

Der Tourismus ist einem ständigen, immer schneller werdenden Wandel unterworfen. Technologische Veränderungen, Umwelt- und Klimaveränderungen, Polarisierung von Luxusreisen und Billigstreisen und vor allem individuell sehr unterschiedliche Reisemotive sind nur wenige Schlagworte eines sich unglaublich schnell bewegenden Marktes. Die Erlebnisgesellschaft rechnet in der Zukunft im Wesentlichen mit drei Megatrends im Freizeitverhalten: „Gesundheit/Wellness“, „Singles“ und „Last minute“.

market ging daher der Frage nach, wie sich dadurch die Urlaubsarten bzw. -motive in 22 Jahren, also bis zum Jahr 2030, entwickeln. /db

Aus den Ergebnissen lassen sich eine Reihe von Tendenzen klar ableiten: Die Überalterung der Gesellschaft und die immer länger gesund und fit bleibenden Alten führen zur Zunahme von Wellness-, Soulness und Schönheitsurlaube.

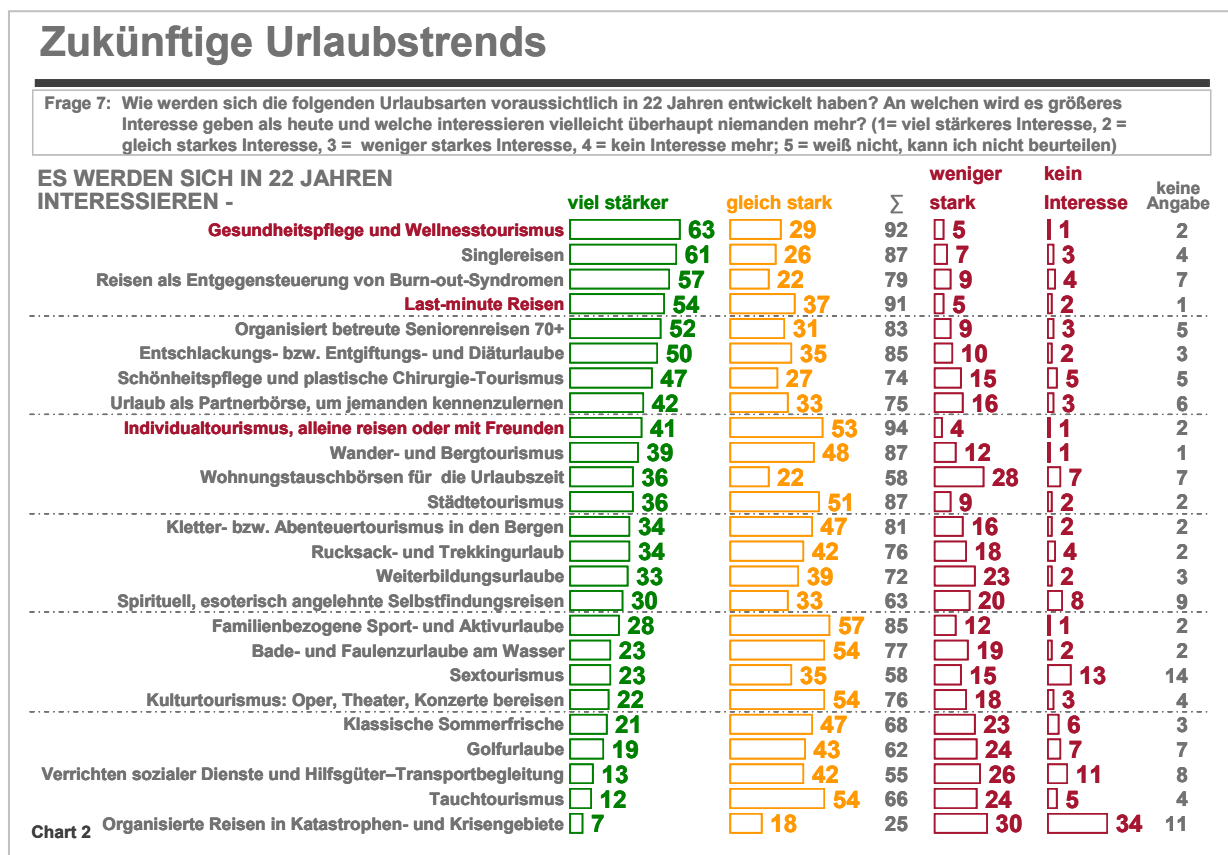
Zukünftige Urlaubstrends

ES WERDEN SICH IN 22 JAHREN VIEL STÄRKER INTERESSIEREN FÜR -

	Bevölkerung insgesamt	Männer	Frauen	15 bis 29 Jahre	30 bis 49 Jahre	50 Jahre und älter
Gesundheitspflege und Wellness-tourismus	63	62	63	75	62	58
Singlereisen	61	61	60	50	63	64
Reisen als Entgegensteuerung von Burn-out-Syndromen	57	50	64	57	63	53
Last-minute Reisen	54	50	59	56	66	43
Organisiert betreute Seniorenreisen 70+	52	51	54	51	52	53
Entschlackungs- bzw. Entgiftungs- und Diäturlaube	50	44	56	51	55	46
Schönheitspflege und plastische Chirurgie-Tourismus	47	44	51	62	50	38
Urlaub als Partnerbörse, um jemanden kennenzulernen	42	41	43	58	46	31
Individualtourismus, allein reisen oder mit Freunden	41	37	45	50	44	35
Wander- und Bergtourismus	39	41	36	32	34	46
Wohnungstauschbörsen für die Urlaubszeit	36	30	42	46	37	30
Städtetourismus	36	40	33	40	28	42
Kletter- bzw. Abenteuer-tourismus in den Bergen	34	38	30	35	31	36
Rucksack- und Trekkingurlaube	34	34	34	39	25	40
Weiterbildungsurlaube	33	34	32	39	26	37
Spirituell, esoterisch angelehnte Selbstfindungsreisen	30	26	33	37	27	29
Familienbezogene Sport- und Aktivurlaube	28	28	27	31	31	23
Bade- und Faulenzurlaube am Wasser	23	23	23	41	23	16
Sextourismus	23	24	23	47	28	8
Kultur-tourismus: Oper, Theater, Konzerte bereisen	22	20	23	24	19	23
Klassische Sommerfrische	21	23	20	33	17	19
Golfurlaube	19	18	20	29	15	18
Verrichten sozialer Dienste und Hilfsgüter-Transportbegleitung	13	12	15	22	16	8
Tauchtourismus	12	11	14	28	9	9
Chart 1 Organisierte Reisen in Katastrophen- und Krisengebiete	7	7	6	13	5	6

In diesem Zusammenhang erwartet man auch die Zunahme organisierter Reisen für Personen über 70 Jahre. 92 Prozent - also fast alle – sehen den Urlauber der Zukunft mit der Pflege von Körper, Seele und Geist beschäftigt. Gleichzeitig sieht man auf die Älteren (bzw. sich selbst in 30 Jahren) zukommen, die Urlaube als Single (87 %) verbringen zu müssen. Sind sich Männer und Frauen im Wellnesen noch ziemlich einig, so klaffen natürlich speziell bei Entschlackungs- und Diäturlaube sowie Urlauben zwecks Schönheitspflege die Geschlechterinteressen auseinander; eine besonders signifikante Höhe erreicht der Wunsch nach plastischem Chirurgetourismus im Segment der jungen Bevölkerungsgruppe.

Die Tendenz zu Lebensabschnittspartnerschaften ist bereits jetzt klar erkennbar, die hohen Scheidungsraten bestätigen diese Entwicklung. Man wird daher mit zunehmendem Alter immer wieder Single sein – oder bleiben – und das zeigt sich auch in den persönlichen Einstellungen, z.B. zu Singlereisen, ganz besonders bei den 50+ Gruppen.



Die derzeit erlebte Zeitbeschleunigung wird ebenfalls auf 2030 „hochgerechnet“. Zum einen wird Urlaub daher als Gegensteuerung des Burn-out Syndroms gesehen - dazu tendieren in höherem Ausmaß die Frauen sowie jene Altersgruppen, die derzeit voll im Arbeitsprozess eingebunden sind. Es lässt sich aber auch eine Verstärkung von Last-minute Reisen erkennen; diese Tendenz ist aber auch gekoppelt an die Vorstellung, dass Urlaub in Zukunft schwerer leistbar sein wird und solche kurzfristig gebuchten Urlaube meist mit günstigeren Angeboten einhergehen.

Die Tendenz zum vermehrten Singledasein - gewollt oder ungewollt – mündet in der Sehnsucht, in der Ferienzeit jemanden kennen zu lernen. Urlaub als Partnerbörse wird speziell im jüngeren Segment bis 30 Jahre sehr stark nachgefragt, die ältere Gruppe ist wesentlich realistischer, was ihre diesbezüglichen Chancen in 22 Jahren anbelangt. Die Jungen sehen auch verstärkt in Bade- und Faulenzurlaube ihre Urlaubsmotivation der Zukunft, auch wenn im Allgemeinen diese Form der Freizeitgestaltung für die Zukunft nur mehr von jedem Fünften prognostiziert wird.

Die Singleentwicklung zeichnet sich auch in der Urlaubsentwicklung der Individualreisenden ab. Der All-Inklusiv-Urlaub wird als Auslaufmodell der Zukunft nur mehr für Randgruppen interessant, das individuelle Programm, z.B. Kauf von einzelnen Reise-Bausteinen, um sich die Reise selbst nach seinen eigenen Wünschen und Bedürfnissen zusammenzustellen, wird stärker nachgefragt werden. In diese Gruppe fällt auch der Bereich der Aktivurlauber. Wander- und Bergtourismus, Abenteuer- und Trekkingurlaub als Symbol für aktive Freizeitgestaltung ist beliebt bei alt und jung. Naturnähe in jeder Form wird zukünftig stärker nachgefragt werden.

An letzter Stelle rangiert eine Zunahme an teuren Urlauben. Diese werden für die Zukunft als weniger leistbar oder als weniger interessant geoutet; die sehr gering eingeschätzte Zunahme von Golf- bzw. Tauchurlauben als Symbol für teurere Urlaube rangiert ziemlich weit unten. Dazu bestätigt eine weitere Analyse, dass die Österreicher davon überzeugt sind, aufgrund gestiegener Kosten in der Altersversorgung 2030 weniger Geld für Urlaub zu Verfügung zu haben. Dazu kommt auch die Vermutung, dass Flugreisen immer teurer werden und Diskontreisen boomen werden.

Weiterbildungsurlaube, sowie der Besuch von Kultur- und Konzertevents zeigen Zunahmetendenzen in dem jungen und 50+ Segment, werden aber sicher auch als Kurzurlaub jederzeit eingeschoben werden können, wie auch die Tendenz zu mehreren Kurzurlauben in Zukunft zunehmen wird. Die Verrichtung sozialer Dienste und der sogenannte Katastrophentourismus rangieren am Ende einer sehr langen Liste, in dieser Urlaubsmotivation sind die Randgruppen klar erkennbar.

FAZIT: Der Urlauber der Zukunft pflegt seinen Körper, seinen Geist und seine Seele als Ego-orientiertes Freizeitverhalten in einer singledominierten Welt. Der Wunsch nach Zweisamkeit, das Auffinden neuer Partner prägt den Gast der Zukunft. Für diese Gruppe sollte man ein Paket aus individuellen Reise-Bausteinen ohne finanzielle Schlechterstellung Alleinreisender bereitstellen und Möglichkeiten zu individuell geplanten Urlaubsreisen ermöglichen.

Dokumentation der Umfrage P.B359.0808.P8.T

n= 658 telefonische CATI-Interviews, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung

Befragungszeitraum: 21. bis 27. August 2008

Maximale statistische Schwankungsbreite bei n=658 ± 3,94 Prozent