

Ausschuss für Tourismus
Ausschussdrucksache

16(20)153c

**Stellungnahmen der Sachverständigen
zu der öffentlichen Anhörung
des Ausschusses für Tourismus
am 25. Oktober 2006
von 14.00 bis 17.00 Uhr
in Berlin, Adele-Schreiber-Krieger-Str. 1,
Marie-Elisabeth-Lüders-Haus, Saal 3.101**

**„Einfluss des demographischen Wandels
auf den Tourismus“**

Seite

Deutscher Bundestag, Ausschuss für Tourismus
Öffentliche Anhörung zum Thema: „Einfluss des demographischen Wandels auf den
Tourismus“ am 25.10.2006

Prof. Dr. Harald Pechlaner
Stiftungslehrstuhl Tourismus, Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt

Thesepapier

These 1

Die fortschreitende Alterung der Gesellschaft lässt unser touristisches Angebot alt aussehen.

These 2

Die Fokussierung auf den „Seniorentourismus“ wird für manche Chancen eröffnen, für alle eine Herausforderung darstellen und für viele der einzige Ausweg sein.

- Wachstumsmotor der Zukunft.
- Es gibt kein homogenes Marktsegment „Senioren“: „Master Consumer“ bzw. „Erlebniskonsumenten“ oder „Happy Ender“ versus „Sparkonsumenten“. Angebote müssen differenziert und zielgruppenspezifisch kreiert werden.
- Um auf die einschneidenden Veränderungen im Nachfrageverhalten der Urlauber von morgen wettbewerbsfähig reagieren zu können, müssen die Weichen für die Produkt- und Angebotsentwicklung der Zukunft bereits heute gestellt werden.
- Senioren-Paar-Tourismus als potentialträchtiges Marktfeld.
- Chancen für den Deutschlandtourismus erkennen und erfolgreich umsetzen.

These 3

Die sich verändernden Strukturen der Arbeitswelt und der Freizeit werden den Tourismus in seiner heutigen Ausprägung konterkarieren und völlig neu definieren.

- Erhöhung der Wochenarbeitszeit
- Flexible Beschäftigungsverhältnisse
- Zunahme von Wochenendarbeit, Nacht- und Wechselschichten
- Anstieg der Selbständigenquote

Zunehmende Heterogenität und Unübersichtlichkeit in den Zeitstrukturen der Arbeits- und Lebenswelten

These 4

Alle wollen Premium sein, aber können und wollen die Kunden der Zukunft das bezahlen?

- Die verstärkte Konzentration auf und Investition in Premiumangebote läuft völlig an der Realität vorbei.

- Der vermutlich weiterhin steigende, durch Zuzug bedingte Ausländeranteil wird die Struktur der Nachfrage nach touristischen Produkten entscheidend verändern.
- Veränderungen in den Beschäftigungsverhältnissen führen zu unsicheren Einkommensverhältnissen.
- Werden zukünftig überhaupt noch hochpreisige touristische Leistungsbündel in der heutigen Intensität nachgefragt werden?

These 5

Mit dem demographischen Wandel geht ein Wertewandel einher, der Lebensstile und Konsumwünsche wesentlich beeinflusst.

- Die „postmodernen Welteroberer“ (mobil, viel Geld, wenig Zeit, serviceorientiert) als neue Urlaubergeneration.
- Statt Urlaubszielen fragen die Touristen zukünftig Servicewünsche, Convenience und ganzheitliche Wohlfühlkonzepte nach.
- Es wird eine hohe Serviceorientierung nachgefragt, die eine ausgeprägte Servicequalität und Vernetzung der einzelnen Leistungsträger erfordert.

These 6

„Elternreiche Kinder, nicht kinderreiche Eltern sind die Zukunft“*

- Pflegebedürftige und deren Angehörige
- 75+ : Boommarkt oder Illusion?
- Alleinerziehende
- 1-Kind-Familien
- Patchwork-Familien

These 7

Demographischer Wandel und die Risiken weltweiten Reisens eröffnen dem Deutschlandtourismus neue Möglichkeiten.

- Immer älter, aber nicht unbedingt mobiler.
- Terrorismus, Natur- und Umweltkatastrophen, Krankheiten und Epidemien senken die Motivation zu Fernreisen.
- Voraussetzung: Es müssen adäquate Infrastrukturen und zielgruppenorientierte Angebote von Destinationen und Reiseveranstaltern geschaffen werden, um den Bedürfnissen der wachsenden Zielgruppe „Senioren“ gerecht zu werden.

These 8

Gesundheit ist das Thema der Gegenwart und der Zukunft!

- Zielgruppenspezifische Investitionen
- Differenzierte Angebotsentwicklung
- Verhältnis Working Time/ Recovery Time/ Time for Education

These 9

Die zukünftigen Nachfrager touristischer Leistungen sind keine Urlauber i.e.S., sondern Konsumenten im Alltag nach der Erwerbstätigkeit.

- Senioren sind anspruchsvolle, aber dankbare Konsumenten.
- Urlaub nicht mehr als einmaliges „Highlight“ des Jahres, sondern fester und kontinuierlicher Bestandteil des alltäglichen Lebens.

These 10

Bedingt durch den Geburtenrückgang gehen uns die Touristen aus – wer wird in Zukunft noch reisen?

- Die quantitative Veränderung des touristischen Nachfragepotentials (= potentielle Zahl der Reisenden) kann durch den Anstieg der Reiseintensität nicht völlig kompensiert werden.
- Der ansteigende Zeit- und Leistungsdruck lässt immer weniger Raum für touristische Aktivitäten.

These 11

Bedingt durch den Wandel in der Bevölkerungsstruktur (demographische Veränderungen und Zuwanderung) wird der Tourismus wieder zum Luxusgut.

- Die Geschichte des Tourismus zeigt die Entwicklung vom elitären Angebot zum Massengut auf.
- Wird uns die Zukunft wieder zu den Anfängen zurückführen?

These 12

Jetzt wissen wir, wer unsere zukünftigen Kunden sind, aber wer wird sich um sie kümmern?

- Nicht nur die Nachfrageseite wird vom demographischen Wandel beeinflusst, sondern auch die Angebotsseite.
- Arbeitskräftemangel im arbeitsintensiven Dienstleistungssektor absehbar.
- Die touristischen Leistungsträger müssen in ihrer internen Struktur und den damit einhergehenden Prozessen mit der Erschließung neuer Nachfragesegmente standhalten.
- Bereits heute muss auf die zukünftig zu erwartende Verknappung der Arbeitskräfte reagiert werden. Qualifizierungsmaßnahmen und langfristig ausgerichtete personalpolitische Entscheidungen können gegensteuern.