

# **Hat der Run auf die Großstadt Auswirkungen auf die Kinder- und Jugendreisen?**

# Anbieter von Gruppenunterkünften

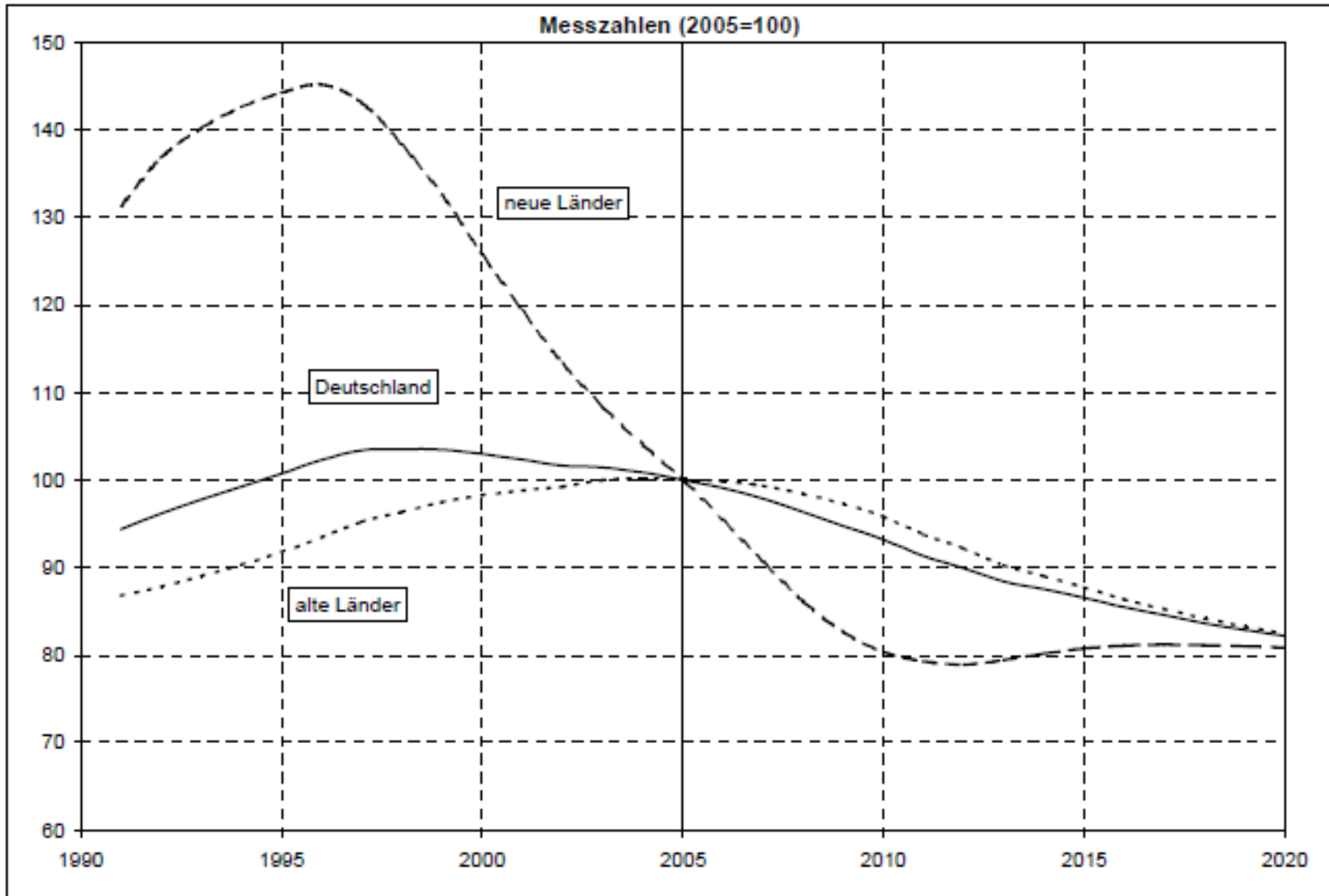
Marktsegment	Träger	Häuser- zahl
Gesamtmarkt	Häuser der unterschiedlichsten Kategorien	5.000-5.500
größte Anbietergruppe	kirchliche Häuser aller Art	
größter Einzelanbieter	Deutsches Jugendherbergswerk mit rund 10 Millionen ÜN (2012)	524
zweitgrößter Hausbetreiber	„Die NaturFreunde Deutschlands“ (Verband)	über 400
drittgrößter Hausverbund	Schullandheime	über 300
Übernachtungen	Statistische Übernachtungen der Schulungs- und Ferienheime und der Jugendherbergen und Berghütten	ca. 43,7 Mio

# Allgemeine Entwicklungen im Markt

Nachfragegruppe	Trend
Schulen, allgemein	Sinkende Nachfrage, Schulfahrtenerlass, Reisekostenregelung, Reisebereitschaft, Demoskopie
Familien	Trend zu Jugendherbergen und einfachen Übernachtungshäuser
Senioren	gewinnen weiter an Bedeutung, auch in Jugendübernachtungsstätten
Bildungs- und Tagungsgäste	Nachfrage hat sich stabilisiert
Gruppen / Vereine	Verbandsgebunden stabile Nachfrage

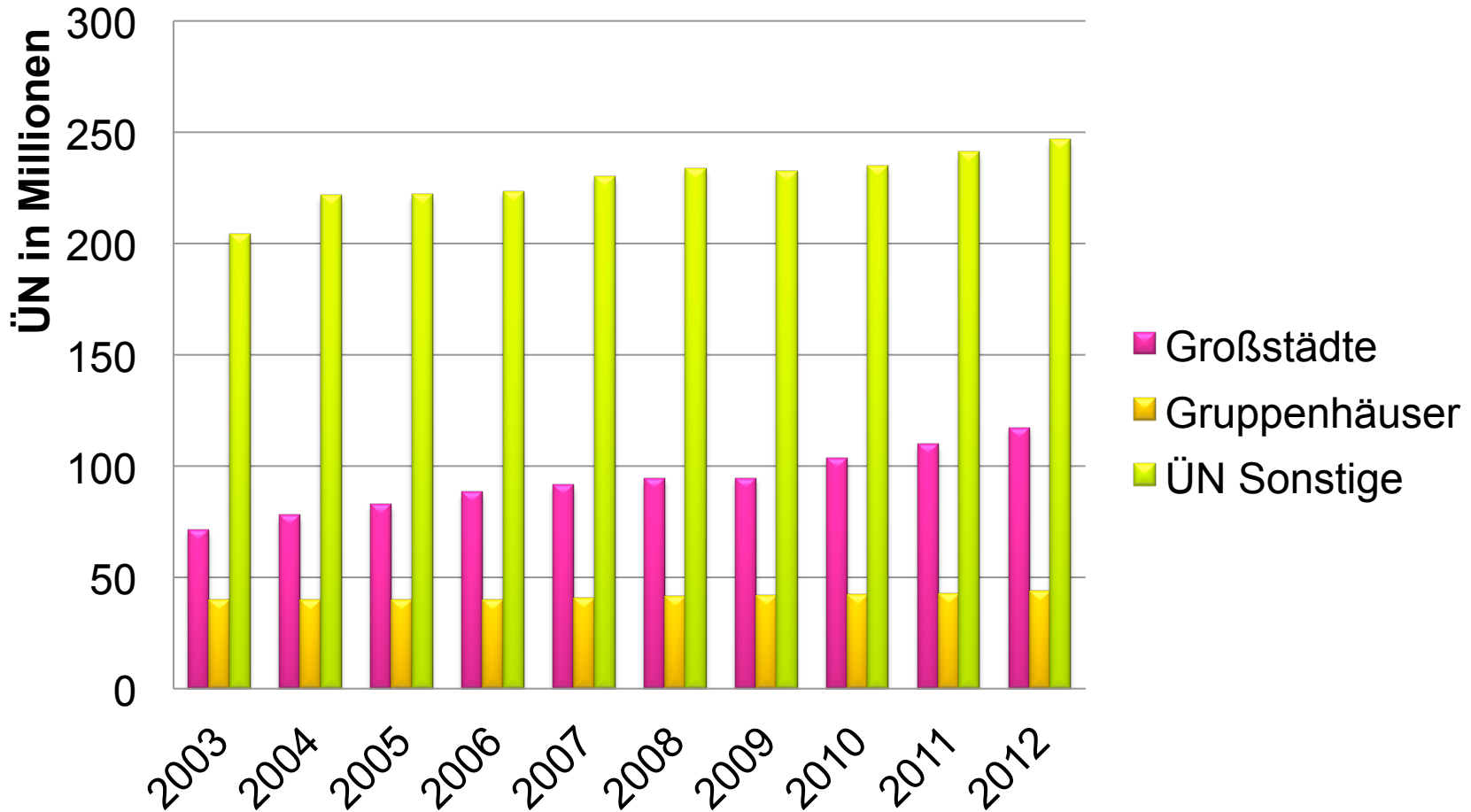
# Schülerinnen und Schüler 1991 bis 2020

(Statistische Veröffentlichung KMK 2007)



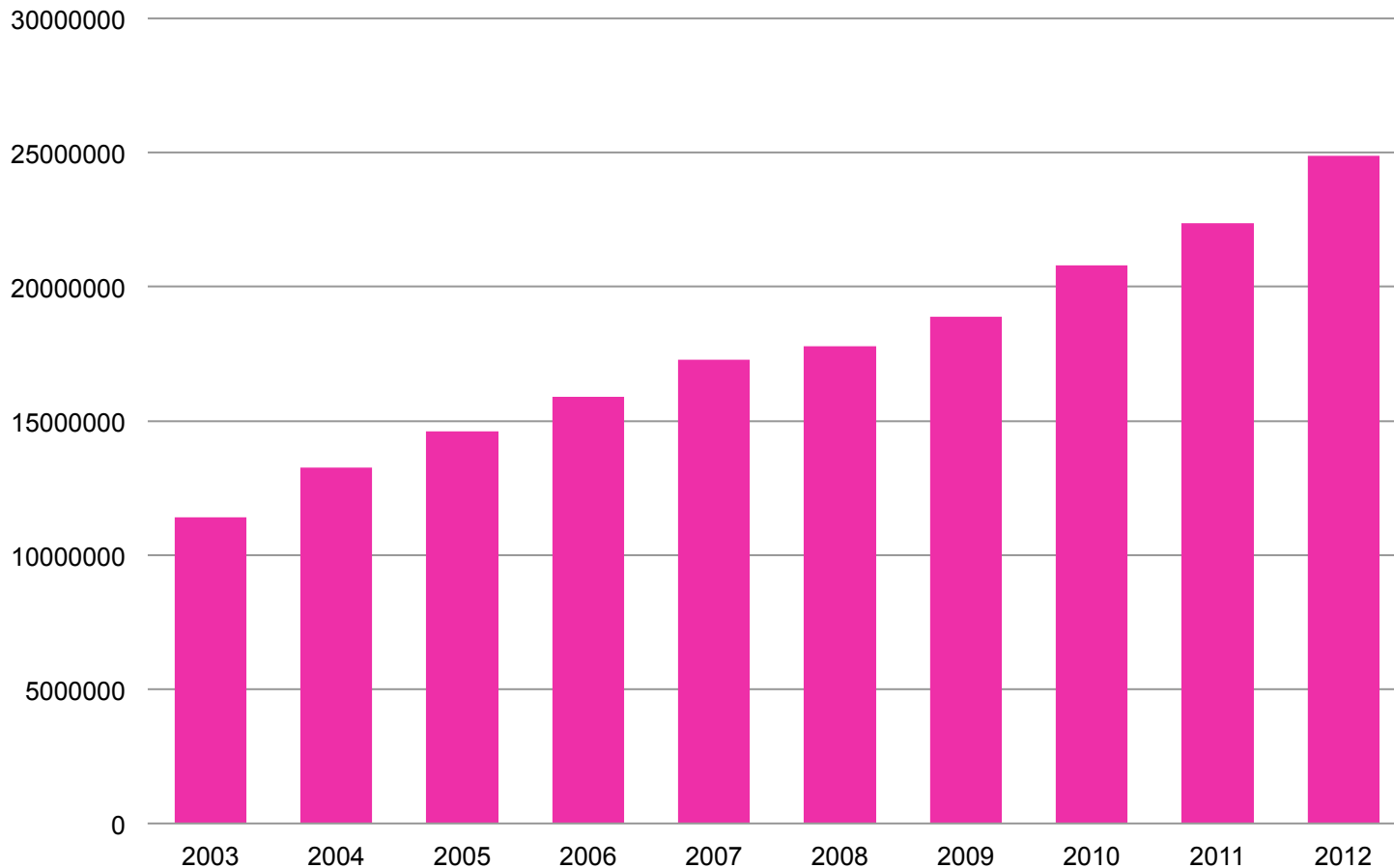
# Trends im allgemeinen Tourismus

## Übernachtungen in Deutschland



# Trends im allgemeinen Tourismus

## Übernachtungen in Berlin



# Trends im allgemeinen Tourismus

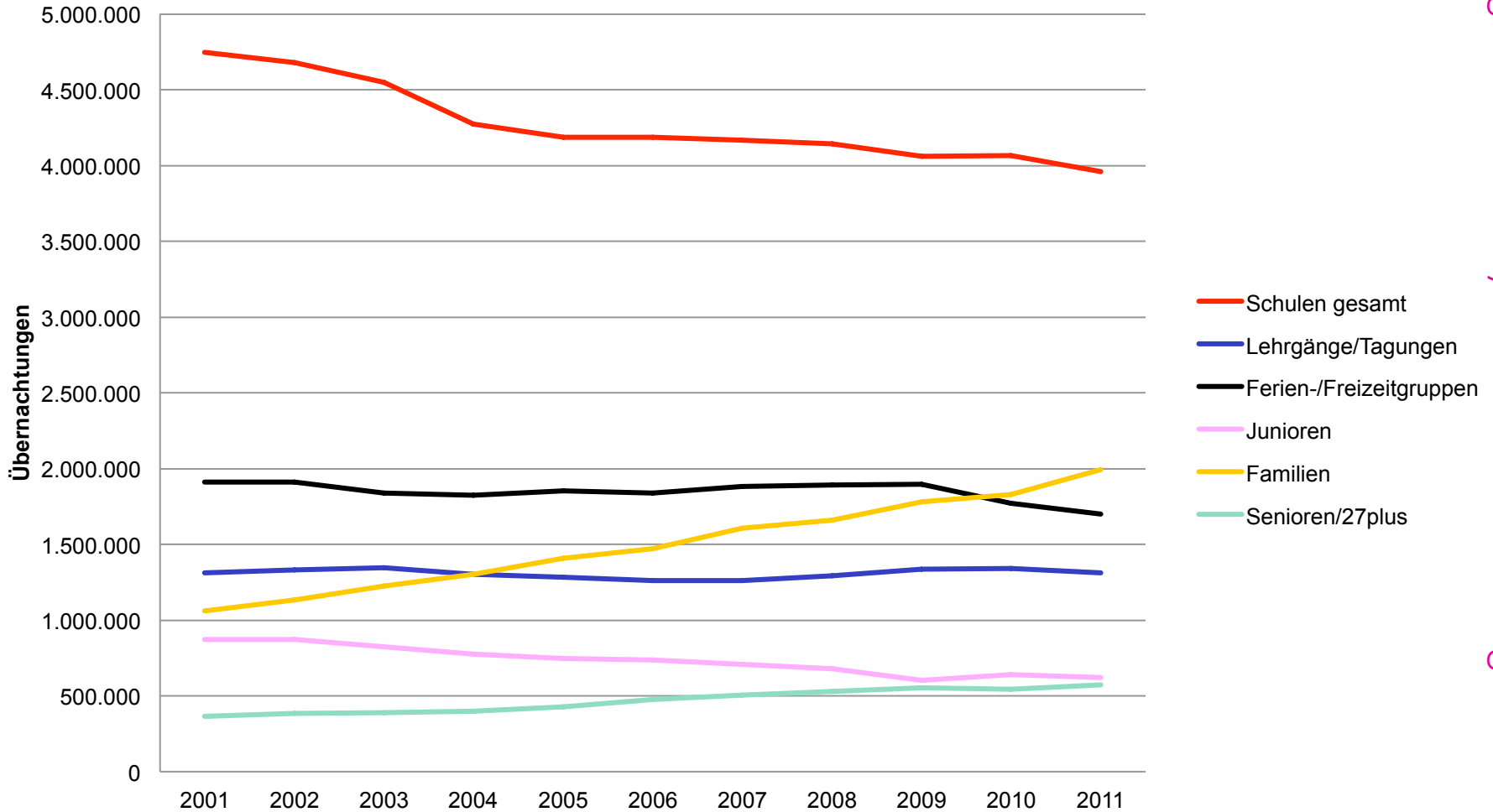
Kriterium	Trend
Tourismus insgesamt	In den letzten 10 Jahren eine Steigerung von 29 % auf über 407 Millionen Übernachtungen
Städtetourismus	Dieser stieg in den letzten 10 Jahren überproportional um 64,8 % auf 117 Millionen Übernachtungen. Von 23 % auf 29 % aller Übernachtungen.
Kleine Standorte	Hier stiegen die Übernachtungen um 19 % auf 290 Millionen.
Gruppenhäuser	Hier stieg die Anzahl der Übernachtungen in den letzten 10 Jahren um 9,4 % auf 43,7 Millionen.

# Trend in die Stadt

Nachfragegruppe	Trend
Schulen	Immer jüngere Schüler bevorzugen Stadtziele
Familien	Nutzen Jugendherbergen und Hostels für kurze Städtetouren, Weekend Special
Senioren	Nutzen in der Stadt hochwertigeres Übernachtungsangebot
Bildungs- und Tagungsgäste	Kurze Veranstaltungen, schnelle unkomplizierte Anreise
Gruppen / Vereine	Event-Tourismus



# ÜN-Entwicklung DJH



# Die Gewinner im Markt

**Der Markt differenziert sich immer stärker aus!**

## **Weiter steigende Nachfrage bei:**

- **Attraktiven Standorten:**
  - Gebirge, Alpen
  - Meer, Ostseeküste
  - Großstädte
- **Sehr attraktiven Programmen**
  - Schulfahrtenprogramme bis 7. Klasse
  - Hochwertige Bildungsangebote
- **Spezielle Nutzungen**
  - Eigene Veranstaltungen, eigene Verbandsarbeit
  - Chor- und Musikveranstaltungen
  - Trainingslager

# Hat der Run auf die Großstadt Auswirkungen auf die Kinder- und Jugendreisen?

---

**Ja, sicherlich!**

# Anforderungen an Tagungshäuser

Der Markt für Tagungshäuser professionalisiert sich immer mehr!

## Deutlich erkennbare Trends:

- **Tagungsdauer sinkt**, weniger Übernachtungen, mehr zusätzliche Tagesnutzungen (1 Nacht - 2 Tage)
- Möglichst **optimale Anreise** bei kürzeren Veranstaltungen
- **Höherer Platzbedarf** im Tagungsraum
- **Multifunktionale Raumnutzungen** (Work-Cafe)
- **Rahmenprogramm** als Ausgleich für Tagungen
- **Bistro / Cafeteria**, als hochwertiges Freizeitangebot für Gespräche und Begegnung
- Buchung von **Tagungspauschalen** mit Komplettleistungen

# Trends im Kundenverhalten

## Kundenverhalten:

- Kompromisslos: Angebote müssen genau passen
- Buchungskonzentration auf attraktive Zeiten
- Kurzfristige Buchungen

## Kundenansprüche:

- Steigende Qualitätsansprüche
- Gute Basisqualität in Übernachtung und Verpflegung als Grundvoraussetzung
- Betreuungs- und Programmangebote
- „Wohlfühlhaus“ - Gestaltung wird immer wichtiger
- Freundliches Personal, hohe Flexibilität
- Mehr Zusatzleistungen: Imbiss, Tagungsgetränke, Grillen, Büfett, Einzelabrechnungen

