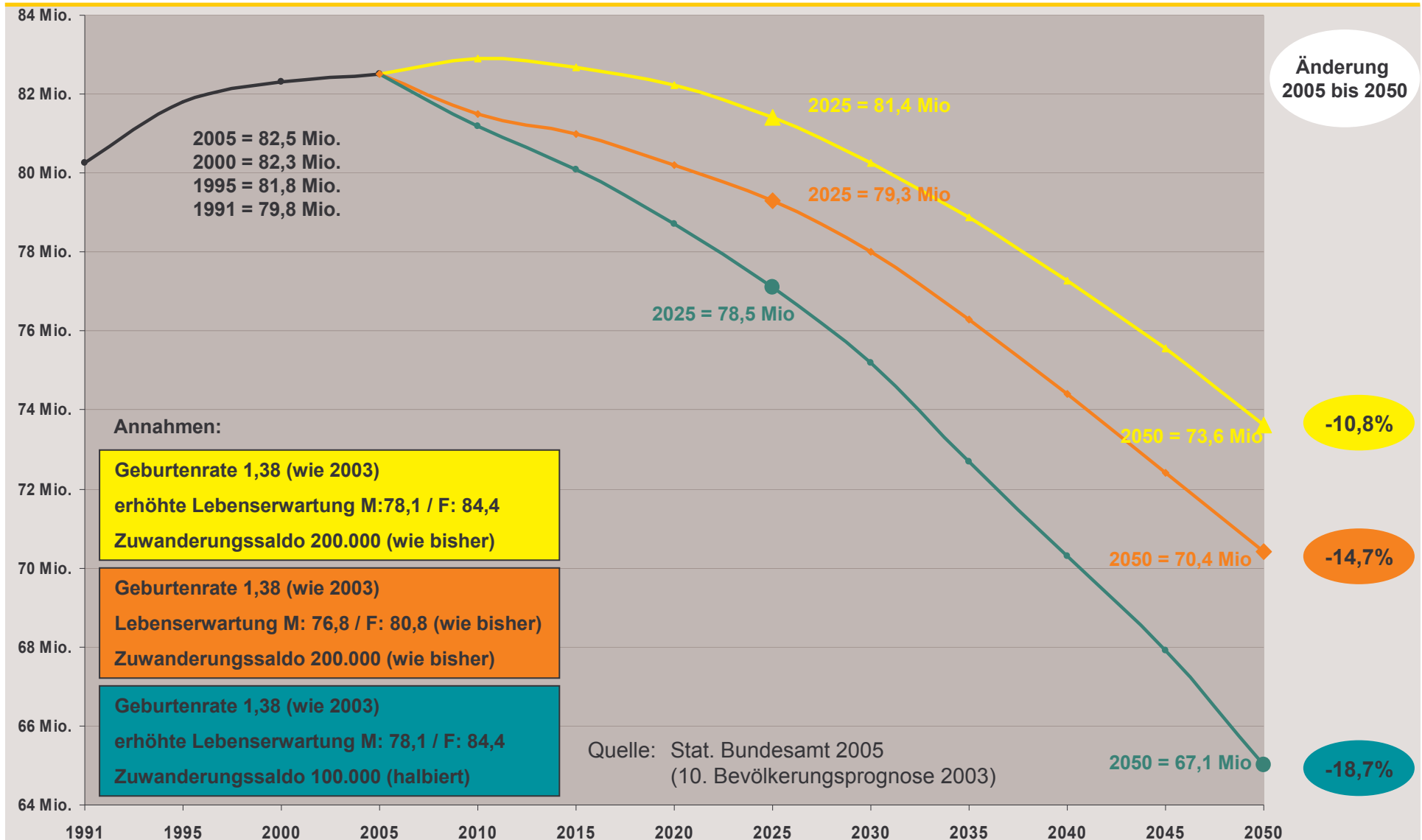
Exakte demografische Prognosen nach den Regeln von Mathematik und Biologie sind möglich. Die Folgen der demografischen Entwicklung sind allerdings nicht mehr änderbar, sondern nur noch gestaltbar.

# Bevölkerungsentwicklung in Deutschland 1910 - 2050



Quelle: Stat. Bundesamt 2004

# Bevölkerungsentwicklung in Deutschland 1991-2050



# ***Einflussfaktoren der demografischen Entwicklung***

## **Problemkreis Schrumpfung und Überalterung der Bevölkerung**

- Eine Verringerung des aktuellen Zuwanderungssaldos (200.000 Personen pro Jahr) durch verstärkte Abwanderung wegen fehlender Arbeitsplätze würde den Bevölkerungsrückgang verschärfen, ebenso wenn die Annahme der steigenden Lebenserwartung bis 2050 nicht eintritt (Folge: Schrumpfung um weitere 3 Mio. auf 70,4 Mio.). Seit 2003 ist der Zuwanderungssaldo pro Jahr bereits auf 100.000 abgesunken.
- Verdopplung der Zuwanderung über politische Steuerung würde den Bevölkerungsbestand bei rund 82 Mio. erhalten aber zugleich den Ausländeranteil in der Bevölkerung bis 2030 von aktuell 8% auf 25% verdreifachen; dies würde nur zur Entlastung beitragen, wenn alle Zuwanderer einen Arbeitsplatz finden und: auch Migranten altern und würden ohne Kinderzeugung langfristig das Problem verschärfen.
- 2050 wird es nur noch rund 26 Mio. Erwerbstätige geben, von denen knapp die Hälfte älter als 50 Jahre alt sein wird; im Jahr 2005 gab es in Deutschland noch 38 Mio. Erwerbstätige, von denen ein knappes Drittel älter als 50 Jahre war.

# ***Einflussfaktoren der demografischen Entwicklung***

## **Problemkreis Schrumpfung und Überalterung der Bevölkerung**

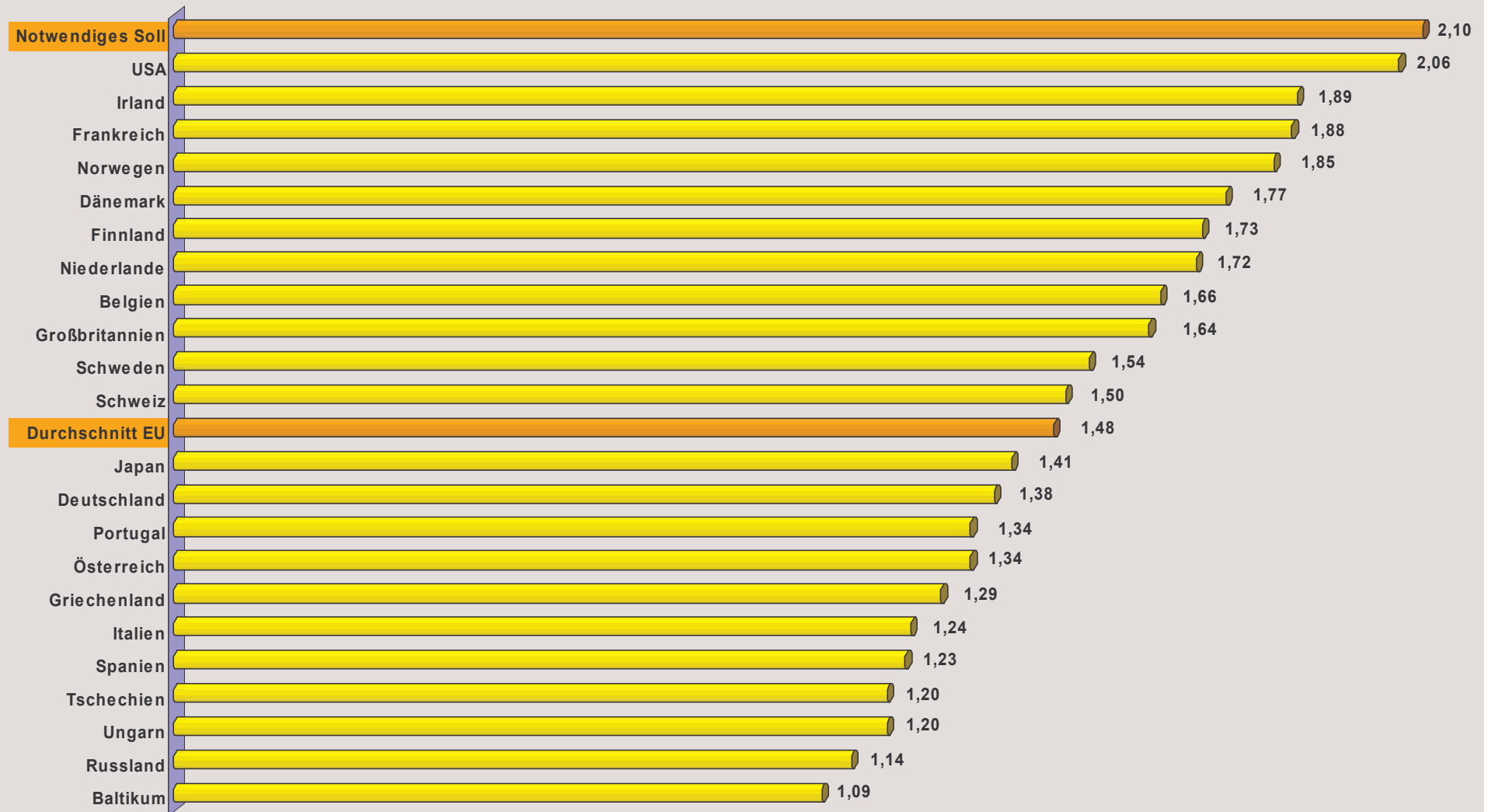
- Bevölkerungsschrumpfung bis 2050 um 0,3% p.a. hat bereits eingesetzt.
- Vom 65. bis zum 75. Lebensjahr nimmt der Anteil allein stehender Frauen überproportional von 62% bis auf 81% zu.
- Zugleich nimmt das regionale Altersgefälle von Ost nach West, Nord nach Süd sowie von ländlichen Gebieten in die Städte zu.
- Bis 2015 werden knapp 4 Mio. Babyboomer in die Altersgruppe der Best Ager (50-65 Jahre) gewachsen sein, die bis 2025 zu Senioren werden.
- Seit 1972 gibt es jährlich ein Geburtendefizit mit steigender Tendenz, wobei ein Bevölkerungsrückgang bis 1990 durch Zuwanderung kompensiert wurde.
- Zahl der Geburten ist mit 686.000 auf den niedrigsten Stand aller Zeiten gesunken, die Hälfte von 1964 (1,36 Mio.), dem Höhepunkt der Babyboomerwelle

# ***Einflussfaktoren der demografischen Entwicklung***

## **Problemkreis geringe Geburtenrate**

- Seit 1985 sinkt die Geburtenrate dramatisch, da die Babyboomer viel zu wenig Kinder gezeugt haben. Die zur Bestandserhaltung notwendige Geburtenrate von 2,1 Kindern pro Frau ist in Deutschland bereits auf 1,38 abgesunken (Deutsche: 1,2 - Ausländer in Deutschland: 2,0)
- Eine ausreichende Steigerung der Geburtenrate ist jetzt nicht mehr möglich, da die stark besetzten Frauenjahrgänge der Babyboomer über 50, d. h. nicht mehr gebärfähig sind und die nachfolgenden Jahrgänge wesentlich weniger Frauen aufweisen.
- Weniger Kinder bedeutet weniger zukünftige potentielle Eltern - der Bevölkerungsrückgang beschleunigt sich; die Jahrgänge der 20-50-Jährigen, die zukünftig hätten Kinder großziehen können, fehlen aufgrund des seit Mitte der 80-er Jahre anhaltenden Geburten-Rückganges (Multiplikatoreffekt).
- In Deutschland ist die Zahl der Lebendgeburten seit 1991 von 1,08 Mio. auf nur noch 686.000 in 2005 um insgesamt 38% bzw. 3,6% p. a. (!) zurückgegangen (1964: 1,38 Mio.); gleichzeitig ist die Zahl der offiziell registrierten Abtreibungen auf 140.000 gestiegen (1991: 75.000), d. h. fünfte gezeugte Kind wird nicht geboren.

# Geburtenrate international 2005



Quelle: Eurostat / Stat. Bundesamt 2004

# Bevölkerung in Deutschland nach Altersgruppen

Alter von... bis unter...Jahren	jeweils zum 01.01. des Jahres							Veränderung von 2005 bis 2050
	1991	2005	2010	2020	2030	2040	2050	
unter 20	17.294	17.102	15.520	14.535	13.897	12.836	12.048	-29,6%
20-30	13.176	9.522	10.328	9.250	8.351	8.198	7.673	
30-50	22.290	25.981	24.166	21.267	20.907	18.928	17.883	
20-50 zusammen	35.466	35.503	34.493	30.517	29.257	27.126	25.556	-28,0%
50-65	15.482	15.514	16.428	19.432	16.271	15.572	15.007	
65-75	6.552	8.214	9.187	8.943	11.390	9.957	9.043	
über 75	5.480	6.189	7.262	8.816	9.454	11.801	11.979	
Fifty-ups ges.	27.514	29.918	32.877	37.192	37.115	37.330	36.028	+20,4%
Insgesamt	80.274	82.522	82.890	82.244	80.269	77.292	73.632	-10,8%

Quelle: Stat. Bundesamt 2005  
Stand: 10. Bevölkerungsprognose 31.12.2003

Annahme: Zuwanderungssaldo von 200.000 (wie bisher)  
Geburtenrate 1,38 (wie bisher)  
Leicht steigende Lebenserwartung M: 78,1 / F: 84,4

# Bevölkerung in Deutschland nach Altersgruppen

Alter von... bis unter...Jahren	jeweils zum 01.01. des Jahres							Veränderung von 2005 bis 2050
	1991	2005	2010	2020	2030	2040	2050	
unter 20	17.294	17.102	15.520	14.535	13.897	12.836	12.048	-29,6%
20-30	13.176	9.522	10.328	9.250	8.351	8.198	7.673	-19,4%
30-50	22.290	25.981	24.166	21.267	20.907	18.928	17.883	-31,2%
20-50 zusammen	35.466	35.503	34.493	30.517	29.257	27.126	25.556	-28,0%
50-65	15.482	15.514	16.428	19.432	16.271	15.572	15.007	-3,3%
65-75	6.552	8.214	9.187	8.943	11.390	9.957	9.043	+10,1%
über 75	5.480	6.189	7.262	8.816	9.454	11.801	11.979	+93,6%
Fifty-ups ges.	27.514	29.918	32.877	37.192	37.115	37.330	36.028	+20,4%
<b>Insgesamt</b>	<b>80.274</b>	<b>82.522</b>	<b>82.890</b>	<b>82.244</b>	<b>80.269</b>	<b>77.292</b>	<b>73.632</b>	<b>-10,8%</b>

Quelle: Stat. Bundesamt 2005  
Stand: 10. Bevölkerungsprognose 31.12.2003

Annahme: Zuwanderungssaldo von 200.000 (wie bisher)  
Geburtenrate 1,38 (wie bisher)  
Leicht steigende Lebenserwartung M: 78,1 / F: 84,4

## Haushaltsstrukturen und Lebensmodelle

	2005		1991		Veränderung	2005		1991		Veränderung
	Haushalte	Anteil*	Haushalte	Anteil*		Kinder	Kinder			
Ehepaare ohne Kinder	9,63 Mio.	37,9%	8,39 Mio.	34,5%	14,8%					
Ehepaare mit Kindern	9,20 Mio.	36,2%	11,99 Mio.	49,3%	-23,3%	16,10 Mio.	18,92 Mio.			-14,9%
Allein Erziehende	2,57 Mio.	10,1%	2,09 Mio.	8,6%	23,0%	3,52 Mio.	2,83 Mio.			24,4%
Nicht eheliche Lebensgem. mit Kindern	0,77 Mio.	3,0%	0,46 Mio.	1,9%	67,4%	1,05 Mio.	0,62 Mio.			69,4%
Nicht eheliche Lebensgem. ohne Kinder	3,25 Mio.	12,8%	1,39 Mio.	5,7%	133,8%					
davon gleichgeschl.	0,18 Mio.	0,7%	0,10 Mio.	0,4%	80,0%					
<b>Lebensgem. / Familien insgesamt</b>	<b>25,42 Mio.</b>	<b>100,0%</b>	<b>24,31 Mio.</b>	<b>100,0%</b>	<b>4,6%</b>	<b>20,67 Mio.</b>	<b>22,37 Mio.</b>			<b>-7,6%</b>
<b>Ein-Personen-Haushalte</b>	<b>14,17 Mio.</b>		<b>11,86 Mio.</b>		<b>19,5%</b>					
<b>Haushalte insgesamt</b>	<b>39,59 Mio.</b>		<b>36,17 Mio.</b>		<b>9,5%</b>	<b>20,67 Mio.</b>	<b>22,37 Mio.</b>			<b>-7,6%</b>

Quelle: Stat. Bundesamt 2005

## **Relative Einkommensposition und Kaufkraft demografischer Zielgruppen**

**Durchschnittlich verfügbares Einkommen pro Kopf 20.415 € (=100 %):**

- Zwei-Personen-Haushalte ohne Kinder unter 65 J (DINKs) 123 %
- Single-Haushalte unter 65 J 120 %
- Zwei-Personen-Haushalte über 65 J 101 %
- Familien mit 1 und 2 Kindern 90 %
- Single-Haushalte über 65 J 77 %
- Familien mit mehr als 2 Kindern 80 %
- Alleinerziehende mit Kind(ern) 70 %

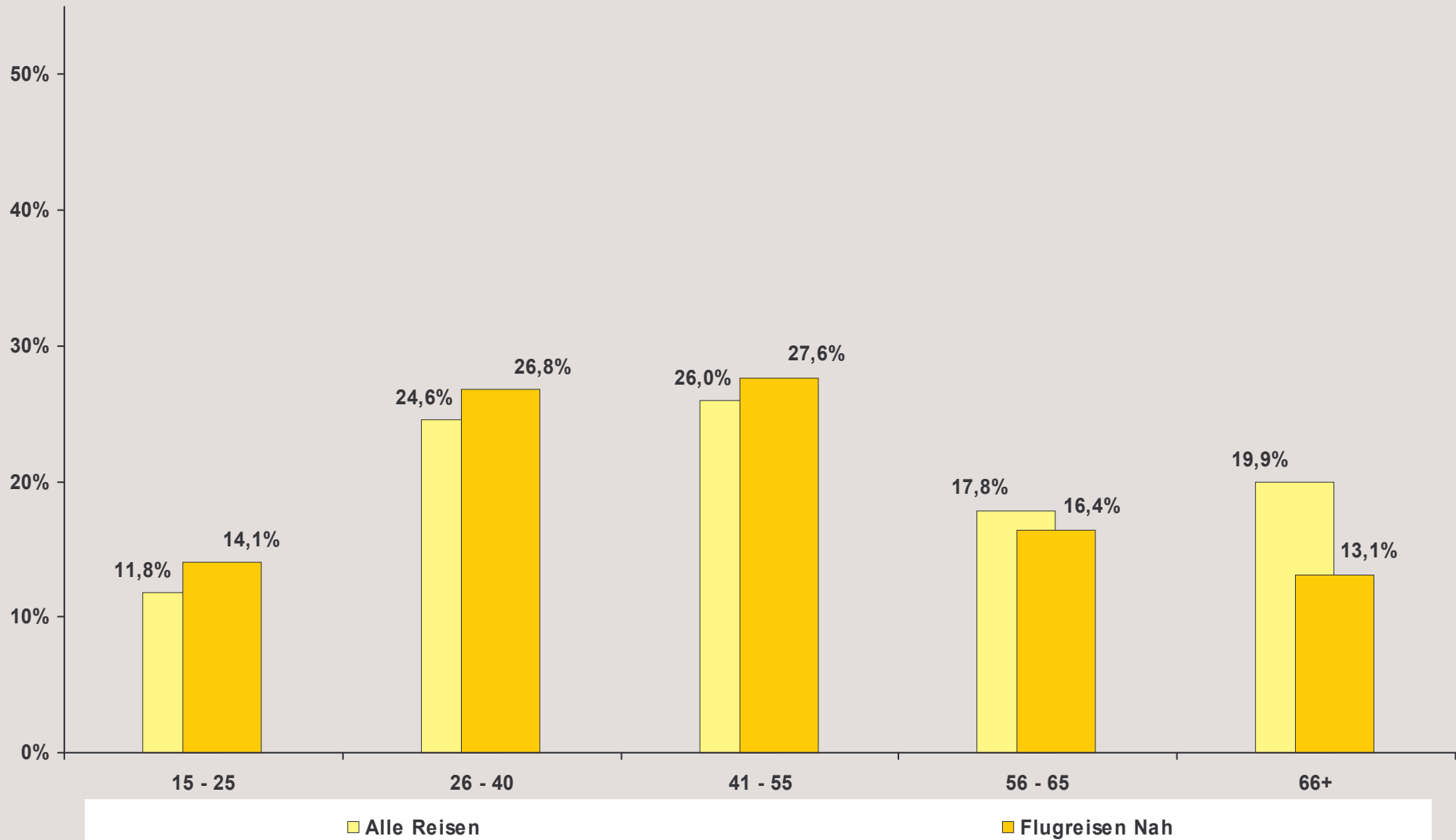
davon Durchschnitt in Westdeutschland 104 %

davon Durchschnitt in Ostdeutschland 85 %

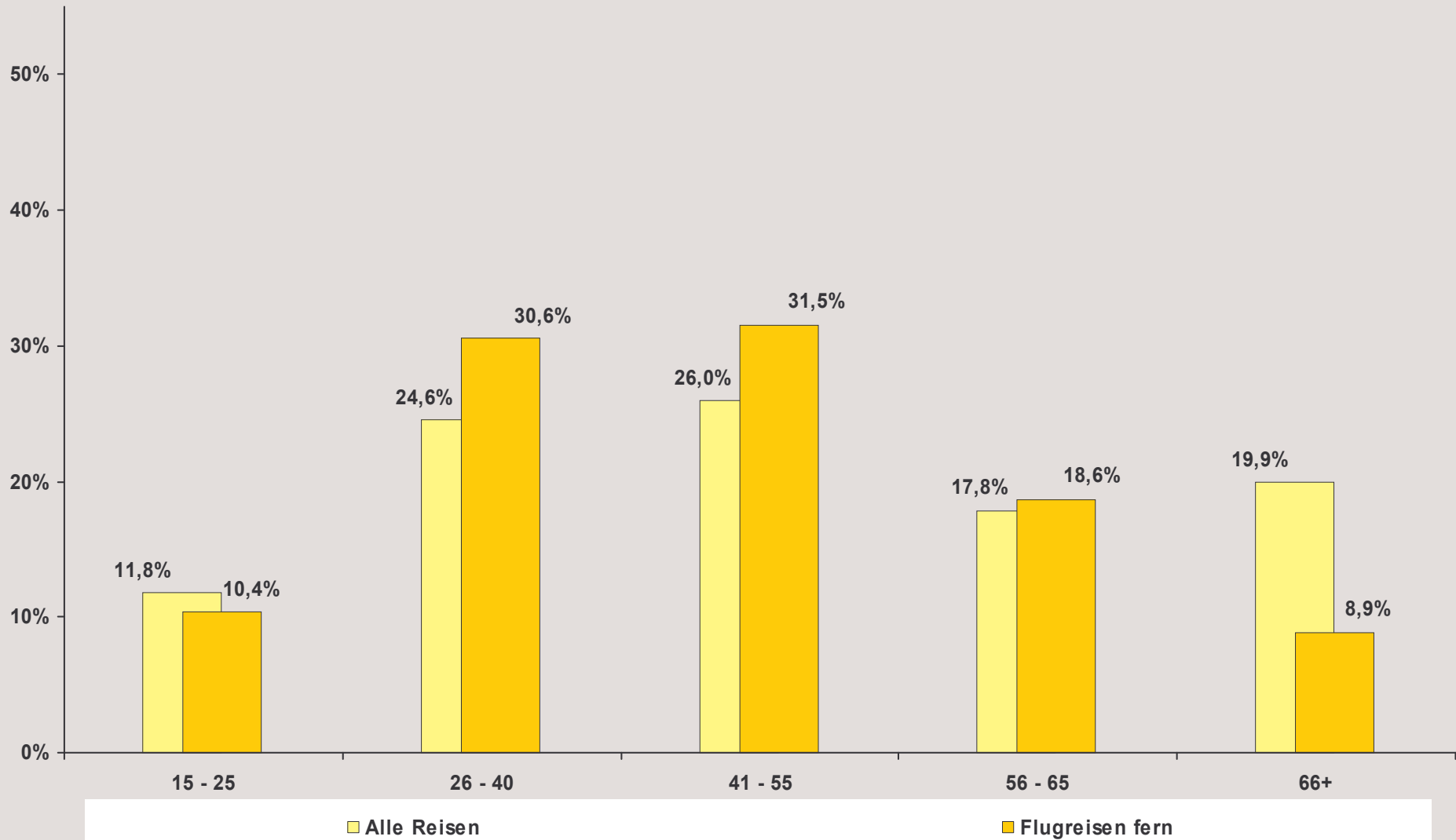
Quelle: DIW - Dt. Institut für Wirtschaftsforschung/StaBuA

# ***Wer bucht Urlaubsreisen?***

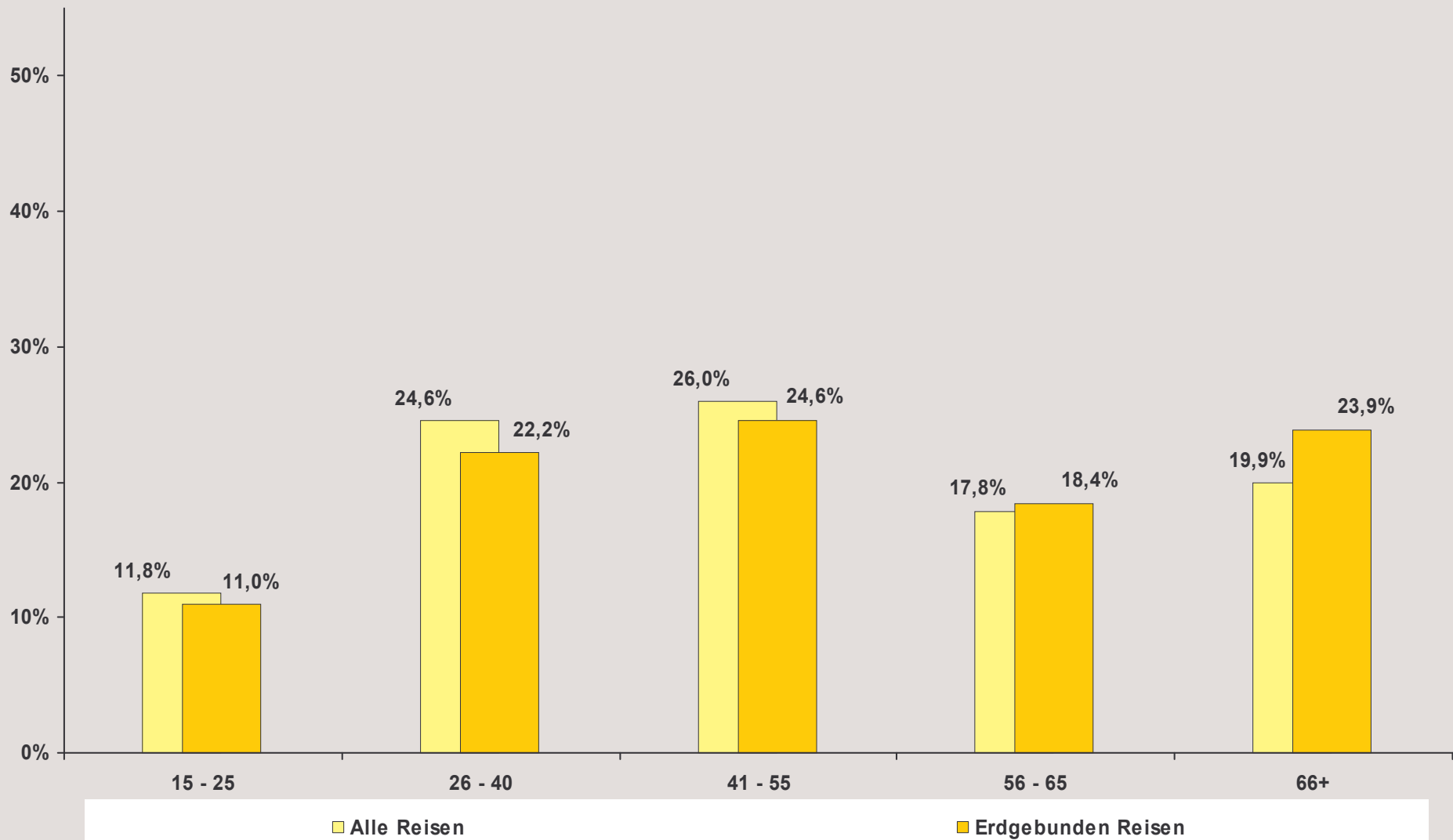
## Altersverteilung Flugreisen Nah 2005



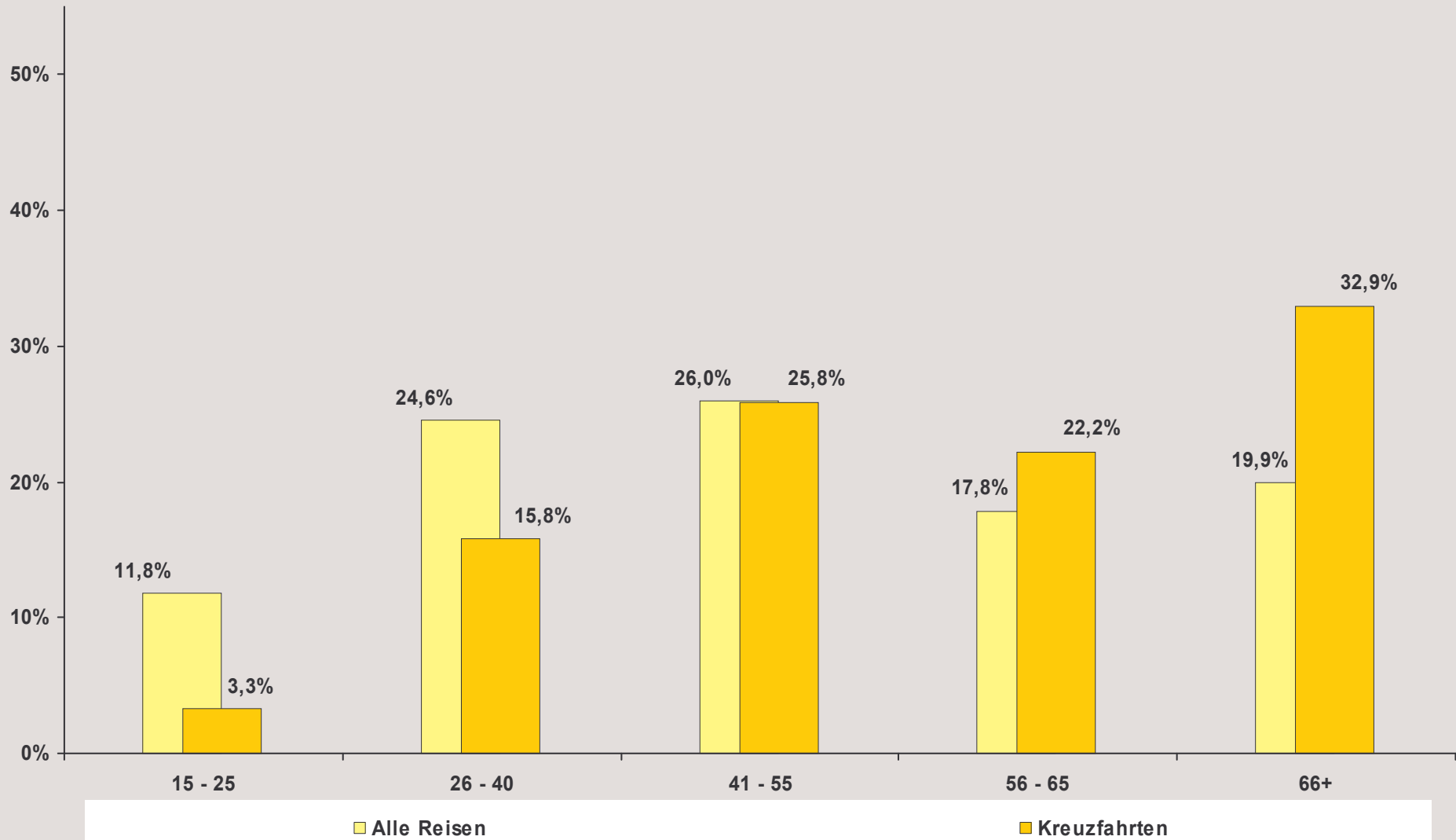
## Altersverteilung Flugreisen Fern 2005



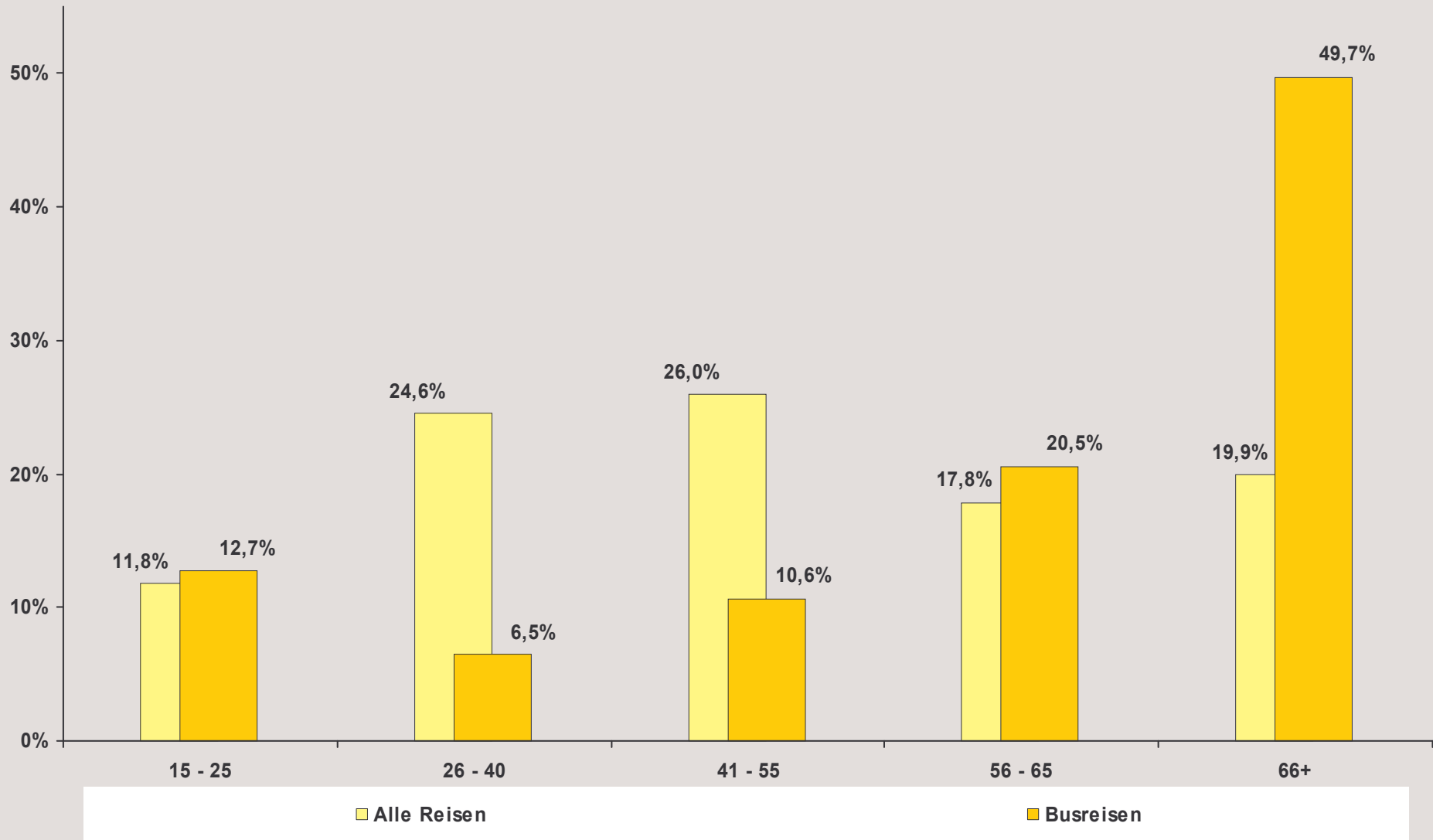
## Altersverteilung erdgebundene Reisen 2005



# Altersverteilung Kreuzfahrten 2005



# Altersverteilung Busreisen 2005



## ***Reisepräferenzen von Best Ager***

- Klassisches Establishment mit zumeist **überdurchschnittlichen Einkommen und hoher Kaufkraft**; zwar ist jede/r 12. arbeitslos, darunter auch viele derzeit finanziell noch gut versorgte Vorruheständler
- **Erbengeneration** (Durchschnittsalter von Erben 58 Jahre !)
- **Kinder** (falls vorhanden) sind oft bereits **wirtschaftlich selbständig**, Immobilien zumeist abbezahlt
- **Reisemotive**: Erholung, Entspannung, Verwöhnen lassen, Aktivitäts- und Erlebnisorientierung
- Hohe **zeitliche Flexibilität und Mobilität** mit **breitem Interessens- und Zielgebietsspektrum**
- Hohe **Komfort- und Qualitätsansprüche** (u. a. überproportionaler Anteil an Fernreisen, Städte-/Kulturreisen, Kreuzfahrten stark zunehmend)
- Ausgeprägte **Hybridität**: mal Schnäppchenjäger, mal Luxus-Shopper

## ***Reisepräferenzen von Senioren***

- **Ein Drittel** aller Urlauber ist **älter als 60 Jahre** (Anteil 24% der Bevölkerung); **aktive Ruheständler** mit aktuell noch ausreichend hohen Renten, Pensionen, Zusatzversorgungen und Zusatzeinkünften.
- Für Senioren bzw. nicht mehr aktiv im Beruf stehende Menschen spielen **Ruhe, Entspannung und Erholung** als Urlaubsmotiv **keine entscheidende Rolle** mehr.
- Bei Senioren **dominieren** die Motive **Geselligkeit, Gemütlichkeit, Behaglichkeit, Kommunikation und Unterhaltung** (jeder Dritte dieser Zielgruppe lebt allein lebt und sucht in einer homogenen Gruppe Abwechslung gegen Einsamkeit).
- **Starkes Bedürfnis** nach **Bequemlichkeit, Sicherheit und Hilfe beim Gepäcktransport**, da jeder Vierte über 60 mindestens eine gesundheitliche Behinderung hat und jeder Sechste schwer behindert ist.

## *Reisepräferenzen von Senioren*

**Einschränkung** der Reisegewohnheiten von Senioren **erst bei gesundheitlichen Problemen** und zunehmendem **Sicherheits- oder Betreuungsbedürfnis**.

Senioren **präferieren** in Ihrem Urlaub Ziele,

- die ihnen die Beibehaltung häuslicher **Gewohnheiten und Rituale** ermöglichen,
- **Natur, Kultur, Events** sowie **alters- und gesundheitsaffine Aktivitäten** bieten,
- über ein **gemäßigtes Klima** verfügen,
- und eine **unkomplizierte Anreise** garantieren.

## *Auswirkungen für den Reisemarkt*

**Wachstumssegmente**, die allerdings in ihrer Struktur und Erschließung sehr spezifische Bedürfnisse haben:

- 50-65-Jährige (Golden Ager) bis ca. 2020
- 65-75-Jährige von 2020 bis 2030
- über 75-Jährige kontinuierlich bis 2050
- DINKs
- Flexible Lebensgemeinschaften ohne Kinder
- Singles (überproportional ältere Frauen)
- Alleinerziehende/Patchwork-Familien

# *Auswirkungen für den Reisemarkt*

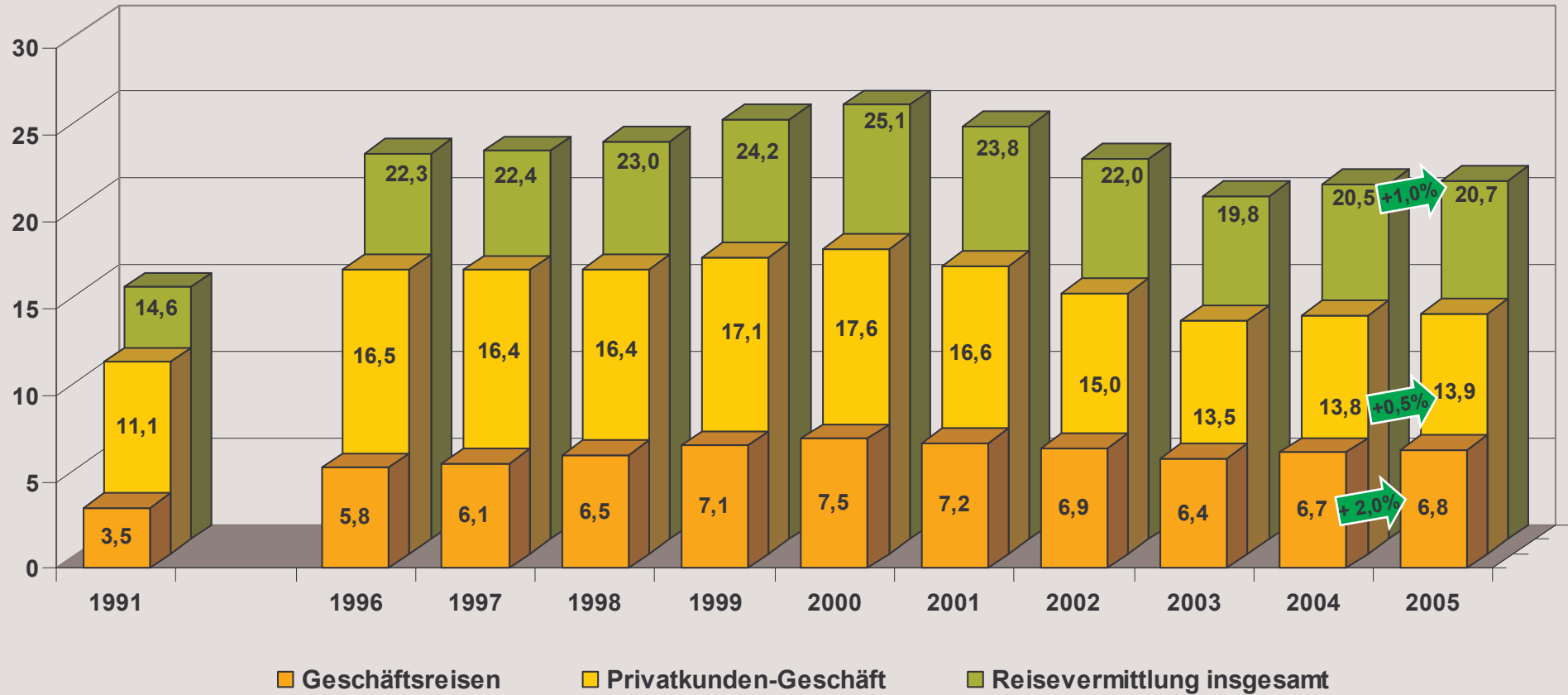
## **Schrumpfende Segmente:**

- Kinder und Jugendliche
- Familien mit Kindern
- 20-50-Jährige
- Erwerbstätige aller Altersklassen

# ***Was wird gebucht?***

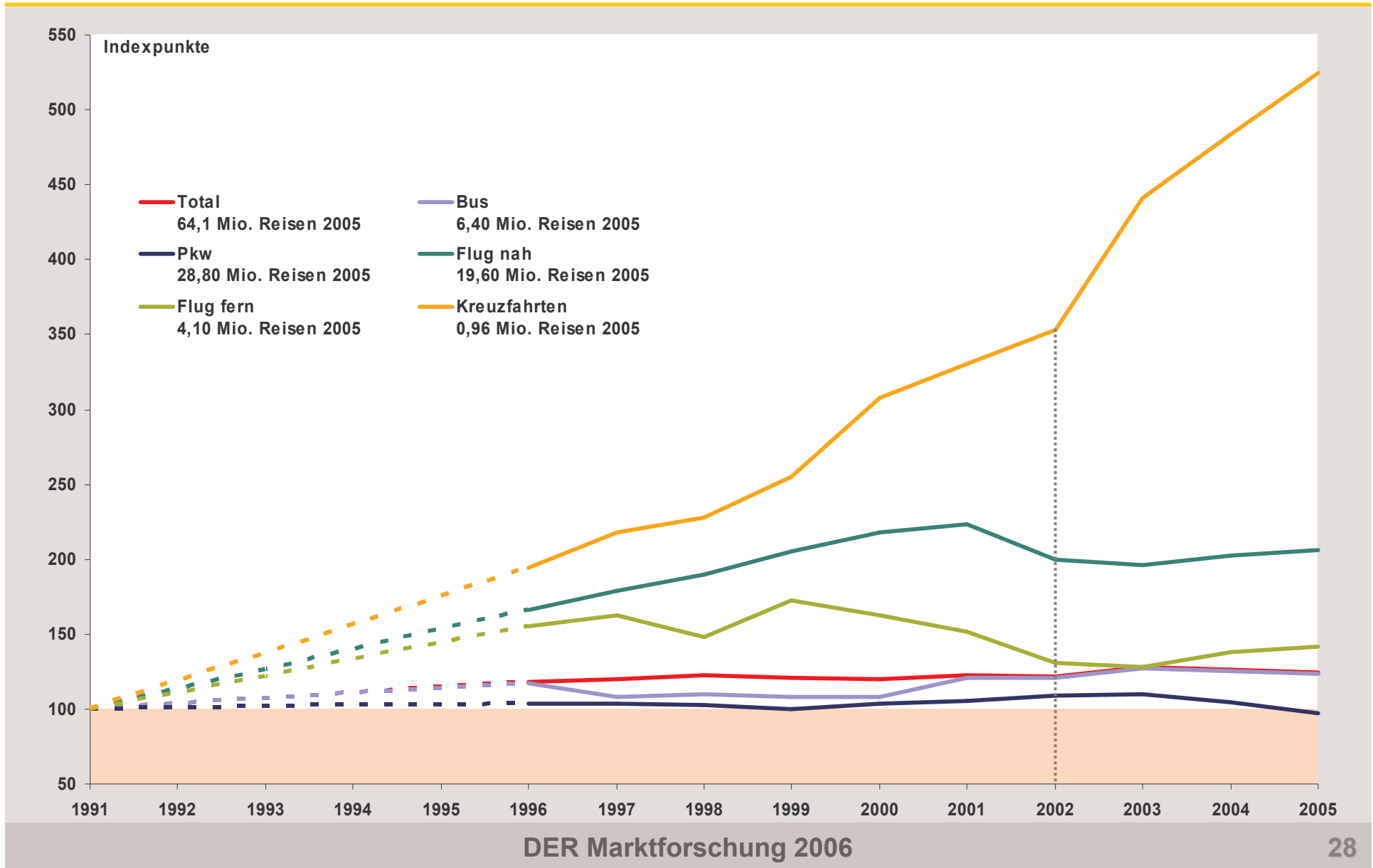
# Marktentwicklung Stationäre Reisebüros und BT 1991 - 2005

## Vertriebsumsatz in Mrd. €

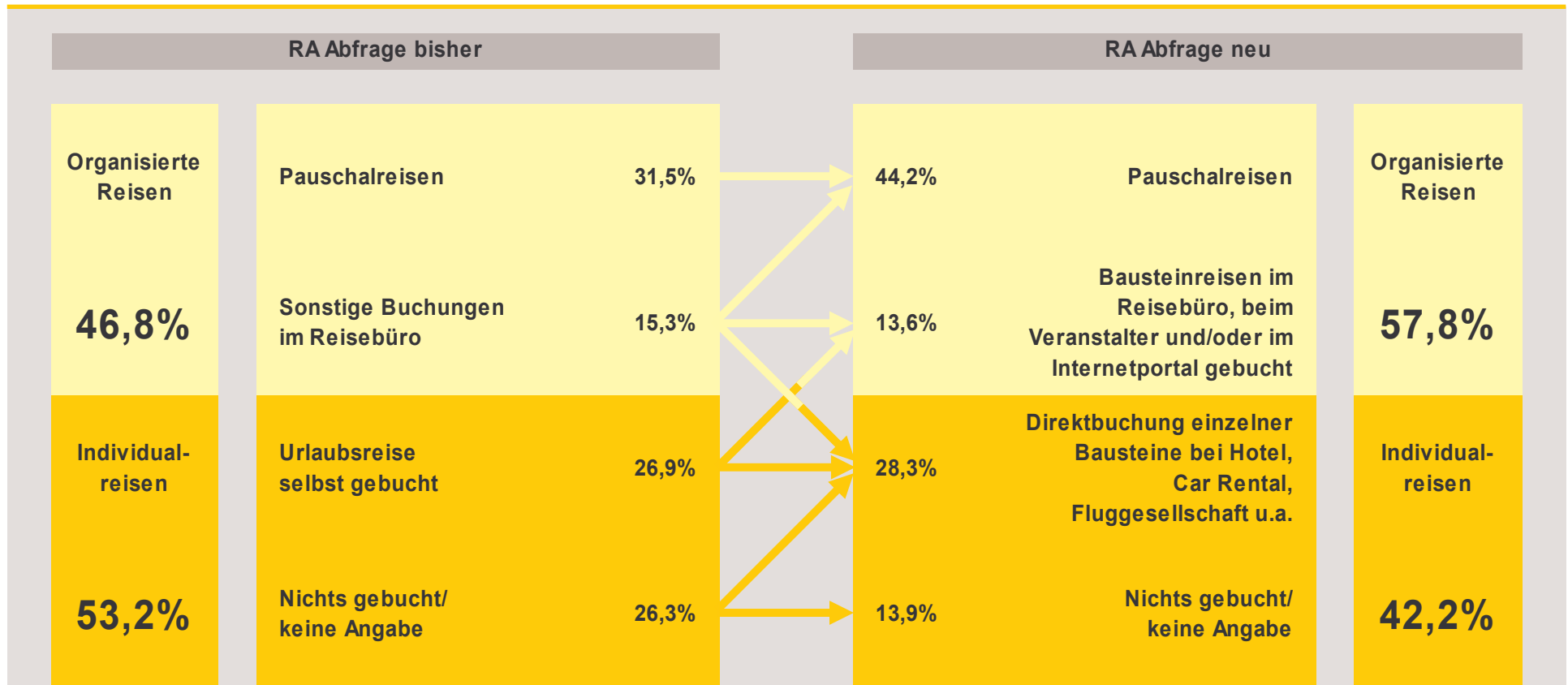


Quelle: FVW und eigene Hochrechnungen

# Nachfrage-Entwicklung nach Reisearten (indiziert)



# Organisationsform von Reisen 2005



Die neue Abfrage differenziert nach:

- gebuchter Leistung
- Buchungsstelle
- Buchungsweg

Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2006

## Organisation der Reise und Reiseziele

	Pauschalreise	Bausteinreise	Direkt gebucht	Nichts gebucht
<b>Reisen in Mio.</b>	<b>28,4</b>	<b>8,7</b>	<b>18,1</b>	<b>10,6</b>
<b>Reiseziele</b>				
	in %	in %	in %	in %
<b>Deutschland</b>	<b>14,4</b>	<b>22,0</b>	<b>47,6</b>	<b>50,1</b>
<b>Ausland</b>	<b>85,6</b>	<b>78,0</b>	<b>52,4</b>	<b>49,9</b>
<b>davon</b>				
Mittelmeer	55,9	30,2	15,0	16,0
<i>davon Spanien</i>	23,5	10,7	5,0	3,1
<i>Türkei</i>	12,3	4,0	1,5	1,8
<i>Griechenland</i>	5,4	2,1	1,2	0,5
<i>Italien (inkl. Norditalien)</i>	6,7	8,7	8,5	6,9
Osteuropa	8,0	7,6	5,5	11,2
Nordeuropa	7,4	14,8	25,1	17,3
Schweiz/Österreich	6,2	6,8	11,2	6,6
Fernreisen	6,8	15,6	4,2	0,5

Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2006

# *Wie und wo wird gebucht?*

# Entwicklung der Zahl der deutschen Reisebüros



## *Entwicklung der Zahl der deutschen Reisebüros und Reisevermittlungsstellen*

	2005/06	2004/05	2003/04	2002/03	2001/02	2000/01	1999/00	1998/99
Klassische Reisebüros	3.596	3.636	3.970	4.316	4.978	5.173	5.040	4.904
Touristische Reisebüros	7.394	8.023	8.739	8.351	8.050	7.657	8.015	9.696
Business Travel	876	980	1.044	1.017	1.207	1.175	1.158	1.175
<b>Summe Reisebüros</b>	<b>11.866</b>	<b>12.639</b>	<b>13.753</b>	<b>13.684</b>	<b>14.235</b>	<b>14.005</b>	<b>14.213</b>	<b>15.775</b>
Sonstige Buchungsstellen *	2.596	2.905	2.524	2.876	5.018	6.525	5.405	5.096
<b>Vertriebsstellen insgesamt</b>	<b>14.462</b>	<b>15.544</b>	<b>16.277</b>	<b>16.560</b>	<b>19.253</b>	<b>20.530</b>	<b>19.618</b>	<b>20.871</b>
davon IATA-Agenturen	4.250	4.465	4.520	4.648	4.745	4.810	4.756	4.690
DB-Agenturen	3.135	3.246	3.445	3.668	3.741	3.871	3.980	3.824

\* nur eine Veranstalterlizenz / vermutlich Nebenerwerbsvertriebsstellen

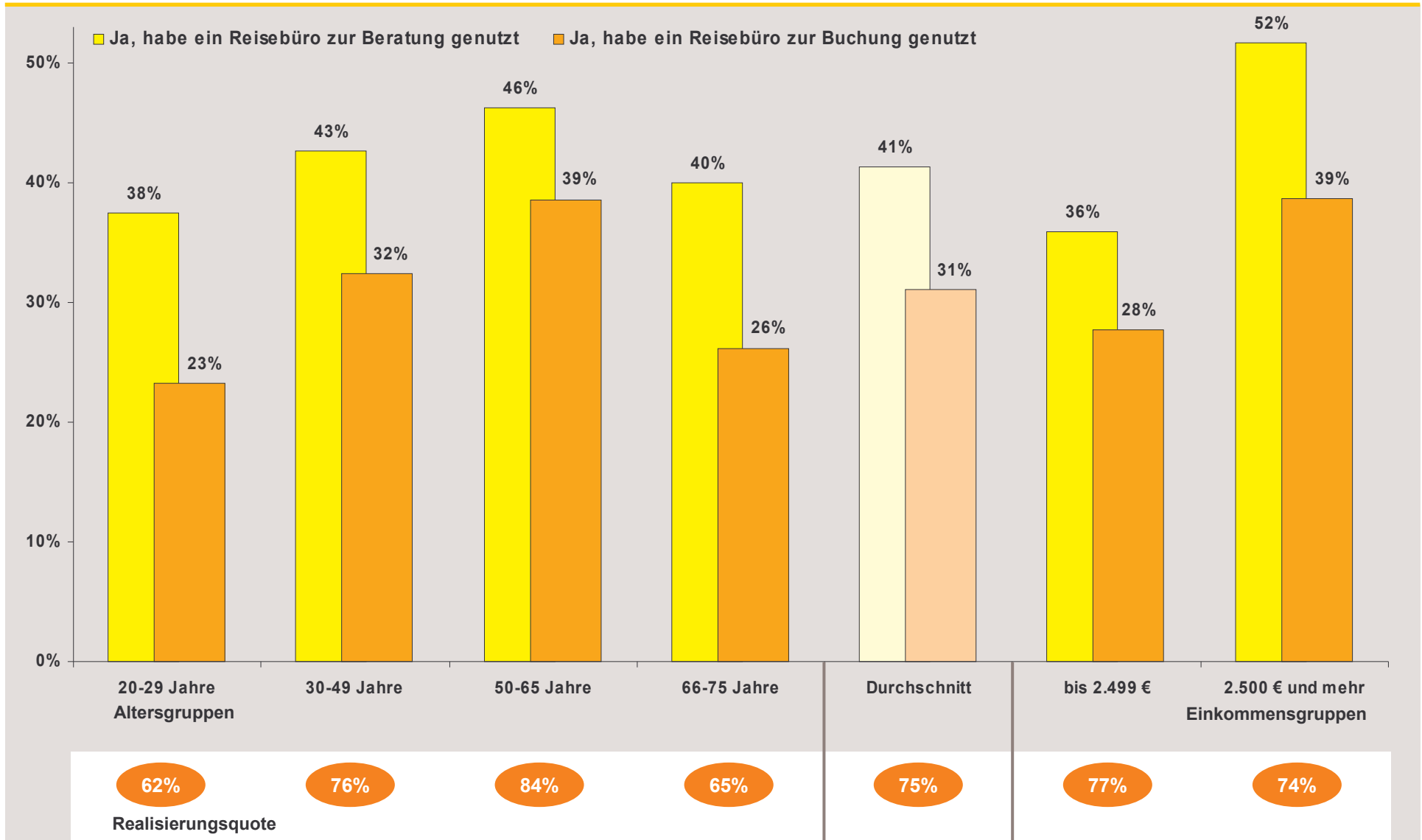
Quelle: DRV Vertriebsdatenbank, Zahlen für 2005/2006 vorläufig

## Organisation und Buchungsstelle von Urlaubsreisen

	<b>Pauschalreise</b>	<b>Bausteinreise</b> Mehrfachnennungen	<b>Direkt gebucht</b> Mehrfachnennungen
<b>Reisen in Mio.</b>	<b>28,4</b>	<b>8,6</b>	<b>18,1</b>
<b>Buchungsstelle</b>	in %	in %	in %
In einem Reisebüro	67,1	51,3	0,0
Direkt beim Reiseveranstalter	12,2	12,6	0,0
Busreisen-Veranstalter	5,6	4,6	0,0
Internetportale	5,4	25,5	2,3
Hotel	2,1	5,6	15,5
Sonstige Unterkunftsanbieter	3,3	12,2	46,4
Fluggesellschaft	0,0	4,8	11,2
Bahn	0,0	2,8	6,9
Auto-Vermieter	0,0	4,1	2,7
Sonstiges	4,3	6,8	23,1

Quelle: F.U.R. Reiseanalyse 2006

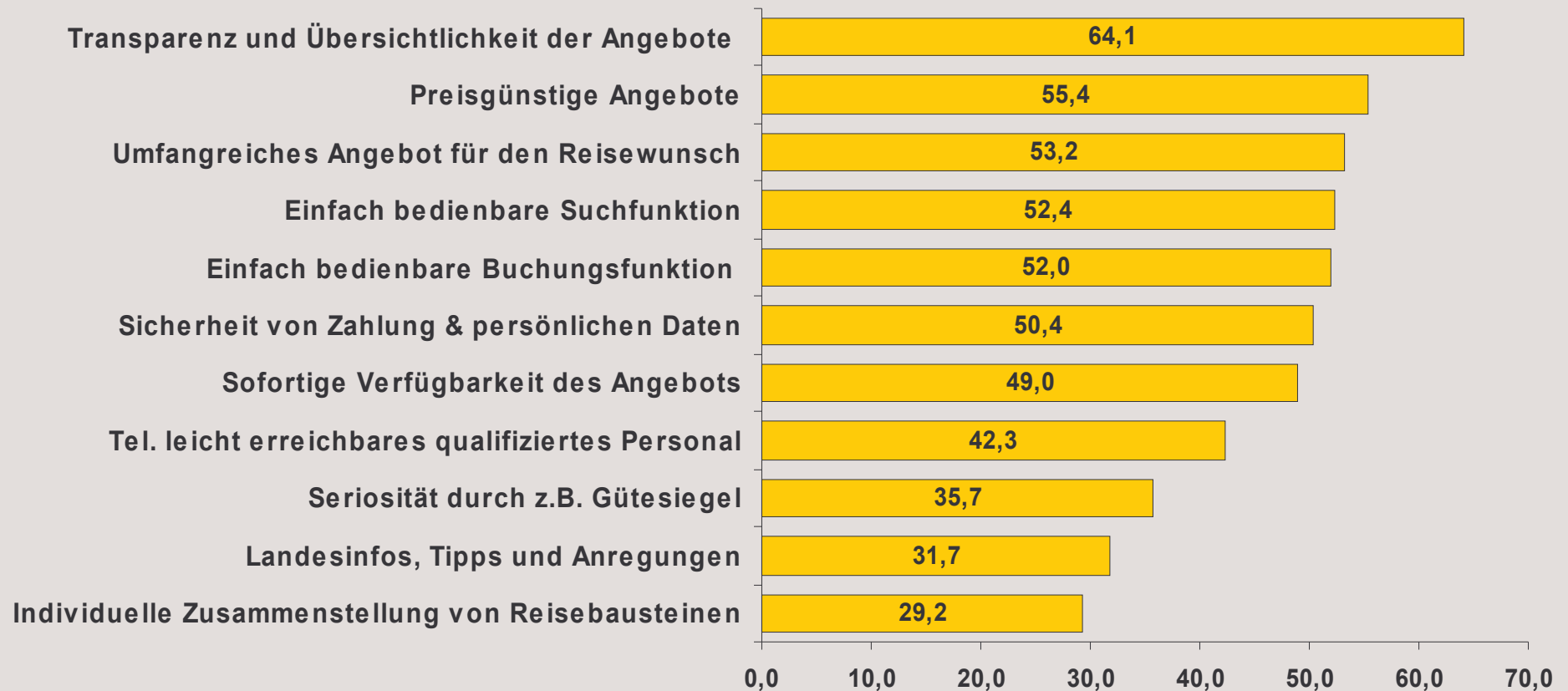
# Reisebüronutzung bei Urlaubsreisen



# *Warum wird wo gebucht?*

# Erwartungen an Online-Reisebüros

in % der Personen mit Internetzugang

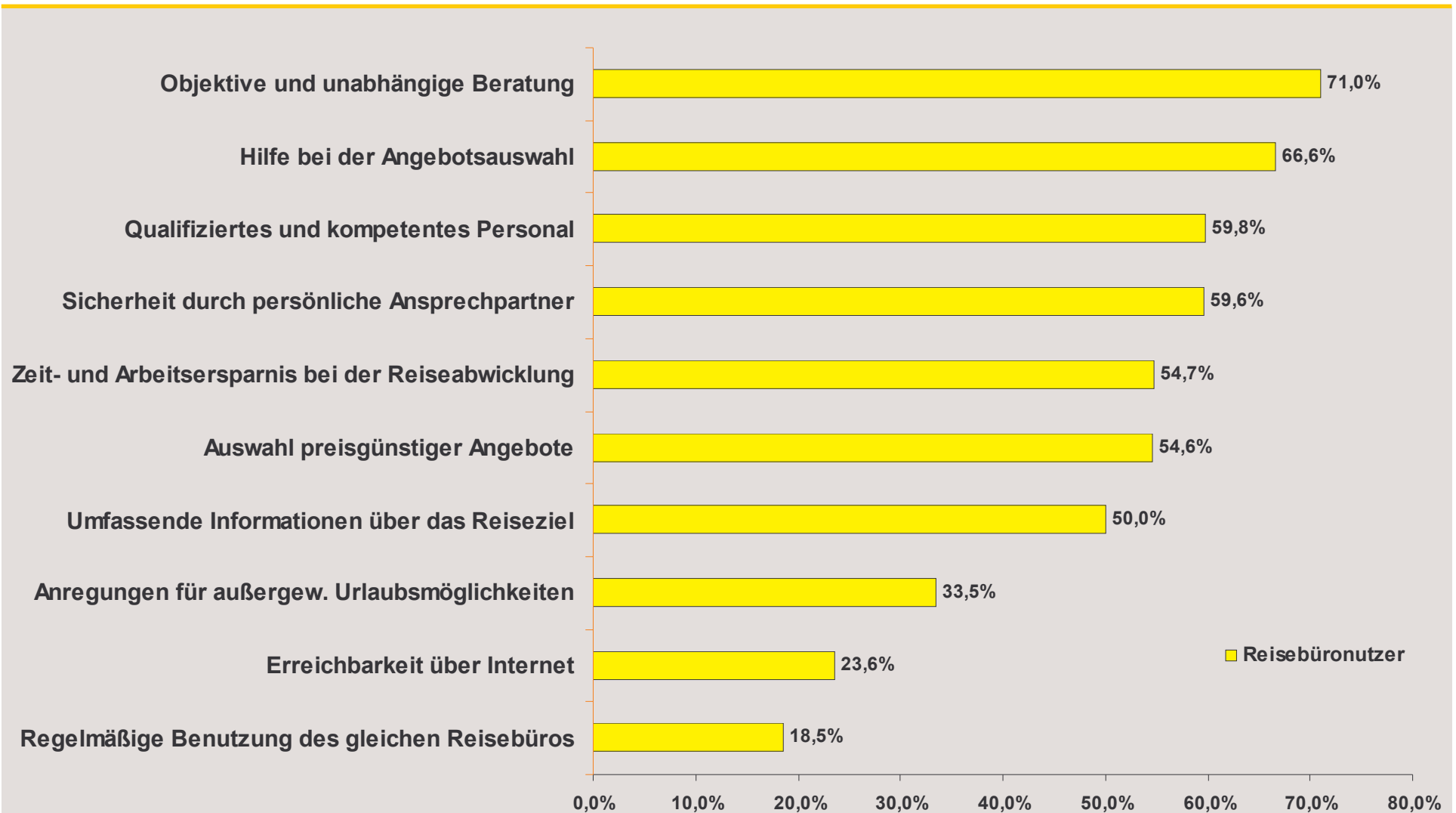


## Mehrfachnennungen

Frage 31: Viele Reisende nutzen - aus unterschiedlichen Gründen - die Dienste eines Reisebüros für die Vorbereitung und Buchung ihres Urlaubes. Worauf legen Sie besonderen Wert, wenn Sie ein Online Reisebüro im Internet in Anspruch nehmen?

Quelle: RA 06, Sonderfrage des VIR

# Gründe für die Reisebüronutzung



Quelle: RA 2006, Sonderfrage DER

***Fazit:***

***Welche Erkenntnisse sollten wir mitnehmen?***

## ***Zukunftsperspektiven***

- 1. Der deutsche Reisemarkt wächst mittel- bis langfristig nicht mehr.**
- 2. Die Zeit der Massenmärkte ist vorbei.**
- 3. Die Reisenachfrage zerfällt in immer kleinere und inhomogenere Zielgruppen.**
- 4. Die Zielgruppen der kaufkräftigen Best-Ager und aktiven Senioren werden den Reisemarkt der nächsten 30 Jahre prägen.**
- 5. Begeisterung, Bequemlichkeit, Zufriedenheit und Vertrauen sind die Erfolgsbasis des künftigen Best-Ager- und Senioren-Marketings**
- 6. Der Reisemarkt polarisiert sich zunehmend zwischen Schnäppchenjägern und Luxusshoppfern.**

## **Zukunftsperspektiven**

***Es muss sich vieles  
grundlegend ändern,  
damit alles so bleiben kann,  
wie es ist.***

***Viel Erfolg!***