



Mehr Marketing für den Megamarkt Tagestourismus

Sparkassen-Tourismusbarometer beschäftigt sich mit dessen Bedeutung für Rheinland-Pfalz

204 Millionen Tagesreisen in Rheinland-Pfalz

Erstes großes Schwerpunktthema des Sparkassen-Tourismusbarometers Rheinland-Pfalz ist der Tagestourismus. Dieser hat mit fast 200 Millionen Tagesreisen eine enorme wirtschaftliche Bedeutung. 86 % davon sind den privat motivierten Tagesausflügen zuzurechnen, 14 % den Tagesgeschäftsreisen. Damit kommen rechnerisch auf jede Übernachtung (in Beherbergungsbetrieben ≥ 9 Betten) 10,3 Tagesreisen. Das Tagesreiseaufkommen hat sich in den letzten Jahren zudem positiv entwickelt: Es stieg von 2004 bis 2006 um fast 6 %, während das Übernachtungsaufkommen im selben Zeitraum nur um 1,5 % zulegte.

Fast die Hälfte aller Tagesausflüge nach Rheinland-Pfalz werden von den Bewohnern des eigenen Bundeslandes unternommen. Weitere wichtige Quellmärkte für Tagesausflüge sind die benachbarten Bundesländer Nordrhein-Westfalen mit 28,8 Millionen (16,5 %), Baden-Württemberg mit 19,1 Millionen (10,9 %) und Hessen mit 15,6 Millionen (8,9 %). Ausländische Quellmärkte waren nicht Gegenstand der Untersuchung.

30 % aller privaten Tagesausflüge in Rheinland-Pfalz entfallen auf die Pfalz, die neben ihrer reizvollen Landschaft auch über städtetouristische Anziehungspunkte verfügt (Speyer, Kaiserslautern, Ludwigshafen, Landau und weitere Städte), die bei Ausflüglern besonders beliebt sind. Eifel/Ahr, Rheinhessen und das Rheintal erreichen Anteile von 14 bis 16 %. In den Mittelgebirgsregionen Westerwald/Lahn/Taunus und Hunsrück/Nahe/Glan sowie im Reisegebiet Mosel/Saar liegen die Anteile bei jeweils 9 %.

Tagestourismus bewirkt 5,2 Milliarden Euro Umsatz

Durchschnittlich gibt jeder Tagesreisende in Rheinland-Pfalz während seines Aufenthalts vor Ort 27,00 Euro aus. Die höchsten Ausgaben werden mit 33,50 Euro im Reisegebiet Mosel/Saar getätigt. Aus den Gesamtausgaben resultiert ein Bruttoumsatz in Höhe von 5,2 Milliarden Euro für das Land. Am stärksten profitiert davon der Einzelhandel mit 61 %, gefolgt von der Gastronomie mit 31 % und dem sonstigen Dienstleistungsgewerbe mit 8 %.

Angesichts dieser herausragenden ökonomischen Bedeutung verdient der Tagestourismus im Tourismusmarketing besondere Aufmerksamkeit.

Tagestourismus-Marketing auf dem Prüfstand

Das Tourismusbarometer hat daher im Rahmen seiner Analysen auch die auf Ausflügler ausgerichteten Aktivitäten der Tourismusorganisationen und Freizeiteinrichtungen im Land mittels anonymer Servicetests per Telefon und E-Mail und der Analyse von Printmaterial und Internetauftritten auf den Prüfstand gestellt. Dabei wurden bereits einige sehr gute Beispiele für professionelles Ausflüglermarketing vorgefunden. So verfügen die Pfalz Touristik oder auch einzelne Orte wie Bad Breisig oder Trier bereits über interessante Informationsangebote für Ausflügler im Internet oder Printmaterial. Darüber hinaus werden im vorliegenden Jahresbericht des Tourismusbarometers auch Anregungen aus anderen Regionen gegeben.

Die Tests ergaben zudem, dass die rheinland-pfälzischen Tourismusorganisationen und Freizeiteinrichtungen im Bereich Individualität und Schnelligkeit bereits sehr gute Arbeit leisten, das Angebot von Detailinformationen und Maßnahmen zur Kundenbindung hingegen noch verbessern müssen. Die Internetseiten vieler Orte überzeugen durch eine gute Navigation und bieten Ausflüglern ausführliche Informationen zur Anreise und zu Veranstaltungen. Die Werbewirksamkeit kann jedoch noch verbessert werden, z. B. durch einen attraktiven visuellen Blickfang direkt auf der Homepage. Bei den Freizeiteinrichtungen sind Basisinformationen wie Öffnungszeiten und Eintrittspreise auf den Websites kein Problem: Optimierungsbedarf besteht insbesondere beim Thema Anreiseinformation.


Zielgruppenorientierung und aktive Ausflüglerberatung ausbaufähig


Die Analysen des Tourismusbarometers machen die zentralen Handlungsfelder für den Tagestourismus in Rheinland-Pfalz deutlich. Um die Zahl der Tagesreisen nach Rheinland-Pfalz weiter zu erhöhen und die daraus resultierenden Umsätze zu steigern, bedarf es u. a. eines stärkeren Zielgruppen- und Quellmarktbezugs im Marketing, einer intensiveren Kooperation aller Tourismusakteure, einer Verbesserung der Servicequalität und der Maßnahmen zur Kundenbindung sowie der Gestaltung einer tiefer gehenden Marktforschung.

Der Jahresbericht zum Tourismusbarometer enthält darüber hinaus Informationen zu soziodemografischen Merkmalen der Tagesreisenden, zur Wochentags- und Monatsverteilung der Tagesausflüge, zu zurückgelegten Distanzen sowie Profile für unterschiedliche Typen von Ausflüglern. Wo möglich und sinnvoll werden die Ergebnisse auch für die verschiedenen Regionen von Rheinland-Pfalz zur Verfügung gestellt. Ein weiterer Fokus wurde auf das Thema „Kultur“ gelegt. Kultur zieht sich flankierend durch alle vier Themensäulen der neuen Tourismusstrategie: Wein, Wandern, Rad fahren und Gesundheit/Wellness. Hierzu bezifferte das Tourismusbarometer auch die Bedeutung der Städte für den Tagestourismus in Rheinland-Pfalz, erstellt ein Profil für Kulturausflügler und führte anonyme Tests zum Thema Kultur durch.

Sparkassen- und Giroverband
Rheinland-Pfalz

Christiane Becker


 0 61 31 / 1 45 - 2 17


 0 61 31 / 1 45 - 1 05

www.sgvrp.de

Ministerium für Wirtschaft, Verkehr, Landwirtschaft und Weinbau Rheinland-Pfalz

Beate Schrader

 0 61 31 / 16 – 22 58

 0 61 31 / 16 – 21 74

www.mwvlw.rlp.de