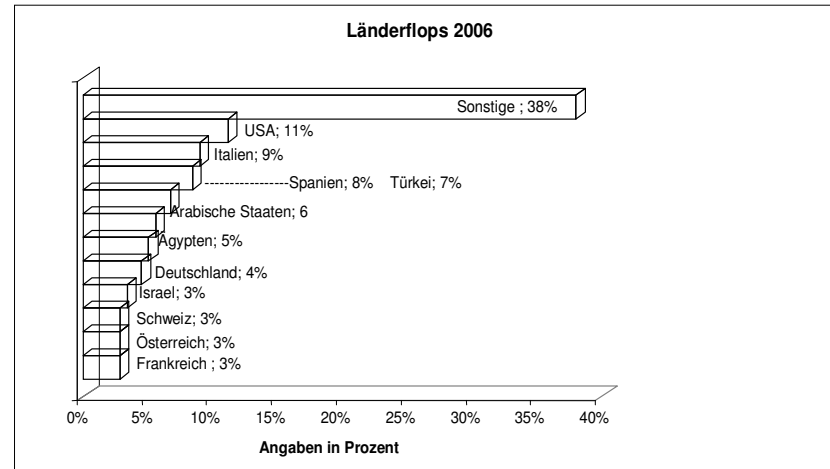
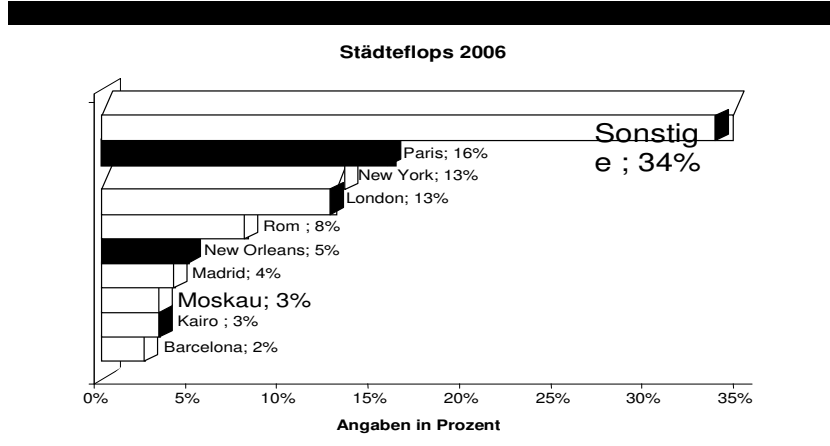
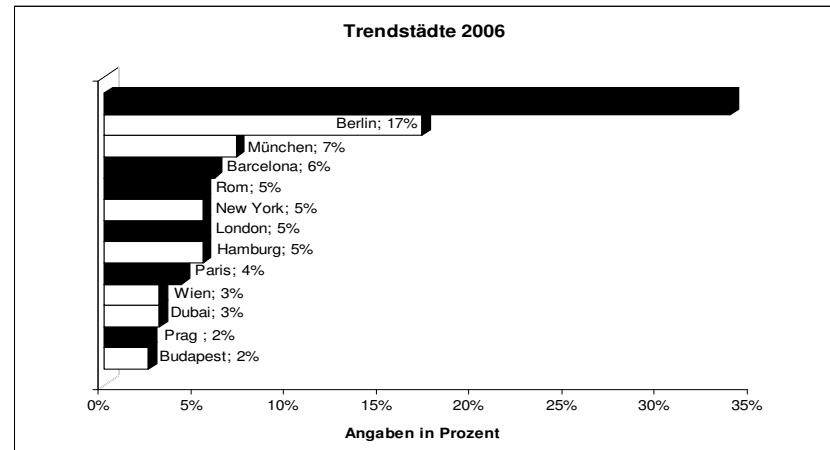


Wohin werden/wollen die Deutschen 2006 reisen ?



Sonstige Trendstädte rund 35 % {vgl. Darstellung unten!}



Wohin reisen die Deutschen 2006?

Untersuchung von Dr. H. Jürgen Kagemann, Stefanie Hanselmann, Martina Guthmann

Zum vierten Male ermittelte der Lehrstuhl für Organisations- und Wirtschaftspsychologie der Universität München in Zusammenarbeit mit Erlebnis + Trend eine Studie "Rei-seprognosen 2006" über die vermuteten Tops und Flops im Reisejahr 2006. 70 anerkannte Tourismus-Experten aus Wissenschaft und Forschung haben sich beteiligt.

Die Ergebnisse der Studie könnten manche Touristiker etwas überraschen.

Topländer und -regionen

Kontinental gesehen geht Europa als eindeutiger Sieger hervor. Über 56 Prozent der Experten gaben bei den Trendreisezielen im Jahr 2006 Länder/Regionen in Europa an; vor allem Südeuropa wird gefragt sein. Hier drückt sich sicherlich ein starkes Sicherheitsbedürfnis der Deutschen aus, die lieber nicht so weit weg von zu Hause verreisen wollen. Immerhin an zweiter Stelle (mit 18 Prozent) liegen die arabischen Staaten. Es sind die „guten Araber“, zu denen man hinreist – vor allem ins Kultreiseziel Dubai.

Deutschland erlebt seinen „Fußballbonus“ 2006. Die Experten nehmen an, dass viele Deutsche wegen der Fußball-WM zu Hause bleiben werden. Auch die steigende Zahl der Nichturlauber (Arbeitslose und Geringverdiener) und die relativ stabile Sicherheit sind für die Wahl Deutschlands als Urlaubsziel ausschlaggebend. →

Fortsetzung  
von Seite 6

## Wohin

### Wollen die Deutschen reisen

**Auf den folgenden Plätzen der 2006 „zulegenden“ Länder haben die Deutschen Spanien und die Türkei favorisiert, ermittelte das Team um Dr. Kagelmann.**

**Spanien** könnte Marktanteile von der Türkei zurück gewinnen. Für die **Türkei** zählt vor allem das gute Preis-/Leistungsverhältnis und die Sonnengarantie.

„Trendreiseländer“ wie **China und Dubai** bleiben auch 2006 attraktiv.

### Topstädte

Berlin ist nach Meinung der Tourismus-Experten beliebteste Reisestadt 2006; sie profitiert von Internationalität, WM, Fertigstellung des neuen Hauptbahnhofs und einem Kulturstadtbonus (Kulturhauptstadt).

**Dahinter folgt München**, nicht zuletzt auch wegen des breiten Kultur-Angebots. – **Barcelona** als drittgenannte Trendstadt hat ein überdurchschnittlich positives, „tolles“ Image und

eine junge und kreative (Kunstevents) Atmosphäre. **Dubai** ist mittlerweile offenbar eine Standardlocation geworden.

### → USA, Flop 2006

Eine rückläufige Nachfrage werden im Jahr 2006 nach Einschätzung der Experten in erster Linie die **USA** verbuchen; Gründe: die strikten Einreisebedingungen und die Politik der Bush-Regierung. Vom schlechten Preis-/Leistungsverhältnis könnten Italien und Spanien und andere Länder wie die „teure“ Schweiz beeinflusst werden. Interessant, dass **Italien** wie schon im letzten Jahr auf der „**Verliererstraße**“ geortet wird. Ein lange Zeit aufgebautes schlechtes Image ist so leicht offenbar nicht wieder loszuwerden. Für die arabischen Länder einschließlich **Türkei** und **Ägypten** wird die latente Terrorismusangst als negatives Element angegeben. Auch neu eingeführten schwarzen Listen für problematische Fluglinien und das Billigimage könnte einen weiteren Aufschwung der Türkei bremsen.

### Städteflops

(Tab. 1 auf Seite 6)

Den ersten Platz unter den „absteigenden“ Städten hat **Paris – wegen der Jugend-Krawalle, der Tatsache, dass es in Paris nicht besonders viel Neues gibt, aber auch der Angst vor einem neuen Metropolen-Terroranschlag** gegeben hat, und dem Fakt, dass die Fußball-WM in Deutschland außerdeutsche Städteziele schwächen wird. **New York** leidet vor allen Dingen unter den strikten Ein-

reisebestimmungen für die USA und unter der Angst vor Terroranschlägen. Bei **London** haben die Menschen die Attentate noch nicht vergessen.

### Vergessen und weiter vermarkten...

Die Flops 2006 können aber 2007 schon wieder im Mittelfeld oder relativ weit oben stehen. Denn die Bilder von Katastrophen sind auch irgendwann wieder *aus* den Köpfen der Menschen. Siehe Südostasien: Die Befragten prognostizieren hier leichten touristischen Aufwind. Ein Experte meint: „Paradoxiert werden sich nach der Flutkatastrophe und dem teilweisen Wiederaufbau die Katastrophenküste sensationell gut vermarkten lassen“ Südostasien - vielleicht ein „Geheimtipp“!

### Die Aufenthaltsdauer?

Knapp die Hälfte der Experten (49,3 Prozent) ist sich einig, dass die Urlaubsaufenthaltsdauer der Deutschen im Jahr 2005 eher gleich bleiben wird. Die andere Hälfte (41,4 Prozent), prognostiziert eine *kürzere* Aufenthaltsdauer, weil man annimmt, dass sich der langsame Trend zu immer kürzeren, dafür womöglich mehreren Urlauben/Reisen fortsetzen wird.

### Ausgeben oder Sparen?

Der Deutsche, meinen die Tourismusforscher, ändert auch bei den Finanzen seine Strategie gegenüber 2005 nicht. Er wird im Jahr 2006 pro Person für eine Woche Urlaub in einem Fernreise-Ziel wieder ungefähr genauso viel Geld locker machen wie 2005. Nur jeder

fünfte Experte ist der Meinung, dass weniger Geld ausgegeben wird. Für die Branche also eine eher positive Nachricht: 31,5 % der Experten meinen, dass dieses Jahr sogar etwas mehr Geld für Nahreiseziele ausgegeben wird.



### Was folgt?

Der Deutsche ist nach wie vor sehr reise-urlaubsfreudig. – Er ist bzw. bleibt preissensibel. – Er ist nicht allzu stark festgelegt auf ein Ziel, auch wenn er dieses schon länger bevorzugt, sondern bereit, im Kopf „umzubuchen“; denn viele Ziele sind austauschbar. Gewichtige Ereignisse wie Terroranschläge, Naturkatastrophen, Epidemien haben immer eine, manchmal sogar langanhaltende Wirkung auf die Menschen. – Reiseerschwerisse könnten aber auch andere Dinge sein, wie z.B. die neuen Einreiseformalitäten in den USA, die als „lästig“ empfunden werden. Schlechte Images, wenn sie einmal aufgebaut sind (Beispiel Italien), können lange anhalten. – Und: es scheint sich der Trend zu multiplen Reisen fortzusetzen; man möchte mehr sehen, mehr besuchen, auch wenn alles dann kurz und kürzer ist.

Ein vollständiger Bericht über die Ergebnisse der Schnellumfrage „Reiseprognosen 2006“ ist für 48 EURO erhältlich bei: Erlebnis+Trend, Postfach 210143, 80671 München.