

Reiseentscheidung: Einblick in die Modulergebnisse

Bente Grimm (NIT) und Matthias Gilbrich (TMGS)

Im Rahmen des Marktforschungstages der TMGS
Dresden, 26. Oktober 2017

Die Entscheidung für eine Urlaubsreise

- » Keine aufeinander folgenden Einzelentscheidungen, sondern integrativer Prozess
- » Manche Aspekte werden nicht aktiv entschieden, sie werden als gegeben gesetzt.
- » Die Entscheidung für (oder gegen) eine Urlaubsreise ist nicht nur vom Angebot abhängig.
- » Weitere Einflüsse sind:
 - » Motive und Bedürfnisse
 - » Kenntnisstand des Entscheiders (*consideration set*)
 - » Reisebegleitung
 - » Finanzieller Rahmen
 - » Verfügbare Zeit
 - » Erreichbarkeit

Reiseentscheidung - Was haben wir in der RA 2017 dazu gefragt?

WANN? WIE LANGE?

- » Beginn konkreter Überlegungen
- » Entscheidung relativ zum Reisezeitpunkt

*Jeweils für die
HUR 2016*

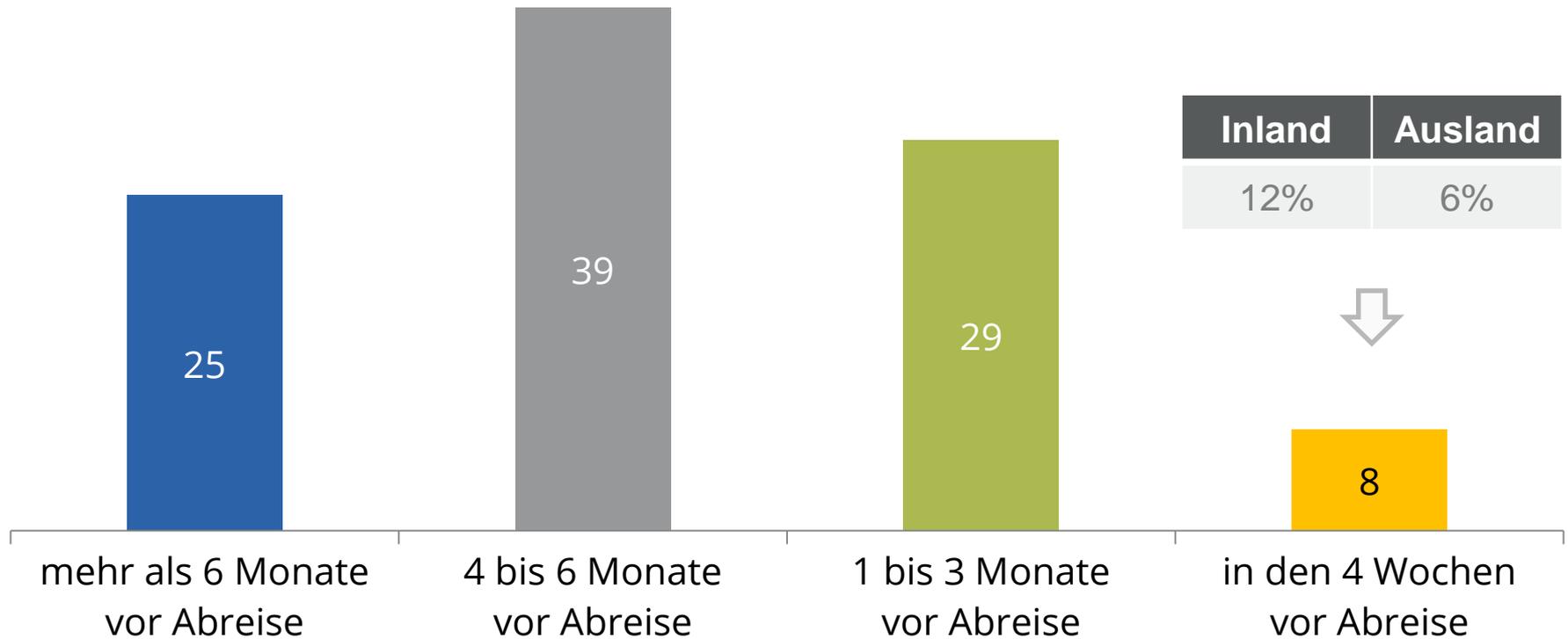
BEDEUTUNG

- » Als erstes entschieden
- » Auch noch wichtig

KRITERIEN FÜR DIE REISEZIELWAHL

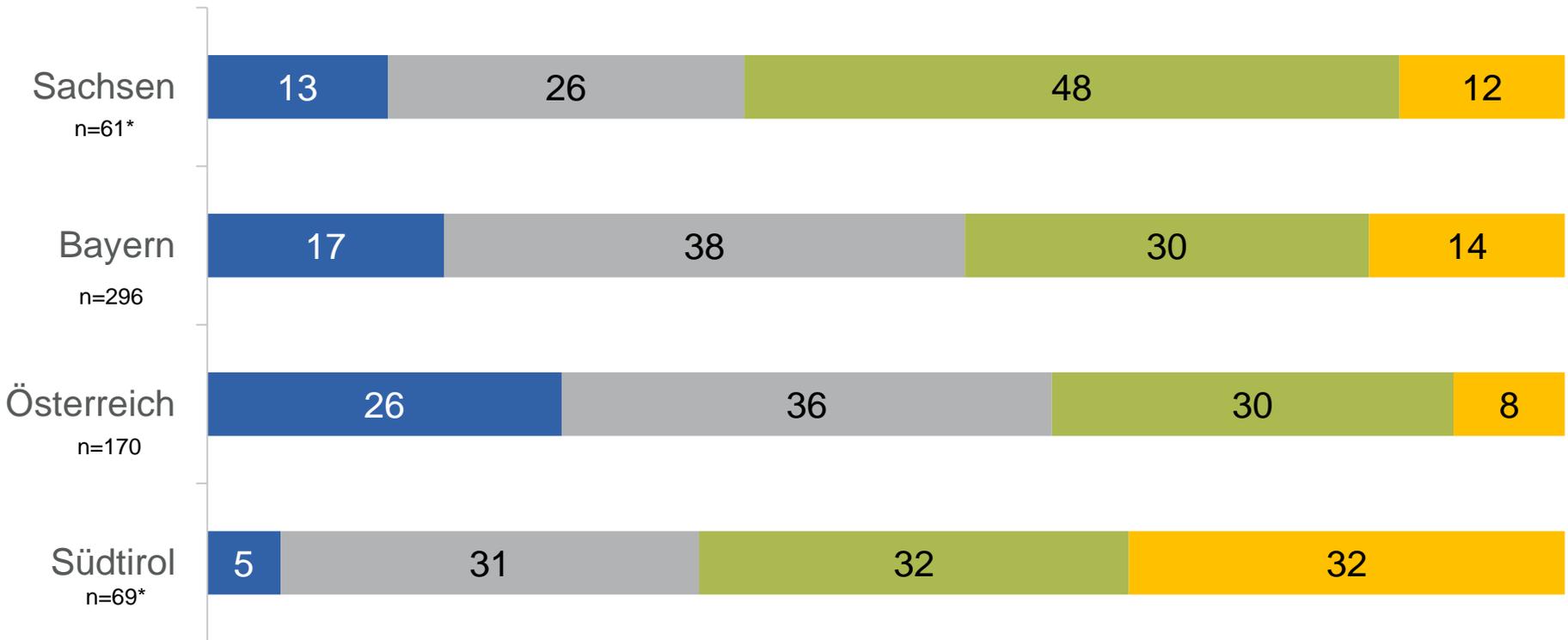
- » Besonders wichtige Aspekte
- » Kombinierte Auswertung mit dem Image-Modul der RA 2016

Beginn der Überlegungen



Frage: Wie lange vor der Abreise haben Sie begonnen, sich mit ihrer Haupturlaubsreise auseinanderzusetzen (z. B. mögliche Reiseziele, Reisezeitpunkt)?
Basis: Haupturlaubsreisen (53,4 Mio.),
Angaben in % (an 100 fehlende % = keine Angabe),
RA 2017 face-to-face

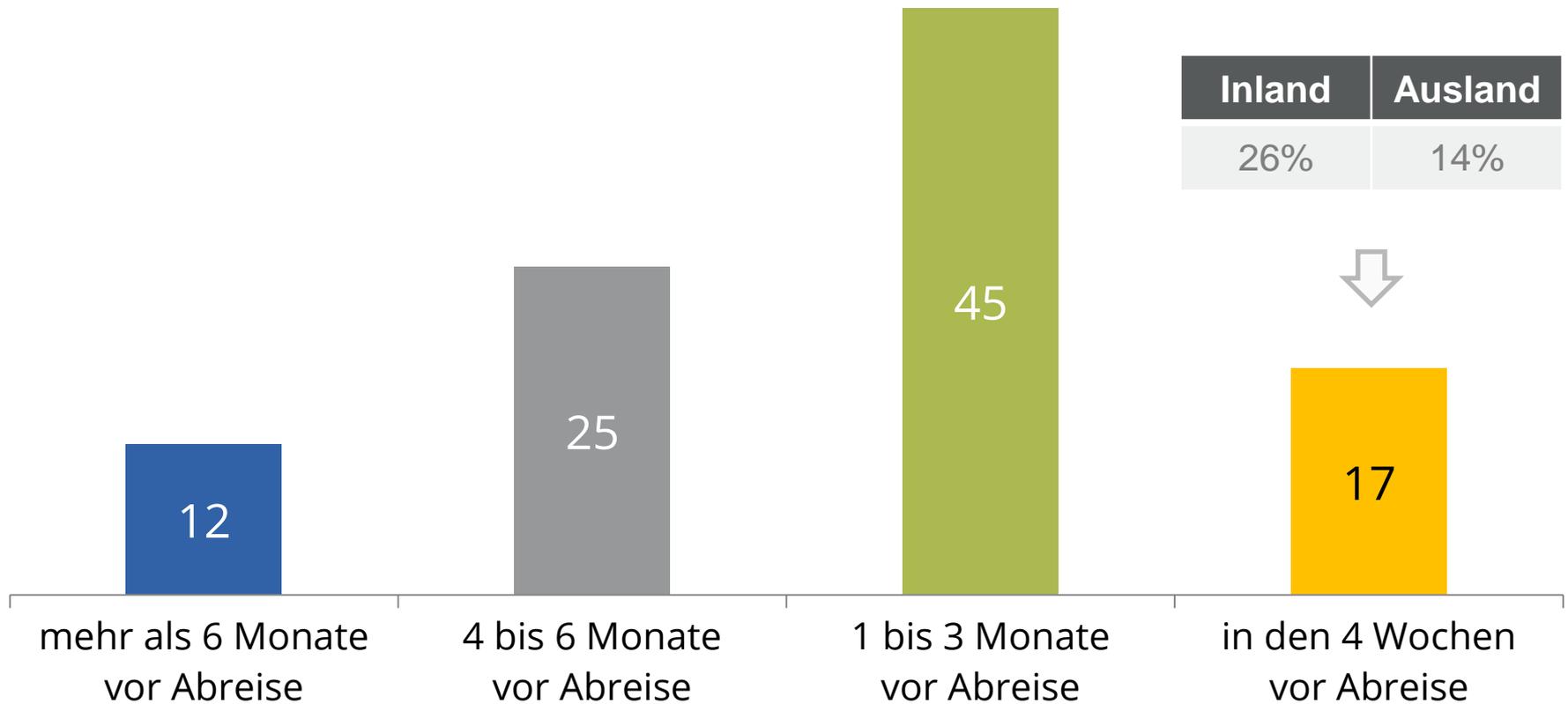
Beginn der Überlegungen nach Reiseziel



■ Mehr als 6 Monate ■ 4 bis 6 Monate ■ 1 bis 3 Monate ■ In den 4 Wochen ... vor Abreise

* Achtung: Kleine Basis, d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

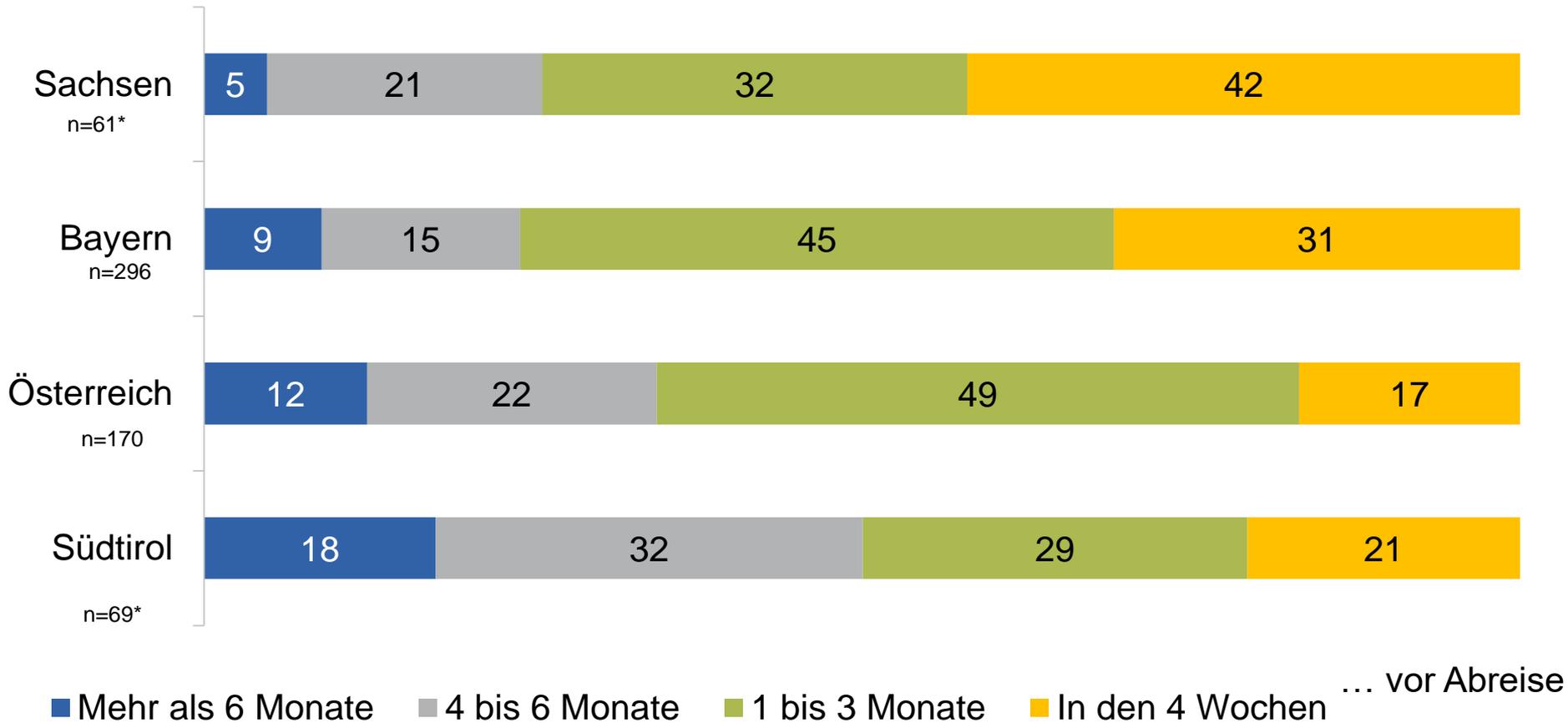
Zeitpunkt der Reiseentscheidung



Frage: Wann haben Sie sich für Ihre Haupturlaubsreise bzw. für die wichtigsten Bestandteile Ihrer Haupturlaubsreise entschieden?

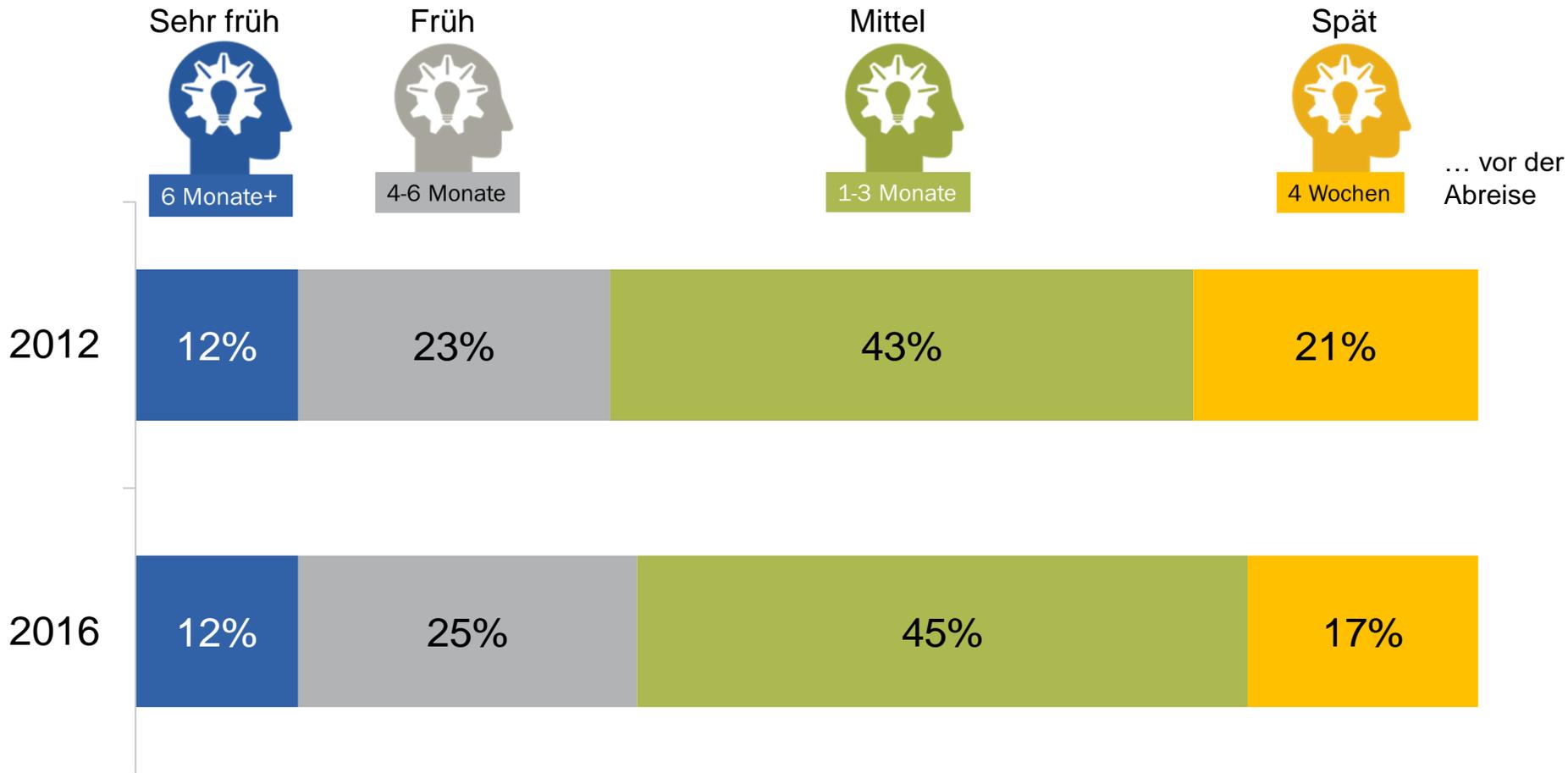
Basis: Haupturlaubsreisen (53,4 Mio.),
Angaben in % (an 100 fehlende % = keine Angabe),
RA 2017 face-to-face

Entscheidungszeitpunkt nach Reiseziel



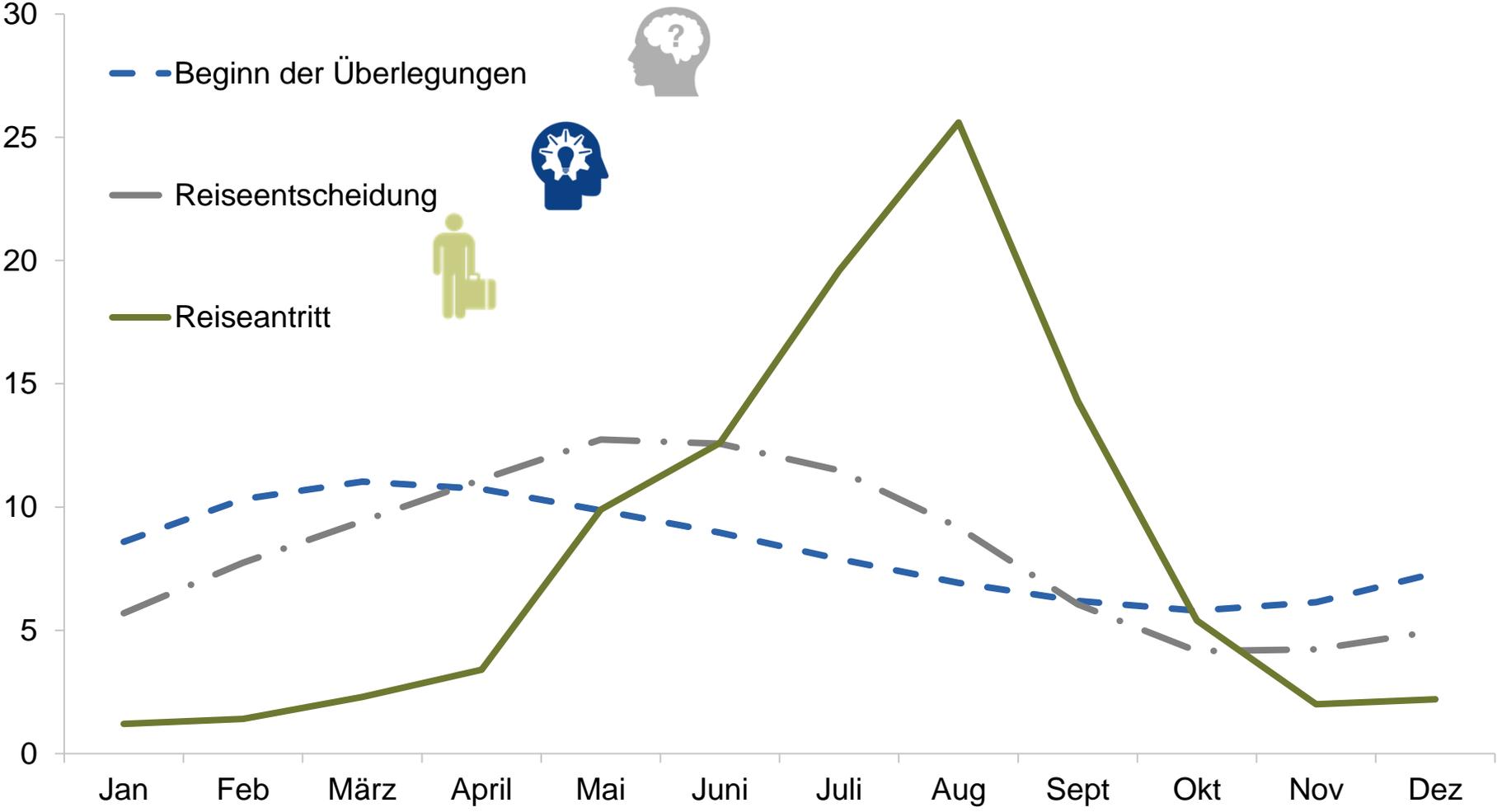
* Achtung: Kleine Basis, d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
 Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
 (an 100% fehlende % = keine Angabe)
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Verteilung der Entscheidungstypen im Zeitvergleich



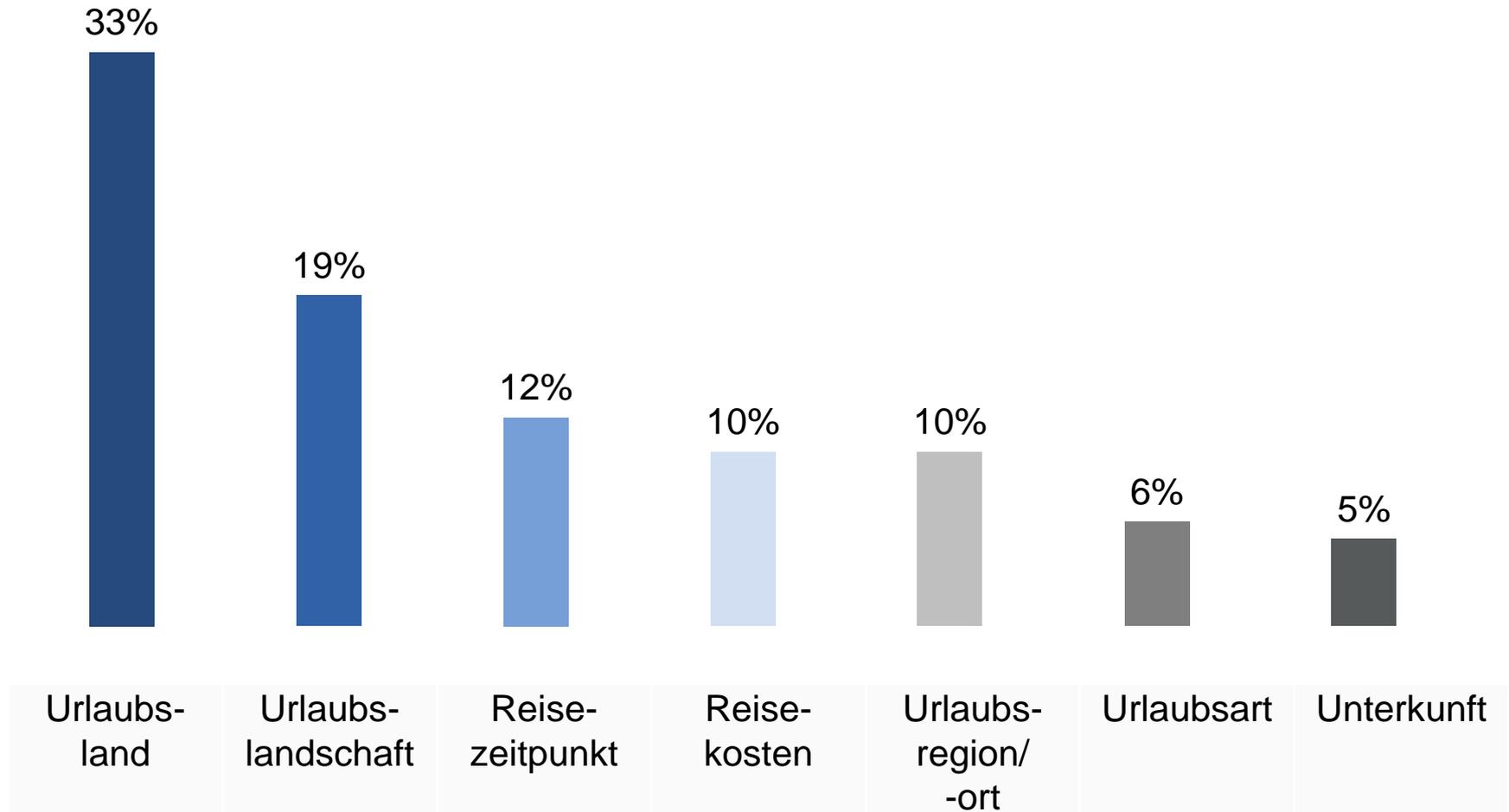
Frage: Wann haben Sie sich für Ihre Haupturlaubsreise bzw. für die wichtigsten Bestandteile Ihrer Haupturlaubsreise entschieden?
 Basis: Urlaubsreisende (2012: 5.922; 53,6 Mio.; 2016: n=5.922; 53,4 Mio.)
 Quelle: RA 2013 und 2017 face-to-face

Saisonalität der Reiseentscheidung



Zuordnung der Antwortkategorien: 4 Wochen vor Abreise = Abreisemonat, 1-3 Monate vor Abreise: je 1/3 der Nennungen pro Monat, 4-6 Monate vor Abreise: je 1/3 der Nennungen pro Monat, mehr als 6 Monate vor Abreise: je 1/5 der Nennungen pro Monat
 Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Was wird zuerst entschieden?

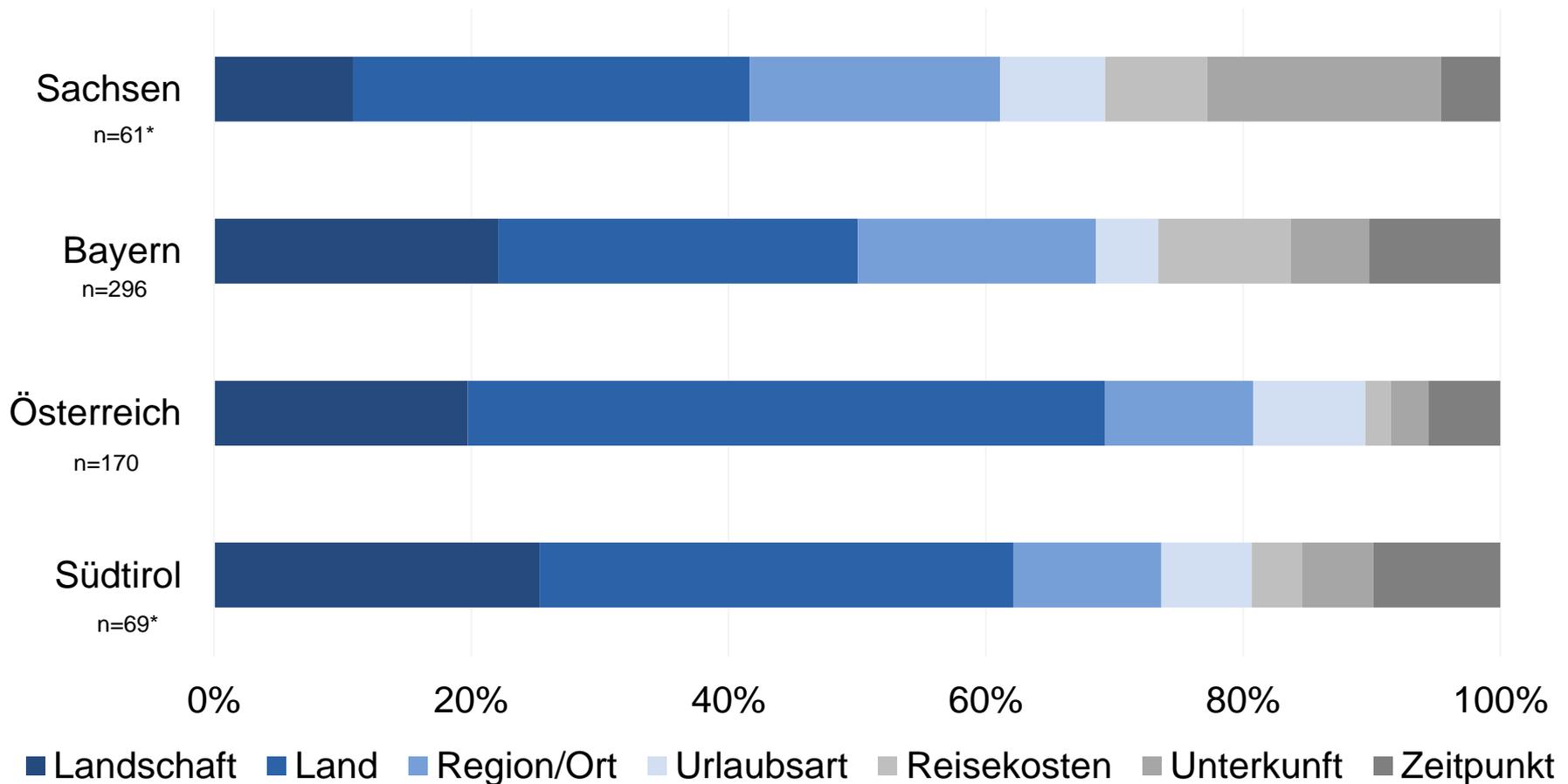


Fragen: Welche der folgenden Entscheidungen haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise nach ... zuerst getroffen? (Top 7 dargestellt)

Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.)

Quelle: RA 2017 face-to-face

Erste Entscheidung nach Reiseziel



Achtung: Kleine Basis, d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
 Frage: Welche der folgenden Entscheidungen haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise nach ... zuerst getroffen?
 Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben
 (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Relevanz der Entscheidungen (als erstes entschieden ODER auch noch wichtig)

	als erstes	Auch noch wichtig	Summe (Relevanz)
Urlaubsziel (Summe)	43	52	94
- Urlaubsland (z.B. Deutschland, Italien oder Österreich)	33	26	58
- Urlaubsregion oder -ort (z.B. Bayern, Toskana oder Sylt)	10	26	35
Unterkunft	5	49	54
Reisezeitpunkt	12	38	50
Reisekosten	10	39	49
Urlaubslandschaft (z.B. Berge, Küste oder See)	19	27	46
Verkehrsmittel	2	24	26
Urlaubsart (z.B. Natururlaub, Aktivurlaub)	6	19	25
Abflughafen	1	14	16
Reiseveranstalter	1	13	15

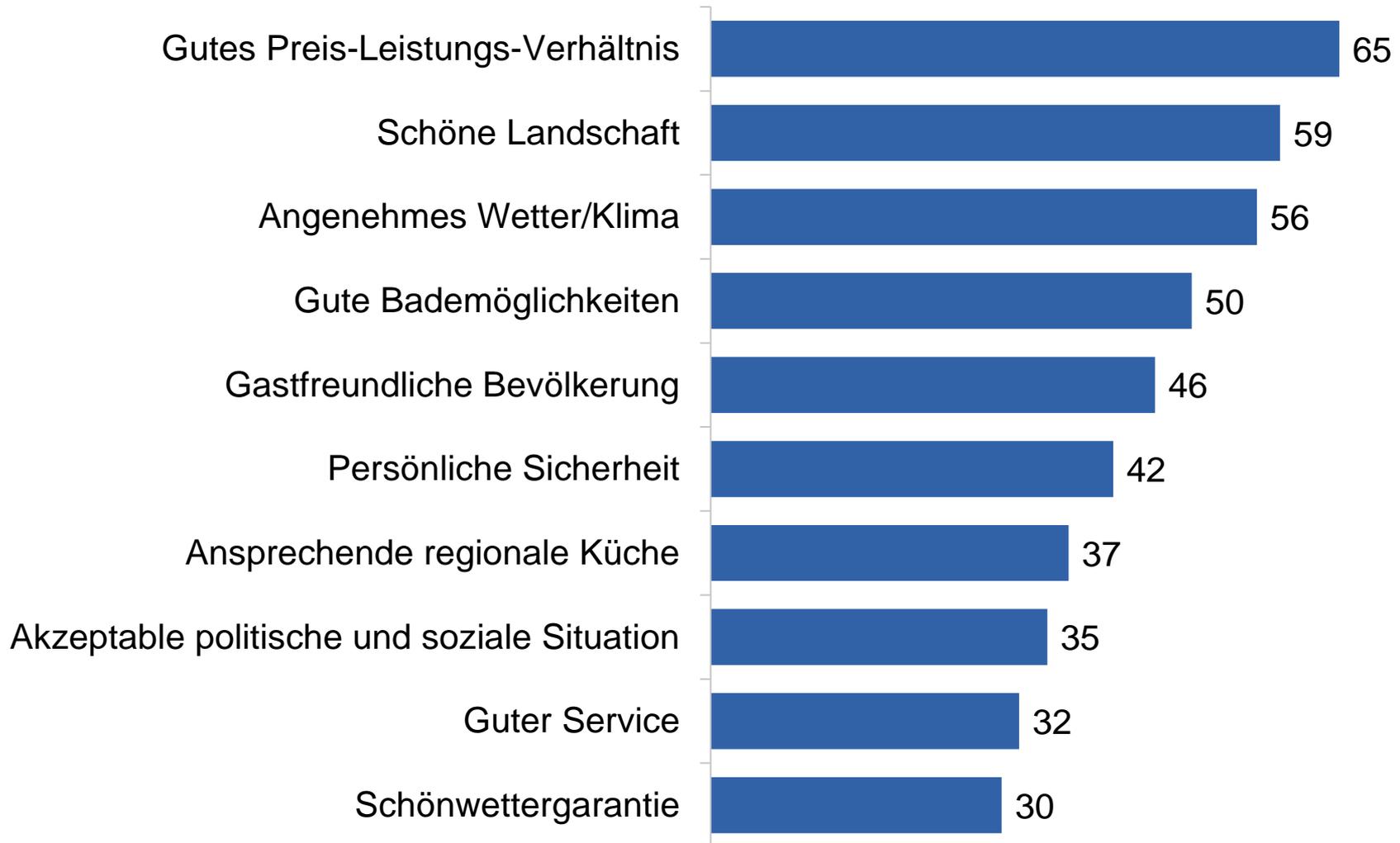
Frage: Welche der folgenden Entscheidungen haben Sie bei Ihrer Haupturlaubsreise nach ...
zuerst getroffen? Welche anderen Entscheidungen waren noch wichtig für Sie? (Mfn. möglich)

Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben

(n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %

Quelle: RA 2017 face-to-face

Wahl des Reiseziels: Besonders wichtige Aspekte – Top 10



Frage: „Welche Aspekte waren Ihnen bei der Wahl des Reisezieles für diese
Urlaubsreise besonders wichtig?“ (Mehrfachnennungen möglich)
Haupturlaubsreisen (53,4 Mio.), Angaben in %
RA 2017 face-to-face

Wahl des Reiseziels: Besonders wichtige Aspekte Inland vs. Ausland

Inland

1. Gutes Preis-/Leistungsverhältnis
2. Schöne Landschaft
3. Persönliche Sicherheit
4. Ansprechende regionale Küche
5. Angenehmes Wetter/Klima

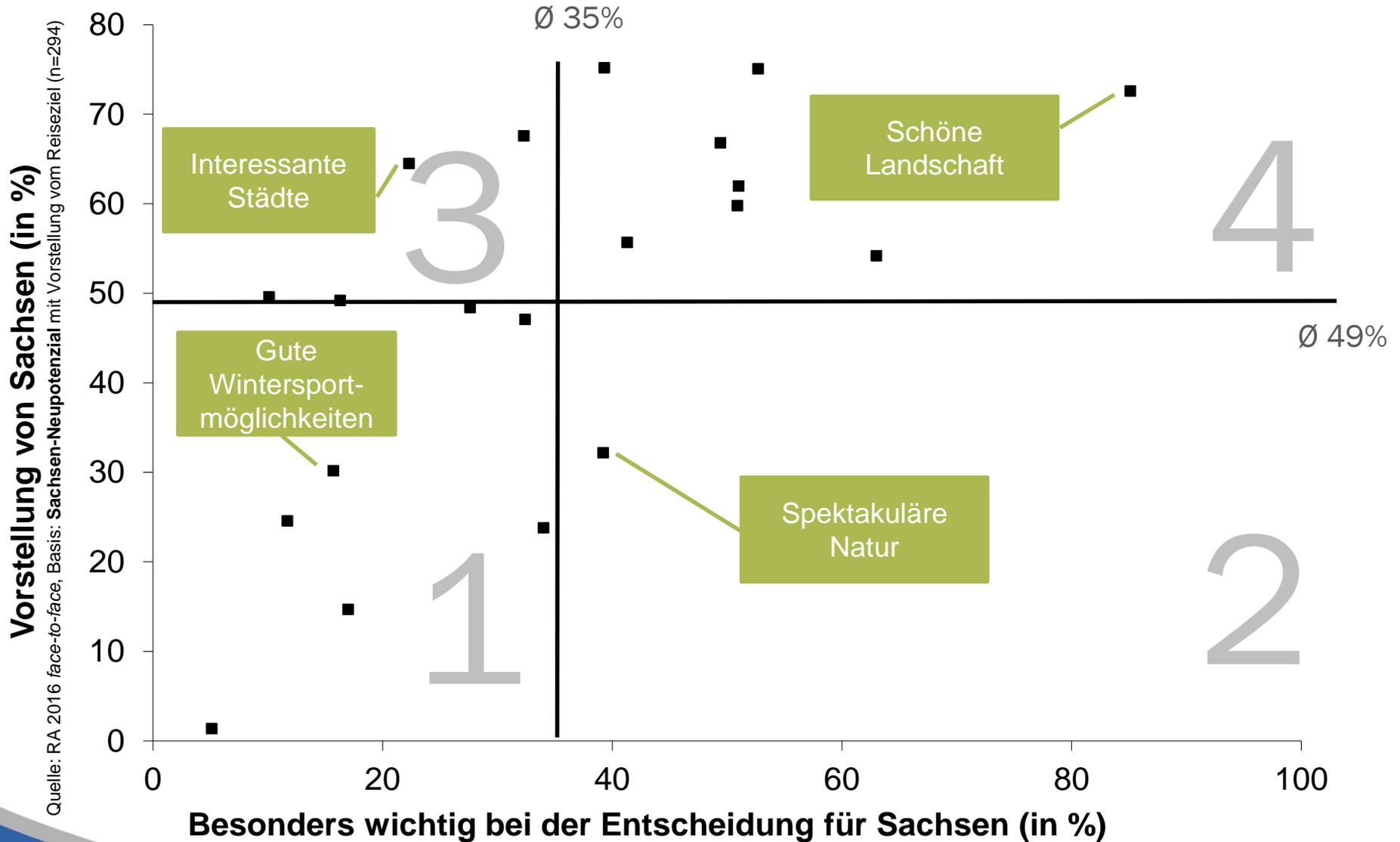
6. Gastfreundliche Bevölkerung
7. Gute Bademöglichkeiten
8. Guter Service
9. Gute Wandermöglichkeiten
10. Akzeptable politische und soziale Situation

Ausland

1. Gutes Preis-/Leistungsverhältnis
2. Angenehmes Wetter/Klima
3. Schöne Landschaft
4. Gastfreundliche Bevölkerung
5. Gute Bademöglichkeiten

6. Persönliche Sicherheit
7. Schönwettergarantie
8. Akzeptable politische und soziale Situation
9. Ansprechende regionale Küche
10. Tolle Unterkünfte

Image von und Entscheidung für Sachsen



Quelle: RA 2017 face-to-face, Basis: Haupturlaubsreisen (n=61)

Achtung: Aufgrund geringer Fallzahl hohe statistische Schwankungsbreite!

Zum Merken

- » Basisanforderungen für Reiseziele
 - » Gutes Preis-/Leistungsverhältnis
 - » Schöne Landschaft
 - » Angenehmes Klima
- » Urlaubsreiseentscheidungen sind genauso unterschiedlich wie die Menschen selbst.
- » Reiseentscheidungen haben keine Saisonalität.
- » Über teure und längere Reisen wird früher entschieden, man nimmt sich mehr Zeit dafür.
- » Die Destination steht im Vordergrund, Unterkunft hat ebenfalls eine hohe Relevanz.

Was bedeutet das für Anbieter in Sachsen?

- » Entscheidungen beeinflussen durch Inhalte/Themen, die ihn „abholen“ (Motive, Einstellungen, Milieus, Image etc.)

Details kommen von Matthias Gilbrich

Einflüsse auf die Entscheidung

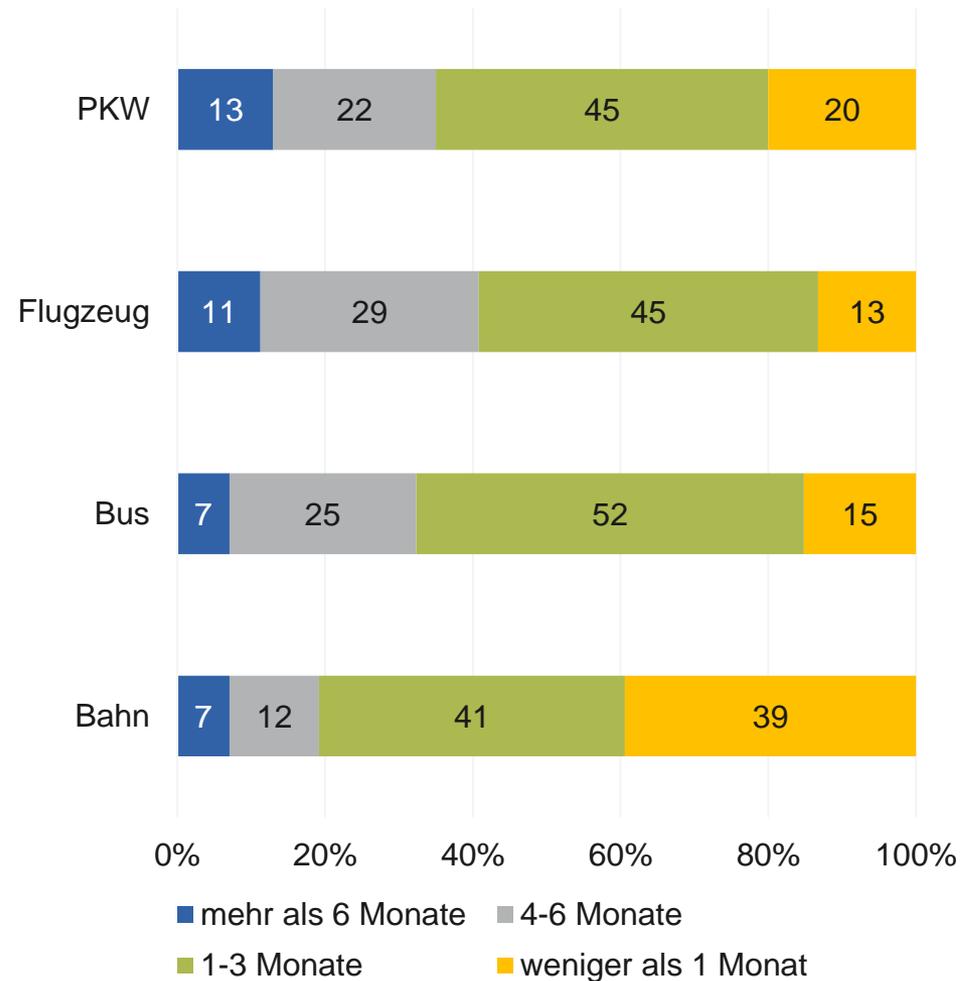
- » Die Entscheidung für ein Reiseziel ist nicht nur von dem Angebot abhängig, sondern auch von dem Kenntnisstand des Entscheiders
- » Aus den bekannten Destinationen wird eine Entscheidung getroffen, nach Budget, Zeit und Erreichbarkeit
 - » Weitere Einflüsse sind:
 - » Persönlich (Alter, Familienstand, Motive und Erfahrungen)
 - » Zwischenmenschlich (Reisebegleitung)
 - » Umwelt- und situationsbedingt

Entscheidungszeitpunkt nach Verkehrsmitteln

Die Bahnreisenden beginnen am spätesten mit ihren Überlegungen zum Reiseziel.

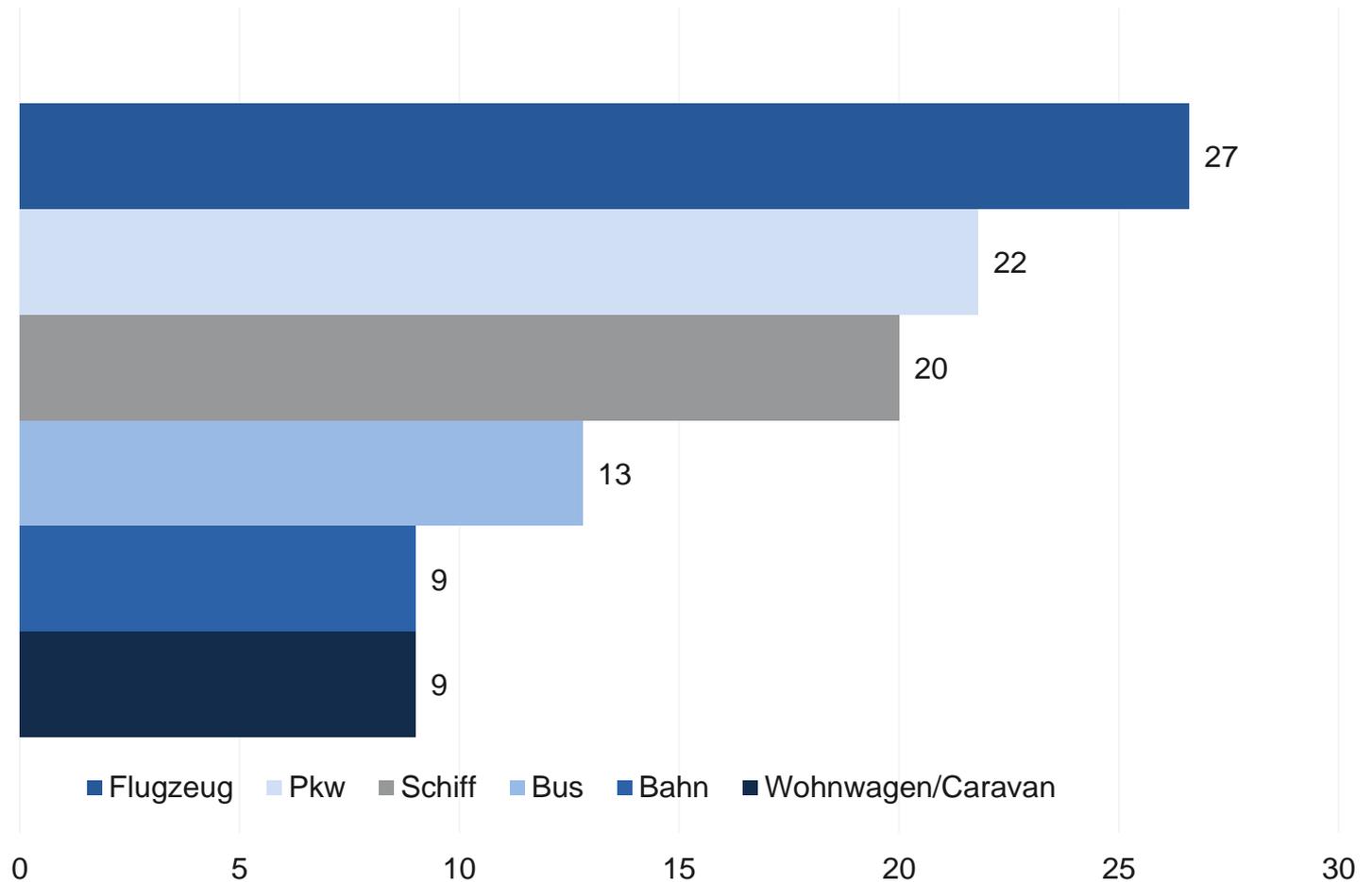
Die FUR begründet dies u.a. mit dem höheren Anteil von Reisen zu Verwandten und Bekannten.

Die Bahn garantiert aber auch einen regelmäßigen Fahrplan und in der Regel eine Ticketgarantie, anders als bei Flug und Bus, wobei es sich bei der Urlaubsreise mehrheitlich um den Reisebus und noch nicht um den Linienbus handelt.



Einfluss der Verkehrsmittelwahl

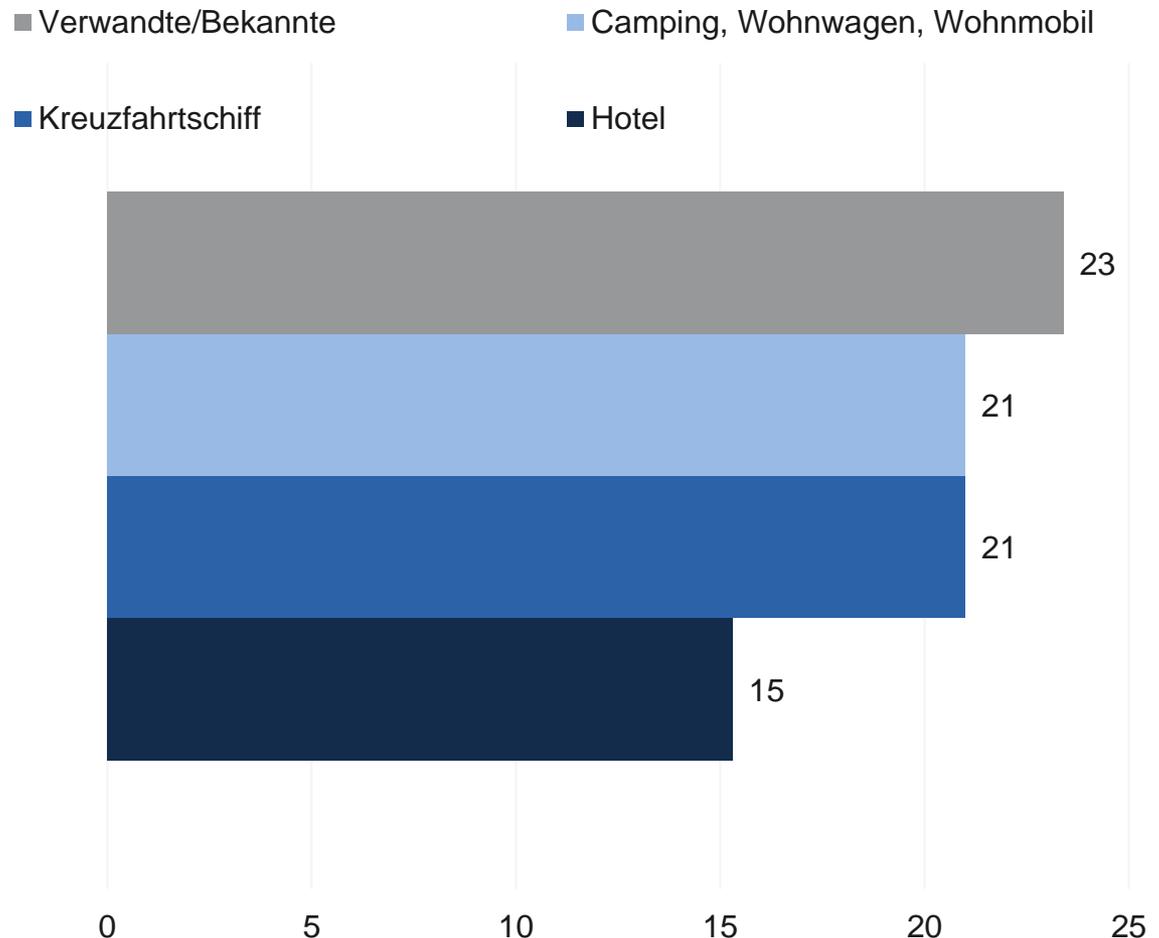
Diejenigen, die als erste Entscheidung das Verkehrsmittel angegeben haben, haben folgende Verkehrsmittel genutzt:



Basis: Urlaubsreisende, die sich zuerst für das Verkehrsmittel entschieden haben (n=111), Angaben in %
Quelle: RA 2017 face-to-face

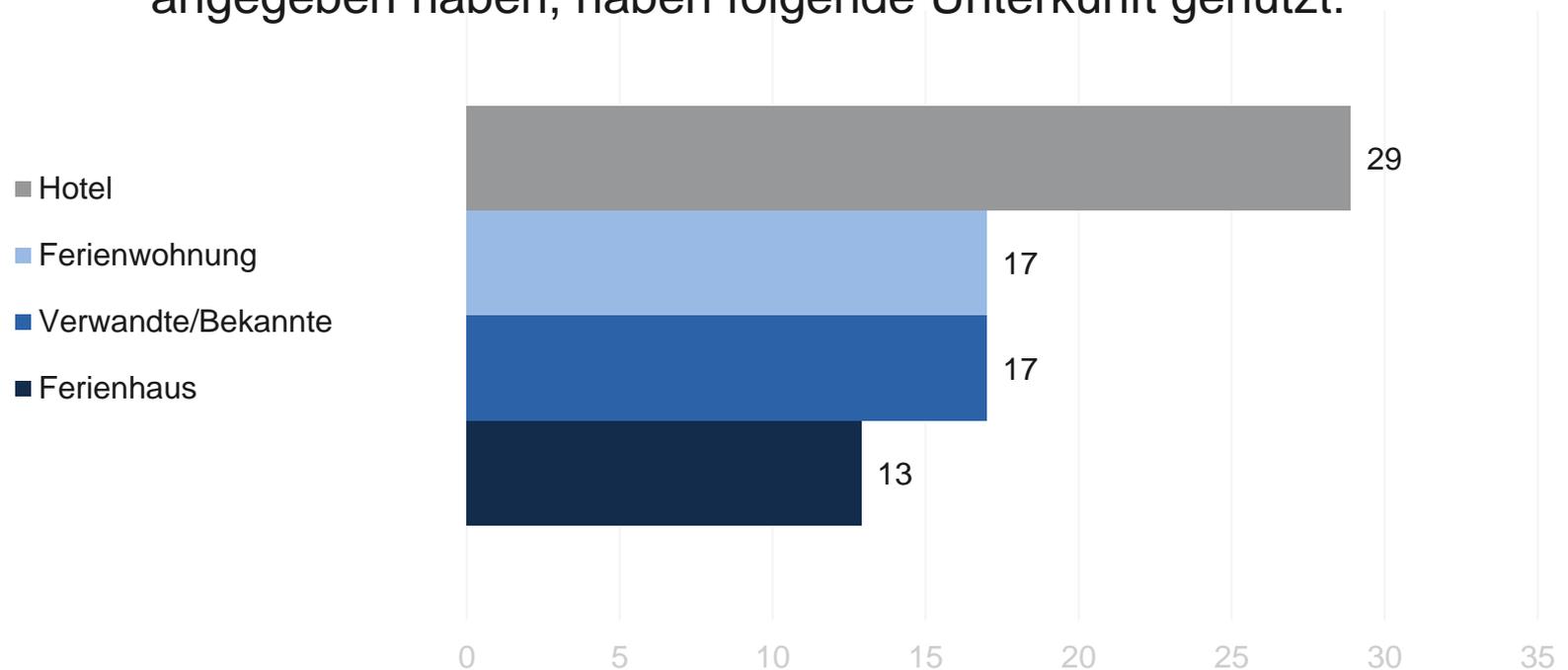
Einfluss der Verkehrsmittelwahl

Diejenigen, die als erste Entscheidung das Verkehrsmittel angegeben haben, haben folgende Unterkunft genutzt



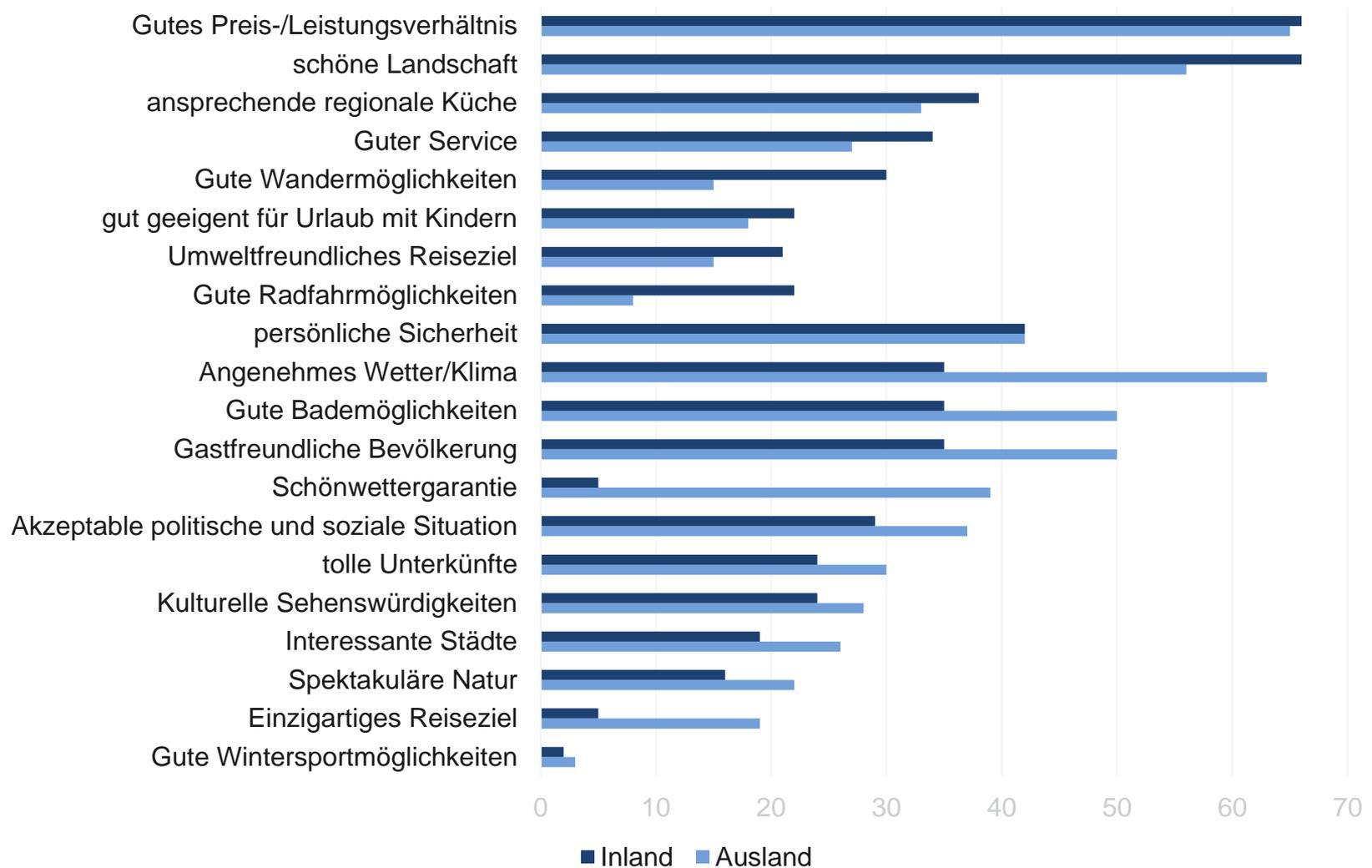
Einfluss der Unterkunft

Diejenigen, die als erste Entscheidung die Unterkunftsart angegeben haben, haben folgende Unterkunft genutzt:



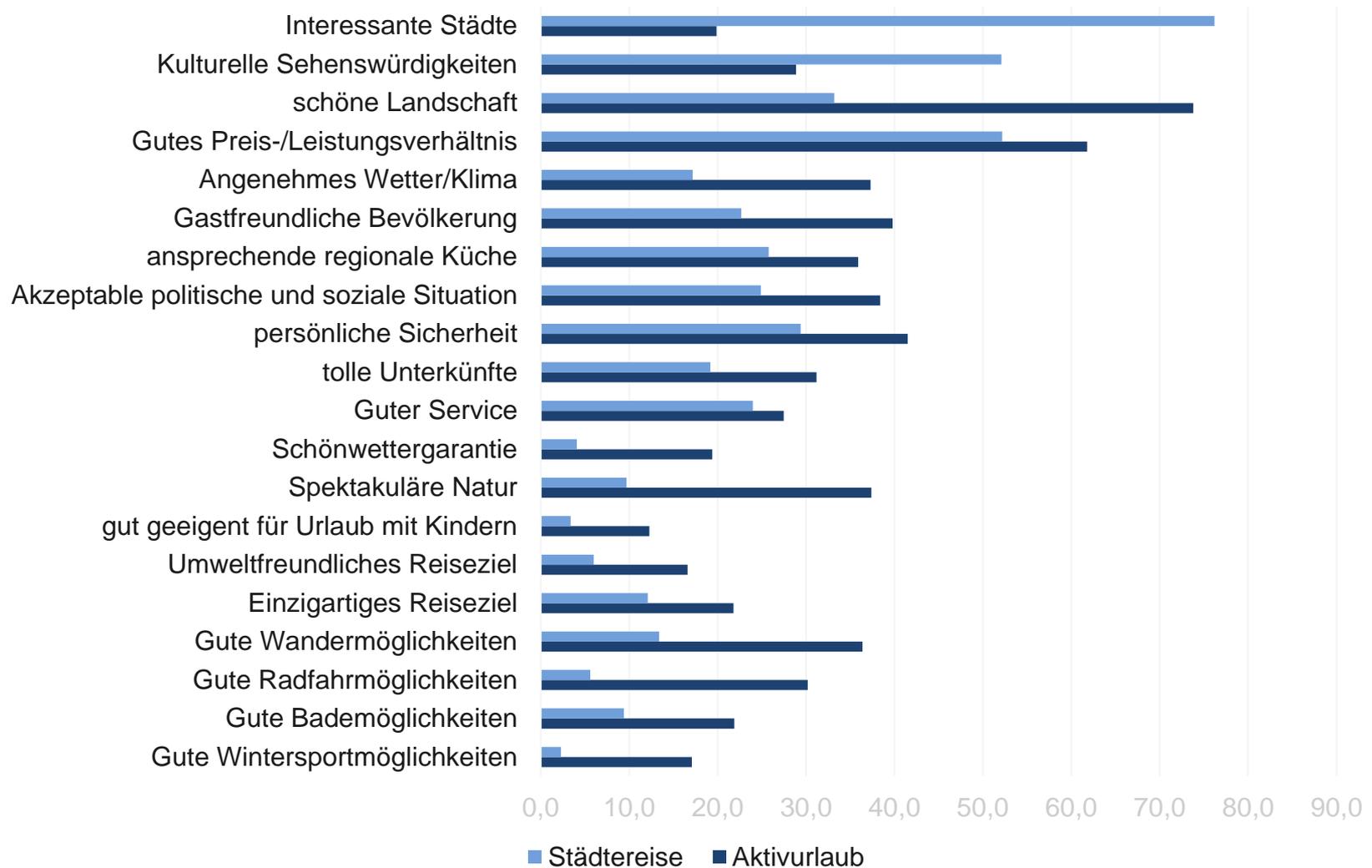
Basis: Urlaubsreisende, die sich zuerst für die Unterkunftsart entschieden haben (n=308), Angaben in %
Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels



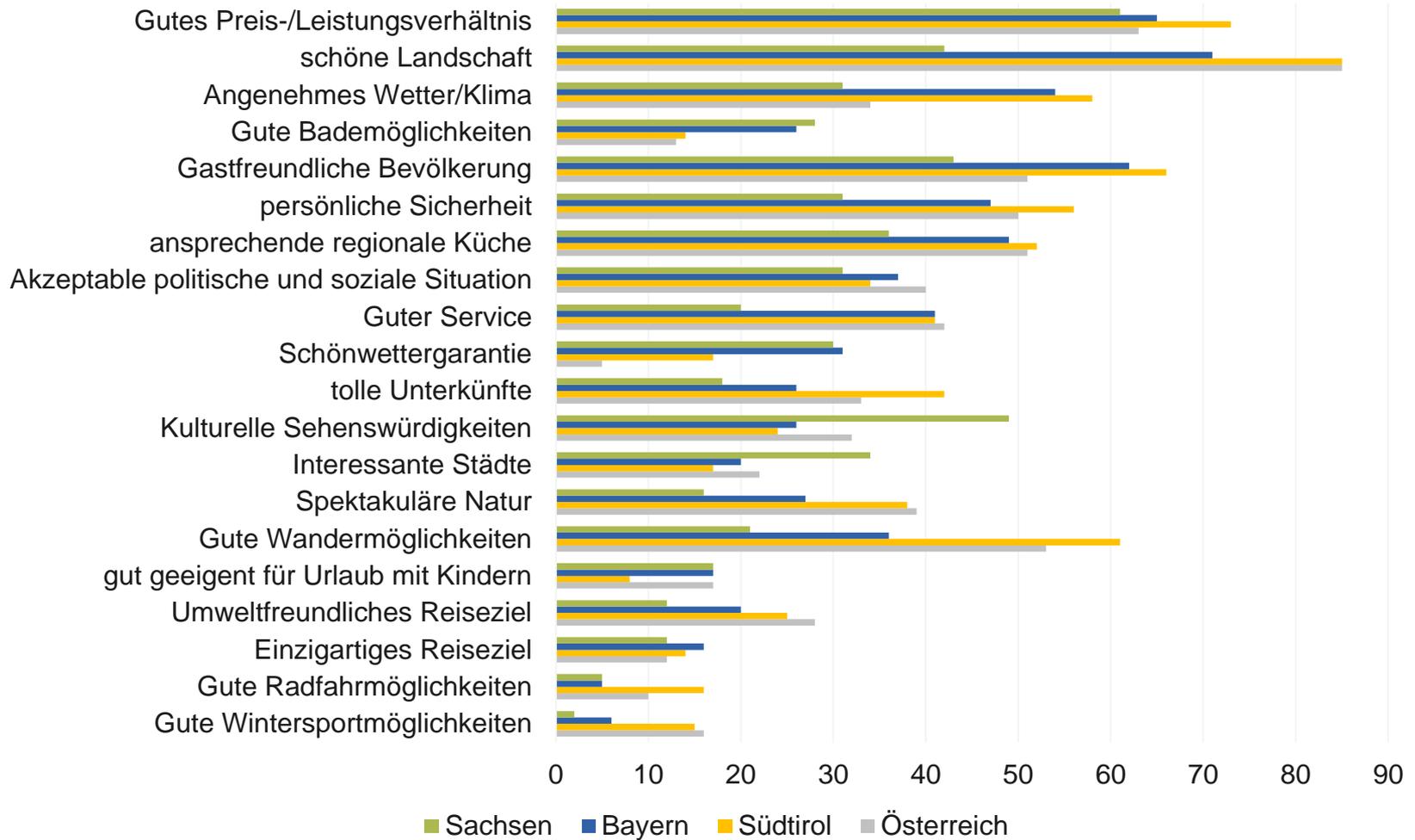
Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben
 (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels



Basis: Städtereise n= 136, Aktivurlaub n= 196
 Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
 (an 100% fehlende % = keine Angabe)
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels mit Wettbewerbern - Aktivitäten -



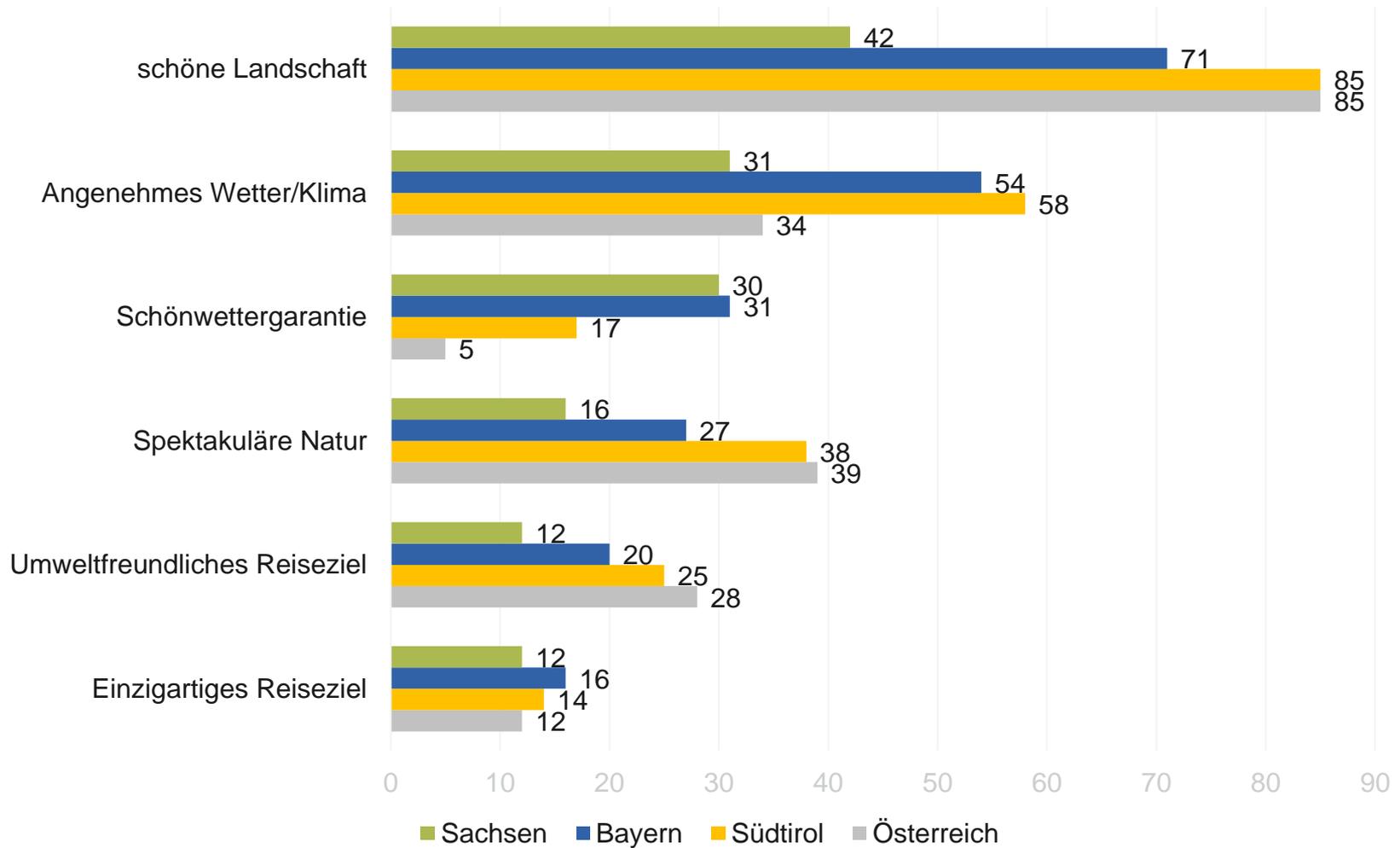
Achtung: Kleine Basis, Sachsen n=61, Südtirol n= 69
d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.

Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)

Quelle: RA 2017 face-to-face

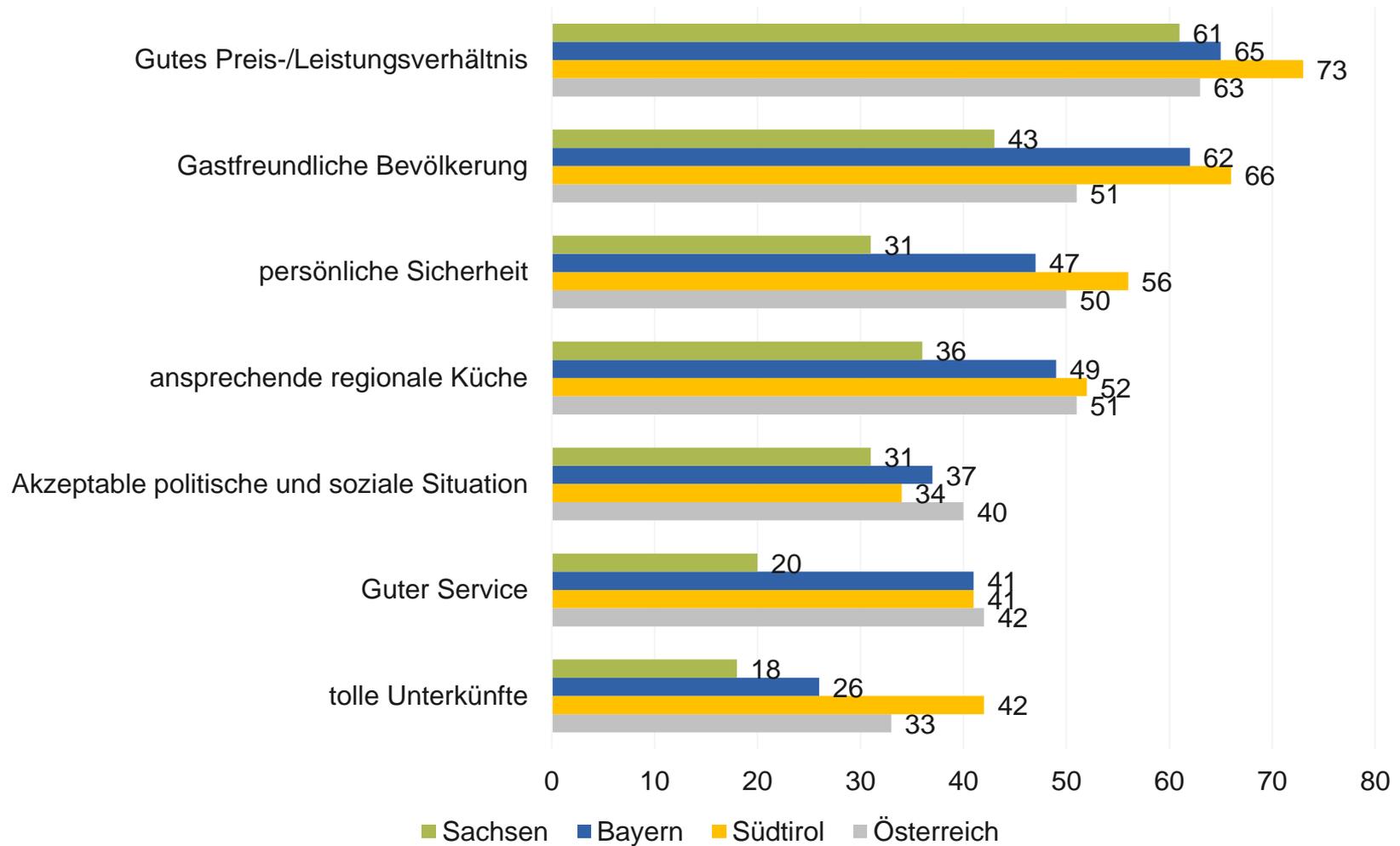
Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels mit Wettbewerbern

– Natürliches Angebot -



Achtung: Kleine Basis, Sachsen n=61, Südtirol n= 69
d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels mit Wettbewerbern – touristisches Angebot -



Achtung: Kleine Basis, Sachsen n=61, Südtirol n= 69
d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

Urlaubsmotive und Entscheidungspräferenzen

Die Wahl der Urlaubslandschaft oder Urlaubsregion wird bei folgenden Urlaubsmotiven an erster Stelle genannt:

- Entspannung suchen
- Frische Kraft sammeln
- Spaß, Freude Vergnügen haben

Die Unterkunft steht für folgende Urlaubsmotive und Aktivitäten an erster Stelle bei der Auswahl:

- Ausruhen und faulenzten
- Zeit für Partner, Kinder, Familie, Freunde
- Mit den Kindern zusammen sein

Die **Urlaubsart** bei denjenigen, die **aktiv Sport treiben** und das **Verkehrsmittel** bei denjenigen, die **neue Eindrücke gewinnen** wollen.

Urlaubsmotive und Entscheidungspräferenzen

Für die Urlaubsmotive:

- Neue Leute kennenlernen
- Abstand zum Alltag gewinnen
- Sich unterhalten lassen

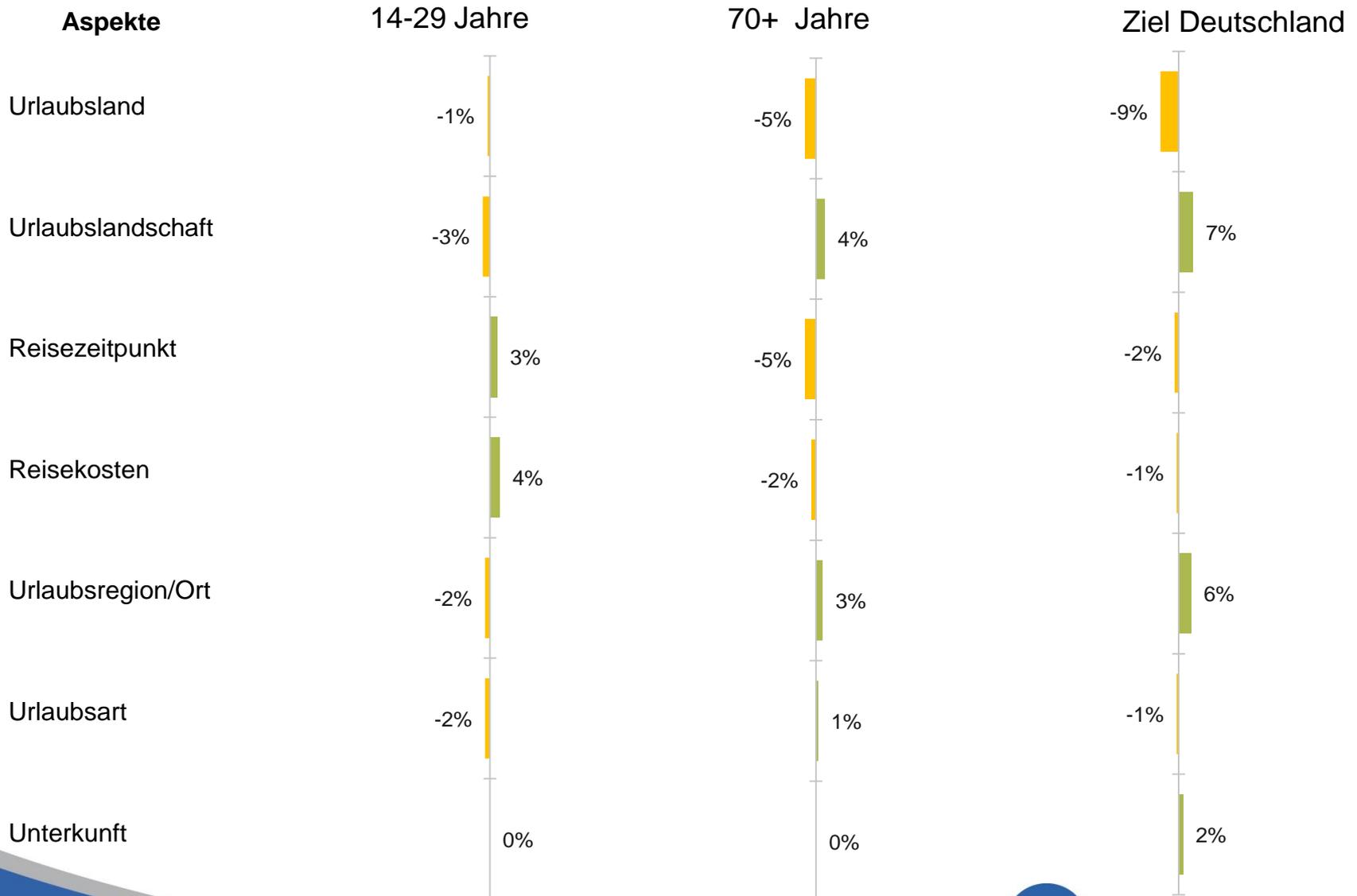
Wahl des **Reiseveranstalters**
an Top1

Für die Urlaubsmotive:

- Leichte sportliche Betätigung
- Etwas für Kultur und Bildung tun
- Viel erleben, Abwechslung
- Andere Länder erleben-viel von der Welt sehen
- Etwas für die Gesundheit tun
- Frei sein – Zeit haben
- Kontakt zu den Einheimischen

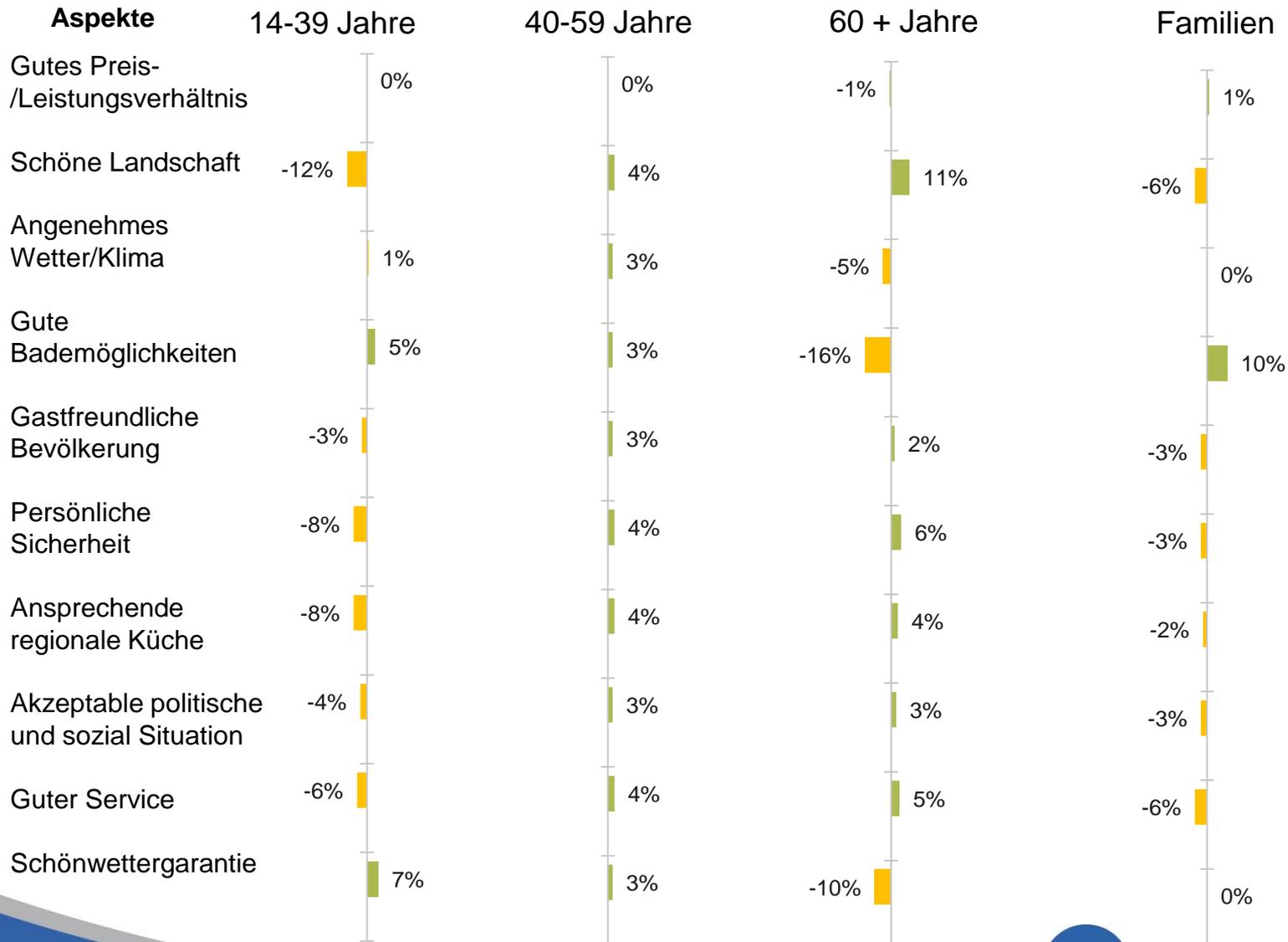
Wahl des **Abflughafens** an Top1

Zuerst entschieden nach Alter und Reiseziel (Abweichung in %-Punkten)



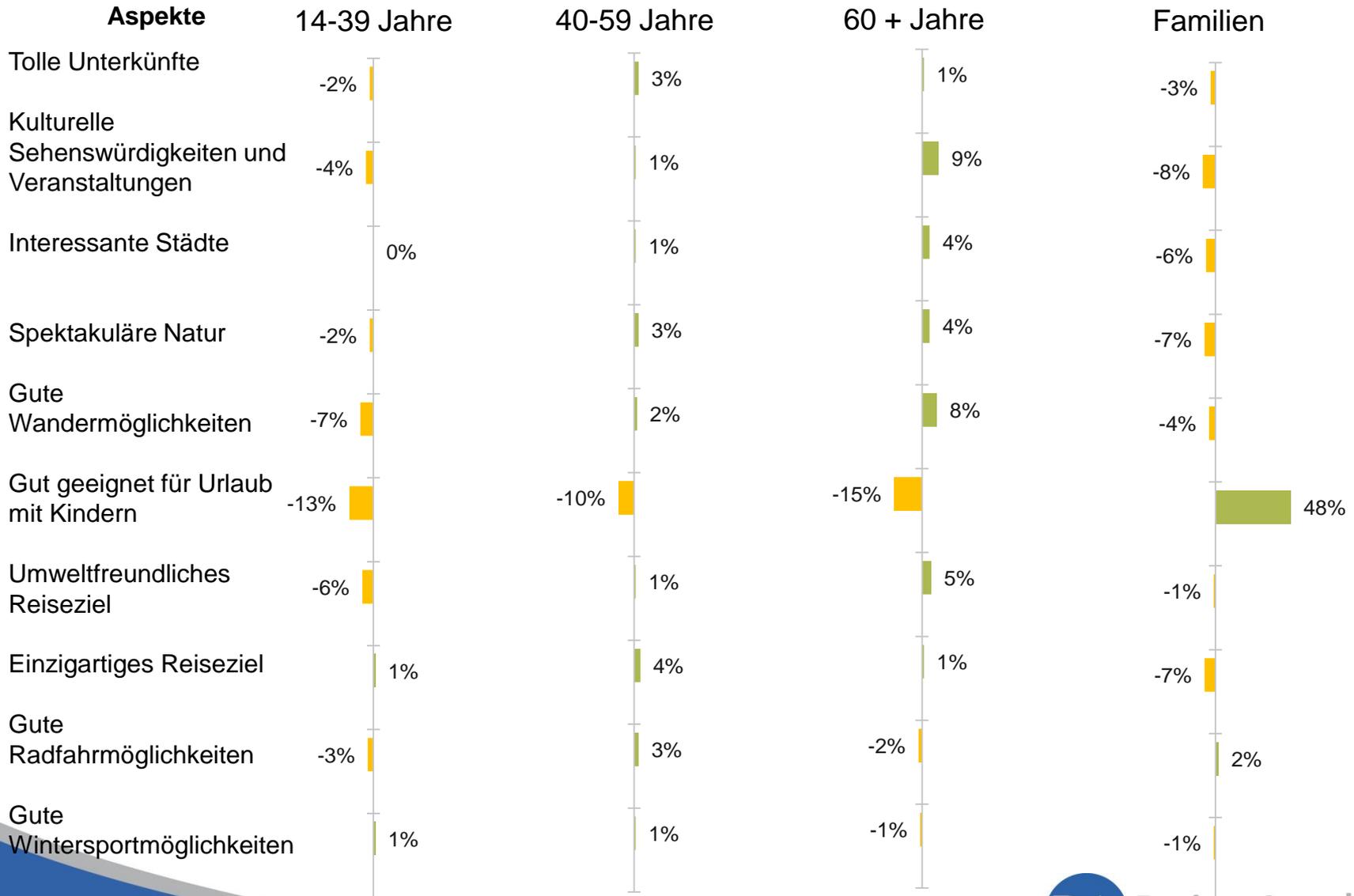
Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben
 (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %-Punkten
 Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig nach Lebensphasen (Abweichung in %-Punkten)



Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %-Punkten
Quelle: RA 2017 face-to-face

Besonders wichtig nach Lebensphasen (Abweichung in %-Punkten)



Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %-Punkten
 Quelle: RA 2017 face-to-face



Unterschiede beim Haushaltsnettoeinkommen

- Geringverdiener sind seltener bei den langfristigen, aber häufiger bei den kurzfristigen Entscheidern zu finden



Unterschiede beim Familienstand

- Mit Partner zusammenlebend wird zu fast $\frac{3}{4}$ langfristig entschieden
- Ohne Partner zusammenlebend zu 45% kurzfristig



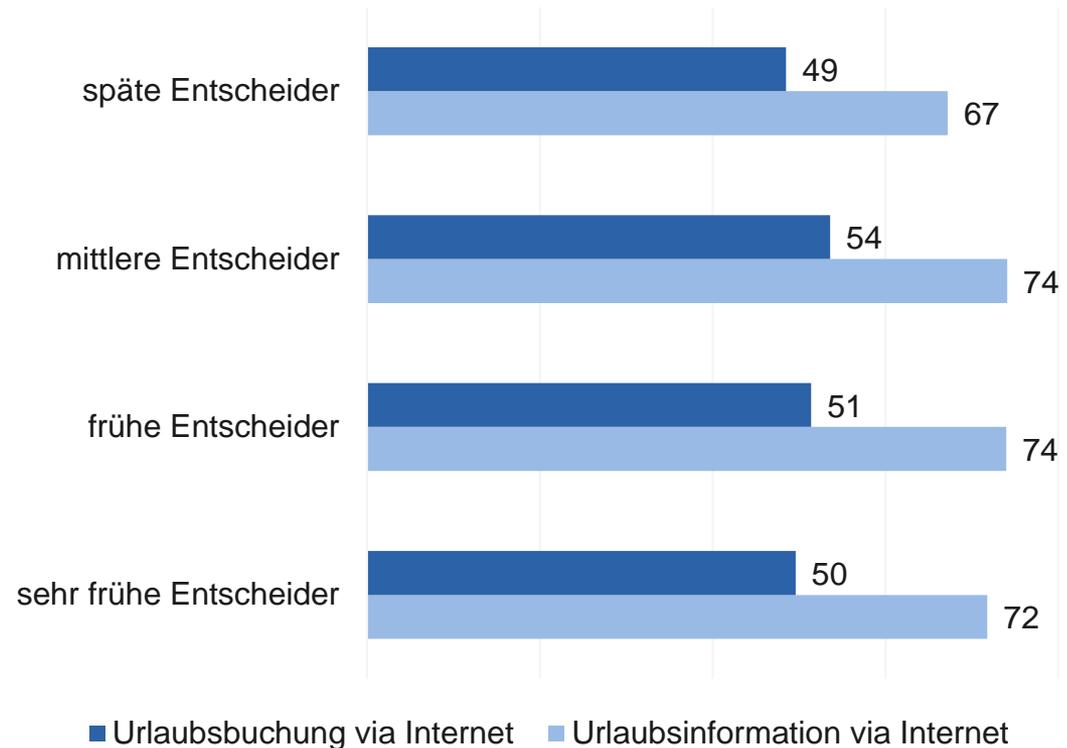
Unterschiede in der Internetnutzung

- Hier ist auffällig, dass die kurzfristigen Entscheider signifikant seltener das Internet zur Information nutzen und auch seltener über das Internet buchen

Internetnutzung

Späte Entscheider nutzen das Internet weniger als die anderen Gruppen sowohl für die Information als auch für die Buchung.

Das Internet ist demzufolge kein Werkzeug, welchem bei kurzfristigen Buchungen und Informationen eine ganz besondere Bedeutung zukommt.



Basis: Personen, die 2016 eine Urlaubsreise unternommen haben (n=5.922; 53,4 Mio.), Angaben in %, Quelle: RA 2017 *face-to-face*



Milieus - Definitionen – die frühen Entscheider

Liberal-Intellektuell: aufgeklärte Bildungselite mit liberalen Werten und postmateriellen Wurzeln. Wunsch nach selbstbestimmtem Leben mit vielfältigen intellektuellen Interessen

Sozial-ökologisch: Konsumkritisches Milieu mit ausgeprägtem ökologischen und sozialen Gewissen, Globalisierungs-Skeptiker, Political Correctness und Diversity

Traditionell: Sicherheit und Ordnung liebende Nachkriegsgeneration, kleinbürgerliche Welt, traditionelle Arbeiterkultur, Sparsamkeit, Konformismus



sinus

(Quelle: SINUS Wohnbildarchiv)

RA ReiseAnalyse

2017

Milieus - Definitionen - die späten Entscheider

Prekäres Milieu: um Teilhabe bemühte Unterschicht mit starken Zukunftsängsten und Ressentiments

Hedonisten: spaß- und erlebnisorientierte moderne Unterschicht und untere Mittelschicht, Leben im Hier und Jetzt, Verweigerung von Konvention und Leistungserwartung der Leistungsgesellschaft

Expeditive: ambitionierte kreative Avantgarde, mental und geografisch mobil, on- und offline vernetzt auf der Suche nach neuen Grenzen und Lösungen



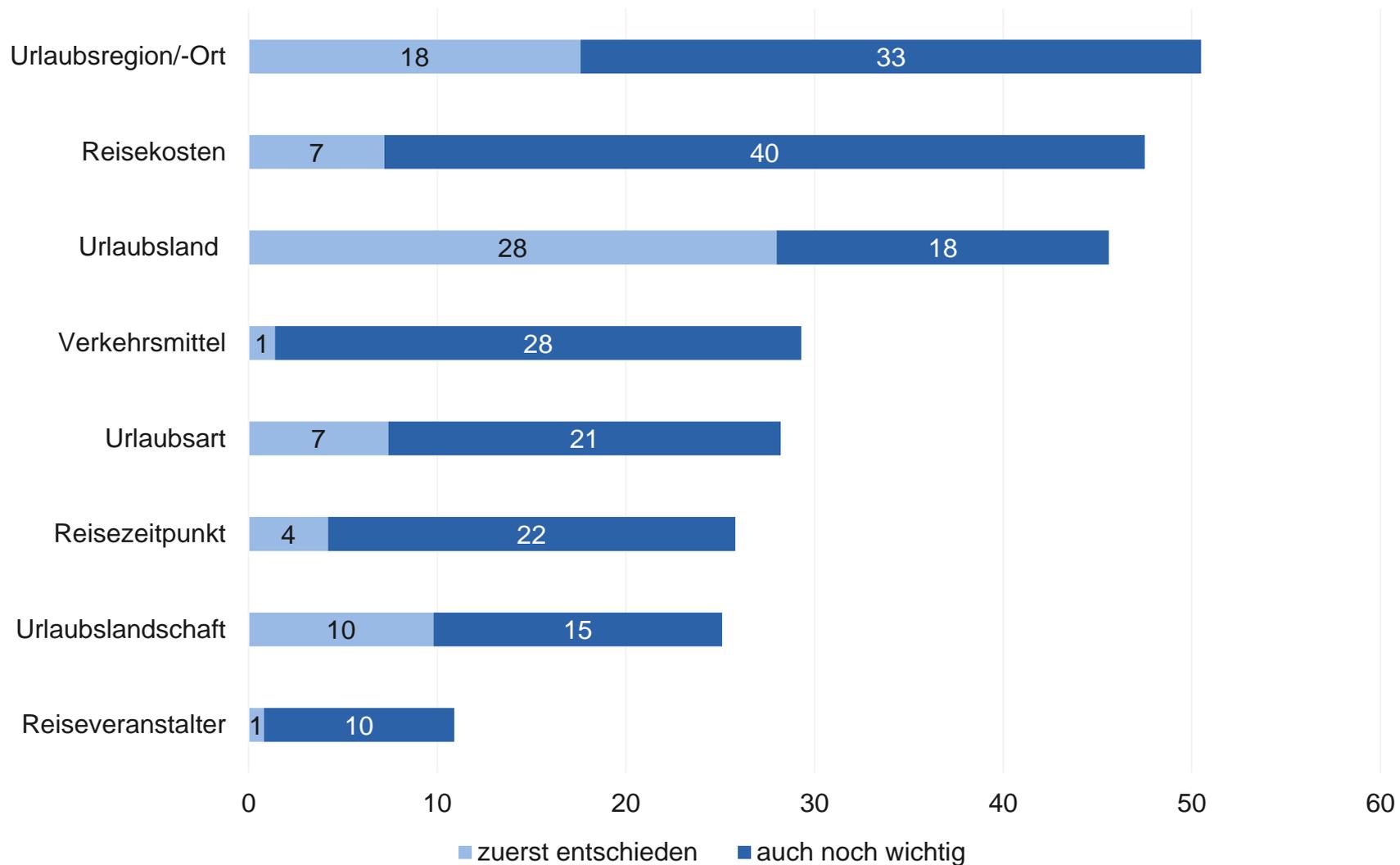
Spätentscheider sind signifikant weniger anspruchsvoll bei:

- » Gutes Preis-/Leistungsverhältnis
- » Angenehmes Wetter/Klima
- » Gute Bademöglichkeiten
- » Guter Service
- » Schönwettergarantie
- » Tolle Unterkünfte

Entscheidungszeitpunkt und Milieus

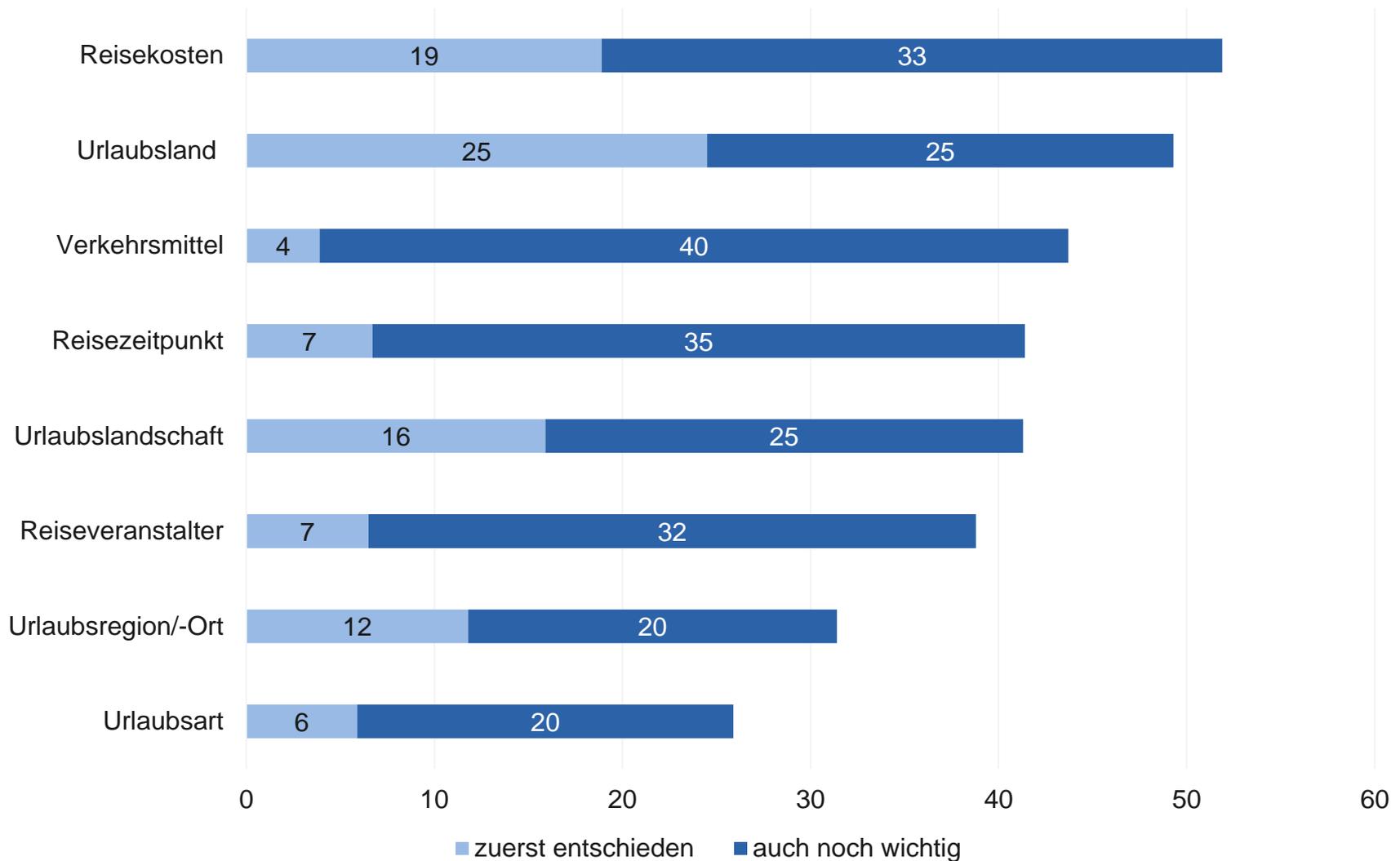
Wer jedes Jahr verreist, beginnt früher mit den Überlegungen und entscheidet früher als diejenigen, sie selten reisen.

In welcher Reihenfolge entscheiden die Sachsenurlauber



* Achtung: Kleine Basis, n=61, d.h. die statistische Schwankungsbreite ist groß.
 Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, Angaben in %
 (an 100% fehlende % = keine Angabe)
 Quelle: RA 2017 face-to-face

In welcher Reihenfolge entscheiden die Busreisenden

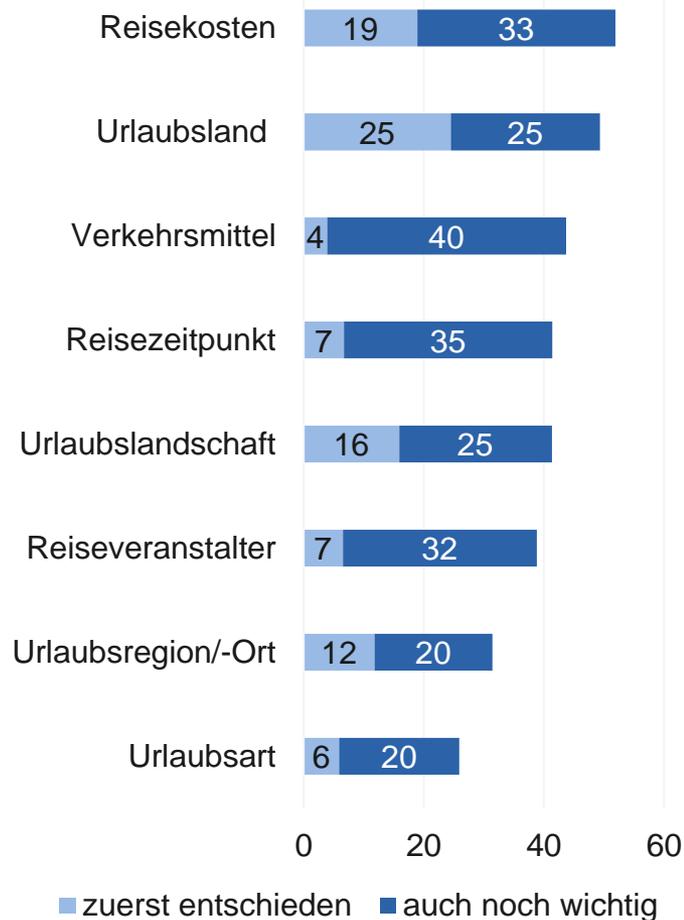


Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, die mit dem Bus durchgeführt wurden (n=363), Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

In welcher Reihenfolge entscheiden die Bus- und die Bahnreisenden

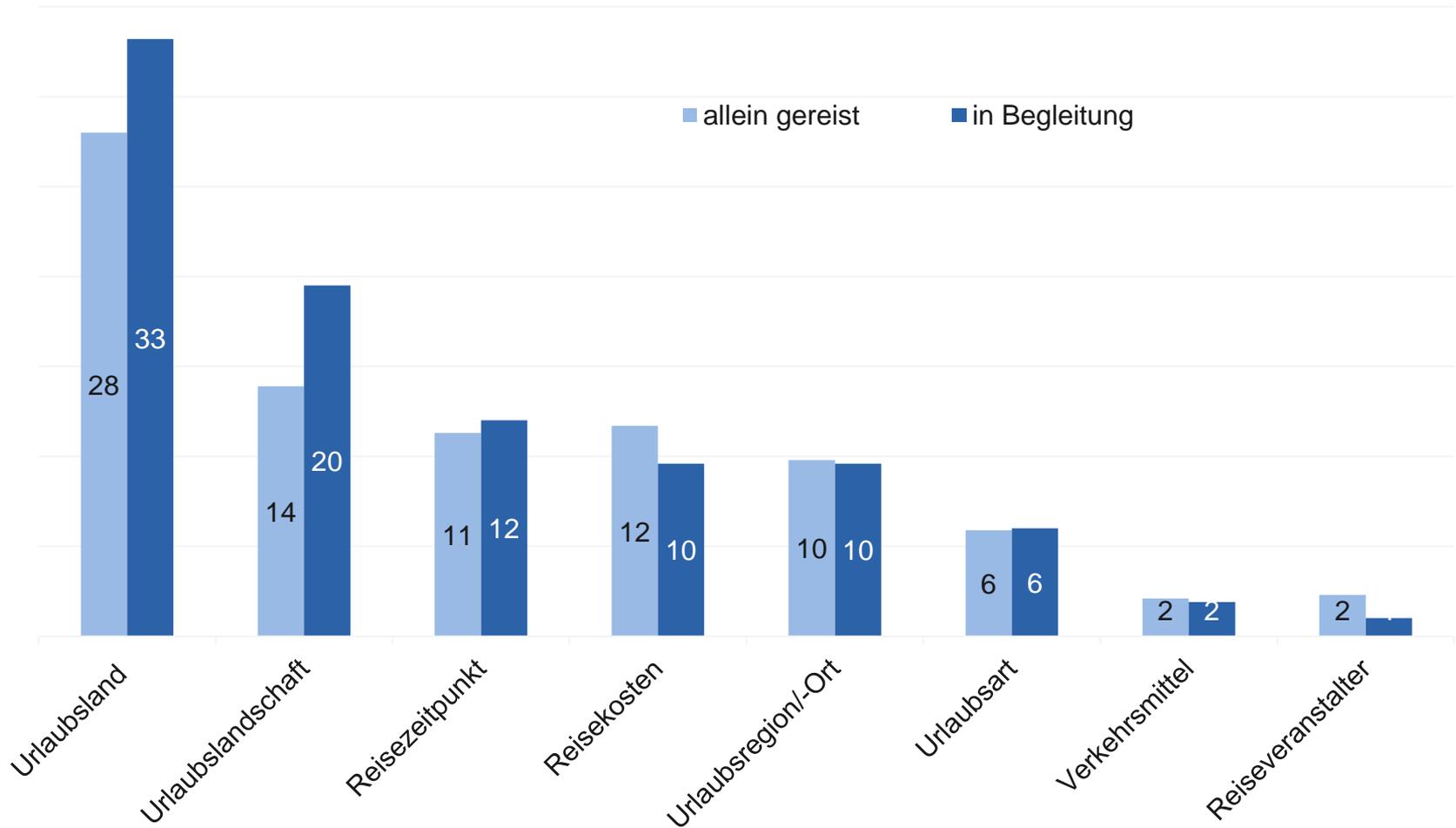


©www.ClipProject.info



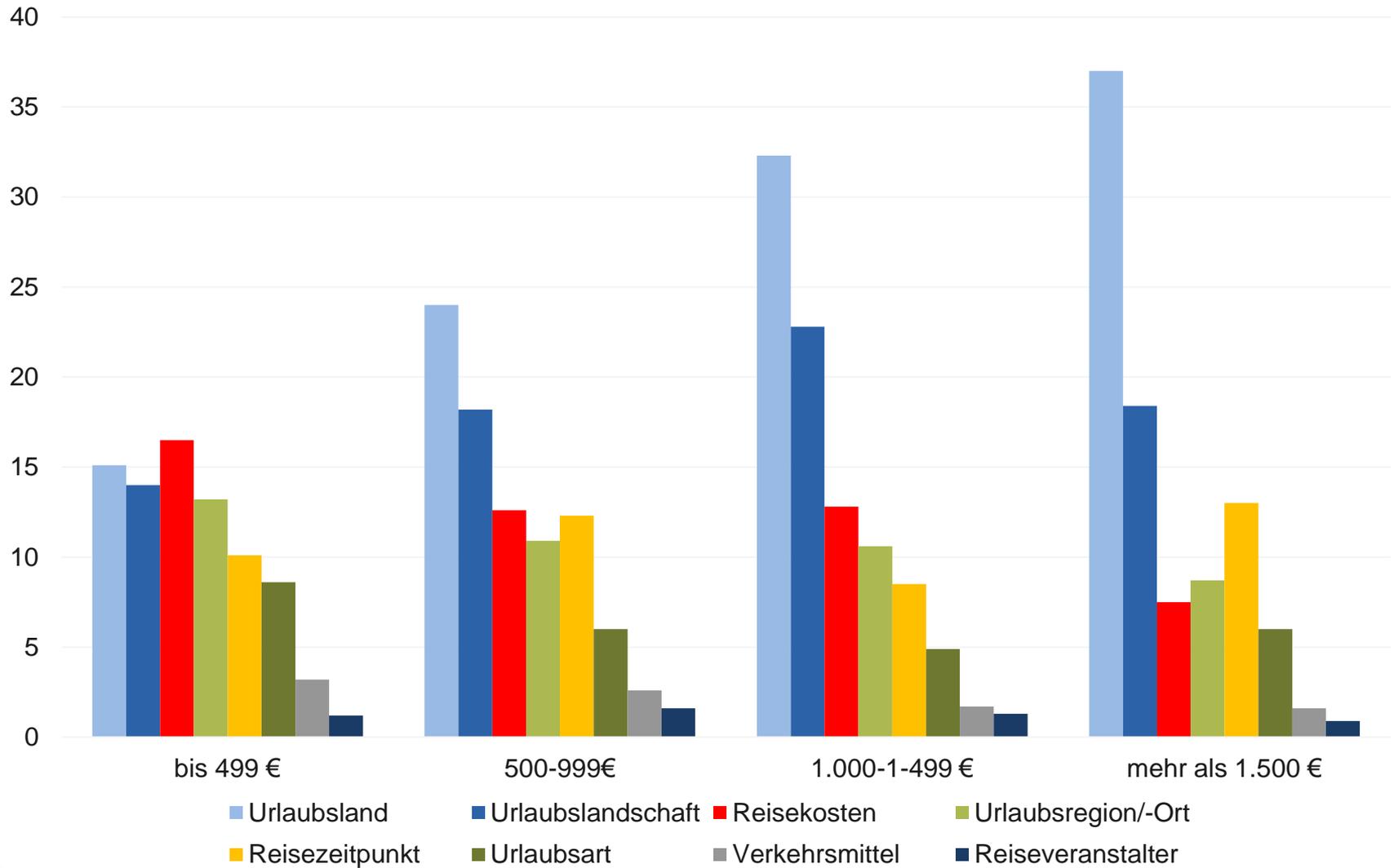
Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+, die mit dem Bus (n=363) bzw. der Bahn (n= 263) durchgeführt wurden, Angaben in % (an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

Erste Entscheidung nach Reisebegleitung



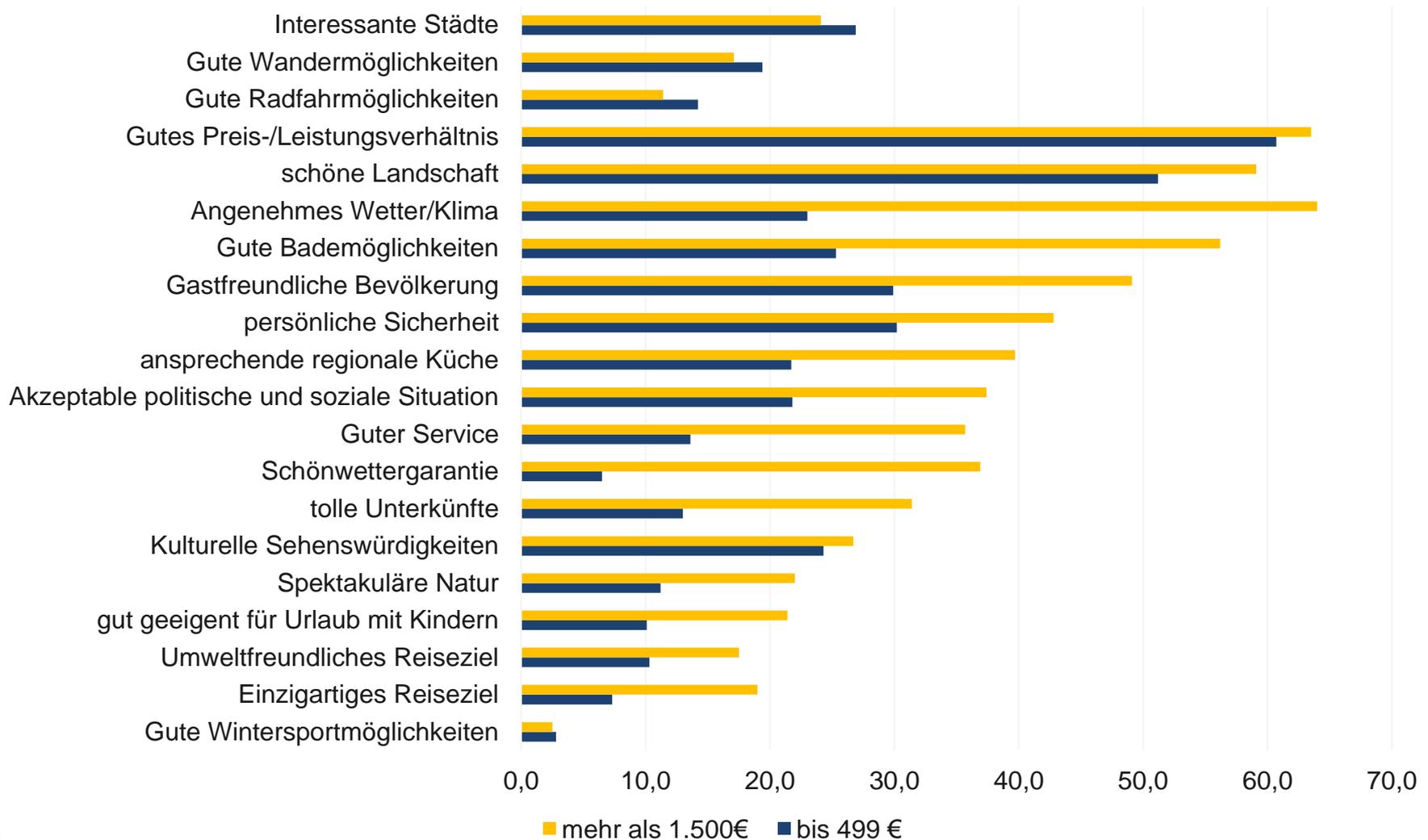
Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+
(allein gereist: n=649 / in Begleitung n= 5.273), Angaben in %
(an 100% fehlende % = keine Angabe)
Quelle: RA 2017 face-to-face

Erste Entscheidung nach Reiseausgaben



Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+ (bis 499 €: n=337/ 500 €-999 €: n=1.053 / 1.000 € bis 1.499 €: n=996 / mehr als 1.500 €: n= 3.537), Angaben in % (an 100% fehlende % = keine Angabe)
 Quelle: RA 2017 face-to-face

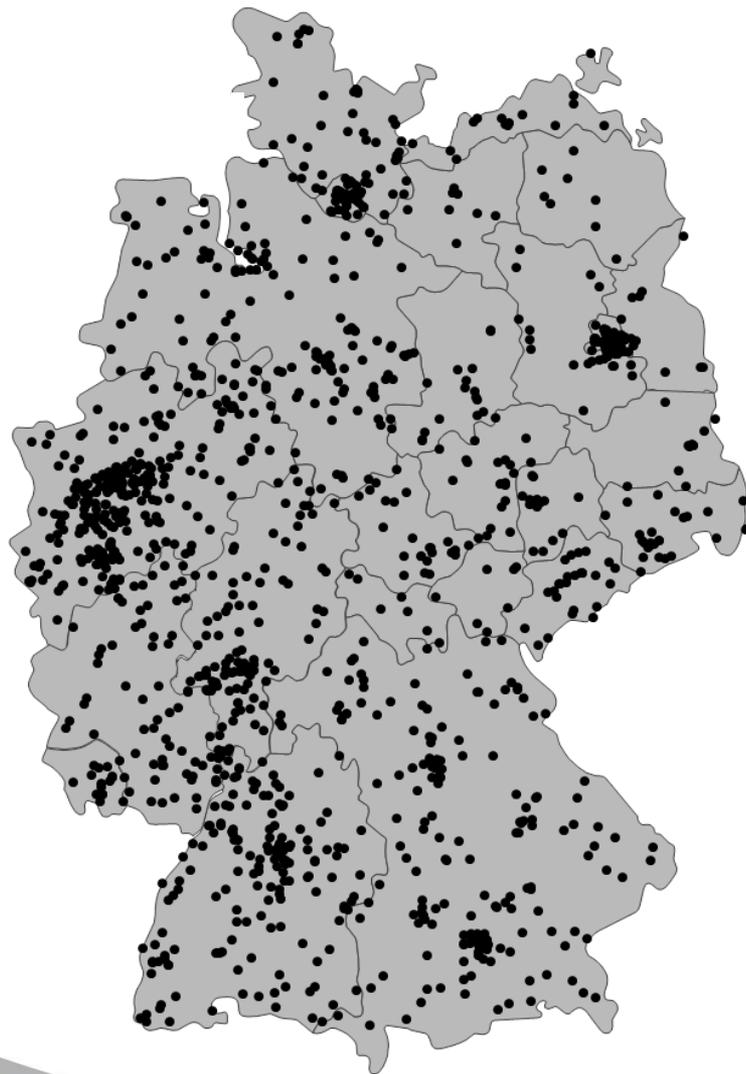
Besonders wichtig bei der Wahl des Reiseziels



Basis: Basis: Haupturlaubsreisen 2016 der Bevölkerung 14+
 (bis 499 €: n=337/ mehr als 1.500 €: n= 3.537), Angaben in %
 (an 100% fehlende % = keine Angabe)
 Quelle: RA 2017 face-to-face

„Meine schlechtesten
Entscheidungen waren alle gut
durchdacht“ (Autor unbekannt)

Reiseanalyse 2017: Methode



Persönliche Befragung

- ▶ 7.714 persönliche Interviews f-2-f im Jan./Febr. 2017
- ▶ an 1.430 Sample-points
- ▶ in Privathaushalten
- ▶ mehrstufige Random-Stichprobe
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (69,6 Mio. = 100%)

RA *online*

- ▶ Online-Access-Panel
- ▶ 5.054 Online-Interviews in zwei Wellen im Mai und November 2016
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 70 Jahre (58,3 Mio. = 100%)



Inhalte der Befragung

Standardprogramm der RA 2017

Reiseverhalten 2016 (Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen)
Urlaubspläne 2017
Potenziale für Urlaubsziele und Urlaubsformen
Urlaubsbezogene Motive und Einstellungen
Internetnutzung

Module

- ▶ Content Marketing
- ▶ Reiseentscheidung
- ▶ Urlaub und Wasser

Exklusiv-
fragen der
RA-Partner

FUR-Fragen

SACHSEN. LAND VON WELT.



TMGS

Matthias Gilbrich
Bautzner Str. 45-47
01099 Dresden
Tel.: 0351-4917014

Gilbrich.tmgs@sachsen-tour.de



Bente Grimm
Projektleiterin

**NIT - Institut für Tourismus- und
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH**
Fleethörn 23
24103 Kiel

Tel.: 0431-666 567 18
bente.grimm@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de

**FUR Forschungsgemeinschaft
Urlaub und Reisen e.V.**
Fleethörn 23
24103 Kiel

Tel.: 0431-88888 00
bente.grimm@reiseanalyse.de
www.reiseanalyse.de

