



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Pressemitteilung

Zielgruppe Städtereisende: einkommensstark und reisefreudig



Esslingen am Neckar, 19. Mai 2014 – Von den 4,5 Millionen Bundesbürger, die im letzten Jahr mit dem Flugzeug eine Städtereise unternommen haben, verfügen annähernd ein Drittel über ein Haushalts-Nettoeinkommen von 4.000 Euro oder mehr. Städtereisende sind vergleichsweise häufig auf Reisen, sowohl privat als auch dienstlich.

Städtereisen gehören nach Bade- bzw. Sonnenurlaub zu den beliebtesten Reisearten der Deutschen. Knapp zwölf Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung haben im letzten Jahr eine Städtereise unternommen. Etwas mehr als die Hälfte davon sind mit dem Flugzeug gereist. Diese Zielgruppe entspricht etwa 4,5 Millionen Menschen. 40- bis 60-Jährige sind in dieser Zielgruppe am stärksten vertreten. Städtereisende haben überdurchschnittlich hohe Bildungsabschlüsse: etwa 30 Prozent verfügen über ein abgeschlossenes Studium. Ebenso viele beziehen ein Haushalts-Nettoeinkommen von 4.000 Euro oder mehr.

Über 60 Prozent der Zielgruppe haben im vergangenen Jahr zwei oder mehr Kurzreisen (kurze Städtereisen und andere) unternommen. Auch Geschäftsreisen tätigt die Zielgruppe annähernd dreimal häufiger als die Gesamtbevölkerung. Für das nächste Jahr plant über ein Drittel der Zielgruppe erneut eine Städtereise.

Die Geschlechteranteile bei Städtereisen sind relativ ausgeglichen. Erhöhte Frauenanteile haben Wellness-Urlaube und Kreuzfahrten. Bei Wander- und Sporturlaube überwiegen die Männer. Kreuzfahrten und Wanderurlaube haben erhöhte Anteile an über 60-Jährigen, während Sport- und Kultururlaube erhöhte Anteile an unter 30-Jährigen besitzen. Insgesamt zeigt sich deutlich, dass die Zielgruppe der Städtereisenden ihren Urlaub vergleichsweise häufig außerhalb Europas verbringt.

Bei der Wahl der Verkehrsträger nutzte die Zielgruppe für ihre Urlaubsreisen in den vergangenen zwei Jahren neben dem Flugzeug zu 48 Prozent den PKW. 22 Prozent fahren mit der Bahn und 14 Prozent nahmen den Bus. Unter den Fluggesellschaften mit mindestens drei Prozent Marktanteil haben Lufthansa, Ryanair, Germanwings und easyJet bei den Städtereisenden deutlich erhöhte Anteile in der Zielgruppe.



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Über die Studie:

Die Studie „Reisemarkt-Zielgruppe Städtereisende (Flugzeug) 2014“ von *research tools* gibt auf 77 Seiten Einblick in das Reiseverhalten der Reisenden, die in den letzten zwölf Monaten eine Städtereise mit dem Flugzeug unternommen haben. Basis der Studienergebnisse sind annähernd 2.000 Interviews mit Reisenden. Neben Kundenverhalten, Reisezielen und genutzten Fluggesellschaften werden auch soziodemografische Merkmale und das Freizeit- und Medienverhalten der Zielgruppe im Vergleich zur Gesamtbevölkerung analysiert.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net