

Pressemitteilung

Datum:
13. September 2017

Claudia Gaspar
GfK Verein
Knowledge Management
Tel. +49 911 395-2624
Fax +49 911 395-2715
claudia.gaspar@gfk-verein.org

Sandra Lades
GfK Verein Presse
Tel. +49 911 395 3606
sandra.lades@gfk-verein.org

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2715
info@gfk-verein.org
www.gfk-verein.org

Geschäftsführung:
Prof. Dr. Raimund Wildner

Präsidium:
Prof. Hubert Weiler
(Präsident)
Ralf Klein-Börling
Prof. Dr. Nicole Koschate-
Fischer
Manfred Scheske
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des
Gesellschafterrats:
Claus-P. Rach

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Welche Urlaubsart halten die Deutschen für trendy?

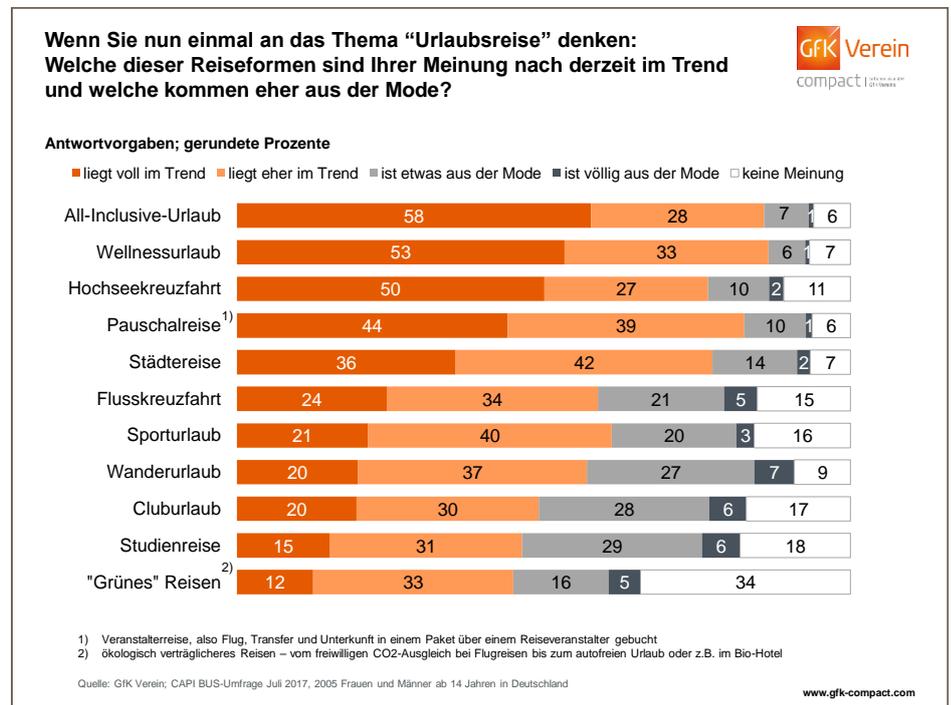
Ergebnisse einer aktuellen Umfrage des GfK Vereins

Nürnberg, 13. September 2017: 86 Prozent der Deutschen halten All-Inclusive-Urlaub allgemein für angesagt - darunter meinen 58 Prozent, diese Form des Verreisens läge sogar voll im Trend. Auf Rang zwei und drei folgen Wellnessurlaube und Hochseekreuzfahrten. Bei der Frage welche Urlaubsmodelle hierzulande im Trend liegen und welche die Menschen persönlich attraktiv finden, zeigen die aktuellen Umfrageergebnisse des GfK Vereins aber auch: Nicht alles was trendy erscheint, ist auch für den einzelnen Reisenden interessant.

Wir sind dann mal all-inclusive weg

Fragt man die Deutschen danach, welche Art von Urlaub ihrer Meinung nach im Trend liegt, so rangieren auf Platz eins die All-Inclusive-Reisen: 58 Prozent halten den Sorglos-Urlaub für sehr trendy, 28 Prozent sehen das immerhin tendenziell so. Dagegen finden 7 Prozent, dass das All-Inclusive-Konzept etwas aus der Mode gekommen ist und 1 Prozent hält es für völlig out. Auf dem zweiten Platz landen die Wellnessreisen, die 53 Prozent für sehr und 33 Prozent der Deutschen für eher trendverdächtig halten, dicht gefolgt von den Hochseekreuzfahrten: Die Hälfte hält die Reise mit dem Schiff über die Meere für absolut und 27 Prozent für tendenziell angesagt (siehe Grafik 1).

Grafik 1: Voll im Trend liegen nach Meinung der Deutschen vor allem All-Inclusive-Urlaube, aber auch Wellnessreisen und Hochseekreuzfahrten

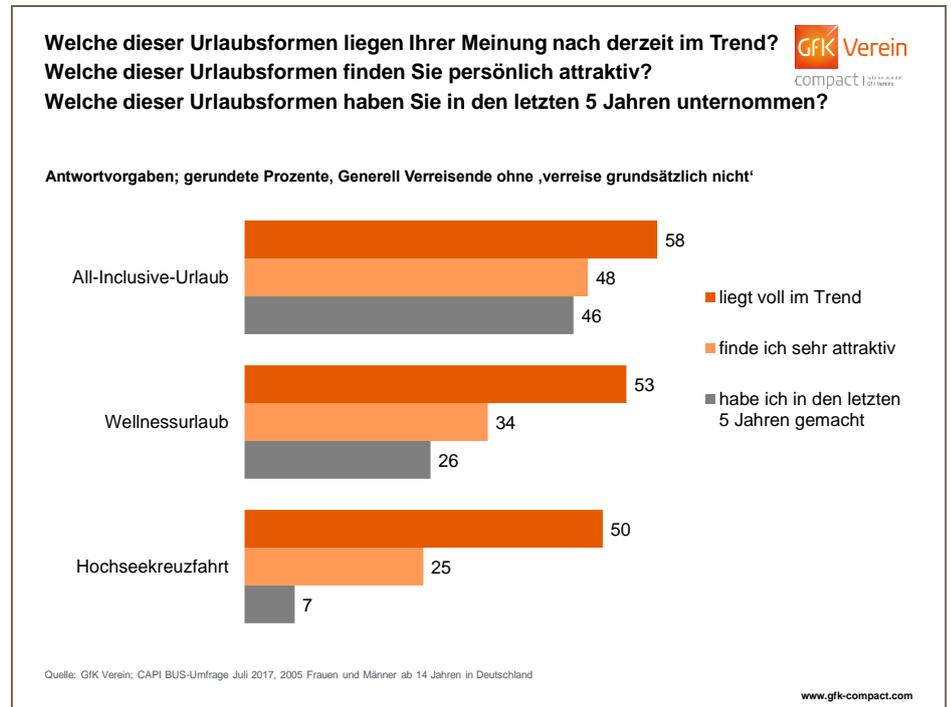


Nicht alles was trendy erscheint ist auch attraktiv

Nicht alles was die Menschen für trendy halten, finden sie auch persönlich attraktiv (siehe Grafik 2). Das trifft auch auf den Urlaub zu. Besonders groß fallen die Unterschiede bei den Top 3 aus. Am auffälligsten ist die Differenz bei Hochseekreuzfahrten. Die Hälfte hält sie für absolut angesagt, doch nur 25 Prozent der Befragten, die ab und an verreisen, finden Urlaube à la „Traumschiff“ besonders attraktiv. „Das große Potenzial der Kreuzfahrten offenbart sich erst im Vergleich mit der Reiseerfahrung. Das zeigen die Zahlen dieser Studie deutlich: Erst 7 Prozent haben bisher eine Seereise unternommen, für 25 Prozent jedoch sind sie besonders attraktiv. Zudem steigt das Attraktivitätslevel mit der Erfahrung: Unter denjenigen, die schon auf Kreuzfahrt waren, finden 60 Prozent diese Reiseform sehr attraktiv“, erläutert Dörte Nordbeck, Head of Travel & Logistics Germany bei der GfK SE.

Auch beim Thema Wellness gibt es Unterschiede zwischen Wunsch und Wirklichkeit: Jeder dritte kann sich für diese Art des Urlaubs begeistern, in die Tat umgesetzt hat sie in den letzten fünf Jahren aber nur etwa jeder Vierte. Beim Trend-Spitzenreiter, dem All-Inclusive-Urlaub ist das anders: 46 Prozent haben ein solches Rundum-Sorglos-Paket in den letzten 5 Jahren mindestens einmal gebucht, etwa ebenso viele (48 Prozent) halten große Stücke auf diese Art des Urlaubs. „Der eindeutige Spitzenreiter der Studie ist ein arrangierter ‚Relax-Urlaub‘. In einer immer komplexeren Welt sehnen sich offenbar sehr viele Menschen danach, im Urlaub nicht viel organisieren zu müssen und sich einfach nur verwöhnen zu lassen“, kommentiert Claudia Gaspar, Leiterin der Studie beim GfK Verein, die Umfrageergebnisse.

Grafik 2: Teilweise klaffen Trend-Status und Attraktivität stark auseinander



Zur Studie

Im Juli 2017 wurden rund 2.000 Personen ab 14 Jahren, repräsentativ für die deutsche Bevölkerung, unter anderem danach gefragt, welche Urlaubsmodelle ihrer Ansicht nach hierzulande im Trend liegen, welche sie persönlich attraktiv finden und für welche Urlaubsarten sie sich in den vergangenen fünf Jahren tatsächlich schon einmal entschieden haben.

Eine ausführliche Darstellung der Ergebnisse, inklusive dem Download der Folien finden Sie auf unserem [Informationsservice GfK Compact](#).

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 550 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

Twitter: GfK_Verein /// facebook: GfK Verein

V.i.S.d.P.
 GfK Verein, Presse
 Sandra Lades
 Nordwestring 101
 90419 Nürnberg
 Tel. +49 911 395-3606
sandra.lades@gfk-verein.org