



## Allgemeine Trends zu Familienurlaub / Familienreisen



Familien unternehmen verstärkt Inlandsreisen

vitale Großeltern | Oma/Opa & Enkel-Reisen | u.a. auch in der Nebensaison

Wertevorstellungen und Lebensstile werden zunehmend wichtig

Zunahme von 1-Kind-Familienreisen und von vielfältigeren Familienkonstellationen / Lebensformen

Familien sind höchst loyale Kunden mit Stammgastpotential

Haushaltsgröße und -struktur (Familien-Phase) bedingt das Reiseverhalten

Familienreisende sind divers, aber Wünsche und Bedürfnisse der Kinder stehen im Fokus

zuletzt stabile Anzahl an Familien mit gleichbleibendem Volumen von Urlaubsreisen mit Kindern



Quellen: diverse inkl. eigenen Beobachtungen (gern auf Rückfrage)

Allgemeiner HINWEIS: Erläuterungen & Infos zu den Fragestellungen pro Erhebung sind im Glossar am Ende

## Was sagen die Deutschen?

### Urlaubsformen, Themeninteresse und Brandenburg-Zuspruch



- Im Jahr 2019 gab es in Deutschland 11,6 Millionen Familien – bei 8,2 Millionen lebte mindestens ein minderjähriges Kind im Haushalt. Gut die Hälfte aller Familien waren Ein-Kind-Familien (51,2%) und 36,5% Zwei-Kind-Familien. \*1
- Laut einer Untersuchung der FUR-Reiseanalyse im Jahr 2019 innerhalb der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahren besteht überdurchschnittliches Interesse an „Familienurlaub“ u.a. bei Einwohnern aus Sachsen-Anhalt, Sachsen, Hessen und Nordrhein-Westfalen. \*2
- In 2021 zeigten sich gemäß einer Destination Brand Befragung insgesamt 36% der repräsentierten Bevölkerung an der Urlaubsaktivität „Familienangebote nutzen“ interessiert (in 2018: 27%). 29% der Befragten hielten in 2021 dabei das Reiseziel Brandenburg für die Urlaubsaktivität „Familienangebote nutzen“ für sehr gut geeignet bis gut geeignet. \*3
- Insgesamt beurteilten 35% der repräsentativen deutschen Bevölkerung im Jahr 2017 das Reiseziel Brandenburg als „familienfreundlich“ (in 2014: 31%). Deutlich höher fiel der Zustimmungswert für die Eigenschaft „familienfreundlich“ der Besucher in der Vergangenheit aus (65%), welche Brandenburg bereits für einen Urlaub mit mind. einer Übernachtung besucht haben. \*3

\*1 Quelle: Statistisches Bundesamt: Mikrozensus 2019 | \*2 Tourismusatlas Deutschland, DITF, 2. Auflage 2021

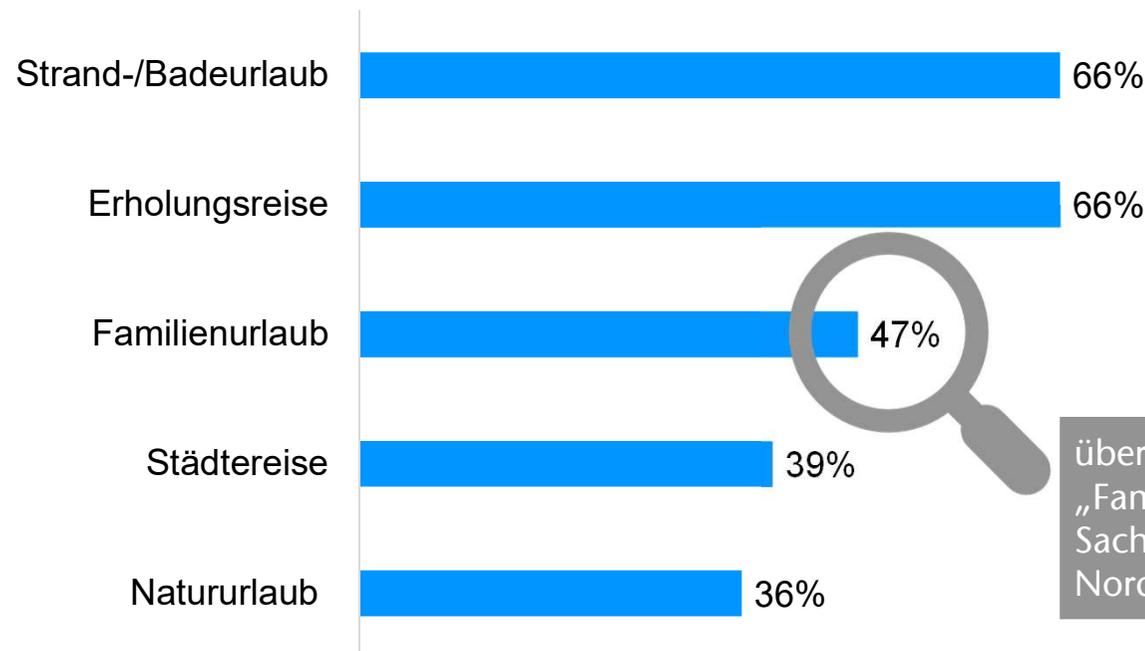
\*3 Quelle: Inspektour GmbH, Destination Brand Themenstudie bzw. Profilstudie Deutschland/ Brandenburg

## Interesse an Urlaubsformen 2021



### TOP 5 Urlaubsformen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren, in Deutschland  
(Summe der Angaben zu „plane ziemlich sicher“ und „kommt generell in Frage“)



Fragestellung: Welche dieser Möglichkeiten, Urlaub zu machen, planen Sie innerhalb der nächsten 3 Jahre ziemlich sicher zu nutzen? Und welche dieser Urlaubsarten kommen für Sie in den nächsten 3 Jahren generell in Frage?

überdurchschnittliches Interesse an „Familienurlaub“ u.a. bei Einwohnern aus Sachsen-Anhalt, Sachsen, Hessen und Nordrhein-Westfalen (Stand 2019)\*1

Quelle: RA 2021 face-to-face | [https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2021/03/RA2021\\_Erste-Ergebnisse.pdf](https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2021/03/RA2021_Erste-Ergebnisse.pdf), abgerufen im Februar 2022, Folie 14

\*1 Quelle: Tourismusatlas Deutschland, DITF, 2. Auflage 2021





## Was sagen die Deutschen?

Allgemeines Themeninteresse und Eignung Brandenburgs

Eignung für „Familienangebote nutzen“

29%

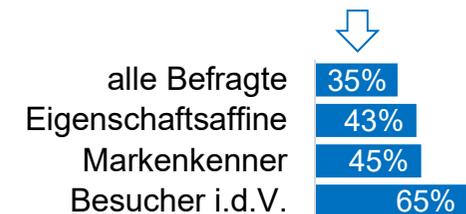
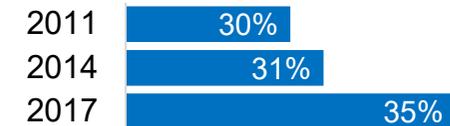
in 2021

... gleichauf mit Eignung für „Urlaub auf dem Lande“ (30%)



ausgeprägt „familienfreundlich“

... gleichauf mit Charakteristika wie „authentisch“ und „naturbelassen“



Interesse an Urlaubsaktivität „Familienangebote nutzen“



Basis: Urlaubsthemen / -aktivitäten bzw. Profileigenschaften von Reisezielen | Top-Two-Box auf Skala: „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“ bzw. „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“, Angabe in % der Fälle (Anteil) | Quelle: Inspektour GmbH, Destination Brand Themenstudie Brandenburg/ Deutschland 2016 und Profilstudie Brandenburg 2017 | Erläuterungen & Fragestellungen siehe Glossar am Ende





## Was sagen die Deutschen?

Eignung Brandenburgs für „Familienurlaub“ & „familienfreundlich“

„Familienurlaub“



„familienfreundlich“



- überwiegend weibliche Personen und die Alterskohorten der 35- bis 64-Jährigen schrieben Brandenburg im Jahr 2016 die höchste Themen-eignung für „Familienurlaub“ zu
  - Vor allem Personen aus den ostdeutschen Bundesländern nehmen Brandenburg als „Familienurlaubs-Destination“ bzw. als „familienfreundlich“ wahr
  - Brandenburg genießt hinsichtlich „Familienurlaub“ bzw. „familienfreundlich“ einen hohen Vertrauensbonus bei den Themen- bzw. Eigenschafts-Affinen und überzeugt für vor allem deutlich bei Besuchern in der Vergangenheit
- überwiegend die Alterskohorten der 55- bis 65-Jährigen und Ältere sowie hoch Gebildete sprachen Brandenburg im Jahr 2017 die höchste Eignung als „familienfreundlich“ zu

Quelle: Inspektour GmbH, Destination Brand Themen- und Profilstudie Brandenburg, 2016 & 2017



## Familienurlaub als ein zentrales Kernthema für Brandenburg



In einer Sonderstudie im Rahmen der Destination Brand Themenstudie (Basis: Jahr 2016) wurden für das Reiseland Brandenburg diese vier **Prio-A-Themen** identifiziert\*:



- **NATUR**
- **FAMILIENURLAUB**
- **GÄRTEN/PARKS**
- **RAD FAHREN**



Dabei handelt es sich um sogenannte Kern- bzw. Profilierungsthemen, welche für die strategische Ausrichtung für das Reiseland Brandenburg sowohl profil- und imagebildend als auch reiseanlassgebend sind.



\* Kriterienkatalog „THEMEN-Priorisierung“: Themeneignung alle Befragte, Wettbewerbsplatzierung, Themeneignung Gäste i.d.V., Marktgröße, Marktdynamik, Korrelation Eignung, Korrelation Interesse (Basis: destinationsabhängige mehrstufige Matrix-Analyse: Verschneidung von Themen | Zielgruppen | Quellmärkten, Inspektour GmbH)

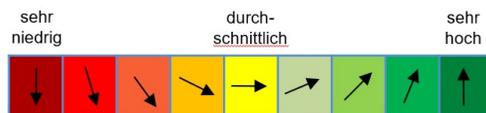
## potenzialträchtigste Quellmarkt-Kombination für Brandenburg



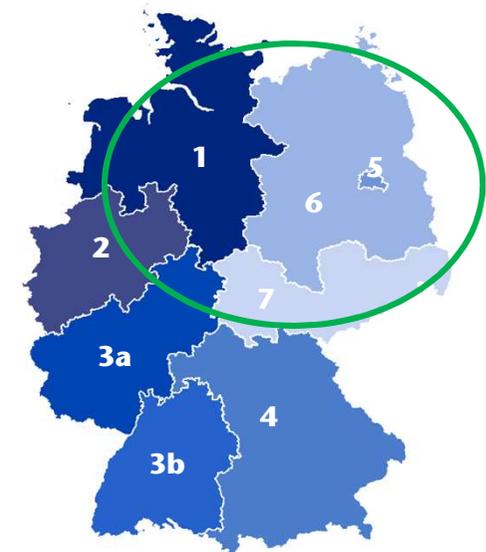
„Familienurlaub“



Möglichkeit zur Themenansprache



- Gebiet N1    Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen
- Gebiet N5    Berlin
- Gebiet N6    Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen-Anhalt
- Gebiet N7    Thüringen, Sachsen



Quelle: Eigene Darstellung durch Inspektour GmbH nach The Nielsen Company (Germany) GmbH, 2018

Die Ansprache mit dem Thema „Familienurlaub“ in Brandenburg funktioniert vor allem in den Nielsen-Gebieten N6 und N7 sehr gut sowie gut in N5 und N1.

Kriterien „Quellmarkt-Potenziale“: Quellmarktspezifische Themeneignungsbeurteilung durch dt. Bevölkerung, Quellmarktspezifische Eignungsbeurteilung Übernachtungsgäste i.d.V., Quellmarktspezifische Marktgröße  
 Quelle: destinationsabhängige mehrstufige Matrix-Analyse: Verschneidung von Themen | Zielgruppen | Quellmärkten; Inspektour GmbH für Brandenburg in 2019



## Verknüpfungsmöglichkeiten der Themen / Profile: Familienurlaub, familienfreundlich, familiäre Atmosphäre



mit weiteren Themen wie ...  
(destinationsunabhängige Korrelation)

Sich in der  
Natur aufhalten



Urlaub auf  
dem Lande /  
Bauernhof



Zoos und  
Freizeitparks  
besuchen



Bade-/  
Strandurlaub

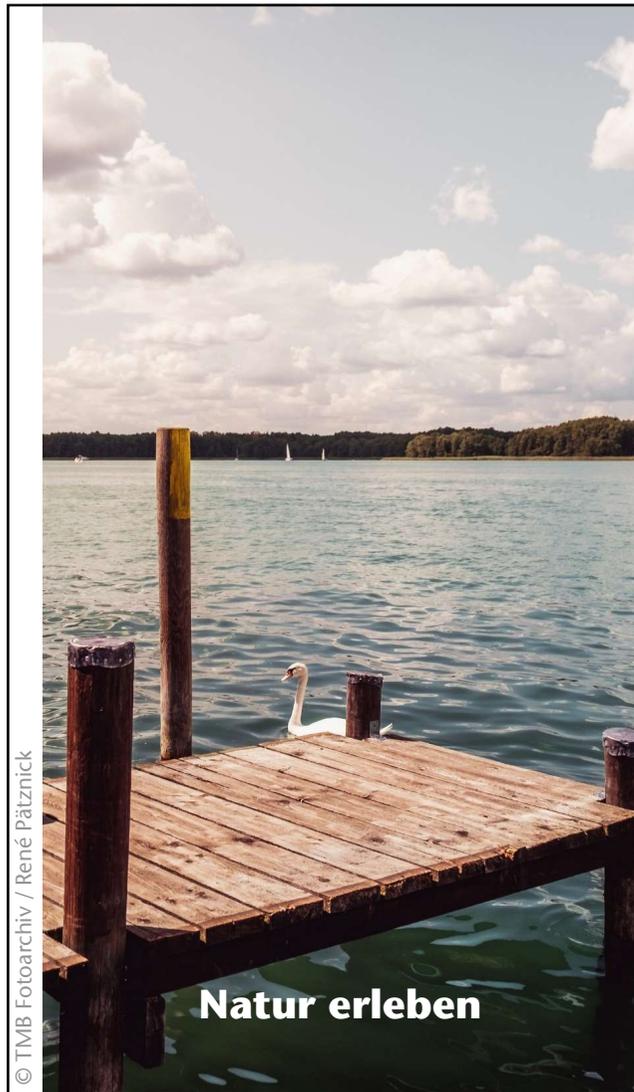


Sich aktiv im  
und am Wasser  
aufhalten



Quelle: Inspektour GmbH, Destination Brand Korrelationsanalyse für die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (in 2017)





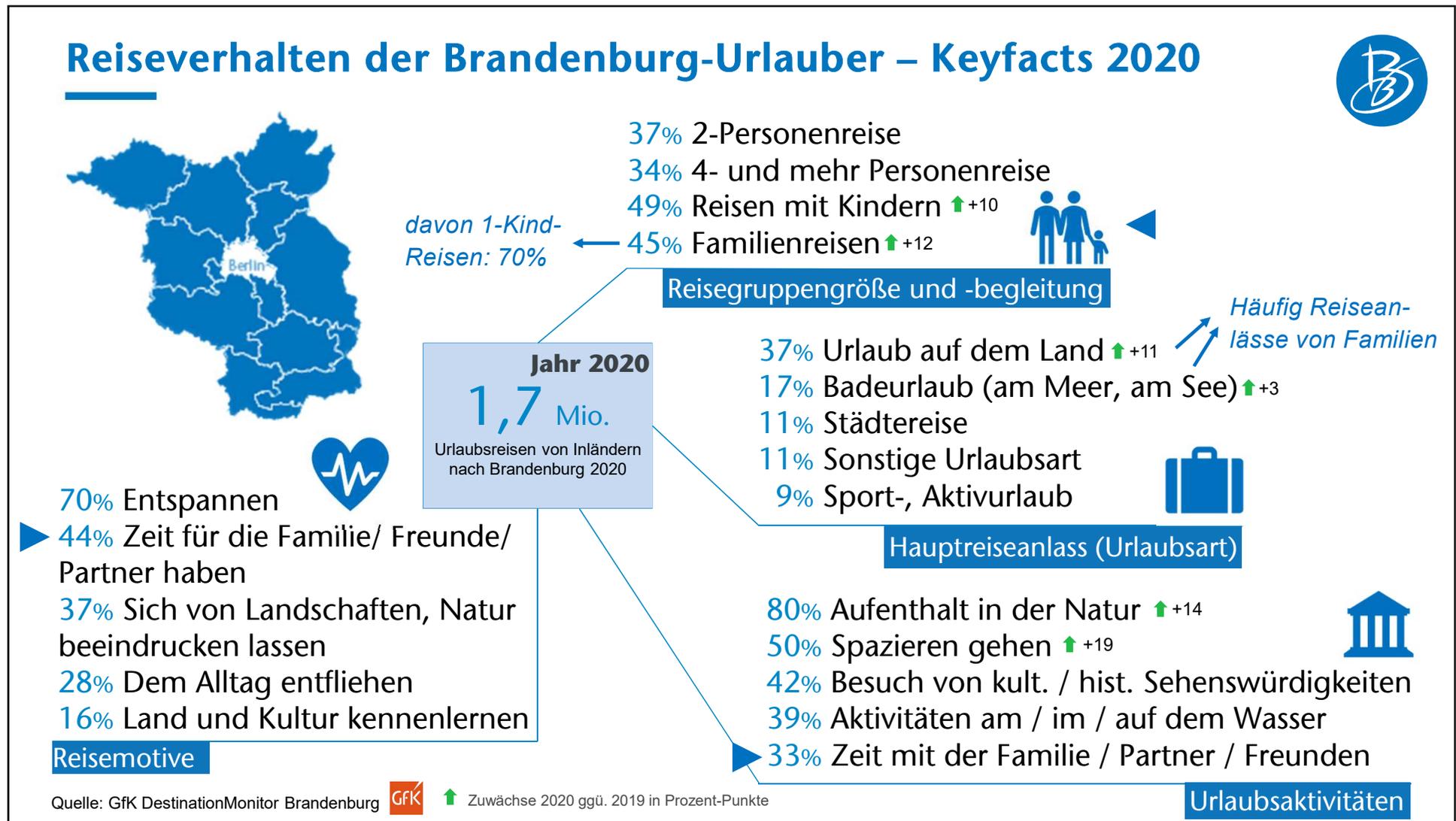
## Wie verhalten sich die Brandenburg-Urlauber?

### Reisecharakter & Aktivitäten



- Das **Reisemotiv „Zeit für Familie/ Freunde/ Partner haben“** war in 2020 für 44% der Brandenburg-Urlauber ein wichtiger Grund im Vorfeld der Reise nach Brandenburg.
- Familienurlaub hat einen hohen Stellenwert bei Inlandsreisen und auch in Brandenburg erfreuen sich „Urlaubsreisen mit Kindern“ bzw. „Familienreisen“ bereits großer Beliebtheit mit wachsender Tendenz.
- Im Jahr 2020 gab es 1,7 Mio. Urlaubsreisen nach Brandenburg. Hierbei waren **Kinder unter 14 Jahre** bei der Hälfte der Reisen (49% | +10%-Punkte zu 2019) unter den Reisenden. Etwas mehr als ein Drittel der Urlaubsreisen (45% | +12%-Punkte zu 2019) wurden als konkrete **„Familienreise“** unternommen (Deutschland 28%). Das heißt, mind. eine begleitende Person aus dem Haushalt für ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer.
- Gemeinsame Zeit im Urlaub ist ein wichtiger Bestandteil des Familienlebens. Das zeigt sich auch in den **Aktivitäten vor Ort**, wo in den Jahren 2019 und 2020 „Zeit mit der Familie/ Partner / Freunden verbringen“ mit einem Anteil von 33% an allen Urlaubsreisen nach Brandenburg auf dem 5. Rang stand (Mehrfachnennung möglich).

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg 



## Anteil von „Reisen mit Kindern“ bzw. „Familienreisen“ bei Urlaubsreisen nach Brandenburg



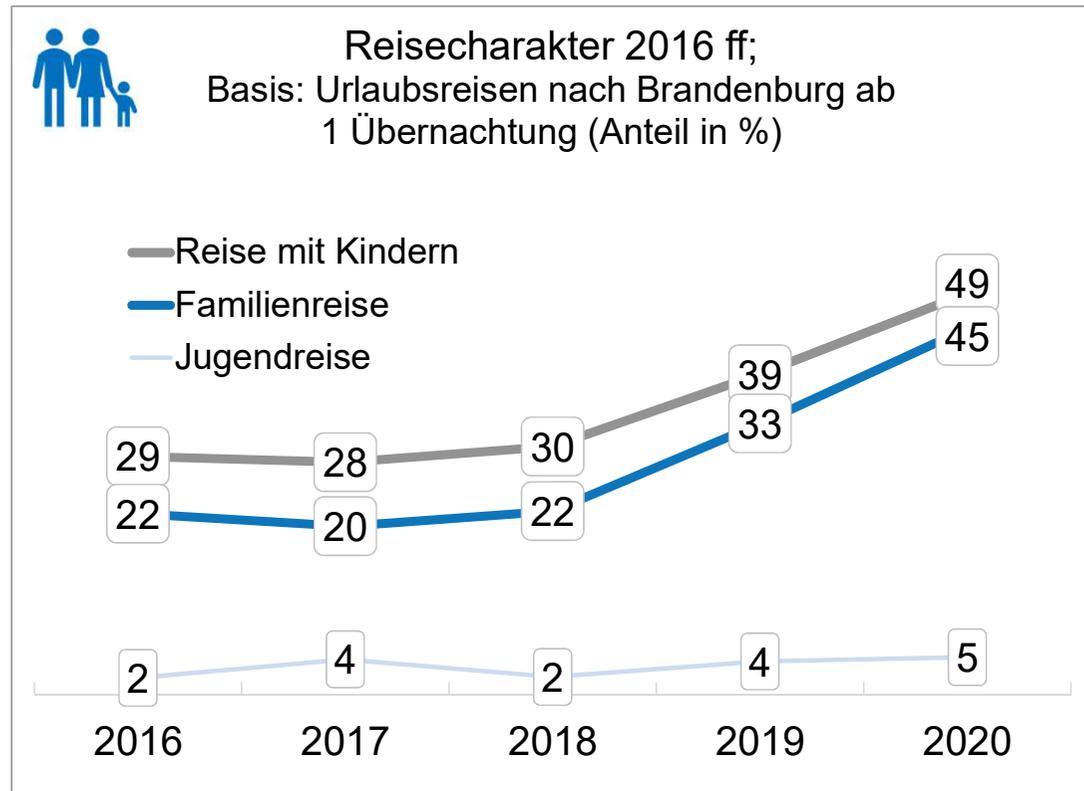
**Reise mit Kindern:** Mindestens ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer.

Kann auch eine Familie sein, wo die Freundin der Tochter mitreist, die demzufolge nicht im Haushalt lebt. Oder die Tante/ Onkel verreisen mit Nichte/Neffen bzw. die Großeltern mit Enkelkindern.

**Familienreise:** Mindestens eine begleitende Person aus dem Haushalt für ein Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer; d.h. mind. ein begleitender Elternteil mit einem Kind unter 14 Jahre ist Reiseteilnehmer.

**Jugendreise:** Reisen von Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahre.

Bei 45% der Urlaubsgäste in Brandenburg war die Reise 2020 als Familienreise geprägt.



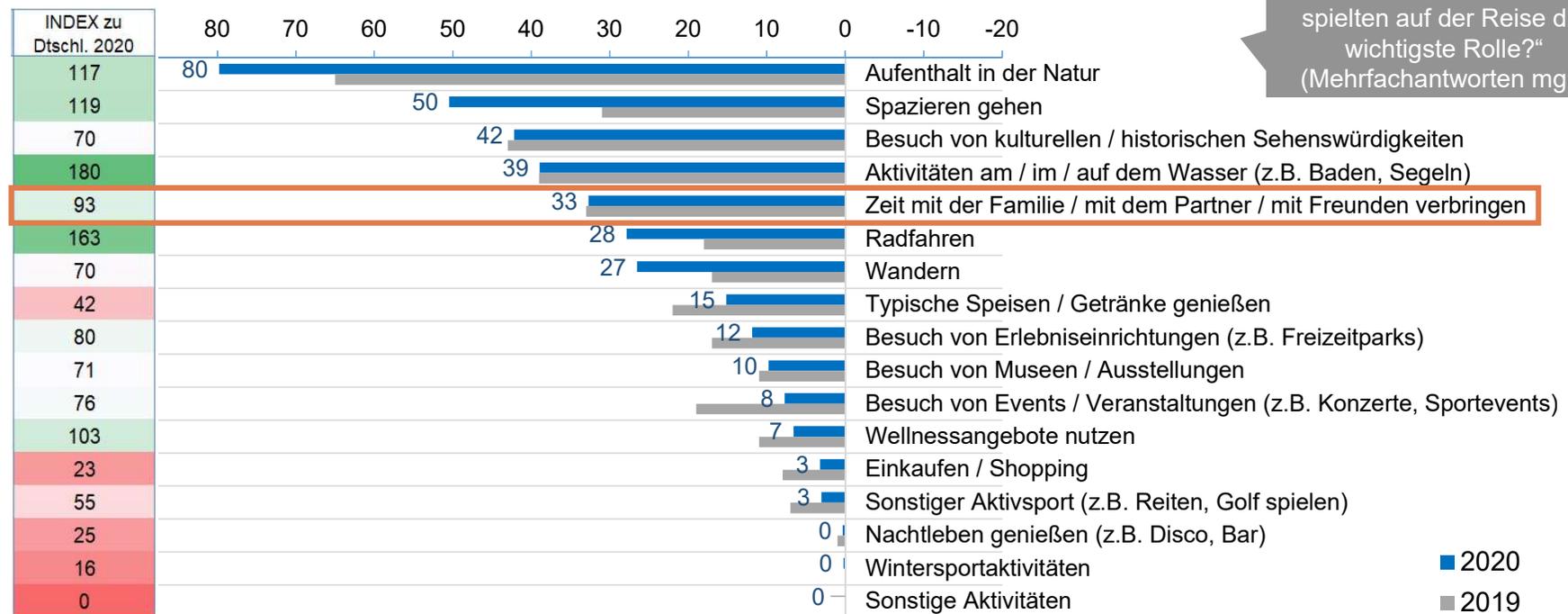
Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg 



## Aktivitäten bei Urlaubsreisen nach Brandenburg

Aktivitäten 2019 vs. 2020

Basis: Urlaubsreisen nach Brandenburg ab 1 Übernachtung (Anteil in %)



„Welche Aktivitäten (Spazieren, Wandern, Radfahren, ...) spielten auf der Reise die wichtigste Rolle?“ (Mehrfachantworten mgl.)

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg

In den Jahren 2019 und 2020 stand die Aktivität „Zeit mit der Familie/ Partner / Freunden verbringen“ mit einem Anteil von 33% an allen Urlaubsreisen nach Brandenburg auf dem 5. Rang.

## Was bevorzugen „Familienreisende“ bei Urlaubsreisen nach Brandenburg?



- Für eine gelungene Urlaubsreise sind Erlebnisse am Reiseziel entscheidend. Ganz oben stehen bei Familien-Urlauben nach Brandenburg naturbezogene Aktivitäten. So vorrangig Aufenthalte in der Natur (69% in 2019 | alle Brandenburg-Urlauber = 65%) und Aktivitäten am/ im/ auf dem Wasser wie z.B. Baden, Bootstouren, Segeln (57% in 2019 | alle Brandenburg-Urlauber = 39%).
- Werden Leistungen von Familien-Urlaubern im Vorfeld der Reise gebucht, so informieren sich diese über zahlreiche Kanäle. Neben "Internet allgemein", womit beispielsweise Websites der Urlaubsregionen oder Reiseforen gemeint sind, spielt auch die „persönliche Erfahrung“ mit dem Urlaubsland Brandenburg, z.B. aus früheren Besuchen, eine wichtige Rolle. Aber auch die „Empfehlungen von Bekannten bzw. Verwandten“ sind wichtig.
- Familienreisende übernachten bei ihrem Brandenburg-Urlaub vorrangig in Ferienwohnungen/-häusern bzw. Appartement-/Bungalow-Anlagen. Beliebt sind auch Hotels inkl. Gasthof, Motel, Lodge sowie Unterkunftsarten wie Zelt, Camping, Wohnwagen, Wohnmobil. Im Vergleich zu Deutschland (Index-Wert) bevorzugen Familienreisende bei Urlaubsreisen nach Brandenburg überdurchschnittlich Appartement-/Bungalow-Anlagen und Zelt/Camping, Wohnwagen/-mobil.

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg, 2019 bzw. Sonderanalyse (Ø 2012-2018)



## TOP 6 Urlaubsaktivitäten von „Familienreisenden“ 2019



Im **Jahr 2020** gewannen bedingt durch das Corona-Jahr Aktivitäten wie „Aufenthalt in der Natur“ sowie „Spazieren gehen“ an Anteilswerten hinzu. Der Besuch von Sehenswürdigkeiten oder Erlebniseinrichtungen war geringer als in 2019. Auch Wander- und Radfahr-Aktivitäten hatten für Familienreisende eine leicht gestiegene Relevanz.

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg

## Infoquellen und Unterkunftsarten von „Familienreisenden“

Basis: Urlaubsreisen nach Brandenburg (Ø 2012-2018) der „Familienreisenden“ (Anteil in %)

### TOP 3 Informationsquellen\*

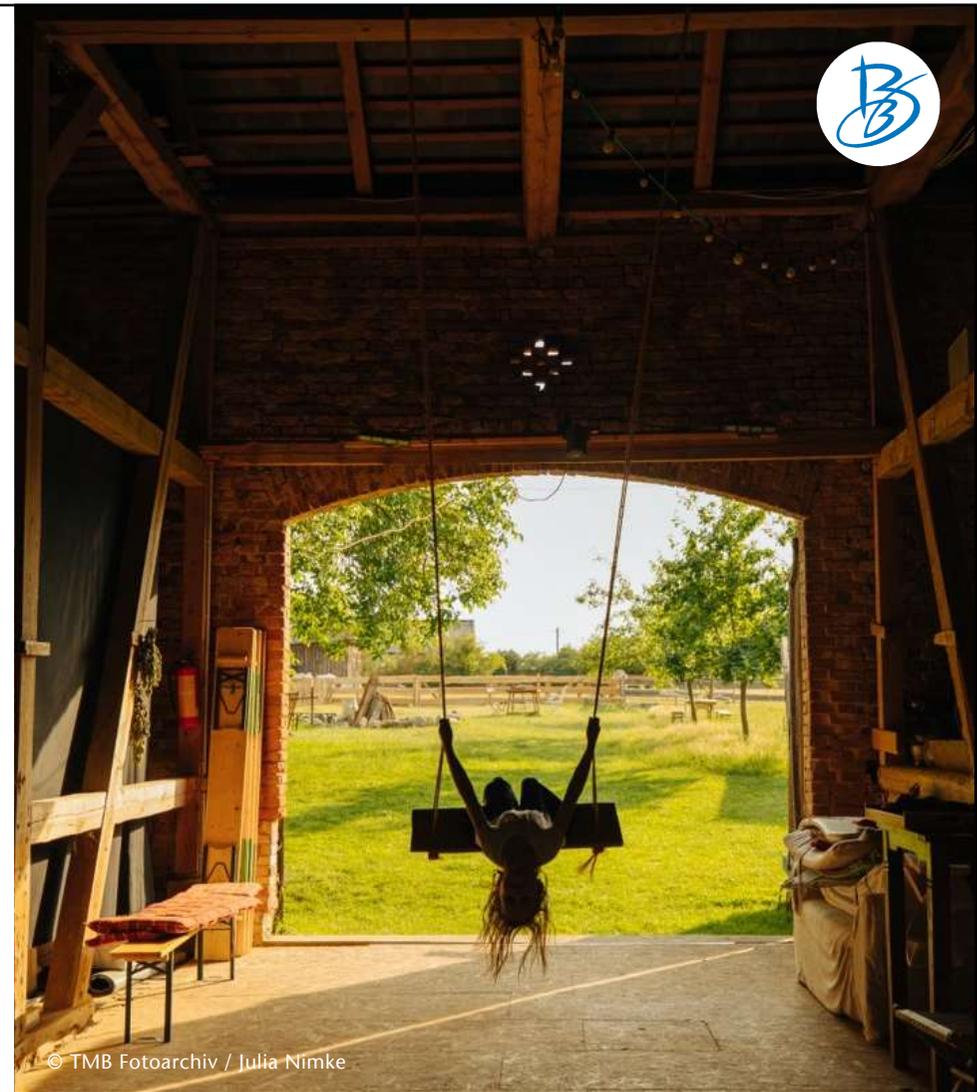
- Internet allgemein (~27%)
- Persönliche Erfahrung / Reiseziel bereits besucht (~13%)
- Empfehlungen Bekannter/ Verwandter (~12%)

\* 11 Info-Quellen zur Auswahl | (Mehrfachantworten)

### TOP 4 Unterkunftsarten

- Ferienwohnung, Ferienhaus (24%)
- Hotel inkl. Gasthof, Motel, Lodge (24%)
- Zelt, Camping, Wohnwagen/-mobil (16%) Ø >
- Appartement-/Bungalowanlage (11%) Ø >

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg 



## Brandenburgs Kernzielgruppe „Gesellige Familie“



- Die Familie ist für uns das Allerwichtigste
- Wir leben vor allem in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Bayern
- Unsere Ferienwohnungen, -häuser oder Campingplätze buchen wir meist direkt beim Anbieter online
- Der perfekte Urlaub ist für uns die perfekte Mischung aus Spaß im und am Wasser, vom Plantschen bis zur Bootsfahrt. Dazu noch Radtouren und Ausflüge in die Umgebung, bei denen jeder mal das gemeinsame Ziel bestimmen darf.
- Wir mögen familiengerechte Küche oder kochen gern selbst
- Persönliche Erfahrungen bzw. Empfehlungen von Verwandten, Bekannten bzw. Freunden beeinflussen unsere Reisezielwahl



<https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/marktforschung-statistik/zielgruppen/>

Basis: reiseverhaltensbasierte Zielgruppensegmentierung, GfK Gesellschaft für Konsumforschung & IMT Institut für Management und Tourismus der FH Westküste, in 2015

## Grundpfeiler der Familien-Kampagne Brandenburg



- Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern, Hamburg, Niedersachsen



- aktiv am/im Wasser (inkl. Rad und Wandern)
- Aufenthalt in der Natur (inkl. Rad und Wandern)
- Erlebniseinrichtungen (Zoos, Freizeitparks) und Freizeitunterhaltung



- familiengerechte, niedrigpreisige Unterkunftsarten



- Steigerung von Brandenburgs Image als Familienreiseziel

## Glossar / Erläuterungen



**Destination Brand Themenstudie Brandenburg**  
Inspektour GmbH, 2010, 2012, 2016, 2021



<https://destination-brand.com>

- **Frage zum Themeninteresse:** „Wie groß ist Ihr Interesse an folgenden Urlaubsarten / -aktivitäten (für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung)?“ (prozentualer Anteil der Top-Two-Box auf der Skala von „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“, Basis: alle Befragte n=17.000 in 2016)
- **Frage zur Themeneignung Brandenburgs:** „Inwiefern ist Ihrer Meinung nach das Reiseziel Brandenburg für folgende Urlaubsarten bzw. Aktivitäten im Urlaub geeignet?“ (ganz unabhängig von Ihrem Interesse an den Urlaubsarten und Aktivitäten) (Top-Two-Box auf Skala: „5 = sehr gut geeignet“ bis „1 = gar nicht geeignet“, Angabe in % der Fälle (Anteil), Basis: alle Befragte n=1.000)

**Destination Brand Profilstudie Brandenburg**  
Inspektour GmbH, 2011, 2013, 2017



<https://destination-brand.com>

- **Frage zur Eigenschaftsbeurteilung:** „Bitte geben Sie für jede der nachfolgenden Eigenschaften, z.B. „familienfreundlich“ an, inwieweit diese Ihrer Meinung nach auf das Reiseziel Brandenburg zutreffen? (prozentualer Anteil der Top-Two-Box auf der Skala von „5 = trifft vollkommen zu“ bis „1 = trifft überhaupt nicht zu“)
- „**alle Befragte**“ (Basis n=1.000): Befragte, die die jeweilige Eigenschaft für das betreffende Reiseziel als zutreffend einschätzen
- „**Eigenschafts-Affine**“: jene, denen die jeweilige Eigenschaft bei der Reisezielentscheidung für einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung allgemein von Relevanz ist
- „**Marken-Kenner**“: Kennen das Reiseziel zumindest dem Namen nach (bei Vorgabe des Reisezielnamens)
- „**Besucher in der Vergangenheit**“: haben die Destination bereits für einen Urlaub mit mind. einer Übernachtung besucht

**Destination Brand Sonderstudie für Brandenburg in 2019,**  
u.a. „Korrelationsanalyse“, Inspektour GmbH, Datenbasis 2016 & 2017



- Korrelationsanalyse „**Familienurlaub**“ (Thema) sowie „**familiär**“ und „**familienfreundlich**“ (Eigenschaften) mit weiteren Urlaubsthemen (destinationsunabhängig) und entsprechende Verknüpfungsmöglichkeiten -> Datenbasis: Themenstudie und Profilstudie Brandenburg in 2016 bzw. 2017

Quelle: Inspektour GmbH, Destination Brand Studie | <https://destination-brand.com>

## Glossar / Erläuterungen



GfK DestinationMonitor Brandenburg  
jährlich seit 2012



Der GfK DestinationMonitor umfasst – unabhängig von der Art der Unterkunft – sämtliche privat und geschäftlich veranlasste Reisen der Deutschen ab einer Reisedistanz von 50 km zwischen dem Wohnort des Reisenden und dem Zielort der Reise. Er liefert neben Volumendaten zum Übernachtungs- und Tagesreiseaufkommen auch Ergebnisse zum **Reiseverhalten der inländischen Urlaubsgäste** in Brandenburg bzw. Deutschland.

- **Definition „Urlaubsreisen“** als Teilsegment der Privatreisen: *„Übernachtungsreisen mit einem Urlaubs- oder sonstigen Freizeitreiseanlass (integrierte Reiseformen: reine Urlaubsreisen; Freizeitreisen / Ausflugsfahrten ohne besonderer privater oder sonstiger Anlass)“*.
  - Umfasst sind alle inländischen Urlaubsreisen mit mind. 1 Übernachtung nach Brandenburg ab 50 km vom Wohnort. Sowohl Übernachtungen in gewerblichen Unternehmungen (≥ 10 Betten) als auch solche in privaten Unterkünften mit weniger als zehn Betten, in Privatwohnungen gegen Entgelt (z. B. Airbnb), in eigenen Ferienimmobilien oder bei Verwandten und Bekannten.
- **Definition „Reise mit Kindern“, „Familienreisen“, „Jugendreisen“:**
  - **Reise mit Kindern / Reisende mit Kindern:** Mindestens ein Kind unter 14 Jahre ist Reisetilnehmer. Kann auch eine Familie sein, wo die Freundin der Tochter mitreist, die demzufolge nicht im Haushalt lebt. Oder die Tante/ Onkel verreisen mit Nichte/Neffen bzw. die Großeltern mit Enkelkindern.
  - **Familienreise / Familienreisende:** Mindestens eine begleitende Person aus dem Haushalt für ein Kind unter 14 Jahre ist Reisetilnehmer; d.h. mind. eine begleitender Elternteil mit einem Kind unter 14 Jahre ist Reisetilnehmer.
  - **Jugendreise:** Reisen von Jugendlichen zwischen 14 und 17 Jahre.

<https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/marktforschung-statistik/destinationmonitor-gfk/>

Quelle: GfK DestinationMonitor Brandenburg / Deutschland

## Fotonachweis



© TMB Fotoarchiv

### **Folie**    **Fotograf/ Fotografin**

Titel	Julia Nimke
2	Madlen Wetzel
6	Julia Nimke   Florian Trykowski
7	Julia Nimke   Florian Trykowski
8	Julia Nimke
9	Madlen Wetzel   Florian Trykowski   Judith Hyams
10	René Pätznick   Julia Nimke
16	Florian Trykowski   Christiane Flechtner
17	Julia Nimke

## Weitere Informationen & Kontakt



**Madlen Wetzel**

*Referentin Marktforschung*

[madlen.wetzel@reiseland-brandenburg.de](mailto:madlen.wetzel@reiseland-brandenburg.de)

[reiseland-brandenburg.de](https://www.reiseland-brandenburg.de)

Weitere Zahlen, Daten und Fakten:

<https://www.tourismusnetzwerk-brandenburg.de/marktforschung-statistik/>

Stand: März 2022