

Dr. Andrea Helmer-Denzel

22. Juni – Genshagen

UNIVERSITÄT
DUISBURG
ESSEN

Fakten und Trends im Seniorentourismus

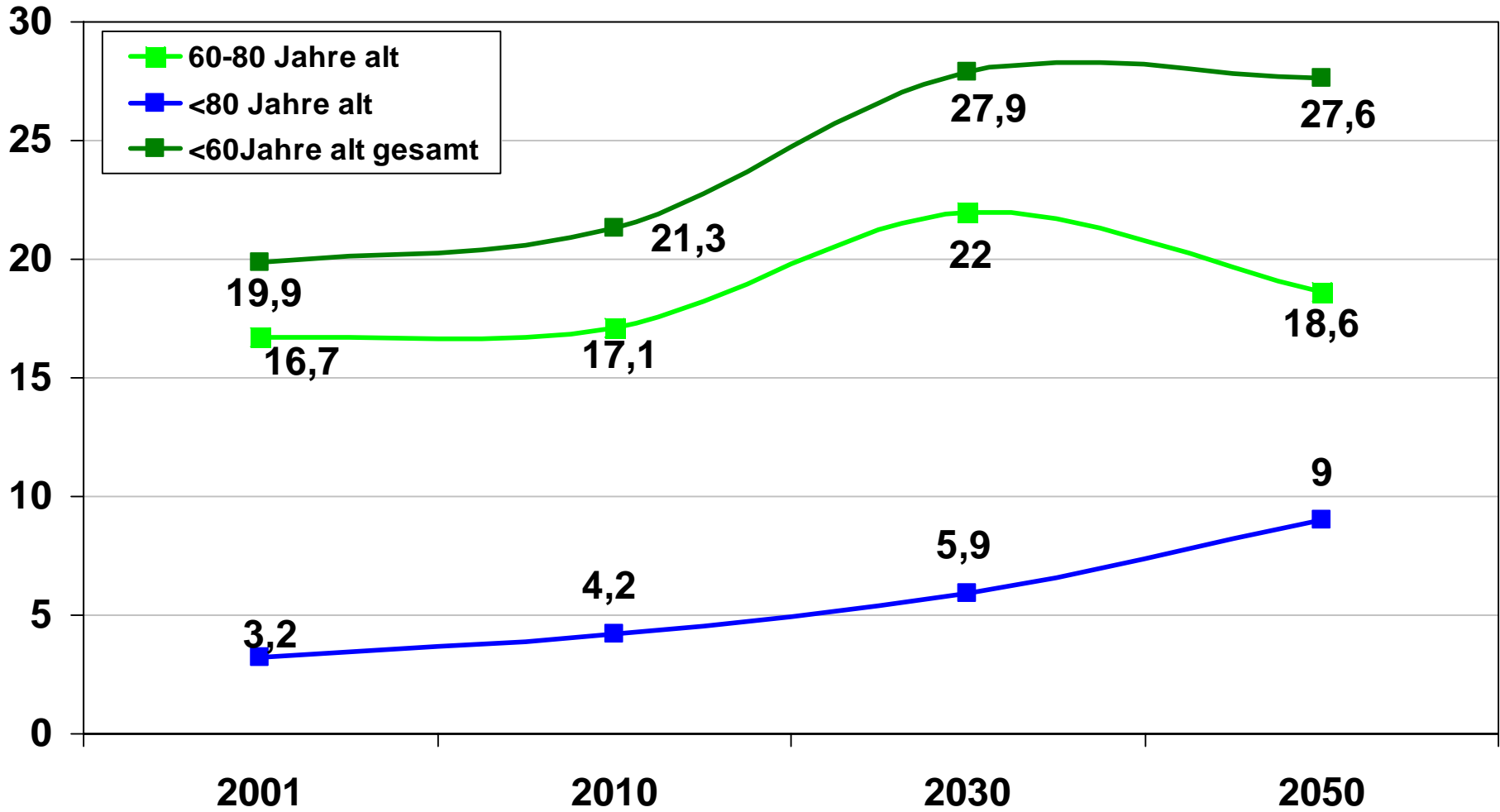
Wer wird als Senior/in bezeichnet?

- **Mobilität:** functional age (slow-go's und no-go's)
- **Alter:** ab 60 Jahren
- **Lebenssituation:** alleinstehend; als Paar
- **Lebensstil:** bevorzugte Ziele, Komfortansprüche, Häufigkeit der Reisen



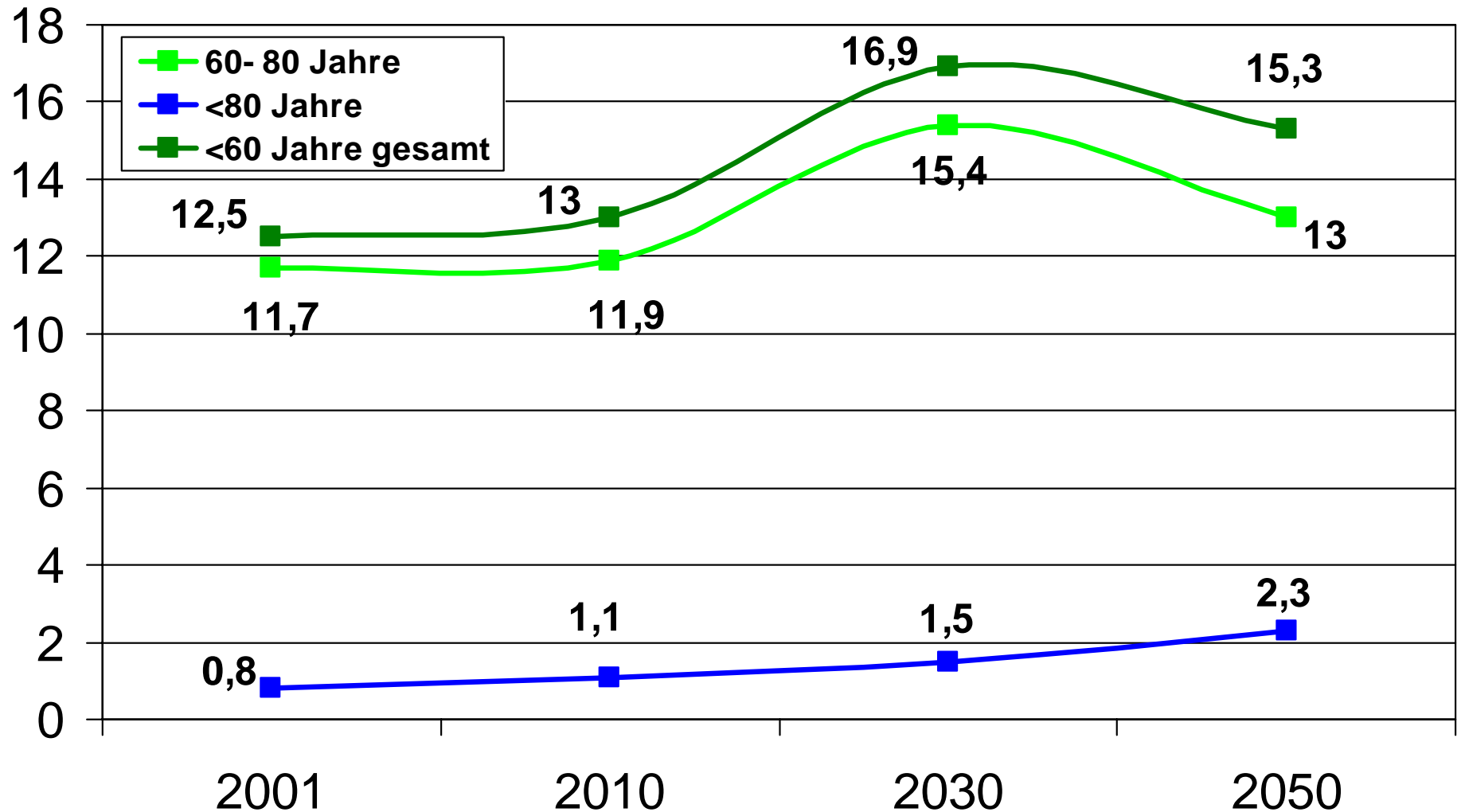
Differenzierter Markt

Quantitative Entwicklung des Alters der Seniorinnen und Senioren 2001-2050 in Millionen



Quelle: Altersaufbau der Bevölkerung nach der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes (Variante 5) aufgerufen unter <http://www.destatis.de> und eigene Berechnungen

Reiseintensität der Seniorinnen und Senioren von 2001-2050 in Millionen

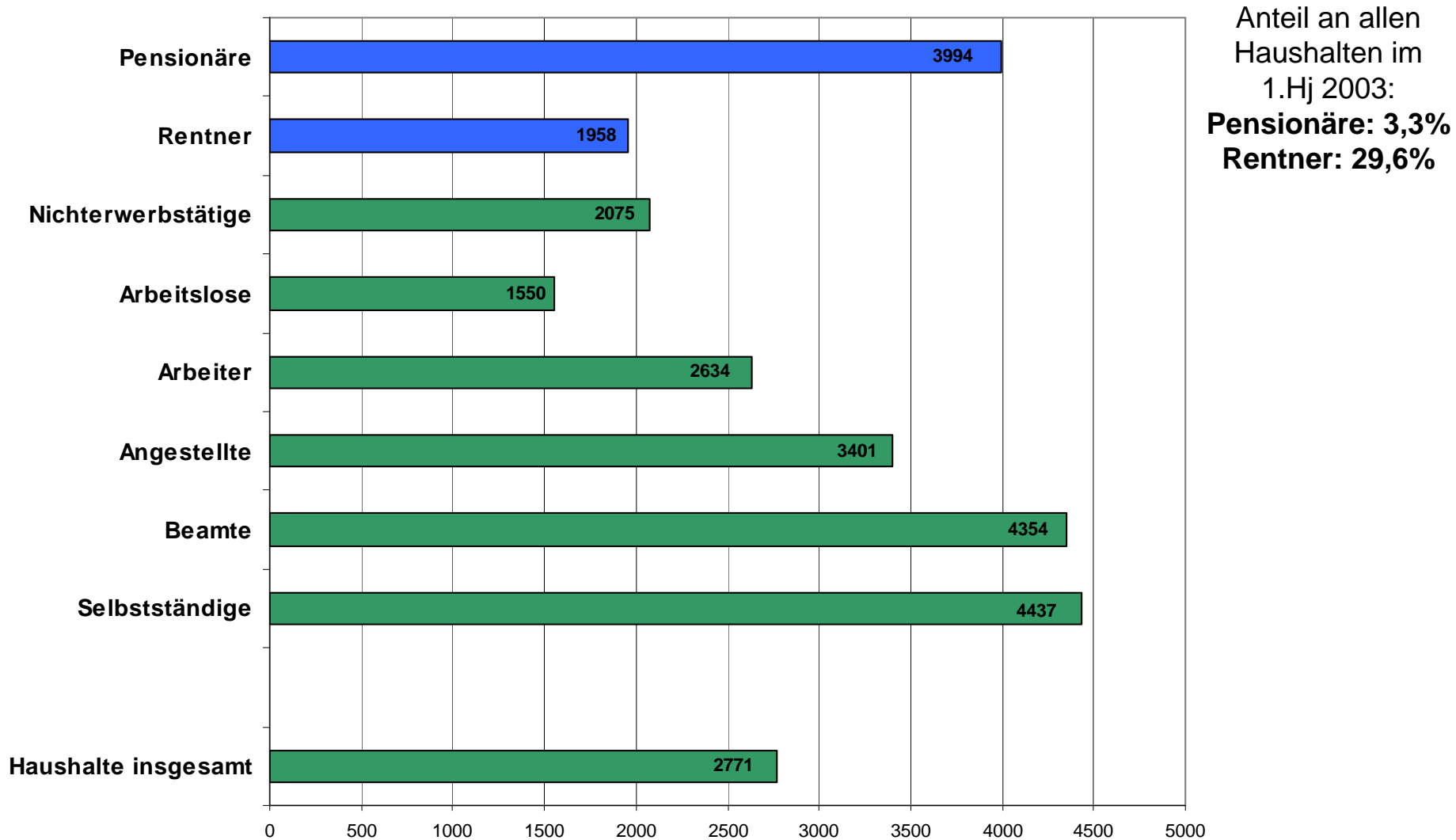


Quelle: Altersaufbau der Bevölkerung nach der 10. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes (Variante 5) aufgerufen unter <http://www.destatis.de> und eigene Berechnungen

Finanzielle Ressourcen reisender Seniorinnen und Senioren

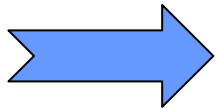
- **Überdurchschnittliche Konsumbudgets**
 - 812 Euro pro Person und Urlaubsreise im Durchschnitt
 - 826 Euro für Seniorenpaare pro Person und Reise
 - 934 Euro für alleinstehenden Senioren
- **34 Prozent aller Reiseausgaben erfolgen durch Seniorinnen und Senioren**
- **Insgesamt ca. 18 Mrd. Euro im Jahr.**

Nettoeinkommen privater Haushalte im 1. Halbjahr 2003



Trends im Seniorentourismus

- **Gesundheitsreisen** (Hotels/Kliniken; präventiv+kurativ; Selbstzahler und Kassenpatienten)
- **Betreutes Reisen** (Busreisen; Selbstzahler; Angebotsmix)
- **Langzeitreisen** („Schwalben“ - Mittelmeerländer)



Angebote aus einer Hand +
„1000 Kleinigkeiten“

Wichtige Komponenten in Gesundheitsorientierten Urlaubsformen aus Kundensicht (Auswahl)

Fitnessurlaub

Schwimmen (81%)

Aerobic/
Gymnastik (80%)

Sauna (69%)

Sportarten wie
Mountainbiking/
Radfahren (78%)
Tennis/Golf (76%)
Wandern (69%)

Wellnessurlaub

Verwöhn/
Schönheits-
angebote (72%)

Kontakte zu anderen
Menschen (71%)

Perfekter Rundum-
Service (62%)

Gesundheitsurlaub

Gesundes Essen
und Trinken (77%)

Gesundes Klima,
natürliche, gesunde
Umgebung (79%)

Schwimmen (65%)

Medizinische
Betreuung (57%)

Kurs- und
Informations
angebote (57%)

Kur im Urlaub

Klassische
Kuranwendungen

Medizinische
Betreuung (82%)

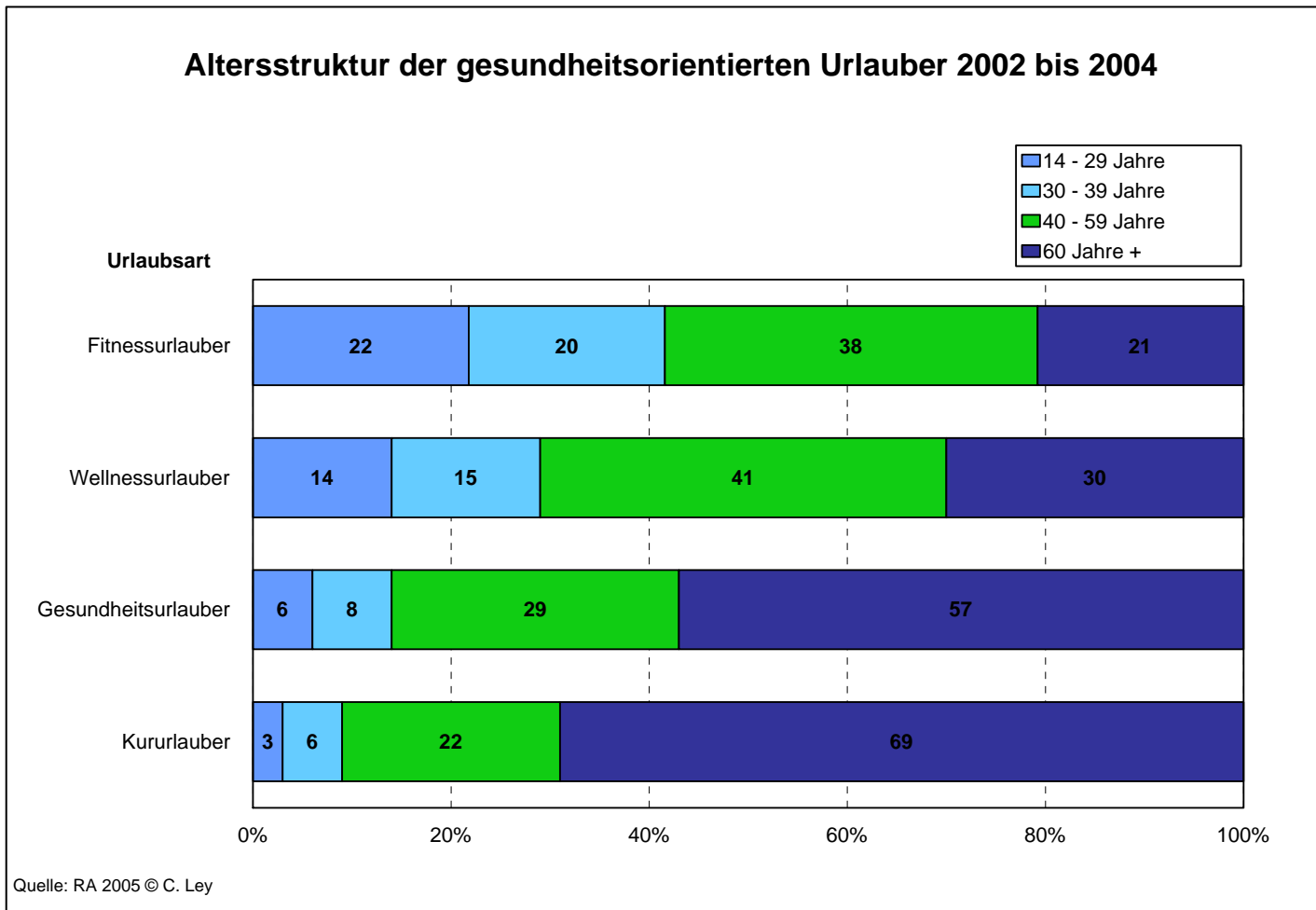
Gesundes Klima,
natürliche gesunde
Umgebung (74%)

Kontakte zu anderen
Menschen (69%)

Individuelle Beratung
durch Experten

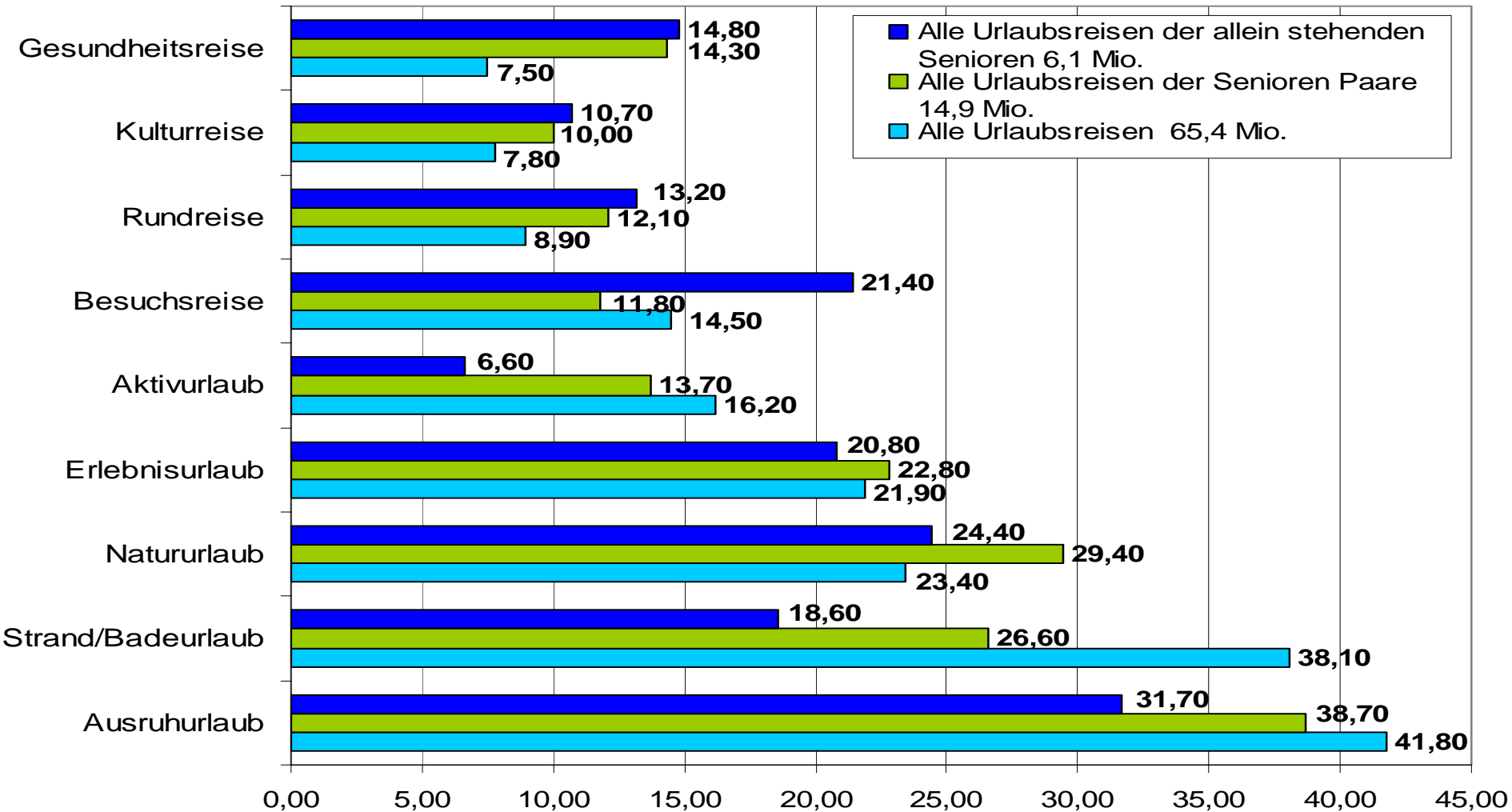
- Medical-Wellness
- Traditionelle Medizin + Komplementärmedizin

Alterstruktur der Urlauber/innen



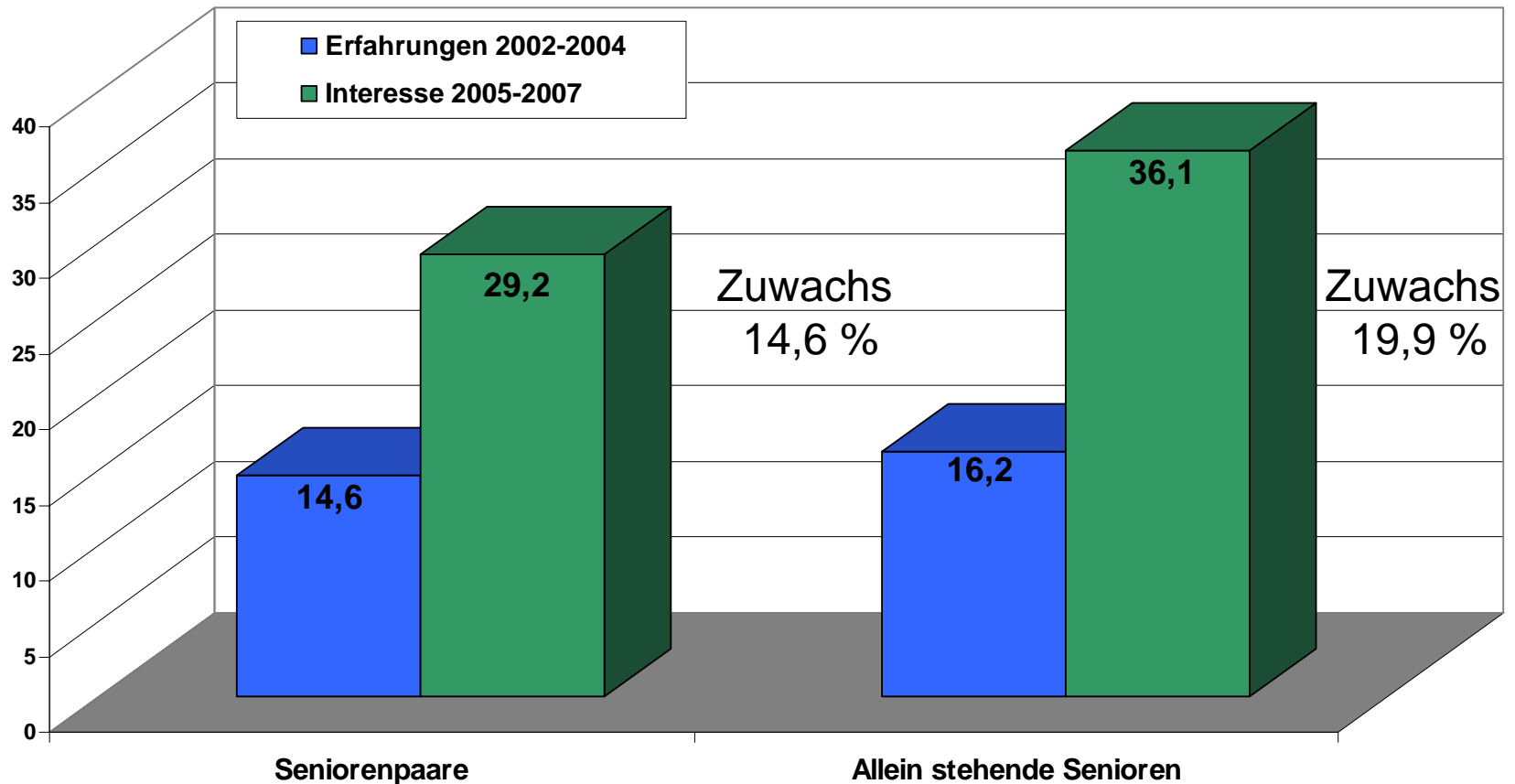
Senioren im Urlaub

Urlaubsreisen 2004 in Millionen



Entwicklung des Interesses an Gesundheitsurlauben von Seniorinnen und Senioren 2002-2007

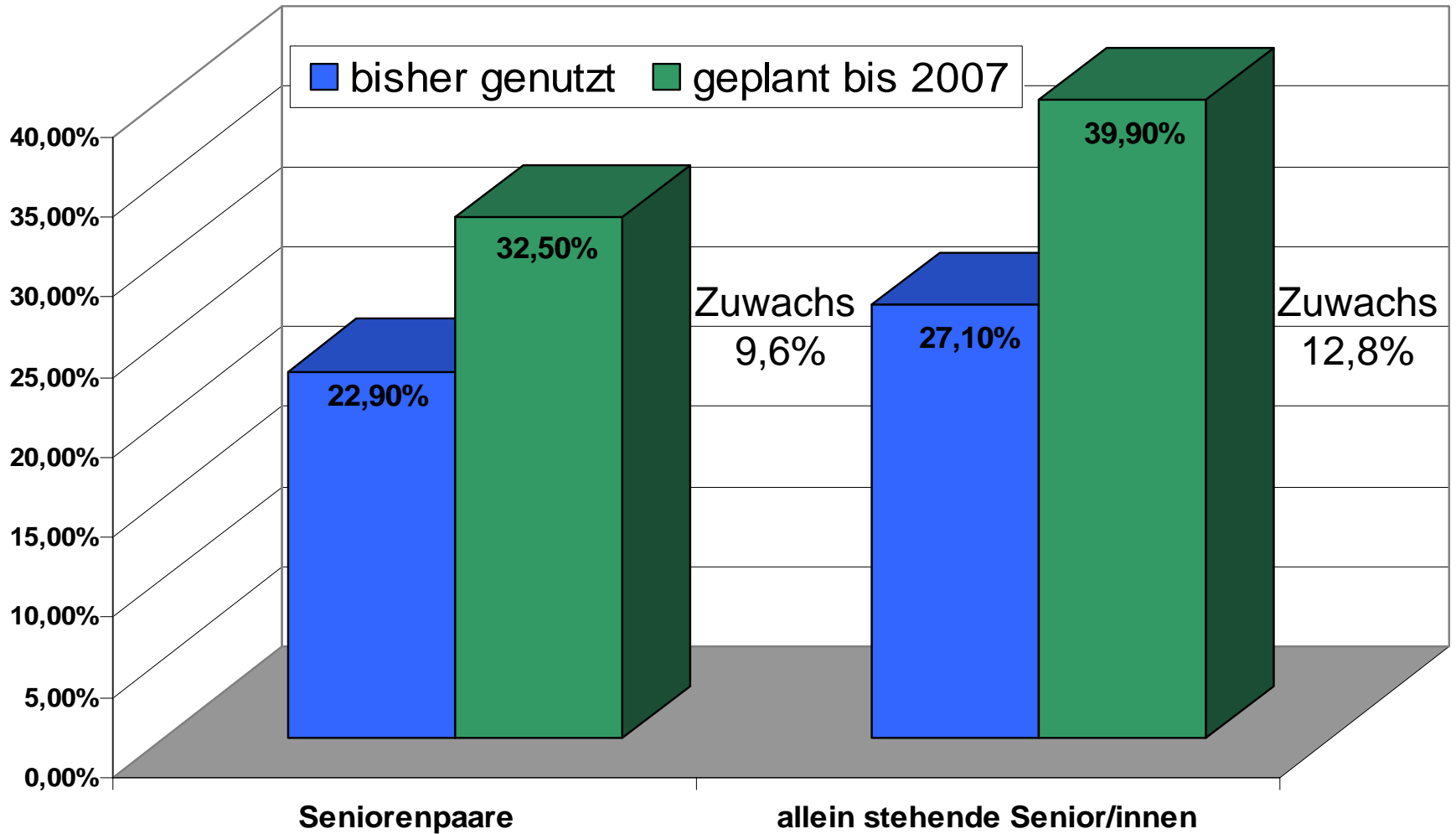
Gesundheitsurlaub



Gesundheitsreisen: Anbieterkooperation ist gefragt!

- Krankenkassen und Reiseunternehmen
(Vital-Pakete werden bezuschusst);
- Wohlfahrtsverbände und
Reiseunternehmen (betreutes Reisen)
- Gesundheitsregionen
(Unterallgäu Aktiv GmbH; Teutowellness50+)

Busreisen in Trend



Reisemarkt differenziert sich weiter aus

- Betreute Busreisen;
- Spezialreisen für bestimmte Krankheitsbilder;
- Reisen für pflegende Angehörige

Zukünftige Ziele der Senioren (Auswahl)

Senioren-Paare

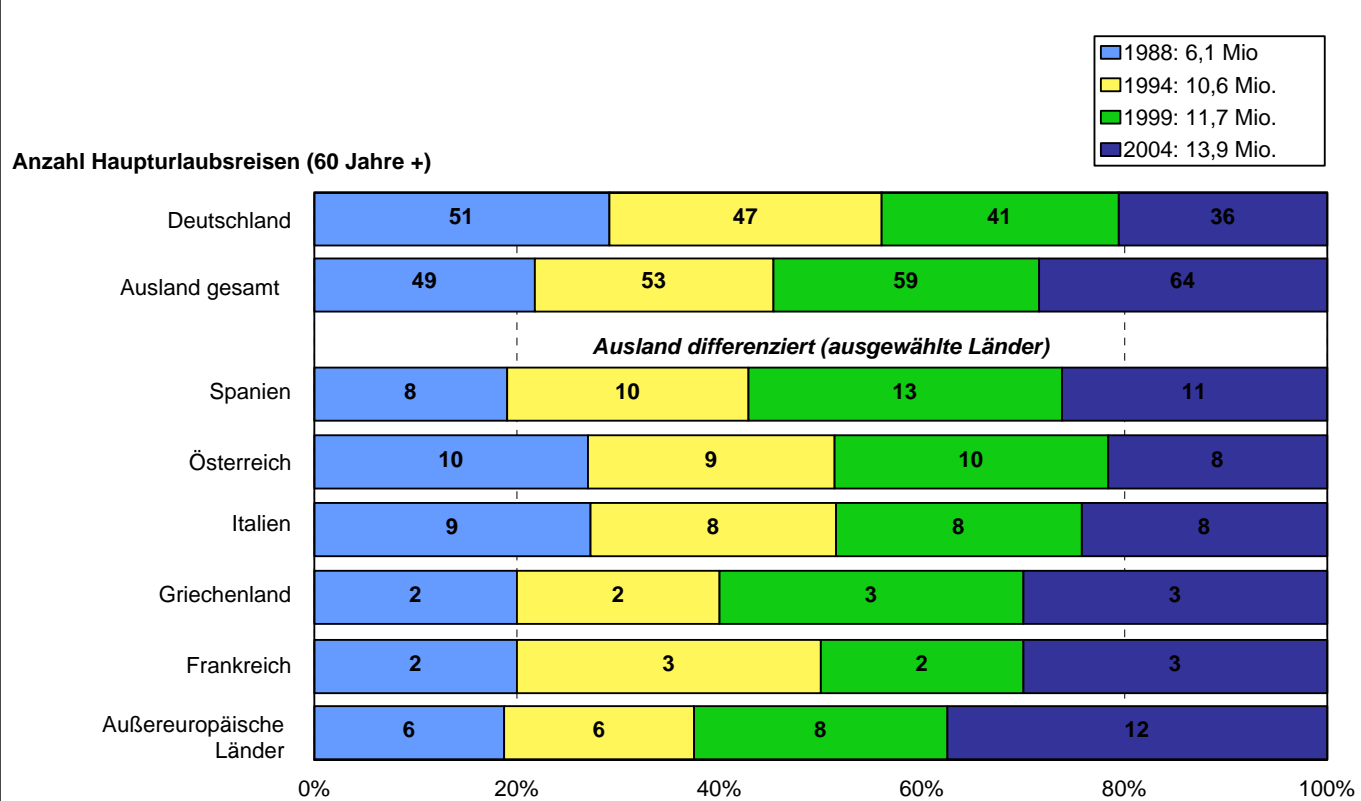
Bundesland	Erfahrung 2002 - 2004	Interesse 2005 - 2007	künftiges Interesse
Bayern	24,3 %	34,7 %	+ 10,4 %
Baden-Württemberg	16,7 %	28,3 %	+ 11,6 %
Schleswig-Holstein	15,9 %	25,2 %	+ 9,3 %
Mecklenburg-Vorpommern	14,6 %	23,2 %	+ 8,6 %
Niedersachsen	11,2 %	17,0 %	+ 5,8 %

Allein stehende Senioren

Bundesland	Erfahrung 2002 - 2004	Interesse 2005 - 2007	künftiges Interesse
Bayern	22,8 %	36,9 %	+ 14,1 %
Baden-Württemberg	14,9 %	29,1 %	+ 14,2 %
Schleswig-Holstein	13,0 %	24,0 %	+ 11,0 %
Mecklenburg-Vorpommern	12,8 %	21,0 %	+ 8,2 %
Niedersachsen	7,9 %	14,3 %	+ 6,4 %

Ziele für die Urlaubsreisen

Urlabsziele der Senioren: Entwicklung 1988*-2004 (Auswahl)



Quelle: F.U.R., Urlaubsreisetrends 2015 © C. Ley

*1988: nur alte Bundesländer

Herausforderungen im Seniorentourismus

- Paketlösungen;
- buchbare Angebote für Krankheitsbilder;
- Sensible Werbung für Selbstzahler ;
- Infrastruktur für Busreisende in den Kurorten;
- Regionale Angebotscluster;
- Bearbeitung von Senioren-Quellmärkte im Ausland;
- Preispolarisierung



Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!