



BRANDENBURG

MARKTFORSCHUNGSNEWS BRANDENBURG

Stand: Juni 2020

Ergebnisse des GfK DestinationMonitors Deutschland für Brandenburg 2019 – REISEVERHALTEN Urlaubsreisen

Zusätzlich zur amtlichen Tourismusstatistik nutzt die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH seit 2012 Marktforschungsdaten aus dem GfK DestinationMonitor Deutschland.

Anders als die statistische Erfassung des Tourismus im Rahmen der Monatserhebung im Tourismus, die lediglich das touristische Aufkommen in gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten abbildet, umfasst der DestinationMonitor – unabhängig von der Art der Unterkunft – sämtliche privat und geschäftlich veranlasste Reisen der Deutschen ab einer Reisedistanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise.

Er ist für die TMB eine ideale Ergänzung zur kontinuierlichen Messung des Reiseaufkommens der Tages- und Übernachtungsgäste aus dem Inland, liefert Aussagen zum kompletten Reiseverhalten (bspw. Reisezweck, Buchungswege oder benutzte Transportmittel) der Brandenburg-Urlauber mit mindestens einer Übernachtung sowie zur Soziodemografie. Im Gegensatz zur amtlichen Beherbergungsstatistik erfasst der GfK DestinationMonitor das Reiseverhalten auf der Nachfrageseite, also beim Reisenden selbst. Die gewonnenen Daten sind repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 0 Jahren (73,5 Mio. Personen).

In der letzten Mai-Ausgabe der [Marktforschungsnews Brandenburg](#) wurden für das Jahr 2019 die Volumendaten aus der Quelle DestinationMonitor Brandenburg betrachtet. Hier werden zudem die Ergebnisse zum **Reiseverhalten der inländischen Urlaubsgäste** in Brandenburg thematisiert. Denn für Destinationen ist es unerlässlich, nachfrageseitige Entscheidungen und Verhaltensweisen zu verstehen und kontinuierlich zu beobachten. Seien es Motive/Anlässe für die Urlaubsreise, die Aktivitäten der Urlauber vor Ort oder gar Qualitätseinschätzungen. Die nachfolgenden Daten beziehen sich meist auf inländische Gäste, die eine Urlaubsreise ab mind. 1 Übernachtung nach Brandenburg ab 50 km vom Wohnort unternommen haben. Betrachtet werden 2019er Werte und deren Entwicklungsverlauf.

Volumentdaten zu den Brandenburg-Urlaubern 2019

Für das Jahr 2019 wurden durch den DestinationMonitor für Brandenburg insgesamt 6,8 Mio. Reisen durch inländische Übernachtungsgäste und rund 25,1 Mio. Übernachtungen ermittelt. Private Übernachtungen hatten ein Volumen von 23,8 Mio., geschäftliche Übernachtungen knapp 1,3 Mio. Bei den Privatreisen sind **Urlaubsreisen** mit rund **2,1 Mio. Reisen und 8,0 Mio. Übernachtungen das zweitbedeutendste Segment im Inlandstourismus in Brandenburg** – nach dem wichtigsten Reiseanlass Verwandten- und Bekanntenbesuch (3,9 Mio. Reisen | 13,6 Mio. Übernachtungen). Komplettiert wird der private Übernachtungstourismus durch sonstige Privatreisen (0,3 Mio. Reisen | 2,1 Mio. Übernachtungen), worunter mehrheitlich die Aufenthalte in den Vorsorge- und Rehabilitationskliniken des Landes fallen. Wie auch schon im Jahr zuvor fanden im Segment der Urlaubsreisen erfreuliche Zuwächse statt. Weitere Details zum Reiseaufkommen bzw. -volumen finden Sie in den vorherigen [Marktforschungsnews](#) vom Mai 2020.

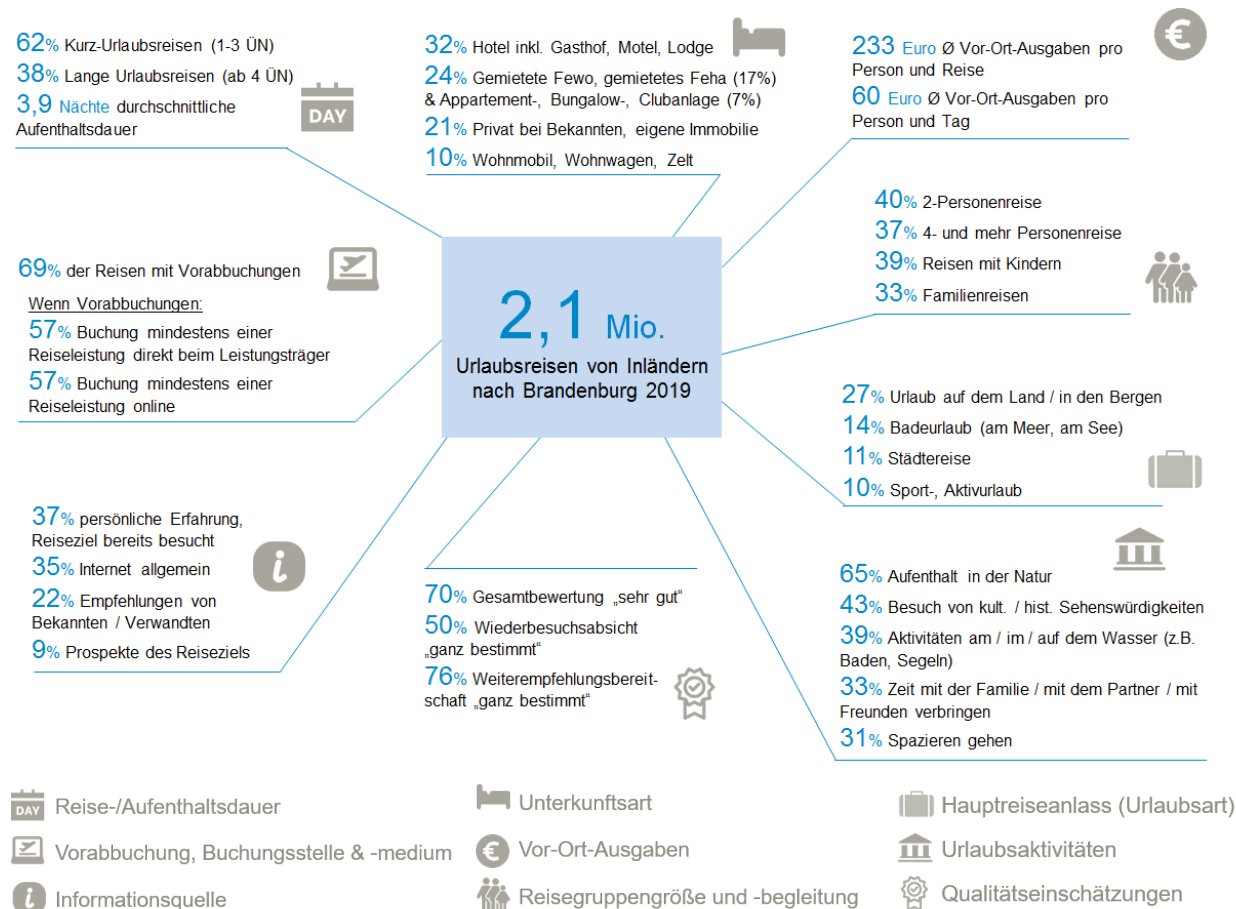


Das Reiseverhalten der Brandenburg-Urlauber 2019

Im DestinationMonitor Deutschland (GfK) gibt es folgende **Definition der „Urlaubsreisen“** als Teilsegment der Privatreisen: „*Übernachtungsreisen mit einem Urlaubs- oder sonstigen Freizeitreis Anlass (integrierte Reiseformen: reine Urlaubsreisen; Freizeitreisen / Ausflugsfahrten ohne besonderer privater oder sonstiger Anlass)*“. Umfasst sind alle inländischen Urlaubsreisen mit mind. 1 Übernachtung nach Brandenburg ab 50 km vom Wohnort. Sowohl Übernachtungen in gewerblichen Unternehmungen (≥ 10 Betten) als auch solche in privaten Unterkünften mit weniger als zehn Betten, in Privatwohnungen gegen Entgelt (z. B. Airbnb), in eigenen Ferienimmobilien oder bei Verwandten und Bekannten.

Wie war konkret das Reise- und Buchungsverhalten der 2,1 Mio. inländischen Urlaubsgäste mit mind. 1 Übernachtung in Brandenburg vor und während der Reise im Jahr 2019? Welchen Aktivitäten gingen diese besonders nach und wie waren z.B. deren Qualitätseinschätzungen? Die wesentlichen Kennzahlen liefert diese Grafik auf einen Blick:

Reiseverhalten der inländischen Brandenburg-Urlauber 2019 (Basis: Reisen)



Abweichungen sind rundungsbedingt.

Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland 2019, Bildnachweis: Icon made by Freepik from www.flaticon.com

In den nachfolgenden Erläuterungen sind Basiswerte aus dieser Grafik textlich in **blauer Schrift** hervorgehoben.



Das Verhalten der Brandenburg-Urlauber vor der Reise

REISEORGANISATION, BUCHUNGSSTELLE /- MEDIUM, INFOQUELLE *

* bei vorabgebuchten Leistungen, Mehrfachantworten möglich

- 69% buchen einzelne Leistungen (Unterkunft, Transport, Bausteine, usw.) vor Reiseantritt
- knapp sechs von zehn Reisen werden direkt beim Leistungsträger gebucht
- wichtigstes Buchungsmedium ist "Internet / Online"
- „persönliche Erfahrung“ und "Internet" sind die wichtigsten Informationsquellen

Reiseorganisation: 69% (-5%-P.) sind Reisen mit Vorabbuchungen. Dabei handelt es sich entweder um die Buchung einzelner Leistungsbestandteile der Reise (z.B. Unterkunft oder das Transportmittel für die Anreise) oder um eine Baustein- oder Pauschalreise, die vor Reiseantritt gebucht wurden. Der Anteil der Nicht-Vorabbucher lag bei 31% und hat im Vergleich zum Vorjahr um 5 Prozentpunkte zugelegt.

Hinsichtlich der **Buchungsstellen*** bei vorabgebuchten Leistungen ist für Urlaubsreisende auch in 2019 die wichtigste Anlaufstelle der „Leistungsträger“ (57% | -5%-P.), mit deutlichem Abstand gefolgt vom „Reiseportal im Internet“ (15%) und vom „Reisebüro bzw. Reiseveranstalter“ (10%). Während „Reisebüro-Buchungen“ in etwa gleichbedeutend wie bei allen Urlaubsreisen der Deutschen im Inland sind, sind Direktbuchungen beim „Leistungsträger“ (Dtschl.: 64%) und Buchungen über „Reiseportale“ (Dtschl.: 21%) in Brandenburg eher unterrepräsentiert. Im Vergleich zum Vorjahr geht in Brandenburg der Anteil der Buchungsstellen „Direkt beim Leistungsträger“ und bei „Reisebüros bzw. Reiseveranstalter“ deutlich zurück, der Anteil der via „Reiseportal“ gebuchten Reisen steigt deutlich an.

Wichtigster **Buchungsweg bzw. -medium*** ist die „Online-Buchung“: Bei 57% (+8%-P.) der Urlaubsreisen wurde mindestens eine Reiseleistung über das Internet gebucht (Deutschland: 57%). „Buchungen per Telefon/ Fax/ Email“ erfolgten bei 30% der Reisen und nehmen seit 2012 kontinuierlich ab. Je 9% entfallen auf „Buchungsstelle / Anbieter persönlich aufgesucht“ bzw. „Sonstiges Buchungsmedium“.

Werden Leistungen vom Brandenburg-Urlauber im Vorfeld der Reise gebucht, so informiert er sich hierzu über zahlreiche Kanäle. Neben der „persönlichen Erfahrung“ (37% | +3%-P.) mit dem Urlaubsland Brandenburg, z.B. aus früheren Besuchen, wird als **Informationsquelle*** ebenso häufig auf das "Internet" (35% | +1%-P.) zurückgegriffen, womit beispielsweise Websites der Urlaubsregionen oder Reiseforen gemeint sind. Es folgen die „Empfehlungen von Bekannten bzw. Verwandten“ (22% | +2%-P.) sowie „Prospekte des Reiseziels“ (9%). Die Nutzungsraten all dieser Informationsquellen sind dabei in etwa gleich hoch wie im Bundesmittel. „Berichte / Reportagen im Fernsehen, in Zeitschriften und Zeitungen“ werden bei Brandenburg-Urlaubern (7% | +3%-P.) zwar gering, jedoch im Vergleich zu allen Urlaubsreisen der Deutschen im Inland (3%) überdurchschnittlich genutzt.



BRANDENBURG

Das Verhalten der Brandenburg-Urlauber während der Reise

REISEDAUER UND -GRUPPENGROÖBE

- kürzere Urlaubsreisen (bis zu 3 Nächte) dominieren | Ø Verweildauer 3,9 Nächte
- 2-Personenreisen besonders beliebt | 4-Personenreisen als auch Familienreisen bzw. Reisen mit Kindern mit steigender Tendenz

Reisedauer und Aufenthaltsdauer:

In Brandenburg dominieren kürzere Urlaubsreisen (siehe auch [MaFo-News](#) Mai 2020, S. 5). Rund sechs von zehn (62%) inländischen Urlaubsreisen nach Brandenburg werden als Kurz-Urlaubsreise mit einer Dauer von ein bis drei Nächten unternommen. Der Anteil der langen Urlaubsreisen ab vier Nächten liegt entsprechend bei 38%, darunter haben 7% der Reisen eine Dauer von zehn und mehr Nächten. Der Vergleich zur Bundesebene zeigt, dass Brandenburg tendenziell eher ein Ziel kürzerer Urlaubsreisen ist: Deutschlandweit ist der Anteil kurzer und langer Urlaubsreisen relativ gleichverteilt (52% bzw. 48%). Dies ergibt sich auch aus der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer. Während Brandenburg mit einer Aufenthaltsdauer bei den Kurz-Urlaubsreisen von 2,0 Nächten im Bundesschnitt liegt, fallen lange Urlaubsreisen mit durchschnittlich 7,0 Nächten kürzer aus als in Deutschland insgesamt (7,5 Nächte). Über alle Urlaubsreisen liegt die durchschnittliche Verweildauer in Brandenburg bei 3,9 Nächten, auf der Bundesebene bei 4,7 Nächten.

Reisegruppengröße und -begleitung:

Bei 40% der Urlaubsreisen nach Brandenburg besteht die Reisegruppe aus zwei Personen (Deutschland: 46%), bei weiteren 37% der Reisen aus vier und mehr Personen. Kinder unter 14 Jahre sind bei 4 von 10 der Reisen (39% | +9%-P.) unter den Reisenden – zum Bsp. neben der Familie evtl. auch nur begleitet von Onkel/Tante, Großeltern oder Freunden. Etwas mehr als ein Drittel der Reisen (33% | +11%-P.) werden als konkrete Familienreise unternommen (mindestens eine begleitende Person aus dem Haushalt für ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer) (Deutschland: 25%). Bei Familienreisen nach Brandenburg überwiegen Reisen mit (nur) einem Kind deutlich.

REISEPRODUKT UND -AUSGABEN

- Hotel beliebteste Unterkunftsart (32%)
- Ø Vor-Ort-Reiseausgaben pro Person und Reise mit 233 EUR weit unter dem Bundesmittel

Unterkunftsart:

Bei 32% der Urlaubsreisen wird das Hotel als Unterkunft gewählt und ist damit etwas weniger beliebt als im Bundesmittel (49%). Ferienwohnungen bzw. Ferienhäuser (17%) sowie Appartement-, Bungalow- bzw. Clubanlagen (7%) rangieren in Summe (24%) auf dem zweiten Platz. Überdurchschnittlich fällt die drittbekannteste Unterkunftsform aus – die private Unterkunft bei



BRANDENBURG

Verwandten und Bekannten bzw. in der eigenen Immobilie (Brandenburg: 21%, Deutschland: 8%). Selbiges gilt für die Campingunterkunft in Wohnmobil, Wohnwagen oder Zelt (Brandenburg: 10%, Deutschland: 7%).

Reiseausgaben:

Pro Person und Tag geben die Urlaubsgäste für ihre Unterkunft und andere am Reiseziel in Anspruch genommenen Leistungen durchschnittlich 60 Euro (-7%) aus. Im Bundesmittel liegt das Ausgabenniveau mit durchschnittlich 70 Euro deutlich höher. Pro Urlaubsreise nach Brandenburg ergibt sich damit eine durchschnittliche Ausgabe von 233 Euro pro Gast. Deutschlandweit fallen die Ausgaben pro Reise mit 325 Euro – auch bedingt durch die durchschnittlich längere Aufenthaltsdauer bei Urlaubsreisen – merklich höher aus. Auch ist der Anteil der kurzen Urlaubs-Reisen in Brandenburg (Anteil 2019: 62% | 2012: 56%) vergleichsweise hoch (Dtschl. -> Anteil 2019: 52% | 2012: 49%). Das erklärt (als Haupteinflussfaktor), warum die Ausgaben pro Person und Reise unter Durchschnitt liegen und über die Jahre gesunken sind.

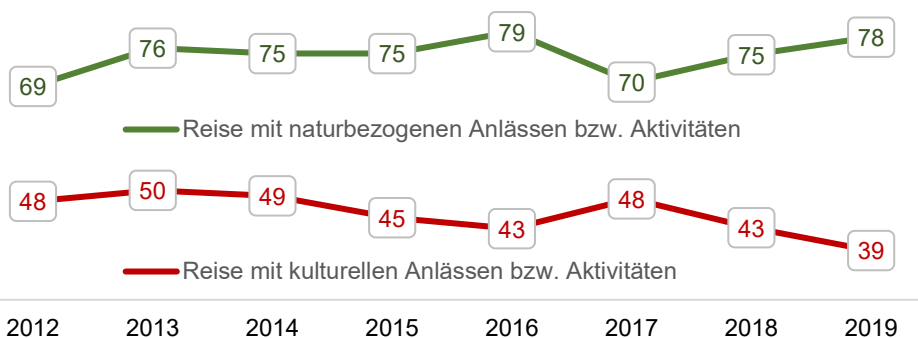
REISECHARAKTER, -ANLÄSSE UND AKTIVITÄTEN

- Reisen mit naturbezogenen Anlässen bzw. Aktivitäten (78%) prägend und überdurchschnittlich
- „Urlaub auf dem Land“ (27%) und Badeurlaub (14%) wichtigste Hauptreiseanlässe
- Aktivitäten am/im/auf dem Wasser deutlich überdurchschnittlich und mit Platz 5 im Bundeslandvergleich der beste Rang bezogen auf alle untersuchten Aktivitäten in Brandenburg

Reisecharakter:

Bei 78% (+3%-P.) der Urlaubsgäste in Brandenburg hatte die Reise 2019 einen naturbezogenen Charakter, womit das Niveau von 2016 wieder erreicht wurde. Die Befragten gaben demnach an, dass die Natur der Hauptanlass der Reise war und / oder naturnahe Aktivitäten während desurlaubes unternommen wurden. Urlaubsreisen mit einem kulturellen Charakter spielten bei 39% (-4%-P.) der Urlaubsgäste eine Rolle.

Entwicklung des Reisecharakters bei Urlaubsreisen in Brandenburg (Anteil in %)



Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland 2012-2019



BRANDENBURG

Hauptreiseanlässe und Reiseaktivitäten:

Beim Hauptreiseanlass nennen die Befragten den Hauptanlass, der ihre Reise am besten charakterisiert. Somit liegt die Zuordnung zur (Haupt-)Urlaubsart im Auge des Betrachters, der sich für ein Auswahlkriterium entscheiden muss. „Urlaub auf dem Land“ (27%) und „Badeurlaub (am See)“ (14%) sind erneut die wichtigsten **Hauptreiseanlässe** für Urlaubsreisen nach Brandenburg. Maßgeblich hinter der positiven Entwicklung der Reiseart „Urlaub auf dem Land“ in 2019 stehen vor allem Familien mit 3 und mehr Kindern. In der Gunst der „Badeurlauber“ steht Brandenburg im Bundeslandvergleich im Jahr 2019 auf Rang 6 (= bezogen auf den Marktanteil an Deutschland). Eine „Städtereise“ war der Anlass von 11% der Reisen und „Sport-/ Aktivurlaub-Reisen“ nehmen einen Anteil von 10% ein. Bei weiteren 7% der Reisen handelt es sich um „Event- und Veranstaltungsreisen“.

Die Bedeutung des Wassertourismus in Brandenburg zeigt sich zudem bei den **Aktivitäten der Urlaubsgäste** (Mehrfachnennungen): Vier von zehn Urlaubsgästen (39%) gehen „Aktivitäten am/im/auf dem Wasser“ nach (Rang 5 im Bundeslandvergleich und deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 18%). Bei über zwei Dritteln (65%) wurde der Aktivität „Aufenthalt in der Natur“ nachgegangen, was mit deutlichem Abstand zur beliebtesten Aktivität der Brandenburg-Urlauber zählt. Die Profilierung Brandenburgs über Themenfelder zur aktiven Erholung in der Natur und am Wasser spiegelt sich in diesen Werten wieder.

Bei fast allen der langjährigen TOP-5 Aktivitäten der Brandenburg-Urlauber konnten in 2019 im Vergleich zum Vorjahr deutliche Steigerungen erreicht werden.

Aktivitäten bei Urlaubsreisen der inländischen Brandenburg-Urlauber 2019 (Anteil der Aktivitäten in %, Entwicklung in %-Pkt. gegenüber 2018)



Im Vergleich zu allen Urlaubsreisen der Deutschen im Inland gehen die Brandenburg-Urlauber überdurchschnittlich häufig wasserbezogenen Aktivitäten (Brandenburg 39% | Deutschland 18%) sowie dem „Radfahren“ (Brandenburg 18% | Deutschland 11%) nach. Hier weist Brandenburg in Bezug auf den Marktanteil an Deutschland zudem jeweils gute Rangplätze auf (Rang 5 „Wasser“, Rang 7 „Rad“).



QUALITÄTSEINSCHÄTZUNGEN

70% der Urlauber in Brandenburg beurteilen ihren Aufenthalt mit „sehr gut“, was dem dritthöchsten Wert aller Bundesländer entspricht und deutlich überdurchschnittlich ist. Für 76% der Reisen wurde zudem eine „ganz bestimmte“ Weiterempfehlungsabsicht des besuchten Reiseziels geäußert. Bei jeder zweiten Reise (50%) wurden darüber hinaus Anlässe gesehen, das Reiseziel „ganz bestimmt“ erneut zu besuchen. Während die Weiterempfehlungsbereitschaft überdurchschnittlich ausfällt, liegt die Wiederbesuchsabsicht im Bundesmittel.

HINWEIS zur Datengrundlage Jahr 2019

Reiserverhaltensdaten zu Buchungsfristen, Hauptverkehrsmittel zur Anreise, Unterkunfts-kategorien (Hotelsterne), Verpflegung, beliebten Reisemonaten oder auch zur Soziodemografie bzw. den Quellmärkten der Urlaubsreisenden wurden im Berichtsband 2019 nicht für die "allgemeinen" Urlaubsreisen für Brandenburg ausgewiesen. Teilweise finden sich hierzu Unter-setzungen in der noch folgenden Sonderstudie zu "Geschäftsreisen". Darüber hinaus bieten die 2017-Daten in den Marktforschungsnews vom November 2018 zu diesen Details Auskünfte.

EXKURS: Soziodemografie 2019 (Basis: private und geschäftliche Übernachtungsreisen)

ALTER: Der Altersdurchschnitt der Übernachtungsgäste betrug 2019 im Durchschnitt 44,4 Jahre, lag leicht unter dem Deutschlandschnitt und hat sich gegenüber 2012 (45 Jahre) minimal „verjüngt“. Den größten Anteil hatten dabei die 50- bis 64-Jährigen, gefolgt von den 35- bis 49-Jährigen. Reiseteilnehmer unter 14 Jahren hatten im Vergleich zum Deutschlandwert einen deutlich höheren Anteil und zeigen Zuwachsraten seit 2012.

HAUSHALTS-GRÖßE: Die meisten brandenburgischen Übernachtungsgäste (33%) stammten aus 2-Personen-Haushalten. Der Anteil der 2-Personen-HH hat von 2012 bis 2016 stetig zugenommen. Nachdem der Anteil von 2016-2018 leicht abgenommen hat ist er 2019 wieder leicht angestiegen. Die zweitstärkste Gruppe sind in 2019 die 1-Personen-Haushalte mit einem Anteil von 28%.

HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN: Bezüglich des Haushaltsnettoeinkommens waren die oberen Einkommensklassen (ab 2.250 €) deutlich vertreten und machten in Summe 65% aus, was jedoch unter dem Wert von Gesamtdeutschland (72%) lag.

BERUF: Wie schon in 2012 waren 4 von 10 Übernachtungsgästen „Angestellte“ sowie 2 von 10 „Rentner“. Im Deutschland-Vergleich ergeben die Anteilsverteilungen der Berufe kaum Unterschiede.

ORTSGRÖßE: Hier macht sich der Hauptquellmarkt Berlin bemerkbar, sodass Haushalte aus Ortsgrößen von 500.000 und mehr Einwohnern mit 33% den größten Anteil ausmachten, deutlich über dem Bundesschnitt (20%) lagen und seit 2012 große Zuwachsraten aufweisen (+14%-Pkt.).



EXKURS: Reisen in Zeiten von CORONA

Die Tourismusbranche als Querschnittsbranche trifft die aktuelle Krise mit den Reise- und Bewegungseinschränkungen und der rückläufigen bzw. ausbleibenden Nachfrage extrem hart. Sie wird eine lange Erholungsphase benötigen. Wie groß die Verluste an Nachfrage, Umsätzen und Einkommen sein werden, wird sich erst allmählich herausstellen. Auch ob und wie sich das Reiseverhalten und die Urlaubspläne ändern.

Die Stärken des Brandenburgtourismus 2019 sind gleichzeitig gute Bedingungen für aktuelle Nachfragetrends bedingt durch die Corona-Krise. So zeigen aktuelle Umfragen von zentralen Marktforschungsinstituten bzw. Branchenverbänden, dass sich die Bedürfnisse nach gewissen Reiseerlebnissen und -aktivitäten mutmaßlich ändern. So bestätigt z.B. der *ReisePuls Deutschland* (destinet.de; Mai 2020), „dass Naturerlebnisse den Deutschen tatsächlich auf ihrer nächsten Reise besonders wichtig sind (für 77% mindestens wichtig oder sogar sehr wichtig). Und auch der geliebte Strandurlaub, letztlich eine spezielle Variante der „Naturnähe“, bleibt den Deutschen wichtig.“ Bei den Präferenzen und Anforderungen an das Angebot stehen die seit langem bekannten essenziellen Bestandteile eines Urlaubs wie „Gastronomie, Strand, Sehenswürdigkeiten und – vermutlich als Ausdruck der großen Sehnsucht nach dem ‚Draußen‘ – das Wandern und Radfahren im Fokus.“ Hinsichtlich des Informations- und Kommunikationsverhaltens der Deutschen vor ihre Reise sind „On-line-Kanäle dominant, sei es direkt auf der Webseite bei der Unterkunft oder des Reiseziels oder auch auf den großen Buchungsplattformen. Auf analoger Seite können dort nur die persönlichen Empfehlungen aus dem Verwandten- oder Bekanntenkreis mithalten, die noch einmal verdeutlichen, wie wichtig Empfehlungsmarketing ist.“

Weitere Informationen zu zentralen Corona-Sonderumfragen und veröffentlichten Schlüsselkennziffern finden Sie im Tourismusnetzwerk im [Bereich Marktforschung](#) unter der Rubrik „Fakten zu Auswirkungen der aktuellen Corona-Krise sowie Entwicklungsszenarien“.

Weitere Informationen

In den vergangenen Marktforschungsnewslettern finden Sie weitere Daten seit dem Jahr 2012 aus der Quelle DestinationMonitor Deutschland. Mehr Aufbereitungen aus dem 2019er-Berichtsband für Brandenburg finden Sie in diesen Marktforschungsnews (siehe tourismusnetzwerk-brandenburg.de):

- Mai-News 2020 zu den Volumendaten zu Reisen und Übernachtungen, Vergleich zur amtlichen Statistik, Stellenwert Unterkunftsarten, Bedeutung der Reiseanlässe, Tourismusintensität, Quellmärkte
- es folgen News zur Sonderstudie "Geschäftsreisen" mit Volumendaten und Daten zum Reiseverhalten

Ihre **Ansprechpartnerin** zum Thema „Marktforschung“ bei der TMB: Madlen Wetzel (Referentin Marktforschung), Tel.: 0331 / 29873-385, Madlen.Wetzel@reiseland-brandenburg.de.