

## Presseinformation

### **Hier geblieben: WM beeinflusst Urlaubspläne Mediaedge:cia befragt Bundesbürger zu Urlaub und Reisen 2006**

**Düsseldorf/Bielefeld, 8. Juni 2006** – Im eigenen Land Weltmeister zu werden, ist für jeden Fußballfan das ultimative Highlight. Und deshalb richten sich viele Bundesbürger mit ihren Urlaubsplänen nach der WM. Laut einer repräsentativen Umfrage von TNS Emnid, die im Auftrag der Düsseldorfer Agentur Mediaedge:cia durchgeführt wurde, plant jeder achte Erwachsene ab 14 Jahre seine Urlaubsreise extra so, dass er vom 9. Juni bis 9. Juli im Lande weilt. Betrachtet man nur die Männer unter 50 Jahre, ist es sogar jeder Fünfte. WM-Flüchtlinge scheint es dagegen nur wenige zu geben: Nur drei Prozent geben an, dass sie dem Trubel bewusst entfliehen. Fußball hin oder her: Insgesamt fahren in diesem Jahr weniger Bundesbürger in den Urlaub. So planten 62 Prozent der Befragten ab 14 Jahre im Februar 2006 mindestens eine private Urlaubsreise für die kommenden zwölf Monate. Im Vorjahreszeitraum waren es noch 67 Prozent.

Egal, ob während oder nach der Fußball-Weltmeisterschaft, die Mehrheit der Reisehungrigen zieht es an den Strand. Mit knapp 58 Prozent ist Badeurlaub auch in diesem Jahr klarer Favorit. Vor allem bei den 30- bis 49-Jährigen sowie bei Familien mit Kindern unter 14 Jahren sind Sonne, Meer und Erholung pur gefragt. Knapp 30 Prozent der Urlaubsreisenden wollen in diesem Jahr Freunde oder Verwandte besuchen, fast ebenso viele planen Städtereisen oder Sightseeing-Touren. Jeder Vierte erholt sich beim Wandern oder Fahrrad fahren und jeder Fünfte setzt auf Kultur- bzw. Erlebnisreise. Aktivurlaub ist vor allem bei den über 50-Jährigen angesagt: 37 Prozent planen einen Wander- oder Fahrradurlaub, 35 Prozent eine Städte- oder Sightseeing-Tour und gut jeder Vierte eine Kultur- bzw. Erlebnisreise.

Ideen und Informationen zur Reise oder zum Urlaubsziel holen sich die meisten bei Freunden, Verwandten oder Bekannten. Mehr als die Hälfte der Befragten vertraut auf Empfehlungen aus privaten Tipps und Gesprächen. Auch die fachkundige Beratung im Reisebüro (45 Prozent) wird gern in Anspruch genommen. Jeder Vierte stöbert in Reiseführern und 23 Prozent surfen zwecks Reiseplanung im Internet. Vor allem die unter 50-Jährigen recherchieren intensiv im Web. Bei den unter 30-jährigen Befragten

liegt diese Informationsquelle mit 37 Prozent sogar auf Platz 3 – hinter „Freunde und Bekannte“ (56 Prozent) und „Reisebüro“ (41 Prozent).

Surfende Reisefreudige nutzen das Internet hauptsächlich für die Basisplanung und Vorbereitung auf den Urlaub. Fast jeder zweite User informiert sich hier über Urlaubsorte und -ziele. 37 Prozent vergleichen am Bildschirm in aller Ruhe die Online-Angebote der verschiedenen Reiseanbieter, ebenso viele kümmern sich auf diesem Weg um Hotels oder andere Unterkünfte. Die Suche oder auch Buchung von Last-Minute-Angeboten ist für 35 Prozent ein Grund, ins Netz zu gehen. Vor allem Flüge und Last-Minute-Angebote werden nicht nur online geplant sondern auch direkt übers Netz gebucht!

Übrigens starten fast drei Viertel der reiseinteressierten Internetsurfer per Suchmaschine wie google.de oder yahoo.de in die Online-Urlaubsplanung. Auch die Websites von Reiseveranstaltern werden rege genutzt: 45 Prozent der urlaubshungrigen User steuern direkt [tui.de](http://tui.de), [alltours.de](http://alltours.de) und andere an. Tourismus-Seiten von Urlaubsorten, beispielsweise [berlin.de](http://berlin.de) (40 Prozent), oder spezielle Reiseportale wie [expedia.de](http://expedia.de) und [opodo.de](http://opodo.de) (35 Prozent) sind ebenfalls beliebte Ausgangspunkte für die Online-Reiseplanung. Und rund 30 Prozent der User starten auf den Homepages der Reise- und Transportunternehmen ([bahn.de](http://bahn.de), [lufthansa.de](http://lufthansa.de) usw.).

Bei der Wahl des Urlaubsortes legen immer mehr Reisende Wert auf Sicherheit. Naturkatastrophen oder Anschläge sind zwar nicht vorhersehbar, aber durch bewusste Reiseplanung lässt sich das Risiko minimieren. So gaben dieses Jahr 58 Prozent an, dass sie bei der Wahl des Urlaubsziels bewusst auf Sicherheit achten. Das sind zehn Prozentpunkte mehr als im Februar 2005, unmittelbar nach der Tsunami-Katastrophe im indischen Ozean. Andererseits gibt „nur noch“ jeder zweite Reisende an, dass er sich an einem Urlaubsort, wo kürzlich ein schweres Unglück geschah, nicht wohl fühlen würde. Im vergangenen Jahr waren es noch 60 Prozent. Bei der Wahl ihres Reiseveranstalters achten weiterhin 30 Prozent darauf, dass er in Notsituationen sofortige Hilfe und Unterstützung garantiert.

Der Sensor ist eine monatliche Repräsentativbefragung zu aktuellen Themen der Markt- und Medienforschung. Sie wird im Auftrag von Mediaedge:cia vom TNS Emnid-Institut, Bielefeld, persönlich bei zirka 1.300 Personen im Alter ab 14 Jahren durchgeführt.

**Kontakt und weitere Informationen:**

TNS Emnid  
Jan Peter Gloomz  
t +49 (0)521 9257 619  
f +49 (0)521 9257 333  
e [jp.gloomz@tns-emnid.com](mailto:jp.gloomz@tns-emnid.com)  
[www.tns-emnid.com](http://www.tns-emnid.com)

Mediaedge:cia  
Anja Wenke  
t +49 (0)211 55 88-282  
f +49 (0)211 55 88-629  
e [anja.wenke@de.mecglobal.com](mailto:anja.wenke@de.mecglobal.com)  
[www.mecglobal.de](http://www.mecglobal.de)