



PRESSE-INFORMATION

Erste wissen.de und ITB Berlin-Umfrage zeigt: Kulturreisen mit Kinderbetreuung sind Marktlücke / Preise von Städte- und Kulturreisen haben sich gefühlt verdoppelt / Schwiegermütter sind die unbeliebtesten Reisepartner

Berlin, 22. November 2006 – Das Thema Kulturtourismus stand sechs Wochen lang im Fokus einer gemeinsamen Online-Befragung von wissen.de und der ITB Berlin. Die Ergebnisse von den über 1.200 Teilnehmern liegen nun vor: Eine Marktlücke ist die fehlende Kinderbetreuung bei Kultur- und Städteurlaub, die Preise für Städte- und Kulturtrips haben sich seit der Euro-Umstellung gefühlt verdoppelt, das Interesse an Städte- und Kulturreisen ist andererseits sehr groß. Und zu guter Letzt: Deutsche Städte können im europäischen Wettbewerb gut mithalten.

Beim Thema Reisekosten geben 42 Prozent der Befragten als Obergrenze bei Reiseausgaben für eine Woche für zwei Personen 1.000 Euro an. Für eine Reise ins Ausland ist ein Drittel bereit, mehr Geld zu investieren. Über 55 Prozent der Befragten gibt an, dass sich die Preise für das Reisen gefühlt verdoppelt haben. Das Interesse an Kulturreisen ist ungebrochen, zumal zwei Drittel der Teilnehmer nur ein bis zwei Mal im Jahr verreisen. Vor allem, wenn der Trip als Ergänzung zum Badeurlaub gebucht werden kann, ist diese Reiseform für gut 26 Prozent der Befragten sogar „eine Art, sich zu erholen“.

Nur knapp 8,5 Prozent der Teilnehmer meinen, kein Geld für Kultur- und Städtetrips zu haben. Bei der Hotel- und Reisezielauswahl ist der Preis ausschlaggebend und wichtiger als das Angebot an Museen und Kultur. Wenn man sich zur Reise entschlossen hat, genießen kulinarische Erlebnisse höchste Priorität und gehen vor den Besuch von Museen, Theater und Ausstellungen. Ein guter Reiseführer darf bei einem Kulturtrip ebenso nicht fehlen.

Familien mit Kindern verreisen am liebsten mit „Kind und Kegel“, so das Fazit von 387 Befragten. Das Problem der Eltern, die Abende zu organisieren, ist für viele offenbar ungelöst. „Eine Marktlücke: Kulturreisen mit Kinderbetreuung würde ich sofort buchen“, gibt die Mehrheit an, knapp neun Prozent bleiben notgedrungen im Hotel, um die Kinder nicht allein zu lassen. Interessant: Immerhin knapp drei Prozent nehmen ihren Babysitter mit in den Urlaub. Wer dabei an die Schwiegermutter denkt, liegt nicht richtig. Nur 27 der Befragten würden am liebsten die Schwiegermutter mitnehmen. Die beliebteste Begleitung ist der Partner oder die Partnerin (50,2 Prozent), gefolgt von der besten Freundin oder dem besten Freund (21,5 Prozent).

Bei der Frage nach dem beliebtesten Reiseziel steht Rom an erster Stelle, Paris gilt nach wie vor als die romantischste Destination für einen Stadturlaub (39,1 Prozent), Platz zwei belegt Wien. Weit abgeschlagen sind München und Berlin. Die beiden deutschen Kulturstädte können jedoch im landesweiten Vergleich bei der Bewertung der

Offizielles Partnerland
ITB Berlin 2007

Incredible!ndia

Pressekontakt:

Messe Berlin:
Michael T. Hofer
Leiter Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Unternehmensgruppe

ITB Berlin:
Astrid Ehring
Pressereferentin
Messedamm 22
14055 Berlin
Tel.: + 49 (0)30 3038-2275
Fax: + 49(0)30 3038-2141
ehring@messe-berlin.de
www.messe-berlin.de

**w&p Wilde & Partner
Public Relations GmbH:**
Christiane Wolff
Senior PR-Consultant
Nymphenburger Straße 168
80634 München
Tel.: +49 (0)89 179190-0
Fax: +49 (0)89 179190-99
info@wilde.de
www.wilde.de

Weitere Informationen:
www.itb-berlin.de

Kinderfreundlichkeit punkten, sonst stehen im Ranking London, Wien sowie Paris gefolgt von Barcelona und Stockholm in der Gunst der Familien. Für die über 1.200 Teilnehmer der Umfrage sind London, Rom, Paris, Barcelona, Hamburg, Berlin und Dresden die angesagtesten Destinationen, die in den kommenden drei Monaten besucht werden sollen.

Das bevorzugte Transportmittel in die Wunschstadt ist das Flugzeug, nur gut fünf Prozentpunkte dahinter liegt das Auto mit 33,9 Prozent, die Bahn hat mit gut 20 Prozent noch viel Potential.

Die Information zum Städte-Kulturtrip holen sich die Reisekunden nach Angaben der Studie im Internet (33,3 Prozent), Kataloge und Freunde sind als Informationsquelle vergleichsweise weniger interessant und kommen nur auf 17,7 bzw. 16,3 Prozent. Nur knapp elf Prozent der Befragten informieren sich im Reisebüro, Reisesendungen sind mit 6,5 Prozent nicht relevant. Nicht nur als Informationsquelle dient das Internet: Über die Hälfte der Befragten bucht im Web, rund 34 Prozent im Reisebüro und gut Prozent bei Direktanbietern. Anbieter im TV bilden auch hier das Schlusslicht und haben für die Teilnehmer der Studie mit 1,6 Prozent kaum eine Relevanz.

Ein Großteil der Teilnehmer war zwischen 20 und 29 Jahre alt und hat ein kleineres Haushaltsnettoeinkommen, der andere Schwerpunkt der Teilnehmer ist zwischen 30 und 59 Jahre alt, liegt bei einem Haushaltsnettoeinkommen von über 2.500 Euro und ist sehr gut gebildet und berufstätig. Die Umfrage beantwortet haben über 2.000 Teilnehmer, 1.200 User davon blieben bis zum Ende dabei.

Die ITB Berlin, die weltweit größte Reisemesse, und wissen.de, Deutschlands großes Portal für geprüftes Wissen, starteten im September 2006 eine Kooperation. Ziel der Zusammenarbeit ist es, in regelmäßigen Umfragen Nutzer zu spezifischen Reisetemen zu befragen und Trends zu veröffentlichen. Der Name ITB Berlin steht für die Kernkompetenz in allen Disziplinen, wenn es um Themen aus der Reiseindustrie geht. Die Messe zeichnet mit dem ITB Kongress Market Trends & Innovations verantwortlich für den weltweit größten Think Tank der Reiseindustrie und veranstaltet die ITB Business Travel Days. Sie ist Initiator des ITB Gründerpreises und TRAVEL ONE Gründerforums und vergibt den ITB Buchwelt Award. Bei zahlreichen Studien zum Thema Reise ist die ITB Berlin Partner.