

Deutsche Tourismuswirtschaft fit für globale Trends machen

Der digitale Wandel im globalen Tourismus wird relevante Einflüsse auf das touristische Geschäft in Deutschland haben. Eine exklusive Studie von Phocuswright im Auftrag des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes zeigt, worauf sich der Tourismus in Deutschland bis zum Jahr 2030 einstellen muss.

Berlin, 3. Mai 2018. Die deutsche Tourismusindustrie ist zunehmend globalen Trends und Herausforderungen ausgesetzt. Darüber hat das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes heute Vertreter aus Politik und Wirtschaft informiert. Im neu gegründeten Fachbeirat der neuen Einrichtung wurde die exklusive Studie „Tourism in Germany 2030“ präsentiert.

„Es ist absehbar, dass Teile der touristischen Wertschöpfungskette neu zu definieren sind“, sagte Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Leiter des Kompetenzzentrums Tourismus. „Es ist wichtig, dass wir diese Änderungen aufnehmen und bestmöglich agieren“, so Quack weiter.

Ausflüge und Attraktionen sind der Wachstumsmarkt Nr. 1

So sind Ausflüge und Attraktionen laut Phocuswright das zurzeit am schnellsten wachsende Tourismussegment im Weltmarkt. Ihre Vermarktung erfolge im globalen Maßstab zunehmend über neue digitale Kanäle und nicht etwa, wie bislang etabliert, über Tourist-Informationen und Reiseveranstalter.

„Ausflüge und Attraktionen stehen schon heute für mehr als neun Prozent der touristischen Buchungen weltweit. Ihre zentrale Bedeutung ist von allen Branchensegmenten erkannt“, sagte der stellvertretende Leiter des Kompetenzzentrums Dirk Rogl, der als Phocuswright-Analyst auch einer der Co-Autoren dieser Studie ist. In Kombination mit der Digitalisierung des Reisevertriebs und der Nutzung mobiler Endgeräte können sich völlig neue

Geschäftsmodelle etablieren, so Rogl. Für etablierte Anbieter sei dies Chance und Risiko zugleich.

Auf neue Anbieter, zunehmend aus Fernost, muss sich die deutsche Reisewirtschaft ohnehin einstellen. „Wir sehen, dass sowohl Innovationen als auch Investitionen insbesondere aus China kommen“, so Quack. Dabei sei China im Innovationsmanagement und im Funding von touristischen Start-Ups führend. „Es geht für Deutschland auch darum, den Anschluss nicht zu verlieren“, so Quack.

Die jetzt vorgestellte Studie ist ein Teil des Leistungspaketes des Kompetenzzentrums Tourismus. „Über Phocuswright gewinnen wir wichtige Erkenntnisse und Fakten, die nun für den deutschen Markt weiter analysiert und aufbereitet werden, so Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack. Bis vorerst Ende 2019 kümmert sich das Kompetenzzentrum vorrangig um den Wissenstransfer zwischen Politik und Wirtschaft und engagiert sich in wichtigen Schwerpunktthemen.

Tourism in Germany 2030: Die Ergebnisse im Überblick

Phocuswright vergleicht mit einer einheitlichen Methodik die globalen Märkte. Im Auftrag des Kompetenzzentrums Tourismus des Bundes hat Phocuswright tiefgreifend Deutschland mit anderen Märkten verglichen. Laut Phocuswright wurden in Deutschland im vergangenen Jahr touristische Buchungen im Wert von 58,8 Mrd. Euro generiert. Weltweit lag das Buchungsvolumen bei rund 1,3 Trilliarden Euro.

Mit einem Online-Anteil von 42 Prozent liegt Deutschland unter dem Durchschnitt von 51 Prozent in Europa. Die Grenzen zwischen beiden Segmenten verschwimmen jedoch und seien häufig primär eine Definitionsfrage, heißt es in der Phocuswright-Studie. Weitere Kernaussagen:

1. Deutschland ist einzigartig. Andere Märkte auch. Deutschland hat bis heute einen fast einzigartigen hohen Anteil an stationären Buchungen. Doch der digitale Wandel hält langfristig an.

2. Deutschland hat keine ausgeprägte Start-Up-Kultur. Bei der Kapitalisierung touristischer Start-Ups kommt Deutschland seit 2005 nur auf einen Anteil von vier Prozent. Kurzfristig dürfte dieser noch kleiner ausfallen. In anderen Ländern werden deutlich mehr Investitionen eingeworben.

3. Deutschland ist ein Reiseweltmeister. Deutschland ist ein herausragender Quellmarkt. Auslandsreisen sind ein wichtiger Bestandteil des deutschen Reisemarktes und ein Katalysator für die globale Tourismuswirtschaft.

4. Das Veranstaltergeschäft ist im Umbruch. In keinem anderen Land werden so viele Pauschalreisen gebucht wie in Deutschland. Reiseveranstalter werden auch künftig eine wichtige Rolle spielen, sich den Markt jedoch zunehmend mit individuell zusammengestellten Angeboten teilen. Daran ändert auch die neue EU-Pauschalreiserichtlinie nichts.

5. Mobile Commerce ist eine echte Chance. Noch steht die überdurchschnittlich hohe Smartphone-Dichte in Deutschland nicht im Einklang mit dem eher geringen Anteil an mobil gebuchten Reisen. Die hohe Akzeptanz von Smartphones wird jedoch völlig neue Arten des Reiseverkaufs erlauben, möglicherweise auch neue Urlaubsformen.

6. Deutschland ist bereit für Sharing Economy. Der enorme Erfolg von Airbnb und anderen Plattformen der Sharing Economy ist insbesondere für den Übernachtungsmarkt kein Neuland. Deutschland hatte schon immer einen hohen Anteil von, im globalen Maßstab, alternativen Übernachtungszahlen und kann in Zukunft von dieser Kompetenz profitieren.

7. Technik ist die Basis künftigen Erfolges. Technische Innovationen sind seit vielen Jahrzehnten das Erfolgsrezept im Reisevertrieb. Insbesondere die vielen Formen künstlicher Intelligenz werden neue Reiseerlebnisse und Urlaubsformen ermöglichen. Innovation bleibt essentiell für künftigen Erfolg im Reisemarkt.

Über das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist zentraler Mittler zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bundespolitik. Es fördert den Wissenstransfer sowie die Vernetzung der Tourismuswirtschaft in Deutschland und begleitet Innovationen. Es arbeitet im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes Karl-Scharfenberg-Str. 53, D-38229 Salzgitter
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack (Projektleitung): h-d.quack@kompetenzzentrum-tourismus.de
Dirk Rogl (Stellv. Projektleitung): d.rogl@kompetenzzentrum-tourismus.de
Prof. Dr. Harald Pechlaner (wissenschaftliche Leitung): h.pechlaner@kompetenzzentrum-tourismus.de
Telefon +49 (0) 5341 875 53400, Telefax +49 (0) 5341 875 53402
www.kompetenzzentrum-tourismus.de