

# Stark

für die Branche

Anforderungen an modernes Reisen in  
Deutschland, Europa und der Welt

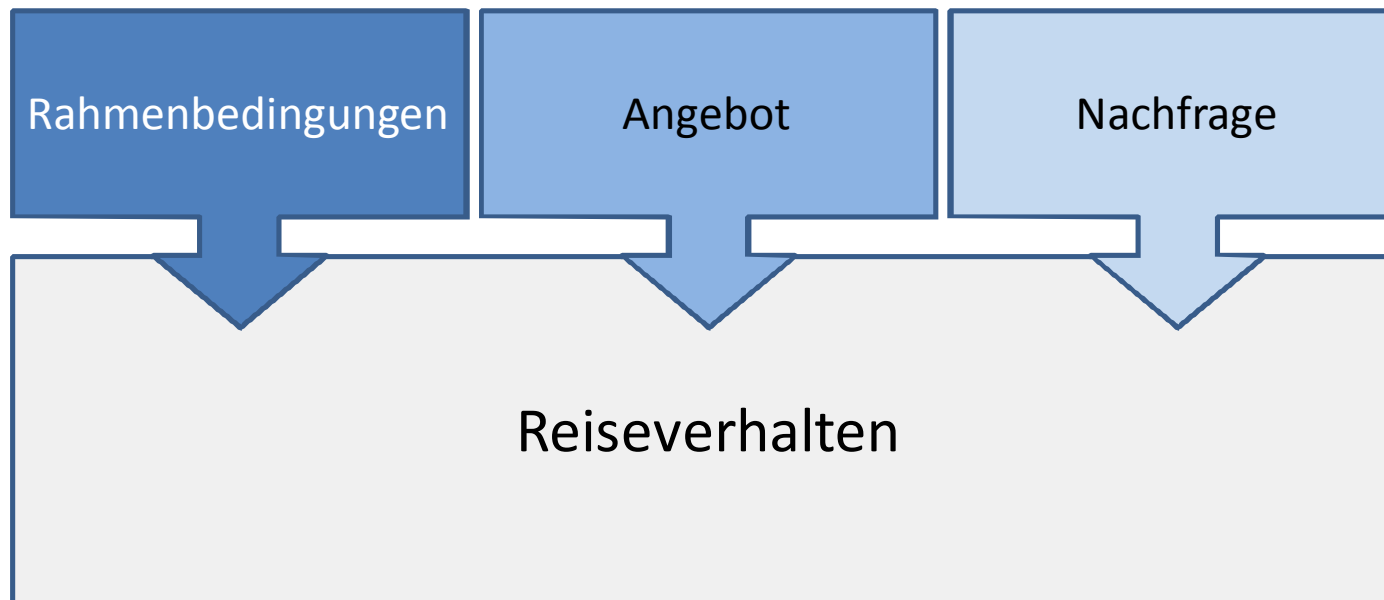
Hans-Gustav Koch

22. März 2013

Stark

für die Branche

## Was macht Reisen „modern“?



## Rahmenbedingungen

### Beispiele für Einflussfaktoren auf die Beliebtheit von Destinationen

Image	Anbindung	Qualität
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftliche / politische Situation</li> <li>• Mediale Wahrnehmung</li> <li>• „Geheimtipp“ oder „alter Hut“?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wo liegt die Destination?</li> <li>• Wie unkompliziert komme ich da hin? Gibt es z. B. eine direkte Flug- oder eine gute Bahnanbindung?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie ausgewogen ist das Preis-Leistungs-Verhältnis?</li> <li>• Steht die Destination im Vergleich zu ähnlichen Zielgebieten gut da?</li> <li>• Wie modern und variantenreich ist ihr Angebot?</li> </ul>

### Beispiele für Einflussfaktoren auf das Angebot der Branche

Marktstruktur	Vertriebswege	Technik
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gibt es ausreichend Wettbewerb im Markt?</li><li>• Welche Geschäftsmodelle sind zukunftsfähig?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ist Online das Ende des stationären Vertriebs?</li><li>• Wird es noch Markttransparenz geben, wenn immer mehr direkt über die Leistungsträger angeboten wird?</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Wird die Angebotsvielfalt mit immer genaueren Abfragemöglichkeiten steigen?</li><li>• Werden Angebote in Zukunft nur noch kundenindividuell erstellt?</li></ul>

## Nachfrage

### Beispiele für Einflussfaktoren auf die Nachfrage der Kunden

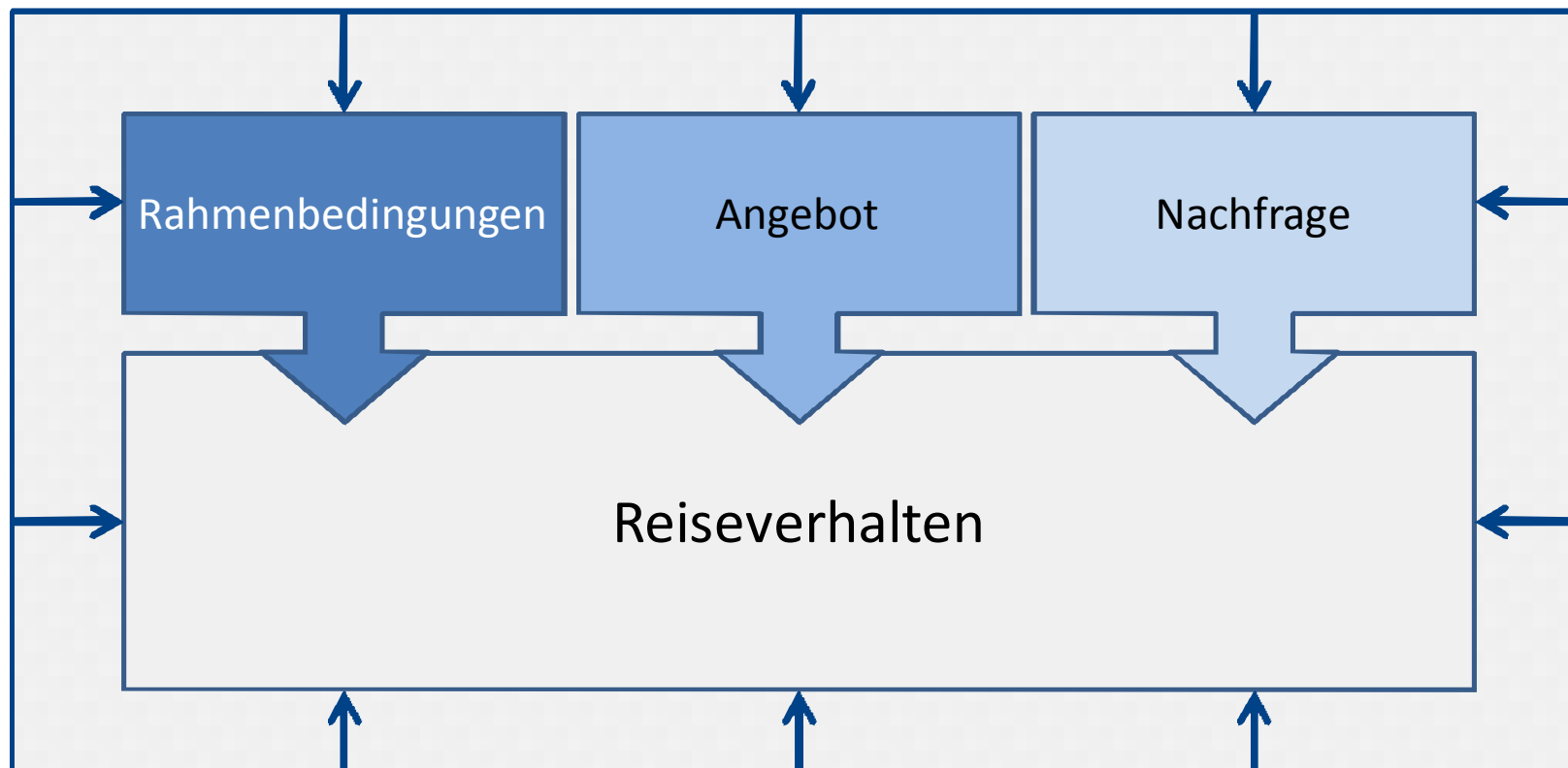
Demografie	Individualität	Mobilität
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Neues Verteilungsverhältnis der Zielgruppen</li> <li>• Höhere Ansprüche reisender Senioren</li> <li>• Wachsende Bedeutung nicht-familiärer Reiseformen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interessen und Reismotive differenzieren sich immer mehr aus</li> <li>• Wunsch nach Komposition der Reise entlang eigener Präferenzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Höhere „Selbständigkeit“ bei der Buchung von Reisen durch mobile Kommunikation</li> <li>• Neue Entscheidungsstrategien zur Bewältigung der Informationsflut</li> </ul>

# Stark

für die Branche

## Was bedeutet das für die Politik?

Welche Konsequenzen hat diese Entwicklung für tourismuspolitische Entscheidungen?



## Rahmenbedingungen

### Image

Incoming: Außenwahrnehmung von Deutschland in der Welt als Reiseland berücksichtigen  
Outgoing: Vorsicht bei politischen Entscheidungen, die Tourismus in anderen Regionen schädigen können

### Anbindung

Tourismusfreundliche Verkehrspolitik sicherstellen. D. h.

- Intermodalität und Einbindung ALLER Verkehrsträger
- Auswirkungen verkehrspolitischer Entscheidungen auf den Tourismus im Vorfeld bewerten und berücksichtigen

### Qualität

Eingriffe in die Angebotsgestaltung vermeiden  
Politik zu Ende denken: Am Ende zählt die Summe der politischen Entscheidungen und nicht die Einzelentscheidung für sich genommen.

# Stark

für die Branche

## Angebot

Marktstruktur

Politische Rahmenbedingungen müssen Wettbewerbsgleichheit sicherstellen.  
Beispiel Luftverkehrssteuer, Beispiel Pauschalreiserichtlinie

Vertriebswege

Nicht jede Entwicklung bedarf einer politischen Entscheidung.  
Aber Politik muss dennoch wissen, welchen Fliehkräften der Markt ausgesetzt ist, um entscheiden zu können, ob sie handeln muss.  
Beispiel: drohender Transparenzverlust bei Flugbuchungen

Technik



## Nachfrage

### Demografie

Politische Entscheidungen für einzelne Zielgruppen werden zunehmend kleinteilig. Konzentration auf die Rahmenbedingungen des Tourismus insgesamt könnte effektiver sein

### Individualität

Sun-and-Beach Urlaub in Tunesien ist genauso legitim wie die Ferien auf dem Bauernhof, wie eine Kreuzfahrt oder die Wandertour durch den Harz. Politik sollte der Versuchung widerstehen, Reiseverhalten „steuern“ zu wollen.

### Mobilität

Politische Entscheidungen müssen das neue Reise-, Buchungs- und Informationsverhalten berücksichtigen. Sie dürfen sich nicht an alten Konsummustern orientieren.

## Fazit – was muss passieren?

### Geeignete Rahmenbedingungen schaffen und erhalten

1

**bedarfsgerechter Ausbau und Pflege der Infrastruktur**  
(Beispiel Schienennetz, Straßen, Bahnhöfe, Flughäfen)

2

**bessere Vernetzung der Verkehrsmittel, um grenzenlose Mobilität zu ermöglichen** (Beispiel Bus-Flugzeug, Bahn-Rad, Bahn-Flugzeug)

3

**faire und gleiche Wettbewerbsbedingungen sicherstellen**  
(Beispiel Luftverkehrssteuer, Pauschalreiserichtlinie)

4

**keine Verteuerung der Reisen durch zusätzliche Steuern und Abgaben** (Beispiel Luftverkehrssteuer, Bettensteuer)

Stark

für die Branche

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!