



**Institut für Psychologie der LMU München**  
**Lehrstuhl für Organisations- und Wirtschaftspsychologie**  
**Leitung: Prof. Dr. Dr. h. c. Lutz von Rosenstiel**

**Tourismuspsychologie: Dr. H.J. Kagelmann**

### **Pressemitteilung**

2006 war ein Jahr, in dem sich der Tourismus wieder etwas erholt hatte, nach den schlimmen Jahren 2002 bis 2004. In Expertendiskussionen wurde auch viel darüber geredet, dass die Urlaubsreise sich zum normalen Konsumprodukt entwickelt hat: Mit Bildern und Worten, die das Paradies auf Erden beschwören sollten, holt man immer weniger Deutsche in den Urlaub ab. Man ist nüchterner geworden, reiseerfahrener, auch preisbewusster, und vor allem, man weiß, dass Urlaubsziele prinzipiell austauschbar sind.

Die große Frage ist nur wie wird das Reiseverhalten der Deutschen 2007 aussehen? Wohin werden die Deutschen 2007 reisen? Wie denken Experten über das zukünftige Reisegeschehen?

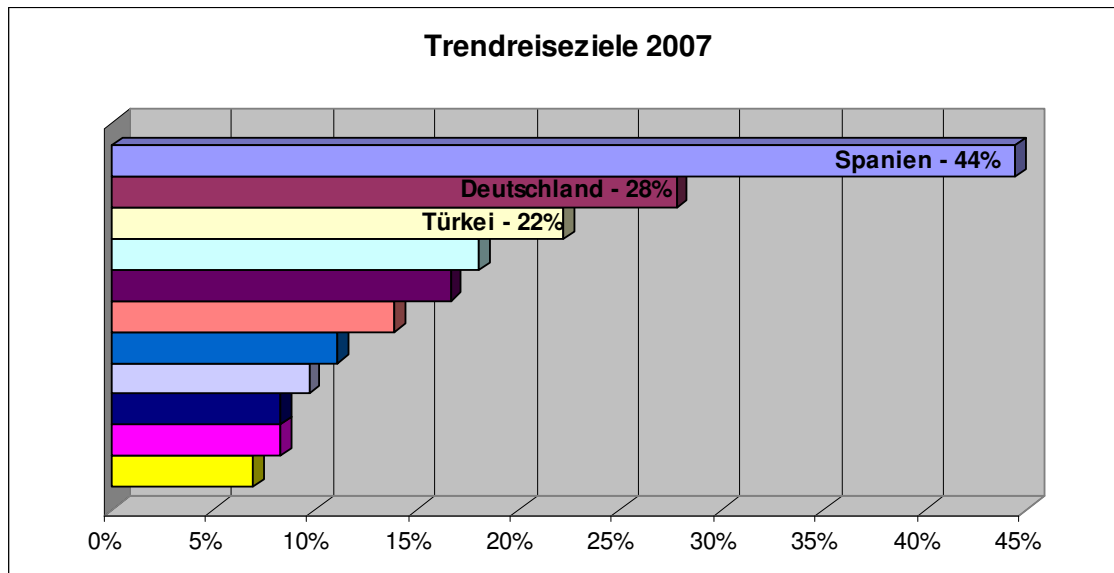
Zum sechsten Male wurde am Lehrstuhl für Organisations- und Wirtschaftspsychologie der Universität München in Zusammenarbeit mit Erlebnis + Trend eine Studie "Reiseprognosen 2007" über die vermuteten Tops und Flops im Reisejahr 2007 ermittelt. Beteiligt haben sich 74 anerkannte Tourismusexperten. Heraus kamen ganz spannende Ergebnisse. Besonders spannend sind im diesen Jahr ist die Tatsache, dass sich die viele Länder und Städte sowohl bei den Tops als auch bei den Flops wieder finden.

### **Top-Reiseziele im Jahr 2007 – in der Sicht der Experten**

Kontinental gesehen geht **Europa** als eindeutiger Sieger hervor.

**Spanien** und **Deutschland** tragen einen großen Teil zur Beliebtheit von Europa bei.

Differenziert man die Trendreiseziele noch etwas genauer ergibt sich folgendes Bild:



bei hier zwischen verschiedenen Staaten stark differenziert werden muss. Die Gründe für die hohe Platzierung der drei Destinationen sind ebenso zahlreich wie vielseitig. Es kann hier schon einmal verraten werden, dass Spanien von seiner Sonnengarantie profitiert. Deutschland profitiert auch ein Jahr nach der WM noch von ihr.

Nicht nur Deutschland an sich sondern auch seine Hauptstadt profitiert noch von der Fußball Weltmeisterschaft. Berlin belegt Platz eins bei den beliebtesten Städtereisezielen 2007. Gründe dafür sehen Experten in den steigenden Reisekosten und der daraus folgenden Attraktivität von Nahzielen. Darüber hinaus geht der Trend allgemein zum Kulturtourismus und zu Städtekurzreisen. Hinter Berlin folgt **Rom**, traditionell eine wichtige Stadt für die Deutschen, was verstärkt durch die Tatsache wird, dass hier ein deutscher Papst zu besichtigen ist. Den dritten Platz dieses Jahr teilen sich zwei Städte. Es kann auf jeden Fall schon einmal verraten werden, dass eine dieser Städte London ist. London hat die Terrorismusangst offensichtlich überstanden.



Gefragt nach den **vermutlichen Ausgaben für eine Woche Urlaub** prognostizieren die meisten Experten für 2007 gleiche Urlaubsausgaben wie im letzten Jahr.

Auch die **Mehrwertsteuer** werde die Deutschen nicht wirklich daran hindern, Geld für den Urlaub auszugeben.

Es sind also nicht die Finanzen, die die Deutschen 2007 hindern könnten, in den Urlaub zu fahren. Eher dürften schon die anhaltende Angst vor Terrorismus – auch wenn dies in Umfragen nicht immer zugegeben wird den ein oder anderen veranlassen, daheim zu bleiben.

Auch das **vieldiskutierte Thema Wellness** wurde genauer unter die Lupe genommen und dabei ergab sich folgendes Ergebnis: Der ganz große Boom ist sicher vorbei, der Markt wird aber trotzdem weiter moderat anwachsen. 2007 werden bestimmte **Wellnessurlaubsprodukte** ein kräftiges Wachstum erreichen. Die Tourismusexperten waren sich einig, dass „Wellness günstig“ und „Wellness-Hotels mit speziellen Packages für Seele und Geist“ dabei ganz vorne liegen werden.

Ein vollständiger Bericht über die Ergebnisse der Schnellumfrage „Reiseprognosen 2007“ ist für Euro 58 erhältlich bei: Erlebnis+Trend/Profil Verlag, Postfach 210143, 80671 München; Fax 089-704924 oder unter [info@tourismuswissenschaft.de](mailto:info@tourismuswissenschaft.de).