



Artikel NZZ Neue Zürcher Zeitung

Tourismustrends auf dem Prüfstand - Sättigung und Polarisierung

Thomas Bieger und Christian Laesser

Das Reiseverhalten kann als Spiegelbild einer Gesellschaft und deren Entwicklung betrachtet werden. Mit dem Reisemarkt Schweiz des Instituts für Öffentliche Dienstleistungen und Tourismus der Universität St. Gallen, besteht in der Schweiz eine einmalige und langjährige Datenbasis zum privaten Reiseverhalten. Die neusten Zahlen, welche in den nächsten Tagen veröffentlicht werden, zeigen Trends, welche mit Sättigung und Polarisierung charakterisiert werden können. Tourismusanbieter wie auch staatliche Strukturen der Tourismusförderung stehen vor diesem Hintergrund vor neuen Herausforderungen. Wie die Resultate zeigen, werden sie sich noch mehr auf die Schaffung zeiteffizienter, nutzenorientierter, individualisierbarer und damit flexibel gestaltbarer Angebote ausrichten müssen.

Die klassischen Annahmen zu den touristischen Trends lauten in der Praxis auch heute noch: Immer öfter, immer kürzer, immer weiter. Diese gelten für den Schweizer Markt immer weniger: Die neuesten Ergebnisse zum Reisemarkt Schweiz zeigen nämlich, dass bei Reisen klare Sättigungsgrenzen erreicht sind. Die Nettoreiseintensität für Reisen mit 4 und mehr Übernachtungen, das heisst der Anteil der Personen, die mindestens eine solche Reise unternommen haben, hat seit 1992 von damals gut 80% bis 2004 mit 68% kontinuierlich abgenommen. Beim letztjährigen Wert, welcher zuletzt in der Rezession von 1972 erreicht wurde, handelt es sich um ein mehrjähriges Rekordtief. Doch nicht nur bei längeren, sondern auch bei kurzen Reisen (ab einer Übernachtung) ist mit einer Nettoreiseintensität von 78% Stagnation feststellbar.

Die durchschnittliche **Zahl der Privatreisen** pro Person erreicht mit 1.95 in 2004 ebenfalls ein Rekordtief. Nurmehr 68% der reisenden Bevölkerung macht mit dann durchschnittlich 2.53 Reisen überhaupt mehr als eine Reise pro Jahr. Vor allem unter Haushalten mit Kindern und eher jungen bis mittelalterlichen Berufstätigen ist der Anteil der Nichtreisenden vergleichsweise gross; besonders gilt dies im Fall professioneller Karrieren in KMU und freien Berufen. Zeitliche/ berufliche (27%) sowie finanzielle (17%) zählen zu den wesentlichsten Gründen, weshalb jemand nicht reist; beide Werte haben seit 2001 nochmals stark zugenommen. Daraus lässt sich schliessen, dass der wirtschaftliche und berufliche Druck kombiniert mit den familiären Verpflichtungen in dieser Altersklasse beträchtlich ist. Mit einer Nettoreiseintensität von 82% und einer durchschnittlichen Zahl Reisen pro Person von 3 ist dagegen heute die Reiseintensität bei den über 65 Jährigen überdurchschnittlich hoch und in der Tendenz weiter steigend. Pensionierte haben nicht nur Zeit sondern auch zunehmend die Energie und das Geld für Reisen.

Mit einem Marktanteil von knapp 43% steht die Schweiz zwar unangefochten auf Platz 1, verliert aber seit 1998 schleichend (aber geringfügig) Marktanteile an die umliegenden Länder. Auch wenn in den Medien bisweilen ein anderes Bild vermittelt wird: Immer noch 78% aller Reisen führen in die Schweiz sowie in die an unser Land angrenzenden Länder. Ein kleiner, aber in der Tendenz schrumpfender Teil der Reisen führt in die übrigen Länder Europas (14%). Der Anteil der Interkontinentalreisen ist mit ca. 8% seit längerem stabil.

Bei der **Struktur der Reisen** scheint zunehmend die Mitte wegzufallen: Seit 1984 zeigt sich bei Reisen mit 4 und mehr Übernachtungen, dass der Anteil der Kurzreisen in der Betrachtungsperiode von zwar 46% auf 49%, die langen Reisen dagegen von 14% auf 21% zunah-

men, dies auf Kosten von Reisen mit 1-2 Wochen Dauer. Auch in der Kurzfristbetrachtung seit 1998 unter Einschluss aller Reisen ab einer Übernachtung bestätigt sich dieser Trend wenigstens ansatzweise. Offensichtlich gönnen sich viele Menschen nicht nur immer mehr Kurzzeitferien; auch im Bereich der Langzeitferien scheinen sich mit den zunehmenden Trends für Sabbaticals und Auszeiten neue Märkte aufzutun.

Bei den **Übernachtungsformen** zeichnet sich ebenfalls eine langfristige Polarisierung ab: Entweder benutzt man in ein sehr gutes Hotel (****-*****; 19%, stark zunehmend) oder in eine Ferienwohnung (20%, leicht zunehmend). Verlierer dieser Entwicklung sind die *.-*** Hotellerie sowie die Unterkunftsform *Freunde und Verwandte*. Einer der Treiber dieser Entwicklung dürfte der steigende Wohnraumbedarf sein.

Auch bei den **Reisemotiven** zeigt sich eine Ausdifferenzierung. Eine zusehends starke Bedeutung haben Motive im Bereich der Ruhe (Zeit für Familie, Partner und sich selbst) oder des sanften Genusses (Natur geniessen). Weiter sind ebenfalls Zuwächse bei den Motiven nach sportlichen Aktivitäten zu verzeichnen, was auf eine Zunahme von aktiven Erlebnisferien deutet. Der Wunsch nach kulturellen Sehenswürdigkeiten und Erfahrungen wie auch nach Exotischem (und damit Exploration von neuem) nimmt dagegen ab, womit ein früher wesentlicher Treiber für das Reisen an Bedeutung verliert: Man reist weniger, weil man irgendwo hin will, sondern einfach weil man weg will.

Markante Veränderungen sind beim **Informations- und Buchungsverhalten** zu beobachten. Lange Zeit vermochten Broschüren, Informationsprospekte, Auskünfte bei Tourismusbüros trotz des Aufkommens neuer Medien immer noch eine weitgehend stabil bleibende Bedeutung erreichen. Von 2001 bis 2004 verringerte sich jedoch die Erwähnung von Prospekten als wichtiges bis sehr wichtiges Informationsmedium von 38% auf 25% (1998: 45%). Auskünfte durch Tourismusbüros verloren in der Betrachtungsperiode ebenfalls an Bedeutung (2001: 22%; 2004: 12%). In der gleichen Zeit steigerte sich die Bedeutung des Internets mit einer Erhöhung der Erwähnungen wichtig und sehr wichtig von 24% auf 30% (1998 hatte dieser Wert erst 6% betragen). Dieses Medium wird auch immer mehr für Buchungen verwendet. Die immer noch grossen Investitionen in kleinräumige Tourismusstrukturen mit vielen kleinen Verkehrsvereinen sowie in klassische Marketinginstrumente wie teure, vierfarbige Broschüren oder aufwendige persönliche Beratung, sind vor diesem Hintergrund kritisch zu beurteilen.

Bei den **Transportmitteln** dominiert weiterhin das Auto (knapp 60%). Die Bedeutung des Flugzeugs ist mit 18% ebenfalls stabil. Der Markteintritt von Lowcost Airlines zeigt sich bislang weniger einer Nachfragesteigerung sondern vielmehr in einer zusehends veränderten und differenzierten Struktur bei den **Reisetypen**. Der Anteil der Städtereisen hat in den vergangenen 3-6 Jahren von 15 auf 22% zugenommen, wogegen der Anteil klassischer Strandferien von 21% auf 18% abgenommen hat. Im Bereich der Autoreisen werden immer mehr auch längere Reisen unterschiedlichen, aber auch kombinierten Typs innerhalb von Europa durchgeführt. Preisvorteile, vor allem aber auch Convenience im Bezug auf Gepäcktransport, Kontrollen, Wartezeiten, etc. dürften hier eine Rolle spielen.