

BMWi-Zukunftsprojekt  
„Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“

## Teil V: Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland

Basis: Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus und World Travel Monitor<sup>®</sup>



erstellt im Rahmen der

### Grundlagenstudie Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)  
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Projekträger: Deutsches Jugendherbergswerk (DJH)

Projektdurchführung:



**dwif-Consulting GmbH &  
dwif e. V.**  
Sonnenstr. 27  
80331 München

Kontakt:  
Lars Bengsch (Projektleitung)  
[l.bensch@dwif.de](mailto:l.bensch@dwif.de)  
Tel.: 089-237 02 89 – 0



**NIT - Institut für Tourismus- und  
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH**  
Fleethörn 23  
24103 Kiel

Kontakt:  
Bente Grimm  
[bente.grimm@nit-kiel.de](mailto:bente.grimm@nit-kiel.de)  
Tel.: 0431-666 567 18



**iconkids & youth international  
research GmbH**  
Rückertstr. 4  
80336 München

Kontakt:  
Christian Clausnitzer  
[c.clausnitzer@iconkids.de](mailto:c.clausnitzer@iconkids.de)  
Tel.: 089-544 629 23

Texte und Abbildungen: Lars Bengsch, Sebastian Geiger, Sigrid Hofer (dwif)  
Redaktion: Lars Bengsch (dwif)  
Mitarbeit: Christian Clausnitzer, Andreas Schemm (iconkids)

Berichtsstand: März 2014

Titelbild: Katharina Rothe/PIXELIO

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Bericht nur die männliche bzw. neutrale Form verwendet (Lehrer, Gruppenleiter usw.). Selbstverständlich gehören hierzu sowohl weibliche als auch männliche Personen.



## Inhalt

Abbildungsverzeichnis .....	4
Tabellenverzeichnis .....	4
I. Ziel der Studie .....	5
II. Sonderauswertungen aus dem European bzw. World Travel Monitor .....	7
1. Zusammenfassung .....	8
2. Jugendreisen der Europäer innerhalb Europas .....	10
2.1 Reisevolumen .....	10
2.2 Quell- und Zielmärkte .....	10
3. Jugendreisen der Europäer nach Deutschland.....	11
3.1 Reisevolumen .....	11
3.2 Quellmärkte .....	11
3.3 Reiseanlass .....	11
3.4 Urlaubsarten und -aktivitäten.....	12
3.5 Informations- und Buchungsverhalten .....	13
3.6 Anreiseverkehrsmittel .....	14
3.7 Unterkunft .....	14
3.8 Aufenthaltsdauer.....	15
3.9 Reiseausgaben.....	15
4. Jugendreisen aus ausgewählten Überseemärkten .....	16
4.1 Reisevolumen und Quellmärkte.....	16
4.2 Reiseanlass und Urlaubsarten.....	16
4.3 Informations- und Buchungsverhalten .....	16
III. Sonderauswertungen aus dem Qualitätsmonitor Deutschland	
Tourismus.....	18
1. Zusammenfassung: .....	19
2. Soziodemographische Daten .....	20
3. Entscheidungsprozess, Information und Buchung.....	21
3.1 Gründe für die Destinationsentscheidung.....	21
3.2 Informationsverhalten .....	22
3.3 Buchung.....	24
4. Durchführung der Reise .....	26
4.1 Anreiseverkehrsmittel .....	26
4.2 Reisebegleitung .....	27
5. Aufenthalt.....	27

5.1	Urlaubsart .....	27
5.2	Unterkunft .....	28
5.3	Urlaubsaktivitäten .....	29
6.	Zufriedenheit, Wiederbesuchs-/Weiterempfehlungsabsicht.....	30
6.1	Zufriedenheit mit dem Urlaubsaufenthalt.....	30
6.2	Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht .....	32

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Reiseanlass der jungen Europäer nach Europa (in %)	10
Abb. 2: Reiseanlass der jungen Europäer nach Deutschland (in %)	12
Abb. 3: Urlaubsarten der europäischen Jugendlichen (TOP 5; in %)	12
Abb. 4: Urlaubsaktivitäten der europäischen Jugendlichen (TOP 10; in %)	13
Abb. 5: Anreiseverkehrsmittel (in %)	14
Abb. 6: Unterkunft (in %)	15
Abb. 7: Haushaltseinkommen der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	20
Abb. 8: Besuchserfahrung der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	21
Abb. 9: Informationsverhalten der ausländischen Urlaubsgäste (gruppiert; in%)	23
Abb. 10: Informationsverhalten der ausländischen Urlaubsgäste im Alter 14 bis 26 Jahre (im Detail; in%)	23
Abb. 11: Buchungszeitpunkt der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	24
Abb. 12: Buchungsstelle der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	25
Abb. 13: Buchungsweg der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	26
Abb. 14: Anreiseverkehrsmittel der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	26
Abb. 15: Reisebegleitung der ausländischen Urlaubsgäste (in%)	27
Abb. 16: Unterkunft der Urlaubsgäste (in%)	29

## Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Quell- und Zielmärkte für Auslandsreisen (TOP 5)	10
Tab. 2: Quellmärkte (TOP 5)	11
Tab. 3: Informations- und Buchungsverhalten (TOP 5; in %)	13
Tab. 4: Quellmärkte aus dem Überseeraum	16
Tab. 5: Kriterien der ausl. Urlaubsgäste für die Destinationsentscheidung (TOP 10; in %)	22
Tab. 6: Urlaubsarten der ausländischen Urlaubsgäste (TOP 5; in %)	28
Tab. 7: Aktivitäten der ausländischen Urlaubsgäste (TOP 10; in %)	29
Tab. 8: Zufriedenheit der ausländischen Urlaubsgäste – Gesamtzufriedenheit	30
Tab. 9: Zufriedenheit der Urlaubsgäste – Unterkunft und Gastronomie	31
Tab. 10: Wiederbesuchsabsicht der Urlaubsgäste (Anteile in %)	32
Tab. 11: Weiterempfehlungsabsicht der Urlaubsgäste (Anteile in %)	32

## I. Ziel der Studie

### Ziel der Studie

Im Rahmen des im Herbst 2012 gestarteten BMWi-Zukunftsprojektes „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“ wurden die **dwif-Consulting GmbH und e. V.** (mit Standorten in Berlin und München), die **iconkids & youth international research GmbH** (ebenfalls mit Sitz in München) und das **NIT - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH** (Kiel) mit der Erstellung einer Grundlagenstudie zum Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland beauftragt. Das Zukunftsprojekt soll dazu beitragen, den Tourismusstandort Deutschland zu stärken und die Vermarktung von kinder- und jugendtouristischen Angeboten zu verbessern. Die Grundlagenstudie „Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland“ bildet hierbei einen wichtigen Baustein. Die wichtigsten Aufgaben der Studie sind:

- Verbesserung der Datenlage zur Nachfrage im Kinder- und Jugendtourismus
- Darstellung der Reismotive von Kindern und Jugendlichen
- Berechnung des Wirtschaftsfaktors Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland
- Identifikation von Trends und Erfolgsfaktoren für die Gestaltung von Angeboten für Reiseveranstalter

Die Grundlagenstudie setzt sich aus verschiedenen Bausteinen zusammen:

Teil I:	Besonderheiten, Entwicklungen und Einflüsse im Kinder- und Jugendtourismus
Teil II:	Tagesausflüge und Übernachtungsreisen von Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen in Deutschland und deren wirtschaftliche Bedeutung
Teil III:	Kinder- und Jugendgruppenreisen aus der Sicht von Entscheidern
Teil IV:	Jugendtourismus: Entwicklung 2002 bis 2012 und Potenziale 2013-2015
Teil V:	Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland
Teil VI:	Gruppendiskussionen mit Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen
Teil VII:	Handlungsansätze für die Akteure im Kinder- und Jugendtourismus

Ausführliche Untersuchungen zu den Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland liegen nach Wissen der Auftragnehmer und auch nach Rückfrage bei der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) derzeit nicht vor. Um repräsentative und quantitativ hochrechenbare

Angaben zu diesem Marktsegment zu bekommen, wäre es notwendig, in den wichtigsten Quellmärkten eigene repräsentative Primärerhebungen durchzuführen. Der damit verbundene finanzielle Aufwand steht nach Einschätzung der Auftragnehmer in keinem Verhältnis zur quantitativen Bedeutung dieses Teilsegmentes.

Um dennoch Einschätzungen zur Zielgruppe der jugendlichen ausländischen Gäste zu bekommen, wurden folgende Quellen berücksichtigt:

- Die Deutsche Zentrale für Tourismus hat sich im Herbst 2012 anlässlich des DZT-Themenjahres "Junges Reiseland Deutschland" Sonderauswertungen aus dem European Travel Monitor 2011 bzw. dem World Travel Monitor erstellen lassen. Hierbei wurde gezielt nach dem **Reiseverhalten der übernachtenden Jugendlichen und Erwachsenen bis 29 Jahre aus dem Ausland** selektiert. Entsprechend konnten hieraus für ausgewählte Quellmärkte für Deutschland wichtige Kennzahlen zum Volumen sowie zu ausgewählten anderen Merkmalen abgeleitet werden.
- Weitere Informationen sind durch **Sonderauswertungen aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, einer deutschlandweiten Übernachtungsgästabfrage**, die das dwif seit 2007 regelmäßig durchführt, zu gewinnen. Durch eine spezifische Auswertung der Datenbank war es möglich, insbesondere vergleichende Erkenntnisse herauszuarbeiten, die das Verhalten von „jungen Übernachtungsgästen aus dem Ausland“ (ab 14 Jahre) im Vergleich zu anderen Gästen ermöglichen.

Wenngleich die beiden Bausteine eine exakte Volumenbestimmung des Marktsegmentes Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland nicht ermöglichen, können dennoch wertvolle Erkenntnisse zu diesem Marktsegment gewonnen werden.

## II. Sonderauswertungen aus dem European bzw. World Travel Monitor

### HINTERGRUNDINFORMATIONEN zum European Travel Monitor

Die Ausführungen zu den internationalen Jugendreisen basieren auf dem European Travel Monitor 2011, der von der IPK International durchgeführt wird. Das Ziel dieser europaweiten Erhebung ist es einen Überblick über das Reiseverhalten von Jugendlichen zu erhalten.

Im Rahmen des Monitors werden jährlich mehr als 400.000 junge Europäer zwischen 15 und 29 Jahren (West- und Osteuropäer) interviewt, die eine Auslandsreise mit mindestens einer Übernachtung unternommen haben. Der European Travel Monitor erfasst dabei Urlaubs- und Geschäftsreisen sowie Besuche von Verwandten und Freunden (VFR) und sonstige Reisen. Berücksichtigt werden alle Reisen, das heißt auch Reisen von Jugendlichen in Begleitung von Erwachsenen.

### HINTERGRUNDINFORMATIONEN zum World Travel Monitor

Der World Travel Monitor, durchgeführt von IPK International, bietet einen Überblick über das Nachfrage- und Reiseverhalten Jugendlicher zwischen 15 und 29 Jahren aus weltweit 60 Ländern. Dafür werden jährlich über 500.000 Interviews zu den in den letzten Monaten getätigten Reisen durchgeführt. Die Ergebnisse werden repräsentativ für die Bevölkerung des jeweiligen Landes hochgerechnet. Der World Travel Monitor enthält Urlaubs- und Geschäftsreisen, Besuche von Verwandten und Freunden, sowie sonstige Reisen.

## 1. Zusammenfassung

Ausführliche Untersuchungen zu den Kinder- und Jugendreisen aus dem Ausland liegen nach Wissen der Auftragnehmer und auch nach Rückfrage bei der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) derzeit nicht vor.

Um dennoch Einschätzungen zur Zielgruppe der jugendlichen ausländischen Gäste zu bekommen, konnte auf Sonderauswertungen aus dem European Travel Monitor 2011 bzw. dem World Travel Monitor durch Unterstützung der DZT zurückgegriffen werden.. Hierbei wurde gezielt nach dem **Reiseverhalten der übernachtenden Jugendlichen und Erwachsenen bis 29 Jahre aus dem Ausland** selektiert.

### Europäische Reisende in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren in Europa...

- kommen vor allem aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Zu den beliebtesten Zielmärkten gehören Deutschland, Spanien und Italien.
- sind hauptsächlich Urlaubsreisende, nur ein geringer Anteil entfällt auf Geschäfts-, VFR- und sonstige Reisen.

### Reisende aus Europa in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren nach Deutschland...

- stammen vorwiegend aus Polen, der Türkei und Österreich.
- sind vor allem Urlaubsreisende. Geschäfts-, VFR- und sonstige Reisen weisen eine weitaus geringere Anzahl auf.
- bevorzugen neben den Städtereisen, als beliebteste Urlaubsart außerdem Rundreisen.
- verbringen ihren Urlaub hauptsächlich mit Urlaubsaktivitäten wie Sightseeing, Genießen der Atmosphäre, Shopping sowie Essen und Trinken.
- nutzen überdurchschnittlich oft das Internet zur Informationsbeschaffung.
- buchen ihre Reise überwiegend im Voraus und über das Internet. Vor allem die Unterkunft und das Flugticket werden vor Reiseantritt gebucht.
- reisen vorwiegend mit dem PKW nach Deutschland, gefolgt vom Flugzeug und Bus.
- übernachten während ihres Deutschlandaufenthaltes hauptsächlich in Hotels, kostenlosen privaten Unterkünften sowie Ferienwohnungen.
- bleiben im Durchschnitt sieben Nächte.
- geben durchschnittlich 522 € für Ihren gesamten Aufenthalt aus.

### **Reisende aus den Überseemärkten USA, China, Japan und Brasilien in der Altersklasse von 15 bis 29 Jahren nach Deutschland....**

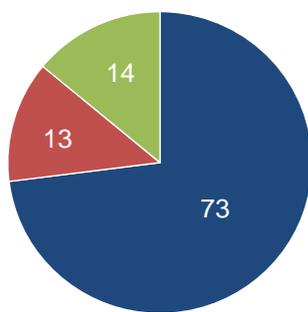
- sind zum Großteil Urlaubsreisende, mit Ausnahme von Jugendlichen aus China, welche überdurchschnittlich oft aus geschäftlichen Gründen nach Deutschland reisen.
- bevorzugen, ähnlich wie die europäischen Jugendlichen, Städte- und Rundreisen.
- informieren sich vor allem über das Internet um Informationen für ihren Deutschlandaufenthalt zu gewinnen.
- buchen ihre Deutschlandreise hauptsächlich im Voraus und nutzen dabei überwiegend das Internet. Zu den häufigsten gebuchten Produkten gehören das Flugticket und die Unterkunft.

## 2. Jugendreisen der Europäer innerhalb Europas

### 2.1 Reisevolumen

Im Jahr 2011 wurden innerhalb Europas insgesamt 412,8 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung durchgeführt, wovon 93,2 Mio. Reisen von Personen zwischen 15 und 29 Jahren getätigt wurden. Den Großteil dieser Jugendreisen stellen Urlaubsreisen dar (73%), Geschäftsreisen sowie Besuche von Verwandten und Freunden (VFR) und sonstige Reisen spielen in dieser Altersklasse keine besonders große Rolle.

Abb. 1: Reiseanlass der jungen Europäer nach Europa (in %)



■ Urlaubsreisen ■ Geschäftsreisen ■ VFR- & sonstige Reisen

Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 2.2 Quell- und Zielmärkte

Tab. 1: Quell- und Zielmärkte für Auslandsreisen (TOP 5)

TOP	Quellmärkte für Auslandsreisen			Zielmärkte für Auslandsreisen		
	Land	Mio.	%	Land	Mio.	%
1	Deutschland	17,0 Mio.	18%	Deutschland	9,6 Mio.	10%
2	Frankreich	7,9 Mio.	9%	Spanien	9,4 Mio.	10%
3	Großbritannien	7,3 Mio.	8%	Italien	7,2 Mio.	8%
4	Russland	5,3 Mio.	6%	Großbritannien	7,0 Mio.	7%
5	Italien	5,2 Mio.	6%	Frankreich	6,9 Mio.	7%

Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

Die mit Abstand meisten innereuropäischen Jugendauslandsreisen werden von deutschen Jugendlichen/jungen Erwachsenen getätigt (rund 18%). Auch bei den Zielmärkten ist Deutschland, dicht gefolgt von Spanien, die Nummer 1.

### 3. Jugendreisen der Europäer nach Deutschland

#### 3.1 Reisevolumen

Im Folgendem wird nun genauer auf Deutschland als Zielmarkt für europäische Jugendliche im Alter zwischen 15 und 29 Jahren eingegangen.

2011 wurden insgesamt 42,7 Mio. Reisen aus dem europäischen Ausland nach Deutschland unternommen. 23% (9,6 Mio.) davon entfielen auf Gäste der Altersklasse 15 bis 29 Jahre.

#### 3.2 Quellmärkte

19% der europäischen jugendlichen Gäste in Deutschland kommen aus Polen, gefolgt von der Türkei (9%), Österreich (8%), der Schweiz und Tschechien (je 6%).

Tab. 2: Quellmärkte (TOP 5)

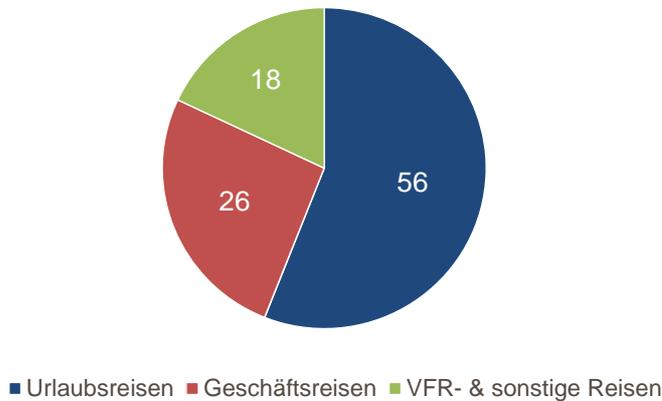
TOP	Quellmärkte		
1	Polen	1,8 Mio.	19%
2	Türkei	0,9 Mio.	9%
3	Österreich	0,8 Mio.	8%
4	Schweiz	0,6 Mio.	6%
5	Tschechische Republik	0,6 Mio.	6%

Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

#### 3.3 Reiseanlass

Mehr als die Hälfte der Jugendreisen nach Deutschland sind Urlaubsreisen. 26% der jungen Erwachsenen besuchen Deutschland aus beruflichen Gründen und 18% entfallen auf VFR- und sonstige Reisen. Im Vergleich zu den Jugendauslandsreisen im gesamten Europa wird deutlich, dass in Deutschland Urlaubsreisen zwar eine noch dominante, aber vergleichsweise dennoch geringere Rolle spielen.

**Abb. 2: Reiseanlass der jungen Europäer nach Deutschland (in %)**

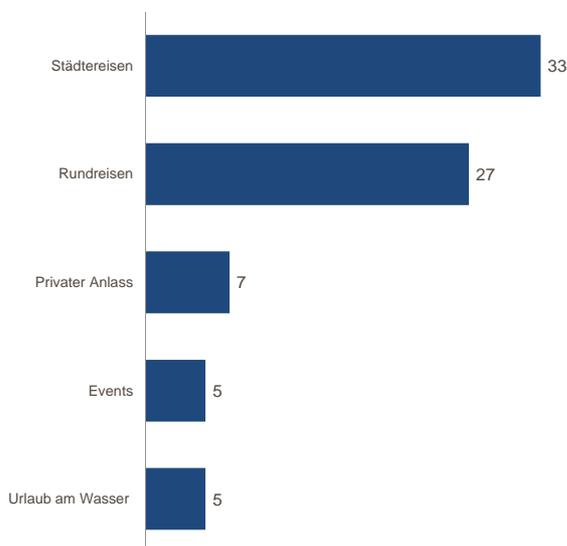


Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 3.4 Urlaubsarten und -aktivitäten

Die häufigsten Urlaubsarten von europäischen Jugendlichen in Deutschland sind Städtereisen (33%) und Rundreisen (27%). Reisen mit privatem Anlass (7%) sowie Eventbesuche und Urlaube am Wasser (je 5%) spielen hingegen keine große Rolle.

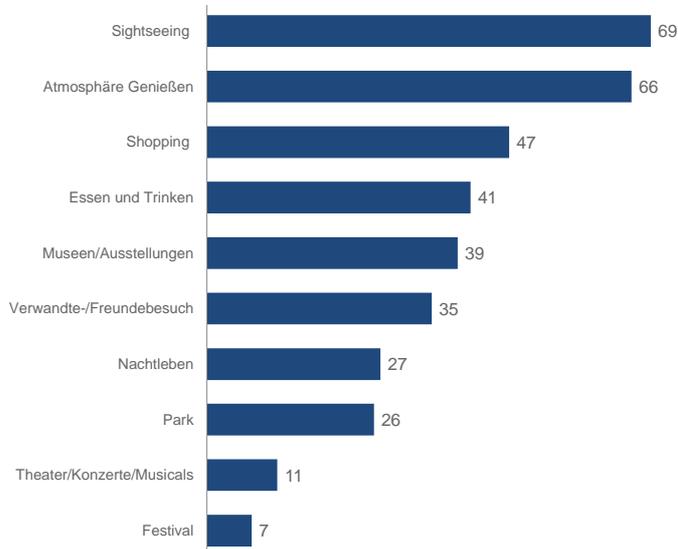
**Abb. 3: Urlaubsarten der europäischen Jugendlichen (TOP 5; in %)**



Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

Sightseeing und das Genießen der Atmosphäre sind die beliebtesten Urlaubsaktivitäten der jungen europäischen Städte- und Rundreisenden in Deutschland. Ebenfalls wichtig sind für sie Shopping, Essen und Trinken, sowie der Besuch von Museen/Ausstellungen.

**Abb. 4: Urlaubsaktivitäten der europäischen Jugendlichen (TOP 10; in %)**  
(bezieht sich nur auf die Städte- und Rundreisen); *Mehrfachantworten möglich*



Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 3.5 Informations- und Buchungsverhalten

Für die 15 bis 29-jährigen Europäer ist das Internet das mit Abstand wichtigste Informationsmedium für ihren Deutschlandaufenthalt (68%) – vor allem Urlaubsreisende nutzen es überdurchschnittlich oft (76%). Freunde/Verwandte (31%) sowie das Reisebüro (24%) dienen den jüngeren Urlaubern jedoch ebenfalls häufig zur Informationsbeschaffung. Andere Informationsquellen spielen hingegen eine untergeordnete Rolle.

Nur 65% der europäischen Jugendlichen, die nach Deutschland reisen, buchen ihre Reise im Voraus – in den meisten Fällen über das Internet (76%). Vor allem Unterkunft (63%) und Flugticket (53%) werden vorab reserviert. Anderen Reisebausteine werden häufig spontan vor Ort gebucht. Wird nicht im Voraus gebucht, handelt es sich meistens um einen Besuch von Verwandten und Freunden.

**Tab. 3: Informations- und Buchungsverhalten (TOP 5; in %)**  
*Mehrfachantworten möglich*

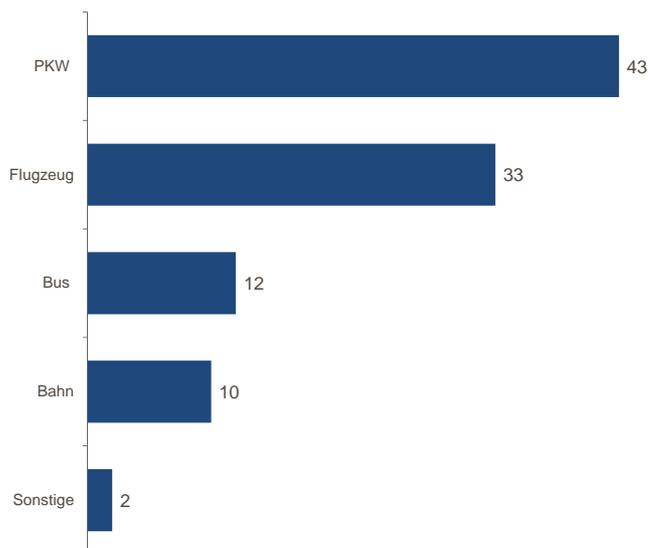
TOP	Informationsverhalten		Buchungsverhalten		Gebuchte Produkte	
1	Internet	68	Internet	76	Unterkunft	63
2	Freunde & Verwandte	31	Reisebüro	14	Flugtickets	53
3	Reisebüro	24	direkt bei der Unterkunft	11	Zugtickets	14
4	Reiseführer	7	direkt bei Carrier	7	Bustickets	14
5	Regionales Tourismusbüro	3	andere Buchungsseiten	16	Reiseversicherung	12

Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 3.6 Anreiseverkehrsmittel

Fast die Hälfte der Jugendlichen aus dem europäischen Ausland reist mit dem PKW nach Deutschland. Weitere 33% kommen mit dem Flugzeug. Bus (12%) und Bahn (10%) haben eine geringere Bedeutung.

**Abb. 5: Anreiseverkehrsmittel (in %)**

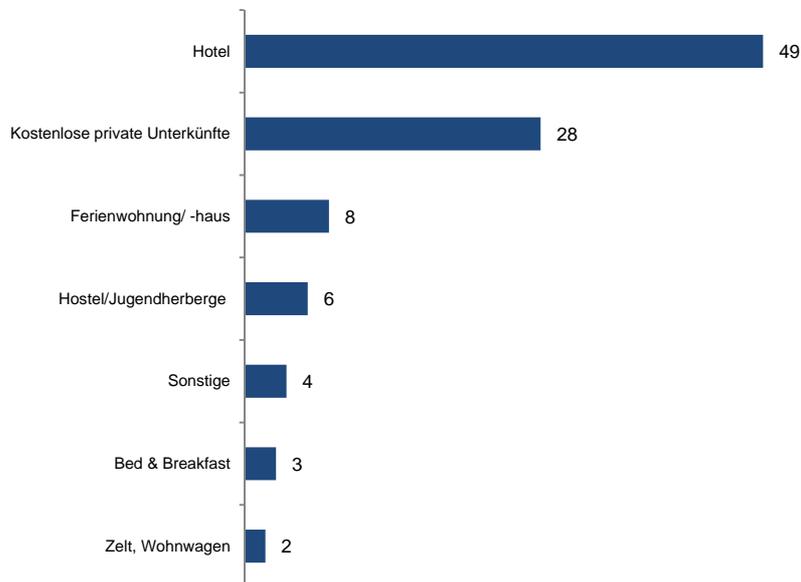


Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 3.7 Unterkunft

29% aller europäischen 15 bis 29-Jährigen übernachteten während ihres Deutschlandaufenthaltes in 1 bis 3-Sterne Hotels, 20% sogar in 4 bis 5 Sterne-Betrieben. Ein beträchtlicher Anteil aller jungen Deutschlandbesucher (28%) übernachtet in kostenlosen, privaten Unterkünften. 8% wählen eine Ferienwohnung und 6% eine Jugendherberge bzw. ein Hostel. Da in dieser Erhebung nicht zwischen Reisen mit und ohne begleitende Erwachsenen/Eltern unterschieden wird, sind die dargestellten Werte auch durch Familienurlaube im weitesten Sinne beeinflusst.

**Abb. 6: Unterkunft (in %)**



Quelle: European Travel Monitor 2011, IPK International, Munich

### 3.8 Aufenthaltsdauer

44% der Deutschlandaufenthalte von den 15 bis 29-Jährigen aus Europa entfallen auf Kurzreisen, 56% auf Reisen mit mehr als drei Übernachtungen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt insgesamt sieben Nächte. Urlaubsreisende übernachten im Schnitt sechsmal, während die restlichen Jugendlichen durchschnittlich zehn Nächte in Deutschland verbringen. Ein Grund für diese lange Aufenthaltsdauer ist u.a., dass mehr als jeder zehnte Gast, der eine VFR oder sonstige Reisen unternimmt, länger als 16 Nächte in Deutschland bleibt.

### 3.9 Reiseausgaben

Die europäischen Jugendlichen zwischen 15 und 29 Jahren geben im Durchschnitt insgesamt 522 € für Ihren Aufenthalt in Deutschland aus, das sind ca. 72 € pro Kopf/Tag. Die durchschnittlichen Reiseausgaben bei Urlaubsreisen betragen rund 88 € pro Kopf/Tag. Bei VFR- und sonstigen Reisen werden lediglich 42 € Kopf/Tag ausgegeben.

## 4. Jugendreisen aus ausgewählten Überseemärkten

### 4.1 Reisevolumen und Quellmärkte

Zu den Jugendreisen aus ausgewählten Überseemärkten liegen nach Informationen der Deutschen Zentrale für Tourismus nur Angaben zu den Quellmärkten USA, China, Japan und Brasilien vor. Aus diesen vier Überseemärkten kamen 2011 insgesamt 0,7 Mio. 15-29-Jährige nach Deutschland. <sup>1</sup>

**Tab. 4: Quellmärkte aus dem Überseeraum**

Quellmärkte	
USA	0,3 Mio.
China	0,2 Mio.
Japan	0,1 Mio.
Brasilien	0,1 Mio.

Quelle: World Travel Monitor 2011 - IPK International, Munich

### 4.2 Reiseanlass und Urlaubsarten

Bei den Reisen der Jugendlichen aus den oben genannten Überseemärkten handelt es sich überwiegend um Urlaubsreisen, mit Ausnahme der Chinesen, die überwiegend aus geschäftlichen Gründen nach Deutschland reisen (66%). Zu den wichtigsten Urlaubsarten gehören, ähnlich wie bei europäischen Jugendlichen, die Städte- und Rundreisen.

### 4.3 Informations- und Buchungsverhalten

80-90% der jungen Deutschlandbesucher aus dem Überseeraum nutzen hauptsächlich das Internet um Reiseinformationen für ihren Deutschlandaufenthalt zu gewinnen. Weitere wichtige Informationsquellen sind Freunde, Verwandte sowie Reisebüros und Reiseführer.

Der Großteil (70-95%) aller 15 bis 29-Jährigen aus diesen vier Quellmärkten buchen ihre Deutschlandreise im Voraus und nutzen dabei überwiegend das Internet, mit Ausnahme von den Chinesen, die hauptsächlich direkt beim Hotel/Carrier buchen. Zu den am

<sup>1</sup> Auf Wunsch des Auftraggebers konnte zumindest noch das Reisevolumen der 15 bis 29-Jährigen Russen und Inder nach Deutschland annähernd quantifiziert werden. Nach Angaben der DZT ist von rund 190.000 Reisen dieser Altersgruppe aus Russland sowie rund 20.000 Reisen dieser Altersgruppe aus Indien nach Deutschland auszugehen (Quelle: IPK International).

häufigsten gebuchten Produkten gehören neben den Flugtickets und der Unterkunft, Verkehrsmittel, Reiseversicherung und Event-Tickets.

### III. Sonderauswertungen aus dem Qualitätsmonitor Deutschland Tourismus

#### HINTERGRUNDINFORMATIONEN

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus wurde 2007 von der ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. ins Leben gerufen. Im Rahmen des Projekts werden in- und ausländische Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) zu ihrem Reiseverhalten befragt. Im hier dokumentierten Befragungsjahr von Mai 2011 und April 2012 wurden insgesamt deutschlandweit über 17.000 Gästeeinterviews durchgeführt.

Die Auswahl der befragten Personen erfolgt nach einem nach Region, Saisonalität, Beherbergungsstruktur und Nationalität geschichteten Quotenauswahlverfahren. Die Interviews werden vor Ort durchgeführt und fließen, gewichtet nach der tatsächlichen Herkunfts- und Beherbergungsstruktur, auf Basis der amtlichen Statistik (inkl. Privatquartiere) in das Online-Auswertungstool ein. Durch die Verwendung eines einheitlichen Fragebogens für sämtliche Befragungen ist es möglich, Ergebnisse untereinander deutschlandweit zu vergleichen.

Die folgenden Ausführungen sind eine Auswahl der Ergebnisse des Befragungsjahres von Mai 2011 bis einschließlich April 2012 der ausländischen Urlaubsgäste in Deutschland, unterschieden in die vier Altersklassen 14 bis 26 Jahre, 27 bis 39 Jahre, 40 bis 59 Jahre und über 60 Jahre. Die Jugendlichen und jungen Erwachsenen in der Altersgruppe von 14 bis 26 Jahren waren entweder mit oder ohne begleitende Erwachsenen/Eltern in Deutschland. Eine Differenzierung war nicht möglich.

## 1. Zusammenfassung:

Weitere Informationen zu den jungen Übernachtungsgästen aus dem Ausland sind durch Sonderauswertungen aus dem Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, einer deutschlandweiten Übernachtungsgästabefragung, die das dwif seit 2007 regelmäßig durchführt, zu gewinnen. Im Rahmen des Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus werden in- und ausländische Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) zu ihrem Reiseverhalten befragt. Im hier dokumentierten Befragungsjahr von Mai 2011 und April 2012 wurden insgesamt deutschlandweit über 17.000 Gästeinterviews durchgeführt.

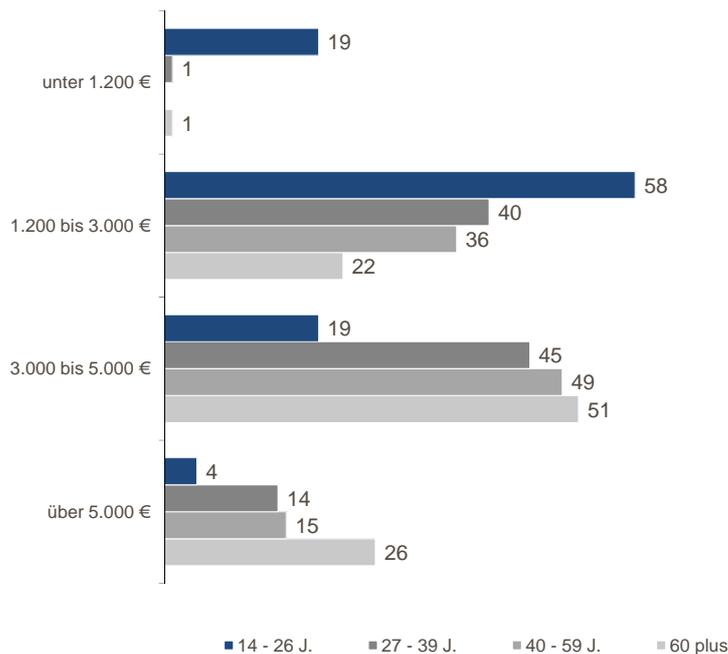
### Ausländische Urlaubsgäste in der Altersklasse 14 bis 26 Jahre in Deutschland...

- verfügen überwiegend über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von 1.200-3.000 € und sind vergleichsweise häufig Erstbesucher.
- benötigen dementsprechend häufig Informationen und nutzen hierfür vor allem die Internetseite der Tourismusorganisation, Reiseliteratur/Reiseführer sowie Freunde/Bekannte/Verwandte.
- fällen ihre Reiseentscheidung hauptsächlich aufgrund von Atmosphäre/Flair, den vorhandenen Sehenswürdigkeiten, dem Orts-, Stadtbild/der Architektur sowie dem Kulturangebot. Sie schätzen u. a. die Vielfalt und Qualität des Angebotes, haben bereits gute Erfahrungen gemacht oder besuchen Deutschland aufgrund von Empfehlungen.
- buchen ihren Aufenthalt entweder meistens sehr kurzfristig oder vergleichsweise lange vor Reisebeginn. Die Mehrzahl der Buchungen erfolgt per Internet und überwiegend direkt bei der Unterkunft sowie vergleichsweise oft auf Portalen und im Reisebüro.
- reisen hauptsächlich mit dem Flugzeug, gefolgt von PKW und Bahn an. Die übrigen Verkehrsmittel sind vergleichsweise unbedeutend.
- sind am häufigsten als Paar unterwegs, wobei Freunde, Reisegruppen und Alleinreisende überdurchschnittlich häufig auftreten.
- verbringen hauptsächlich Städteurlaube, Kulturaufenthalte und Besichtigungsreisen/Sightseeing und übernachten vor allem in Hotels/Hotels garnis sowie überdurchschnittlich häufig in Jugendherbergen/Hostels/Erholungsheimen.
- flanieren/bummeln gerne, besuchen Sehenswürdigkeiten sowie Restaurants/Cafés. Ebenfalls sehr beliebt sind typische Speisen/Getränke genießen, spazieren gehen, Museen/Ausstellungen sowie Shopping.
- sind mit ihrem Urlaub insgesamt zufrieden, beurteilen die Einzelaspekte wie Unterkunft, Gastronomie, Preis-Leistungs-Verhältnis und Öffnungszeiten jedoch etwas kritischer als andere Altersgruppen.
- weisen eine durchschnittliche Wiederbesuch- und Weiterempfehlungsabsicht auf.

## 2. Soziodemographische Daten

58% der 14 bis 26-Jährigen ausländischen Urlaubsgäste stehen zwischen 1.200 € und 3.000 € im Monat zur Verfügung. Überdurchschnittlich viele junge Gäste verfügen erwartungsgemäß über ein Einkommen unterhalb der 1.200 €-Grenze (19%). Immerhin bei fast jedem Vierten liegt das monatliche Haushaltsnettoeinkommen über 3.000 €.

**Abb. 7: Haushaltseinkommen der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



Frage: Wie hoch ist Ihr durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen?

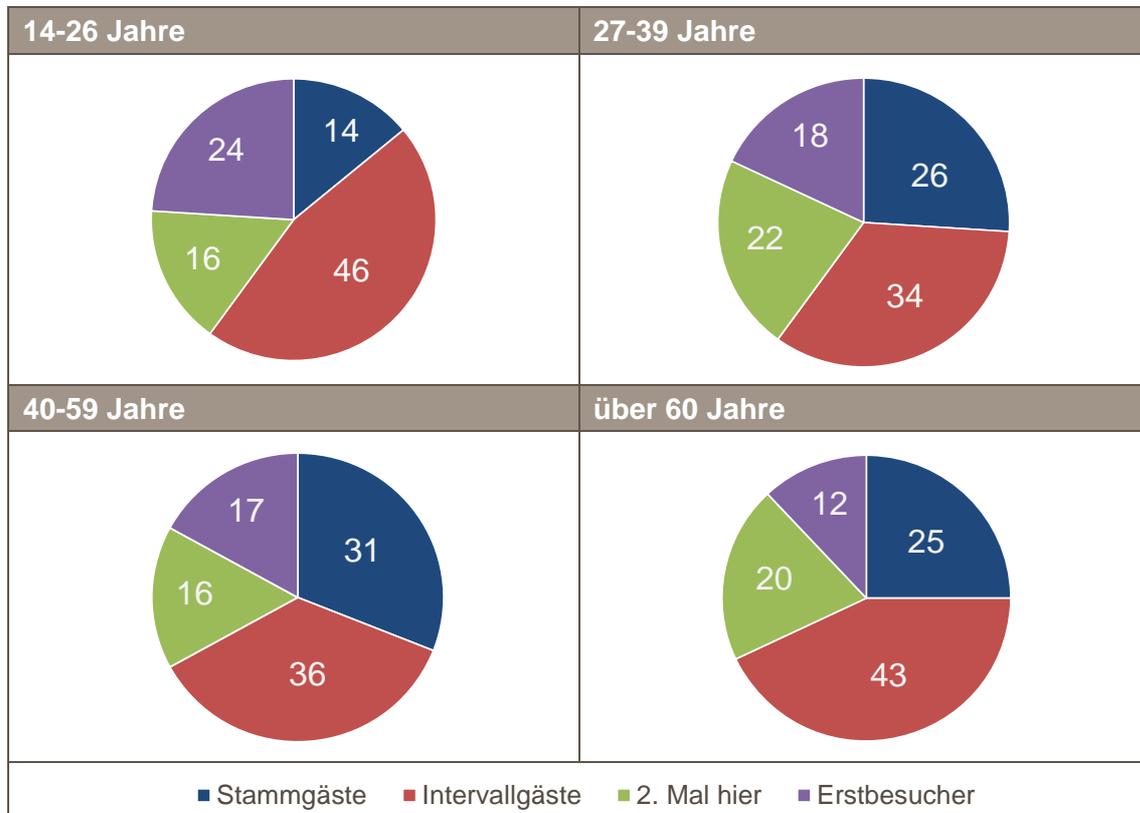
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Bevor genauer auf die Besuchserfahrung der ausländischen Urlaubsgäste in Deutschland eingegangen wird, ein paar Hinweise zur Definition:

- Stammgäste: waren bereits 2x oder öfter in Deutschland und verbringen (fast) jedes Jahr einen Urlaub hier
- Intervallgäste: waren bereits 2x oder öfter hier, kommen aber nicht so regelmäßig wie die Stammgäste.
- 2. Mal hier: sind zum 2. Mal hier
- Erstbesucher: sind zum 1. Mal hier

Vergleichsweise viele ausländische Urlauber im Alter zwischen 14 und 26 Jahren haben noch nie zuvor Urlaub in Deutschland gemacht (24%). 16% verbringen zum zweiten Mal einen Urlaub hier. 46% der jungen Gäste können als Intervallgäste bezeichnet werden, lediglich 14% sind schon Stammgäste.

**Abb. 8: Besuchserfahrung der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



Aggregation auf Basis der Frage: „Wenn Sie diesen Aufenthalt nicht mitzählen, wie oft waren Sie schon im Rahmen eines Urlaubes in Deutschland?“

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

### 3. Entscheidungsprozess, Information und Buchung

#### 3.1 Gründe für die Destinationsentscheidung

Junge ausländische Gäste fällen ihre Reiseentscheidung hauptsächlich aufgrund von Atmosphäre/Flair (37%), vorhandenen Sehenswürdigkeiten (36%), Orts-, Stadtbild/Architektur (35%) sowie wegen des Kulturangebotes (35%). Vor allem Atmosphäre/Flair, aber auch die Empfehlung von Freunden und Bekannten (28%) werden von den 14 bis 26-Jährigen deutlich häufiger als von den anderen Gruppen als Entscheidungsgrund angegeben. Landschaft/Natur (22%) und bereits gemachte Erfahrungen (31%) spielen ebenfalls eine Rolle – für die übrigen Altersklassen sind diese jedoch noch bedeutender.

**Tab. 5: Kriterien der ausl. Urlaubsgäste für die Destinationsentscheidung (TOP 10; in %)**

TOP		14-26 Jahre	27-39 Jahre	40-59 Jahre	60 plus
1	Atmosphäre / Flair	37	28	33	29
2	Sehenswürdigkeiten	36	33	32	38
3	Orts-, Stadtbild / Architektur	35	28	33	27
4	Kunst- und Kulturangebot	35	28	25	40
5	Vielfalt & Qualität des Angebots	31	23	35	23
6	Gute Erfahrungen in der Vergangenheit	31	32	41	52
7	Empfehlung von Freunden / Bekannten	28	18	20	23
8	Landschaft und Natur	22	30	55	48
9	Image der Region / Stadt	21	20	21	30
10	Tradition / Geschichte der Region / Stadt	20	21	22	27

Frage: Warum haben Sie sich für Deutschland als Reiseziel entschieden? (Mehrfachantworten)

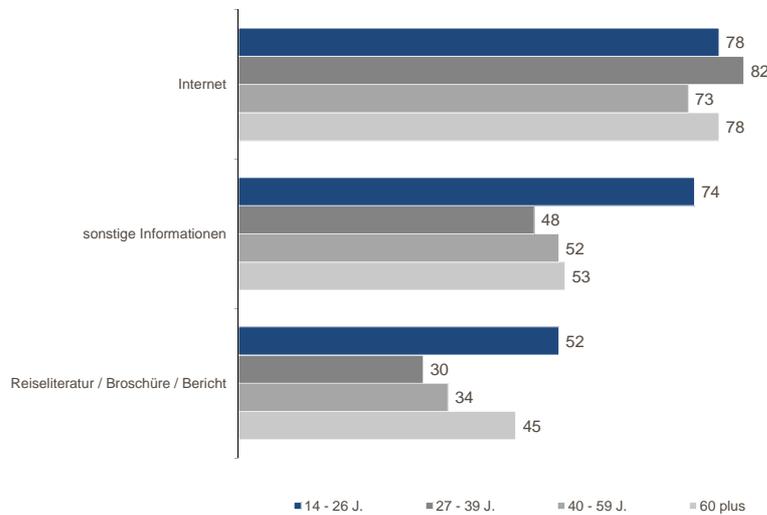
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

### 3.2 Informationsverhalten

61% der ausländischen Urlaubsgäste zwischen 14 und 26 Jahren informieren sich vorab über ihren Deutschlandaufenthalt. Dies entspricht in etwa dem Informationsbedarf der anderen Altersklassen.

Bezogen auf diejenigen Urlaubsgäste, die sich vorab informiert haben, zeigt sich folgendes Bild: Das Internet ist für die Altersklasse zwischen 14 und 26 Jahren das wichtigste Informationsmedium (78%). Aber auch sonstige Informationen (74%) sowie Reiseliteratur/Broschüren/Berichte (52%) spielen für die jüngeren Urlauber eine vergleichsweise große Rolle. Die Informationsbeschaffung jüngerer Gäste ist also deutlich breiter gestreut als innerhalb der übrigen Altersgruppen.

**Abb. 9: Informationsverhalten der ausländischen Urlaubsgäste (gruppiert; in%)**

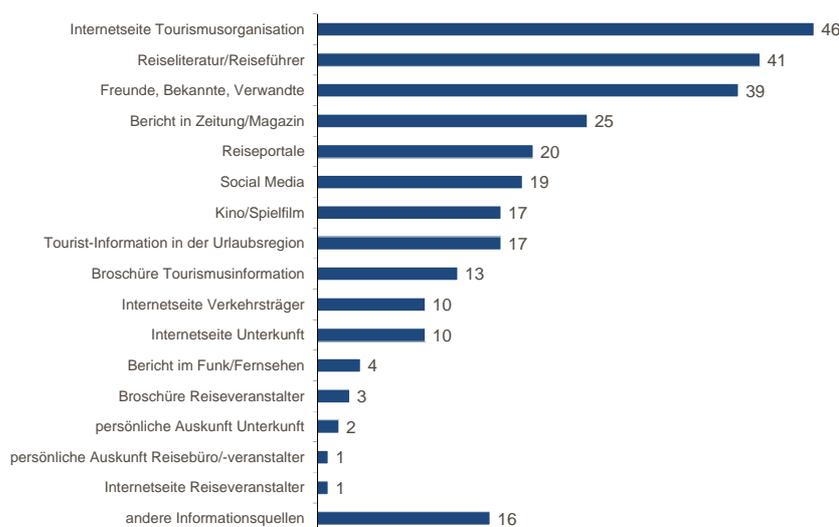


Frage: Wie haben Sie (Ihre Reisebegleitung) sich über diesen Urlaub informiert? (Mehrfachantworten)

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Ein Blick auf die Informationsquellen im Detail zeigt, dass für die jüngeren ausländischen Gäste die Internetseite der Tourismusorganisation (46%), Reiseführer/Reiseliteratur (41%) sowie Freunde/Bekannte/Verwandte (39%) die Hauptinformationsquellen für den Urlaub sind. Viele nutzen jedoch mehrere Informationsquellen (Mehrfachnennungen waren möglich), weshalb die gesamte Bandbreite möglicher Kommunikationskanäle gezielt durch die Anbieter einzusetzen ist.

**Abb. 10: Informationsverhalten der ausländischen Urlaubsgäste im Alter 14 bis 26 Jahre (im Detail; in%)**



Frage: Wie haben Sie (Ihre Reisebegleitung) sich über diesen Urlaub informiert? (Mehrfachantworten)

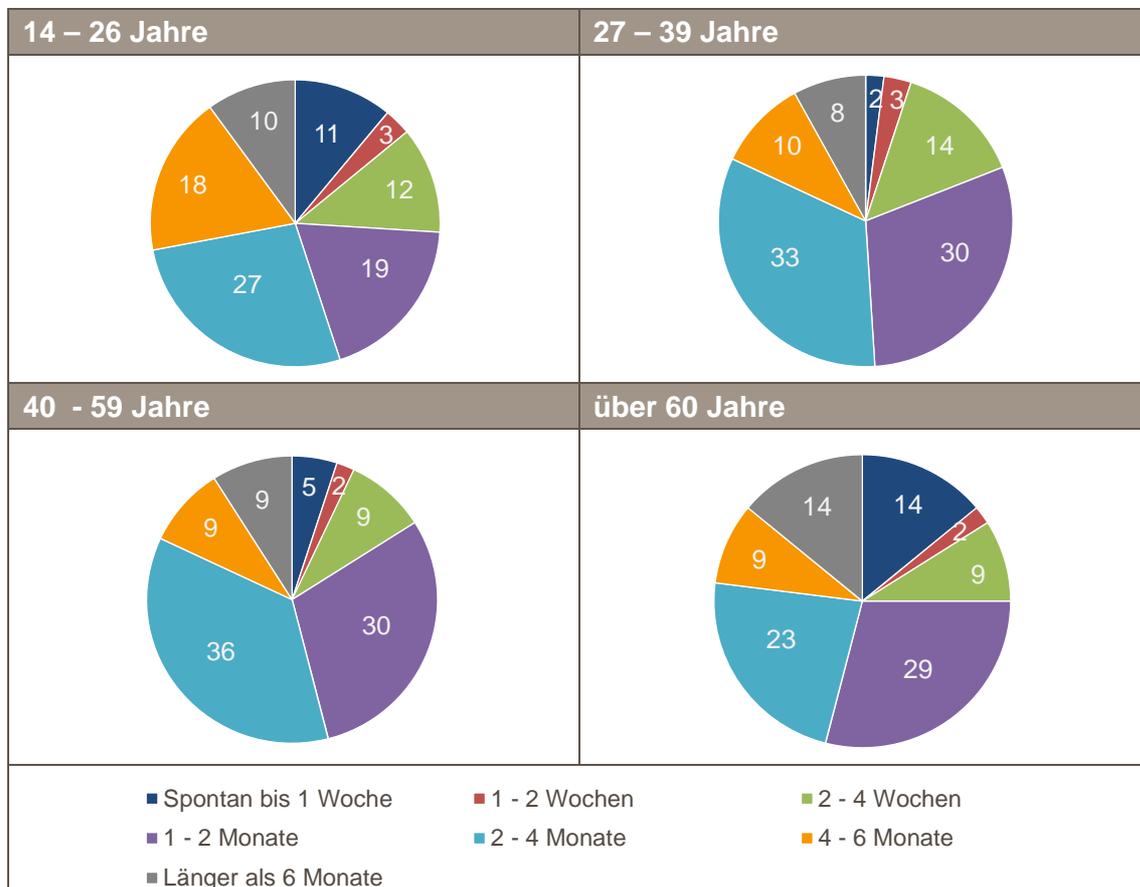
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

### 3.3 Buchung

Knapp ein Fünftel (17%) der 14 bis 26-jährigen Gäste aus dem Ausland hat eine Pauschalreise gebucht, lediglich in der Altersklasse über 60 Jahre ist dieser Wert höher (20%).

Junge Gäste aus dem Ausland buchen ihren Urlaub auf der einen Seite spontan, auf der anderen jedoch überdurchschnittlich langfristig. Rund ein Viertel (26%) der Urlaube wird erst in den letzten vier Wochen vor Reisebeginn gebucht, weitere 28% buchen ihren Urlaub hingegen länger als vier Monate im Voraus.

**Abb. 11: Buchungszeitpunkt der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



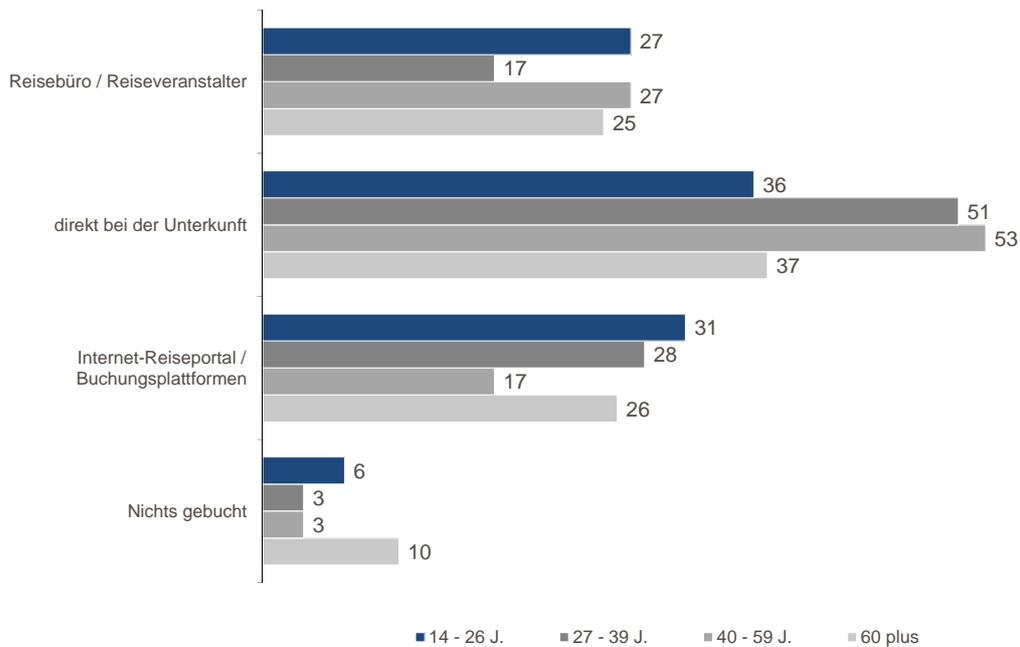
Frage: Wie lange vor Abreise haben Sie die Reise zum jetzigen Aufenthaltsort gebucht?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Die ausländischen Gäste zwischen 14 und 26 Jahren (36%) buchen überwiegend direkt bei der Unterkunft, wenngleich ihr Anteil dabei vergleichsweise gering ist. Reisebüros/Reiseveranstalter (27%) sowie Internet-Reiseportale/Buchungsplattformen (31%)

spielen in der Gruppe der 14 bis 26-Jährigen hingegen meist eine größere Rolle als in den übrigen Altersklassen.

**Abb. 12: Buchungsstelle der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**

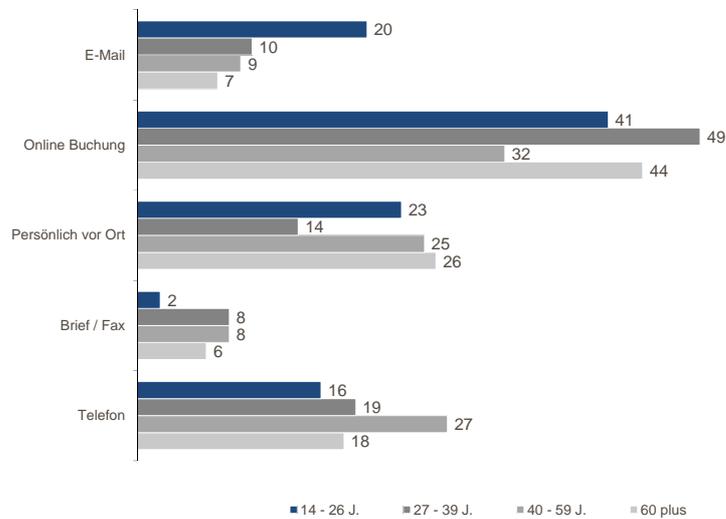


Frage: Wo haben Sie Ihre Unterkunft / Ihr Package gebucht?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Vier von zehn 14 bis 26-Jährigen buchen ihren Aufenthalt online (41%). Vergleichsweise weit verbreitet in dieser Altersklasse sind Buchungen per E-Mail (20%).

**Abb. 13: Buchungsweg der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



Frage: Wie haben Sie Ihre Unterkunft / Ihr Package gebucht?

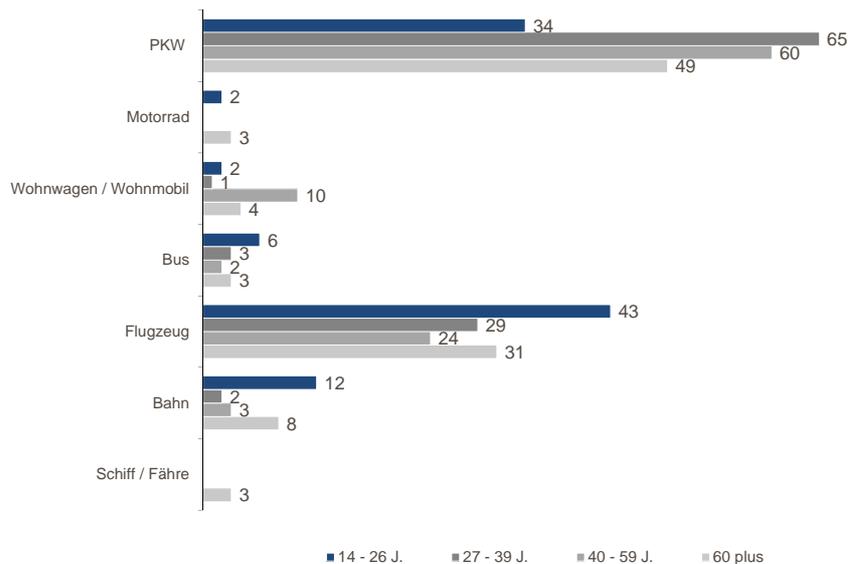
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

## 4. Durchführung der Reise

### 4.1 Anreiseverkehrsmittel

In der Altersklasse der 14- bis 26-Jährigen dominiert das Flugzeug mit 43% vor allen anderen Verkehrsmitteln. Bus (6%) und Bahn (12%) sind für sie ebenfalls wichtiger als für die übrigen Altersgruppen. Der PKW spielt mit 34% eine vergleichsweise geringe Rolle.

**Abb. 14: Anreiseverkehrsmittel der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



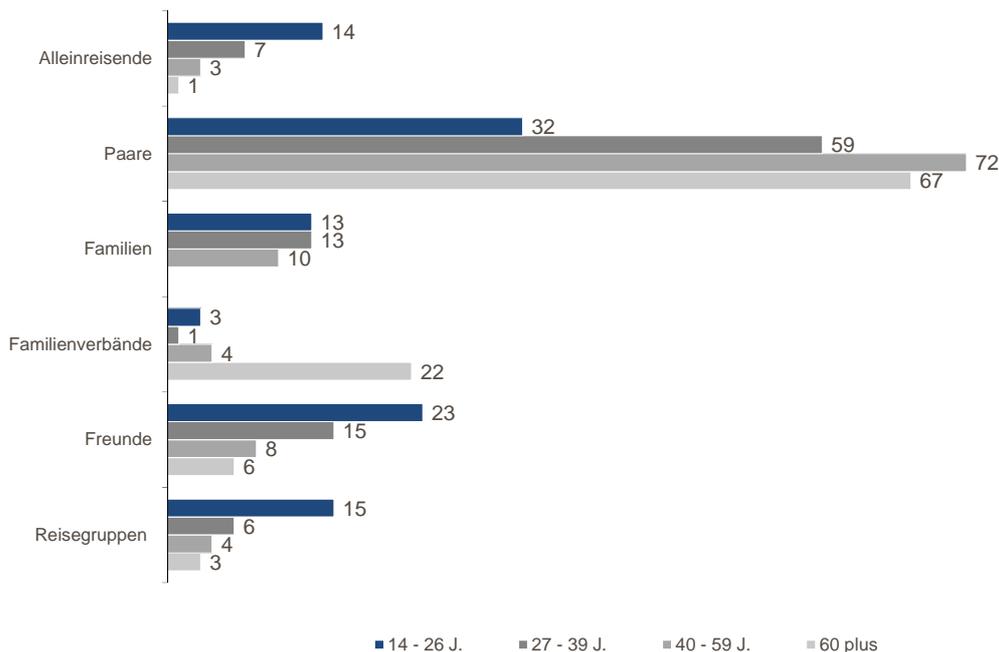
Frage: Wie sind Sie zu Ihrem Übernachtungsort hauptsächlich angereist?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

## 4.2 Reisebegleitung

Die Zusammensetzung der Reisebegleitung der 14 bis 26-Jährigen zeigt eine Dominanz der Paare (32%), obgleich der Anteil im Vergleich zu den übrigen Altersklassen sehr gering ist. Der zweitgrößte Anteil entfällt auf die Begleitformen Freunde (23%), gefolgt von Reisegruppen (15%) und Alleinreisenden (14%), die allesamt bei den 14 bis 26-jährigen Gästen überdurchschnittlich häufig auftreten.

**Abb. 15: Reisebegleitung der ausländischen Urlaubsgäste (in%)**



Aggregation auf Basis der Frage: „Mit wem reisen Sie?“

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

## 5. Aufenthalt

### 5.1 Urlaubsart

Urlaubsarten bringen die Vielfalt der Motive und Aktivitäten aus Sicht des Urlaubers „auf einen gemeinsamen Nenner“. Die nachfolgende Übersicht spiegelt die Eigeneinschätzung der Gäste wider. Bei dieser Fragestellung waren Mehrfachnennungen möglich. In vielen Fällen handelt es sich somit um „Mischformen“, bei denen nicht nur eine Art des Urlaubs im Vordergrund steht.

Kultur- und Städteurlaube (42% bzw. 41%) sind die mit Abstand häufigsten Urlaubsarten der ausländischen Gäste zwischen 14 und 26 Jahren, gefolgt von Sightseeing-Reisen (29%), Fun-Urlaube (27%) und Aktiv-Aufenthalten (25%). Insbesondere Kultur-Reisen

sowie Fun-Urlaube, aber zum Teil auch Aktiv-Urlaube sind im Vergleich zu den übrigen Altersklassen überrepräsentiert.

**Tab. 6:      Urlaubsarten der ausländischen Urlaubsgäste (TOP 5; in %)**

TOP	14-26 Jahre		27-39 Jahre		40-59 Jahre		60 plus	
1	Kultur-Urlaub	42	Städte-Urlaub	42	Städte-Urlaub	37	Städte-Urlaub	45
2	Städte-Urlaub	41	Verwandten-/ Bekanntesbesuch	22	Erholungsurlaub	31	Kultur-Urlaub	33
3	Sightseeing	29	Kultur-Urlaub	20	Kultur-Urlaub	20	Sightseeing	28
4	Fun-Urlaub	27	Sightseeing	17	Sightseeing	17	Aktiv-Urlaub	28
5	Aktiv-Urlaub	25	Erholungsurlaub	12	Verwandten-/ Bekanntesbesuch	14	Natururlaub	17

Frage: Welcher Urlaubsart würden Sie diesen Aufenthalt hauptsächlich zuordnen? (Mehrfachantworten)

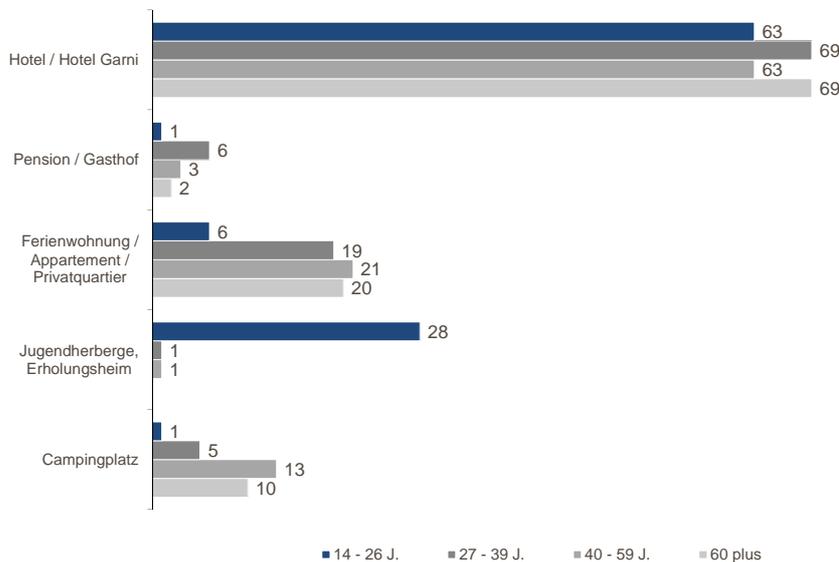
Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

## 5.2      Unterkunft

Hotels/Hotels garnis (63%) sowie Jugendherbergen/Erholungsheime (28%) sind die am häufigsten genutzten Unterkunftsarten der 14 bis 26-jährigen Urlauber aus dem Ausland. Alle anderen Unterkünfte spielen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle.

Rund 46% der Hotelübernachtungen finden in 3-Sterne-Betrieben statt, weitere 36% in 4-Sterne-Unterkünften. Mit 17% übernachten verhältnismäßig viele junge Urlauber in 1- und 2-Sterne-Hotels – sicherlich eine Folge der geringen Einkommen, wie bereits aufgezeigt wurde. Dabei handelt es sich um die Einschätzungen der Gäste und nicht um objektive Klassifizierungen, weshalb Abweichungen von der Realität u.a. auch aufgrund einer Vielzahl nicht klassifizierter Betriebe möglich sind.

**Abb. 16: Unterkunft der Urlaubsgäste (in%)**



Frage: In welcher Art von Unterkunft übernachten Sie zurzeit?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

### 5.3 Urlaubsaktivitäten

**Tab. 7: Aktivitäten der ausländischen Urlaubsgäste (TOP 10; in %)**

TOP		14-26 Jahre	27-39 Jahre	40-59 Jahre	60 plus
1	Flanieren / Bummeln	66	75	85	71
2	Sehenswürdigkeiten besuchen	66	63	66	80
3	Ins Restaurant / Café gehen	58	84	91	79
4	Typ. Speisen/Getränke genießen	49	58	77	63
5	Spazieren gehen	48	51	59	56
6	Museen / Ausstellungen	48	22	31	55
7	Shopping	46	65	67	50
8	Nichts-Tun / Ausspannen	39	33	42	26
9	Diskotheken / Bars / Nachtleben	32	31	23	23
10	Stadtführungen	31	32	29	32

Frage: Welche Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Aufenthaltes? (Mehrfachantworten)

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Zwar geben die ausländischen jungen Urlauber an, häufig einen Stadt-, Kultur- oder Sightseeing-Urlaub zu tätigen, ihre Unternehmungslust ist teilweise jedoch unterdurchschnittlich. Flanieren/Bummeln (66%), Sehenswürdigkeiten besuchen (66%) und ins Res-

restaurant/Café (58) gehen sind einige der Hauptaktivitäten der ausländischen Gäste in der jüngsten Altersklasse. Vergleichsweise wichtig sind für sie der Besuch von Museen/Ausstellungen (48%), Discotheken/Bars (32%) sowie Nichts-Tun/Ausspannen (39%). Alle anderen Aktivitäten werden vergleichsweise selten genannt.

## 6. Zufriedenheit, Wiederbesuchs-/Weiterempfehlungsabsicht

### 6.1 Zufriedenheit mit dem Urlaubsaufenthalt

Um Zufriedenheitsbewertungen von Reisenden zutreffend einordnen zu können, muss berücksichtigt werden, dass niemand den eigenen Urlaub freiwillig schlecht redet. Urlauber tendieren generell zu eher positiv überzeichneten Werturteilen bezüglich ihrer Aufenthalte. Dementsprechend müssen mittlere Zufriedenheitswerte bereits kritisch gesehen werden. Weiterhin können auch kleinere Abweichungen und Unterschiede Hinweise auf Problembereiche oder besondere Aktivposten beim touristischen Angebot geben. Darüber hinaus fällt das Gesamturteil zum Urlaubsaufenthalt meist positiver aus, als die Benotung der einzelnen Angebotsbausteine dies erwarten lässt.

Die nachfolgenden Zufriedenheitsbewertungen basieren auf einer Skala von  
1 = „äußerst begeistert“ bis 6 = „sehr enttäuschend“

Ausländische Gäste zwischen 14 und 26 Jahren sind mit ihrem Aufenthalt insgesamt zufrieden, bewerten ihn jedoch etwas kritischer als andere Altersgruppen (1,9). Auch mit der Unterkunft (2,2), der Gastronomie (2,1) und dem Preis-Leistungs-Verhältnis (2,5) sind die jungen Urlauber unzufriedener. Die Einzelaspekte Vielfalt und Qualität des Angebotes (1,9) und Öffnungszeiten (2,0) werden hingegen besser benotet.

**Tab. 8: Zufriedenheit der ausländischen Urlaubsgäste – Gesamtzufriedenheit**

Skala: 1 = äußerst begeistert   6 = sehr enttäuschend	14-26 Jahre	27-39 Jahre	40-59 Jahre	60 plus
Gesamtzufriedenheit	1,9	1,9	1,7	1,6
Vielfalt & Qualität des Angebotes	1,9	2,0	2,0	1,9
Unterkunft insgesamt	2,2	2,1	2,0	1,9
Gastronomie insgesamt	2,1	2,0	1,9	1,9
Öffnungszeiten insgesamt	2,0	2,2	2,2	2,2
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,5	2,2	2,3	2,2

Frage: Wie zufrieden sind Sie Alles in Allem mit Ihrem Aufenthalt hier?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Die verschiedenen Angebotsaspekte in Unterkunft und Gastronomie (siehe Tabelle 9) werden von der Altersgruppe der 14 bis 26-Jährigen ebenfalls kritischer bewertet. Vor allem der Service in der Unterkunft erhält von jungen Urlaubern deutlich schlechtere Noten – vielleicht eine Folge der etwas abweichenden Unterkunftswahl.

Beim Preis-Leistungs-Verhältnis herrscht vor allem in der Gastronomie (2,4) und bei den öffentlichen Verkehrsmitteln (2,5) Unzufriedenheit.

**Tab. 9: Zufriedenheit der Urlaubsgäste – Unterkunft und Gastronomie**

Skala: 1 = äußerst begeistert   6 = sehr enttäuschend	14-26 Jahre	27-39 Jahre	40-59 Jahre	60 plus
<b>Unterkunft insgesamt</b>	2,2	2,1	2,0	1,9
Ausstattung in der Unterkunft	2,3	2,2	2,0	2,1
Service in der Unterkunft	2,6	2,2	2,0	2,0
Infos zum Urlaubsort in der Unterkunft	2,3	2,4	2,2	2,0
<b>Gastronomie insgesamt</b>	2,1	2,0	1,9	1,9
Vielfalt des gastronomischen Angebots	2,2	2,0	1,9	1,9
Service in der Gastronomie	2,1	2,0	1,9	1,8

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Aspekten?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Auch bei den inländischen Urlaubern zeigt sich die etwas kritischere Haltung bei den jüngeren Altersgruppen.

Ein Blick auf die Zufriedenheiten mit ausgewählten Aspekten im Bereich Angebot/Service zeigt: Gäste im Alter von 14 bis 26 Jahren sind vor allem mit dem Kunst- und Kulturangebot (1,7), den Sehenswürdigkeiten (1,8) und den öffentlichen Verkehrsmitteln (1,7) zufrieden. Ebenfalls positiv werden Vielfalt und Qualität des Angebots, Gastfreundschaft, Architektur/Bauwerke, Parks/Grünraum, Stadtführungen und Schlechtwetterangebote bewertet (je 1,9). Dies ist umso erfreulicher, da viele dieser Aspekte als Hauptgründe für die Destinationswahl angegeben werden.

Die Öffnungszeiten werden von den 14 bis 26-Jährigen insgesamt gut beurteilt (2,0), dabei vor allem die Öffnungszeiten in der Gastronomie (1,9). Bei den Öffnungszeiten der Geschäfte (2,4), Tourist-Informationen (2,4) und kulturellen Angeboten (2,5) besteht jedoch noch Verbesserungspotenzial.

## 6.2 Wiederbesuchs- und Weiterempfehlungsabsicht

Deutschland kann als Urlaubsdestination bei den jungen ausländischen Gästen auf eine durchschnittliche Wiederbesuchsabsicht bauen: 78% der 14 bis 26-jährigen Gäste möchte hier sehr sicher bzw. sicher in den nächsten 2 bis 3 Jahren wieder einen Urlaub verbringen. Für 3% kommt zunächst kein weiterer Aufenthalt in Deutschland in Frage.

**Tab. 10: Wiederbesuchsabsicht der Urlaubsgäste (Anteile in %)**

Skala: 1 = sehr sicher   6 = sicher nicht	Durchschnitt	Anteil '1'	Anteil '2'	Anteil '5'und'6'
<b>14-26 Jahre</b>	1,9	39	39	3
<b>27-39 Jahre</b>	1,9	40	40	5
<b>40-59 Jahre</b>	1,8	47	36	3
<b>60 plus</b>	2,1	49	27	12

Frage: Werden Sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren wieder einen Aufenthalt in Deutschland verbringen?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte

Rund neun von zehn Urlaubern der jüngsten Altersklasse würden ihren Urlaubsort auch sehr sicher bzw. sicher weiterempfehlen (85%).

**Tab. 11: Weiterempfehlungsabsicht der Urlaubsgäste (Anteile in %)**

Skala: 1 = sehr sicher   6 = sicher nicht	Durchschnitt	Anteil '1'	Anteil '2'	Anteil '5'und'6'
14-26 Jahre	1,80	45	40	4
27-39 Jahre	1,95	31	49	1
40-59 Jahre	1,79	33	57	---
60 plus	1,61	44	51	---

Frage: Werden Sie Ihren Freunden, Bekannten, Kollegen einen Aufenthalt hier weiterempfehlen?

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus 2011/2012; gerundete Werte