

Zielgruppe 50plus: Best Ager im Fokus

Karen Winkler

Zusammenfassung

Ältere Reisende sind und bleiben eine wichtige Zielgruppe für die touristische Nachfrage. Der Zuwachs an Urlaubsreisen in den vergangenen Jahrzehnten ist ganz wesentlich auf die Reisen der älteren Generation zurückzuführen, so dass die Best Ager und Senioren immer mehr an Bedeutung innerhalb der touristischen Nachfrage gewinnen. Allerdings zeigt sich der demografische Wandel nicht in der Gästestruktur jeder Destination.

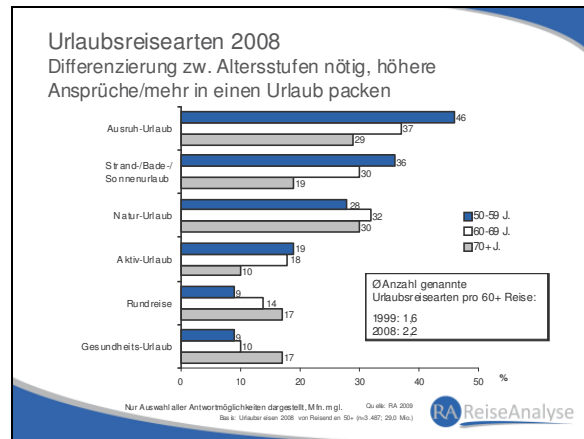
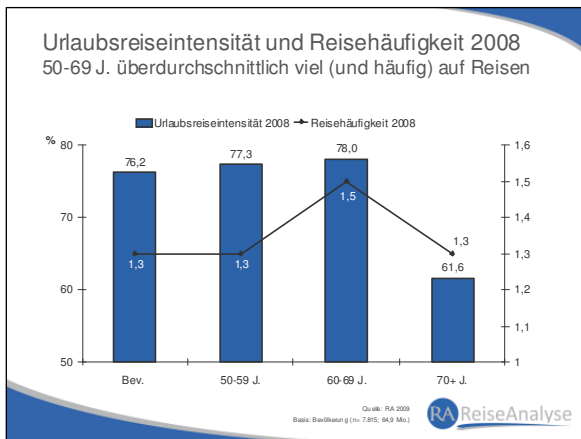
Wer als touristischer Anbieter von älteren Reisenden profitieren möchte, muss sich allerdings darauf einstellen, dass diese Zielgruppe zum einen weiter segmentiert werden muss (50+ als Zielsetzung ist zu undifferenziert) und zum anderen auch immer anspruchsvoller wird und immer breiter gefächerte touristische Interessen an den Tag legt (Stichwort Multioptionalität).

Die Daten der aktuellen Reiseanalyse RA 2009 der FUR machen deutlich, wo die Schwerpunkte im Reiseverhalten der älteren Reisenden liegen und welche urlaubsrelevanten Einstellungen und Interessen für sie von Bedeutung sind. Einige Beispiele:

- ▶ 50-59 Jährige und 60-69 Jährige haben eine leicht überdurchschnittliche Reiseintensität von 77,3% bzw. 78,0% (Bevölkerung: 76,2%) und vor allem 60-69 Jährige haben eine überdurchschnittliche Reisehäufigkeit von 1,5 Urlaubsreisen in 2008 (Durchschnitt in der Bevölkerung: 1,3).
- ▶ Als Urlaubsreiseziel wählt die Zielgruppe 60+ vor allem Deutschland als Ziel (40% aller Urlaubsreisen der Zielgruppen 2008), auch die Alpen (13%) sind für diese Zielgruppe eine überdurchschnittlich wichtige Destination. In der Altersgruppe 50-59 führen dagegen nur 30% aller Urlaubsreisen ins Inland, was damit dem Durchschnitt aller Urlaubsreisen der deutschen Bevölkerung entspricht (31%).
- ▶ Die Ausgaben pro Person und Reise liegen bei in den älteren Reisenden (50-59 Jährige: 918 Euro, 60+ Jährige: 889 Euro) deutlich über dem Durchschnitt aller Urlaubsreisen 2008 (834 Euro).

- ▶ Die Saisonalität der Urlaubsreisen der älteren Zielgruppen ist deutlich geringer. Es gibt also mehr Reisen im Frühjahr und im Herbst.
- ▶ Ältere Reisende übernachten überdurchschnittlich häufig im Hotel oder Gasthof auf ihren Urlaubsreisen.

Insgesamt gesehen ist die Zielgruppe 50+ in vielerlei Hinsicht eine sehr attraktive Zielgruppe. Um davon profitieren zu können, ist es für touristische Anbieter daher wichtig, ihre Gäste, auch die potenziellen, zu kennen und ein gutes und passendes Angebot, das auf den eigenen Stärken aufbaut, an diese Zielgruppe zu vermarkten (Stichwort Kundenorientierung). Die zunehmende Konkurrenzsituation auf dem touristischen Markt sowie die immer breiteren Interessen der Zielgruppe machen diese Aufgabe natürlich nicht einfacher.



Karen Winkler ist Projektleiterin für die Module der Reiseanalyse am Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (N.I.T.) in Kiel. Das N.I.T. engagiert sich in der touristischen Grundlagenforschung, betreut im Auftrag der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen die jährliche Reiseanalyse und arbeitet in der anwendungsbezogenen Forschung und Beratung.

Die Reiseanalyse ist eine bevölkerungsrepräsentative Befragung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens der Deutschen und ihrer Urlaubsmotive und -interessen. Die Untersuchung beschäftigt sich vor allem mit Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer), aber auch mit Kurzurlaubsreisen von 2 bis 4 Tagen. Die Fragen wurden im Januar/Februar 2009 an eine Stichprobe von 7.815 Personen gestellt, repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung (ab 14 Jahren) in Privathaushalten (64,9 Mio.). Die Auswahl der Befragungspersonen erfolgte nach dem Zufallsverfahren; die Interviews wurden persönlich geführt.

Weitere Informationen unter www.nit-kiel.de und www.reiseanalyse.de.

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
Fleethörn 23 • D - 24103 Kiel • Germany

Tel.: +49 (0) 431 - 88 88 800 • Fax: +49 (0) 431 - 88 88 679
E-Mail: info@reiseanalyse.de • Internet: www.reiseanalyse.de

Vorstand: Rolf Schrader (Vorsitzender), Guido Wiegand (Stellvertr. Vorsitzender)
Armin Vielhaber (Stellvertr. Vorsitzender) Dr. Peter Aderhold (Geschäftsführer)

Ust.-IdNr.: DE 170 928 714