

ITB-Tourismusbarometer 2004



Agenda



- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Agenda

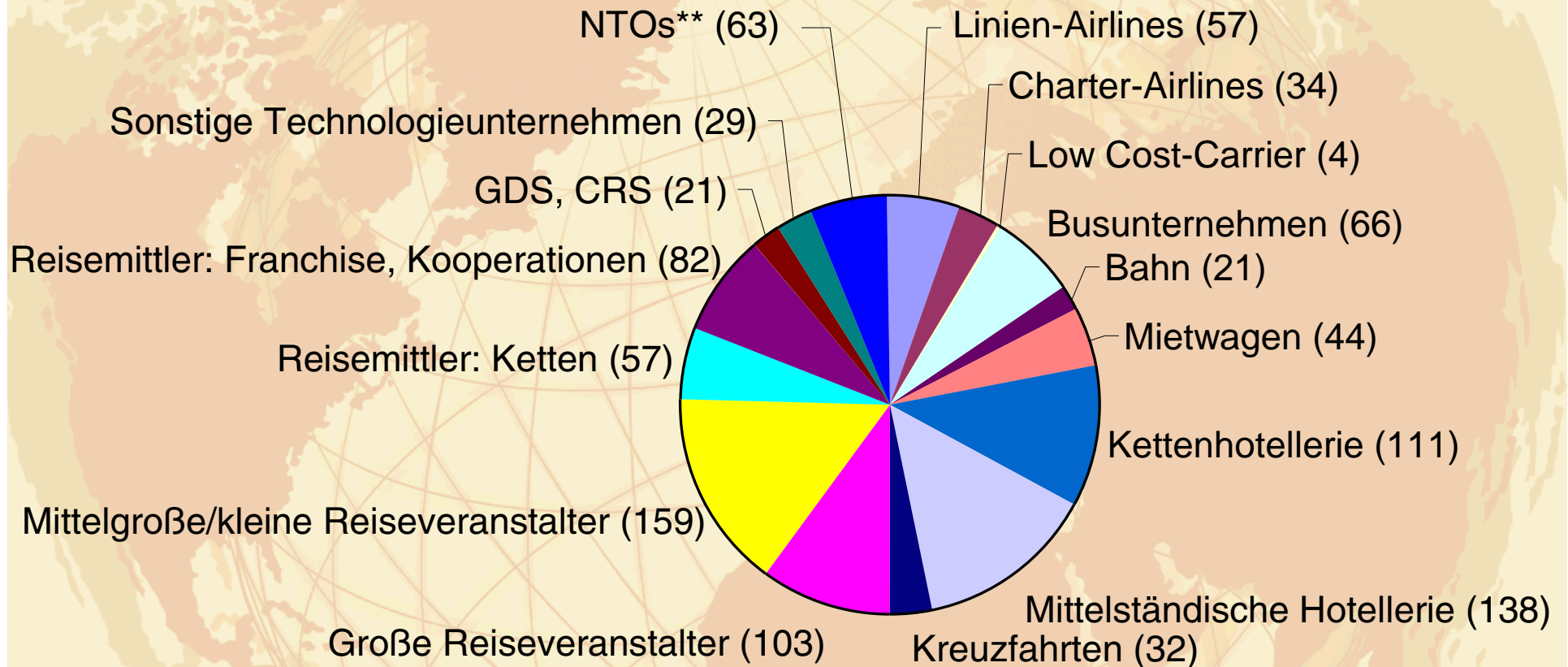


- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Das ITB-Tourismusbarometer ist der erste weltweite Geschäftsklimaindex für die Tourismusbranche

- 1.021 befragte Unternehmen
- Befragungszeitraum Dezember 2003/Januar 2004
- CATI (Computer Aided Telephone Interviews)
- Befragte Unternehmen aus den wichtigsten Segmenten der Tourismusbranche
- Befragte Unternehmen aus den wichtigsten Ländern des Tourismus (Top 20 Länder)
- Je Land ca. 50 befragte Unternehmen
- Frage nach Geschäftserwartungen und Herausforderungen im Jahre 2004
- Validierung der Ergebnisse durch Fachpresseanalyse

Befragte Unternehmen (nach Branchen*)



* Anm: Branche bzw. Geschäftsschwerpunkte der Unternehmen

** NTOs: National Tourist Offices (Fremdenverkehrsämter)

Die 20 analysierten Länder



Die 20 analysierten Länder



International Tourism Receipts (in Mrd. US \$, 2002)

USA	66,5
Spanien	33,6
Frankreich	32,3
<i>China (incl. Hong Kong)</i>	<i>30,5</i>
Italien	26,9
China	20,4
Deutschland	19,2
UK	17,8
Österreich	11,2
Hong Kong (China)	10,1
Griechenland	9,7

International Tourism Expenditures (in Mrd. US \$, 2002)

USA	58,0
Deutschland	53,2
UK	40,4
Japan	26,7
<i>China (incl. Hong Kong)</i>	<i>27,8</i>
Frankreich	19,5
Italien	16,9
China	15,4
Niederlande	12,9
Hong Kong (China)	12,4
Russische Föderation	12,0

▶ zusätzlich: Kanada, Mexiko, Belgien, Schweden, Schweiz, Polen, Bulgarien, Korea.

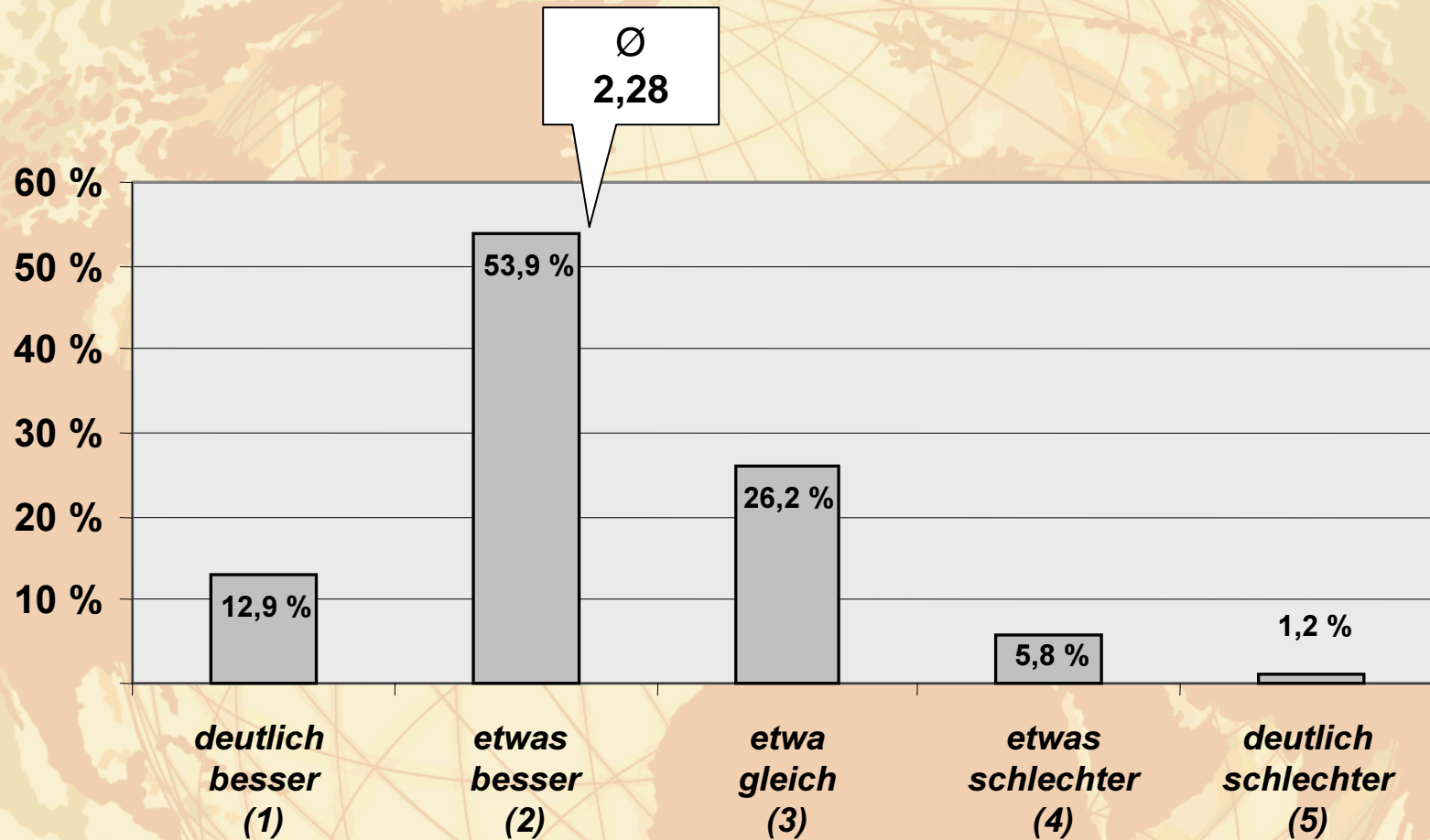
Quelle: World Tourism Organization 2003, Tourism Highlights Edition 2003.

Agenda



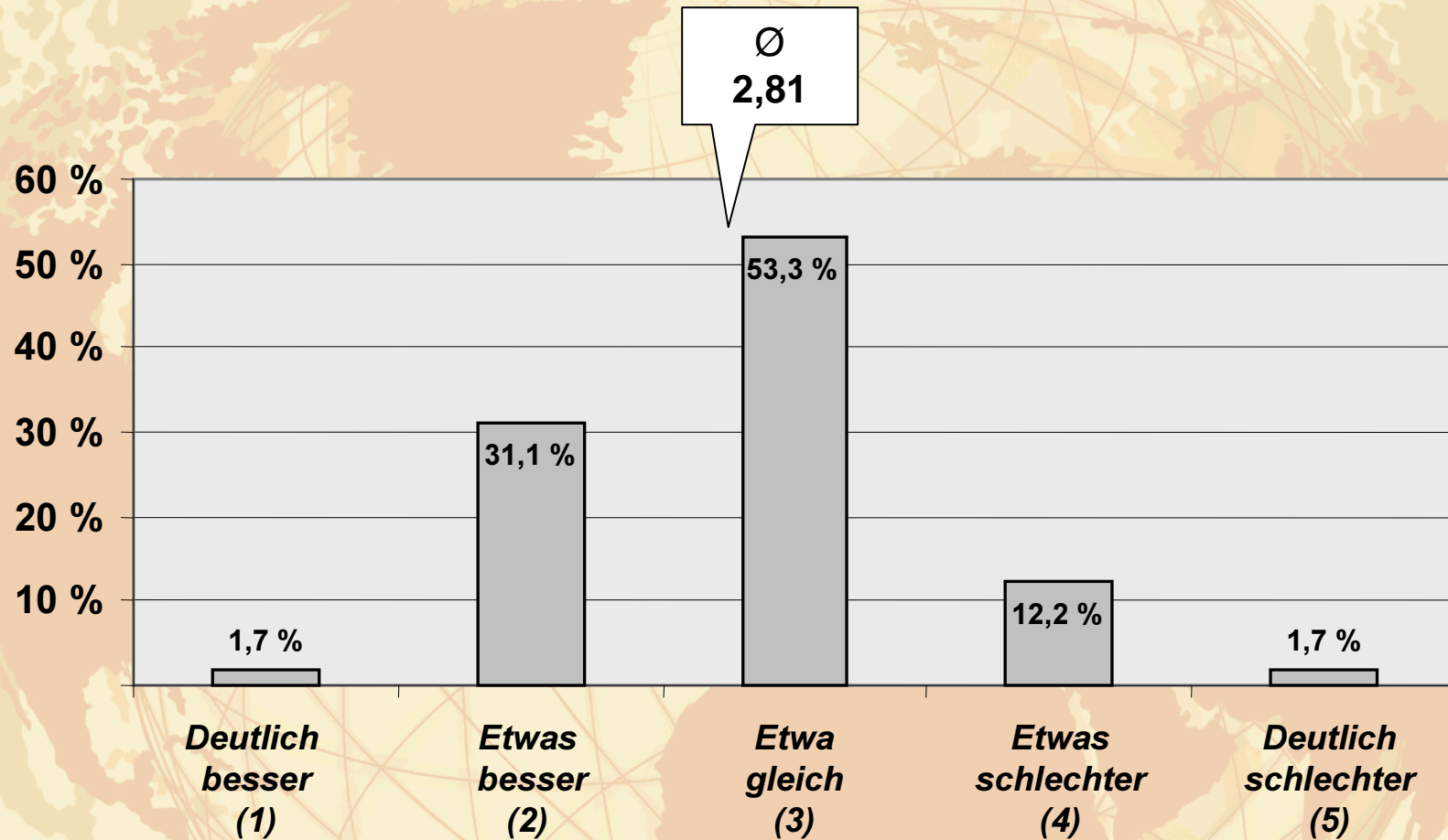
- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Erwartungen zur Mengenentwicklung



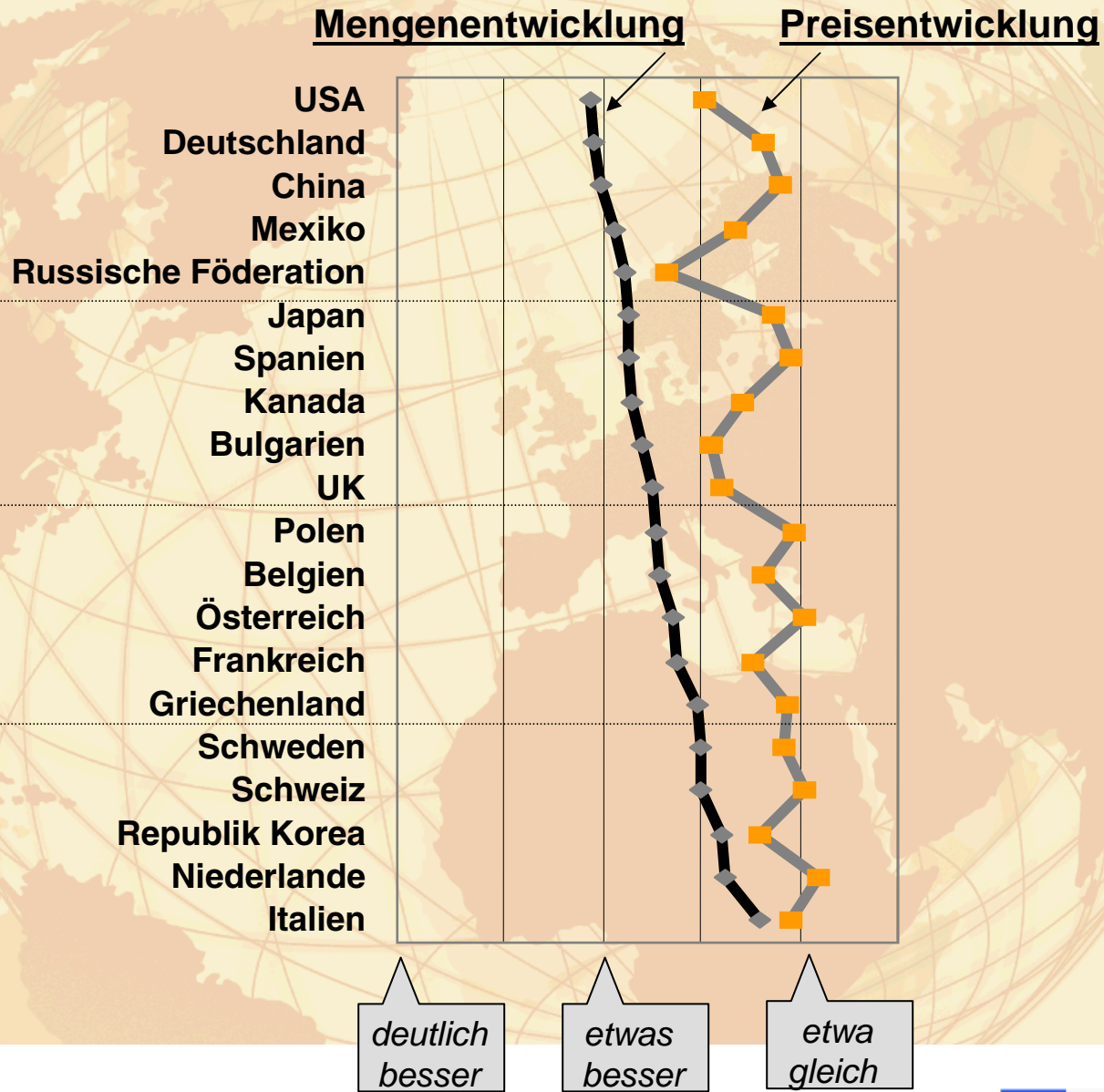
n = 1.007

Erwartungen zur Preisentwicklung



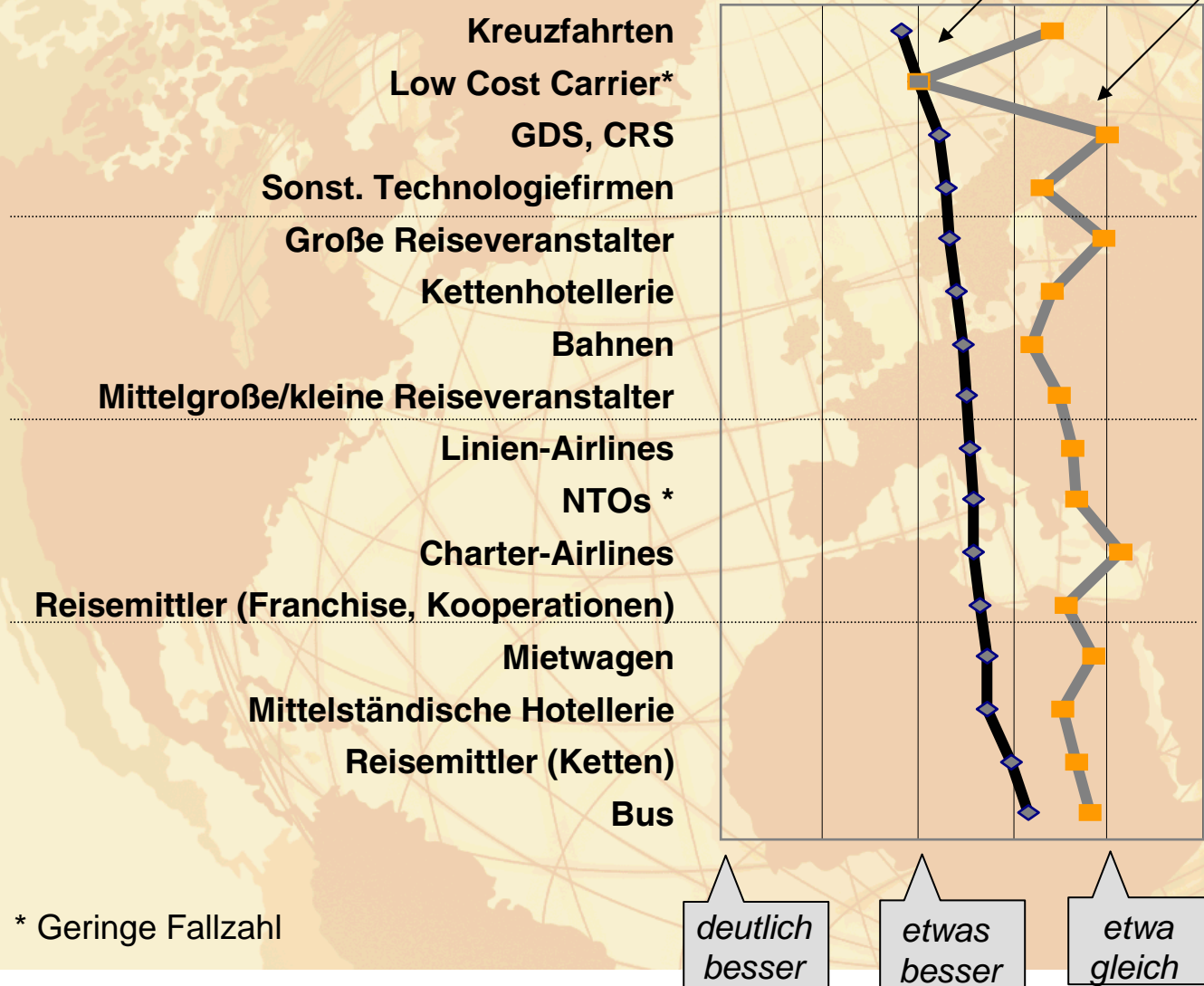
n = 997

Erwartungen nach Ländern



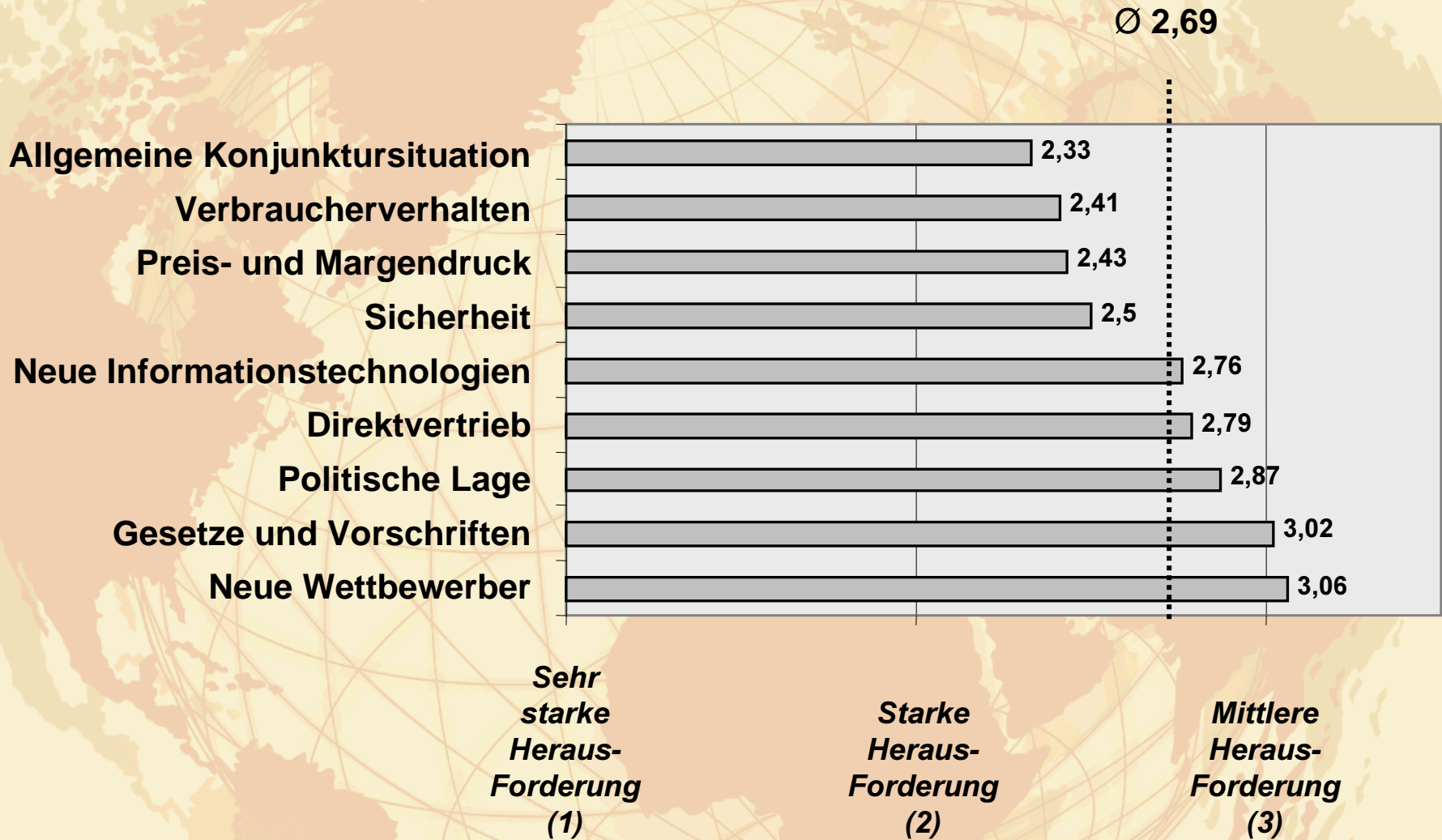
Erwartungen nach Branchen

Mengenentwicklung Preisentwicklung

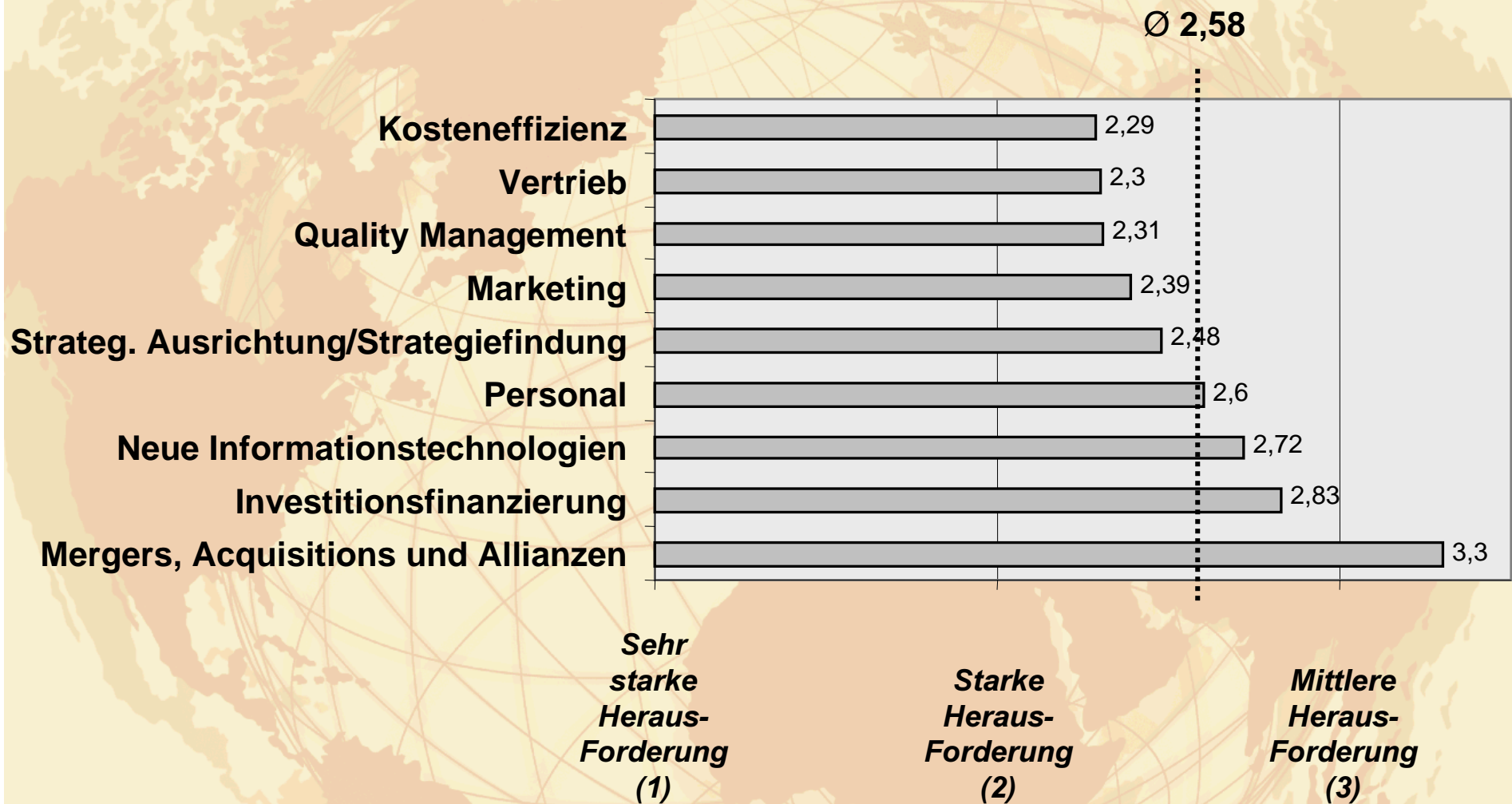


* Geringe Fallzahl

Externe Herausforderungen



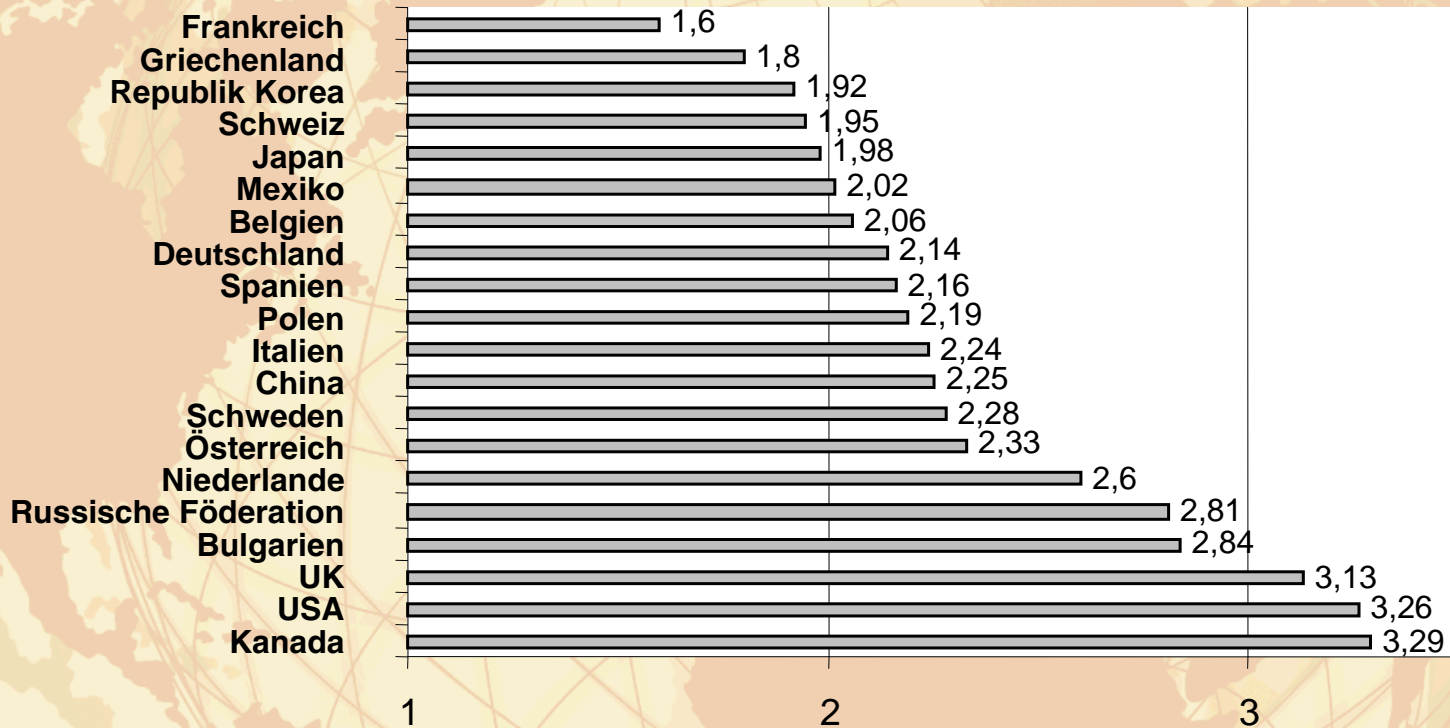
Interne Herausforderungen



Externe Herausforderung No. 1



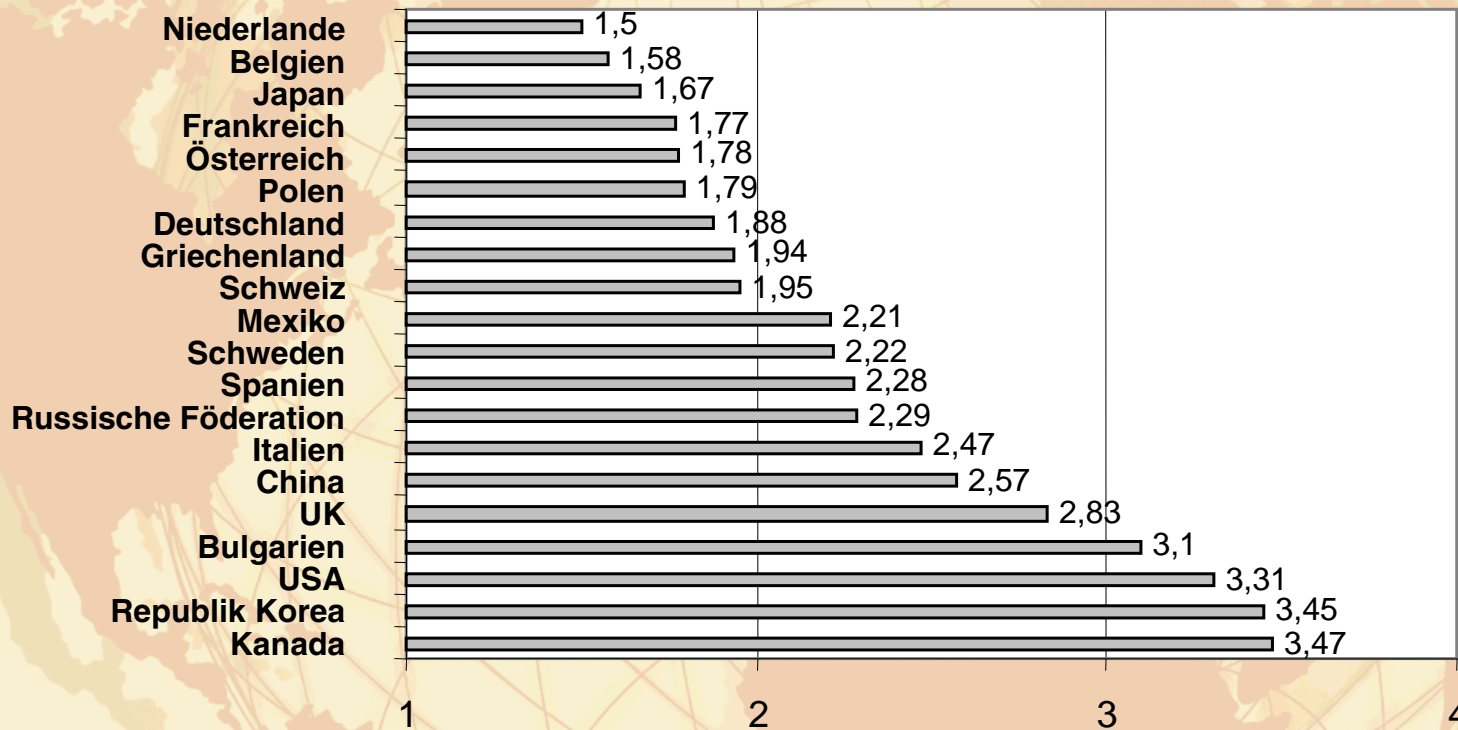
Allgemeine Konjunktursituation



Interne Herausforderung No. 1



Kosteneffizienz



Agenda

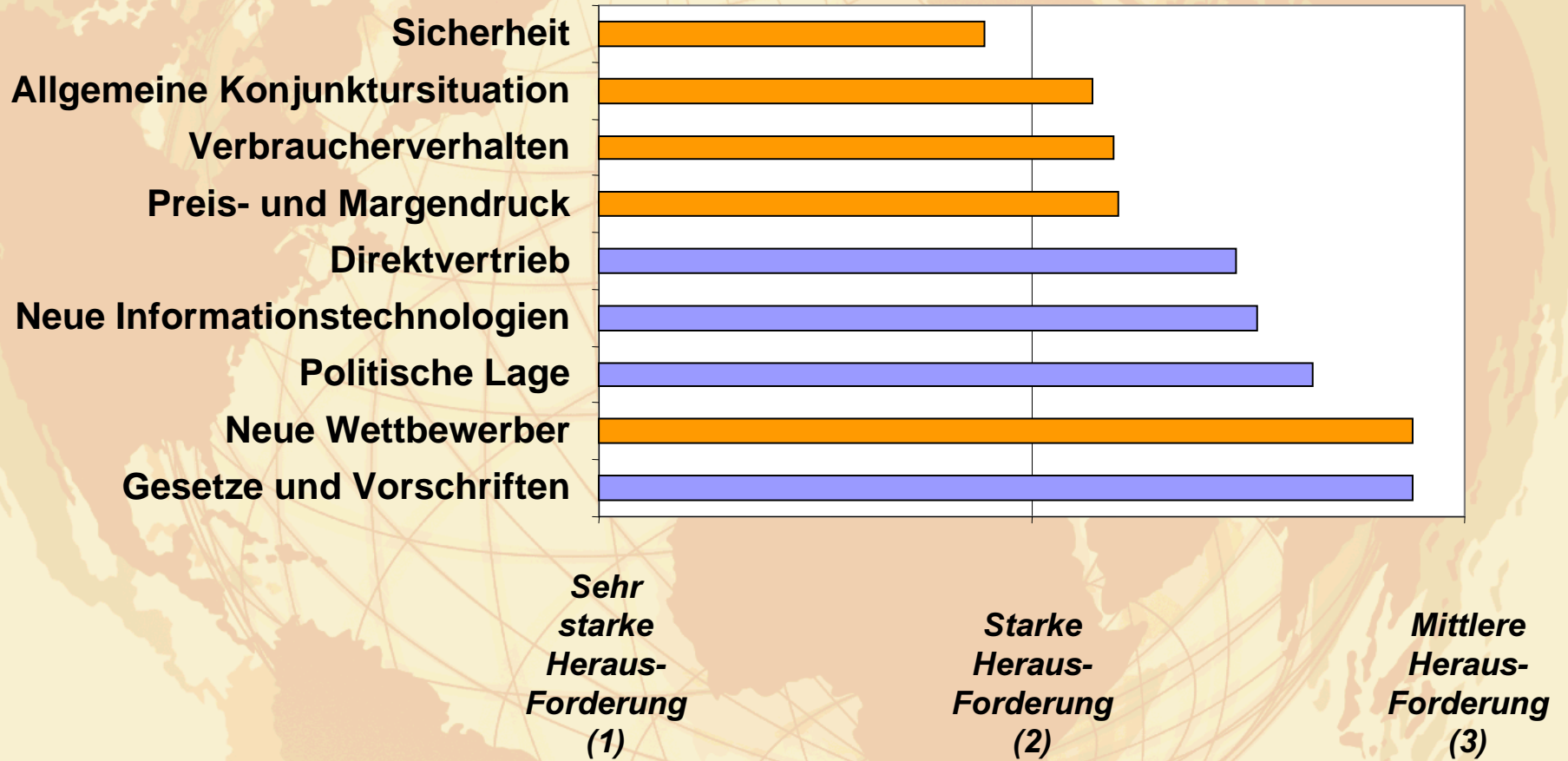


- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Linien-Luftverkehrsgesellschaften



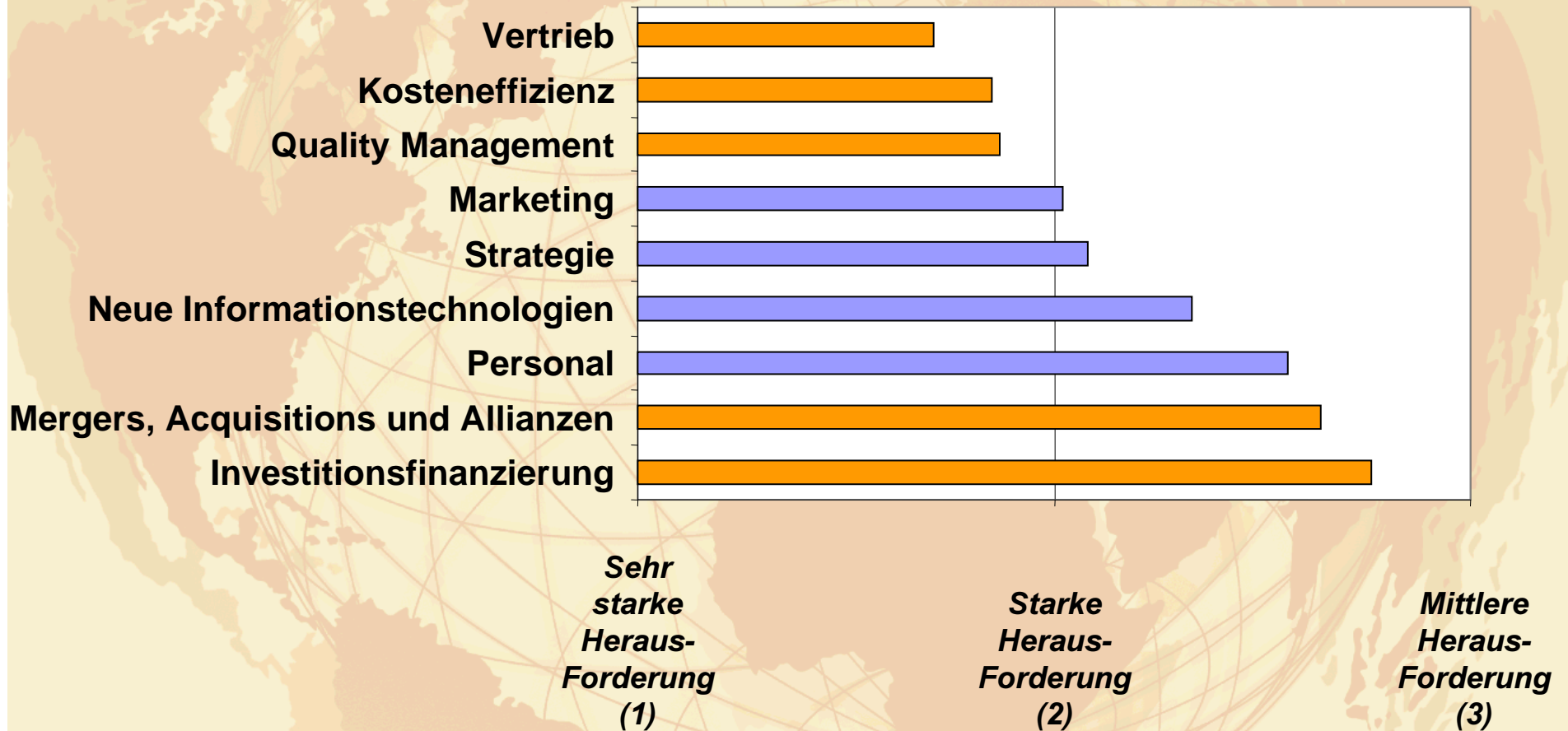
Externe Herausforderungen



Linien-Luftverkehrsgesellschaften



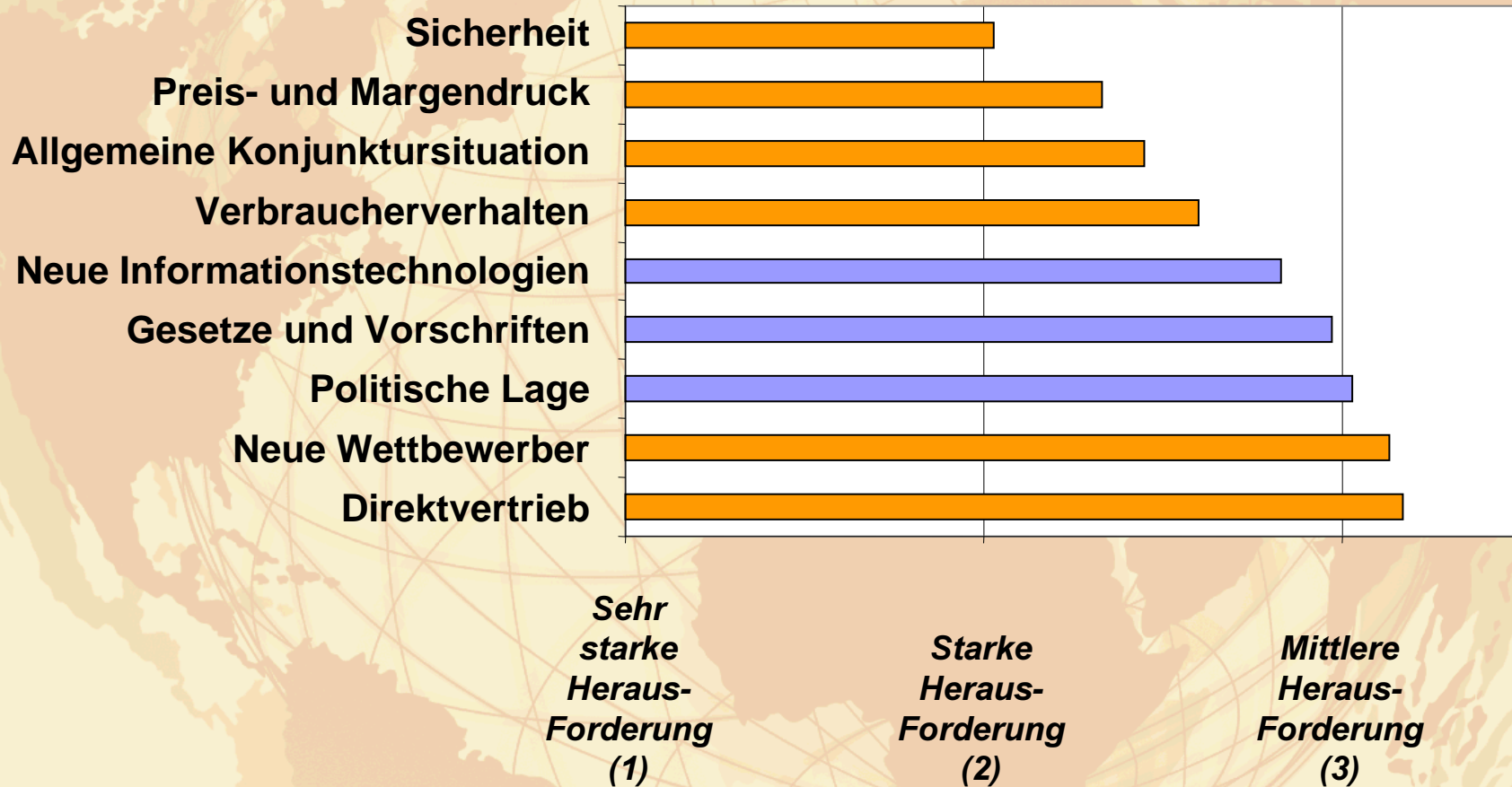
Interne Herausforderungen



Charter-Luftverkehrsgesellschaften



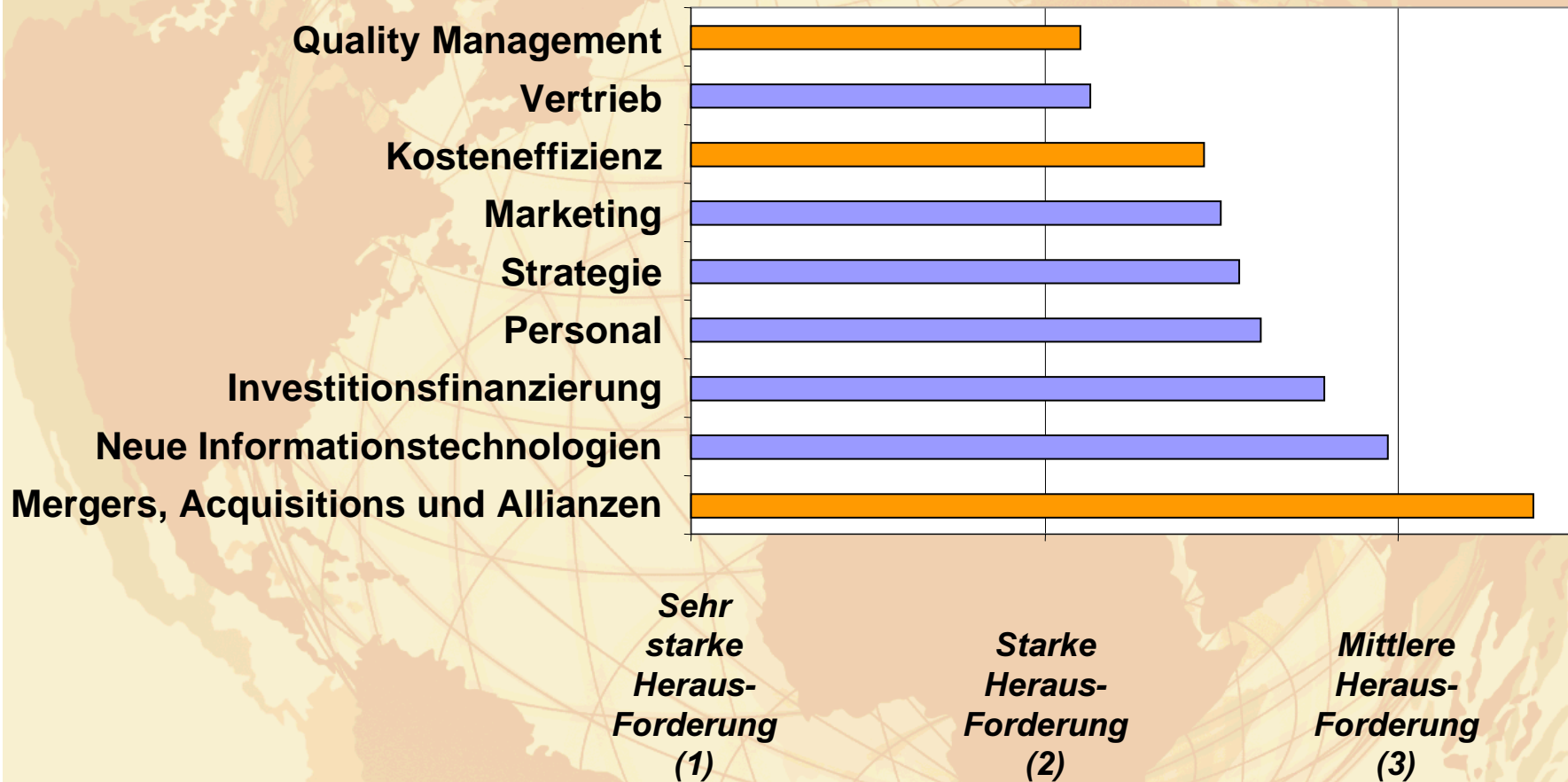
Externe Herausforderungen



Charter-Luftverkehrsgesellschaften



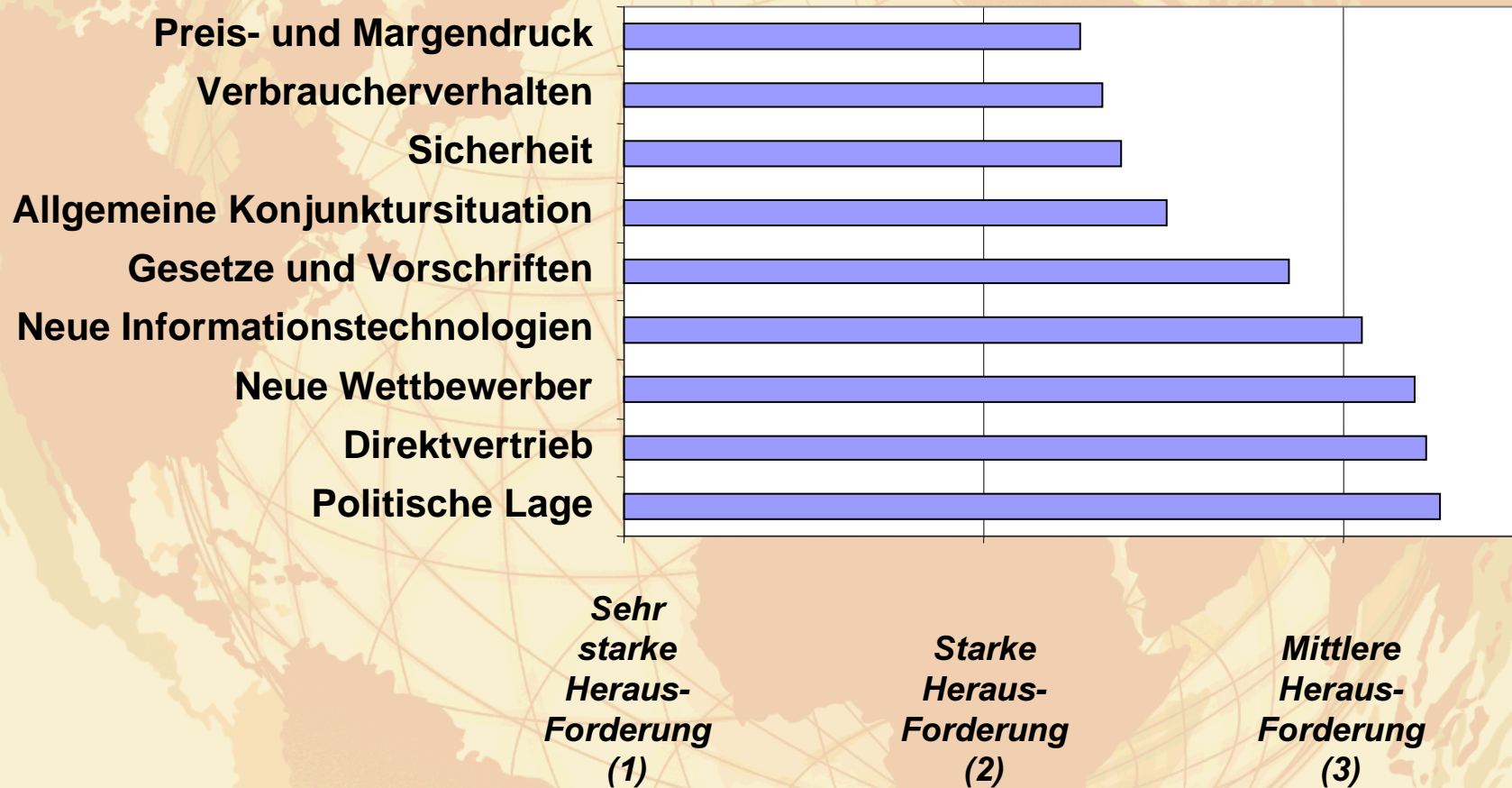
Interne Herausforderungen



Busunternehmen



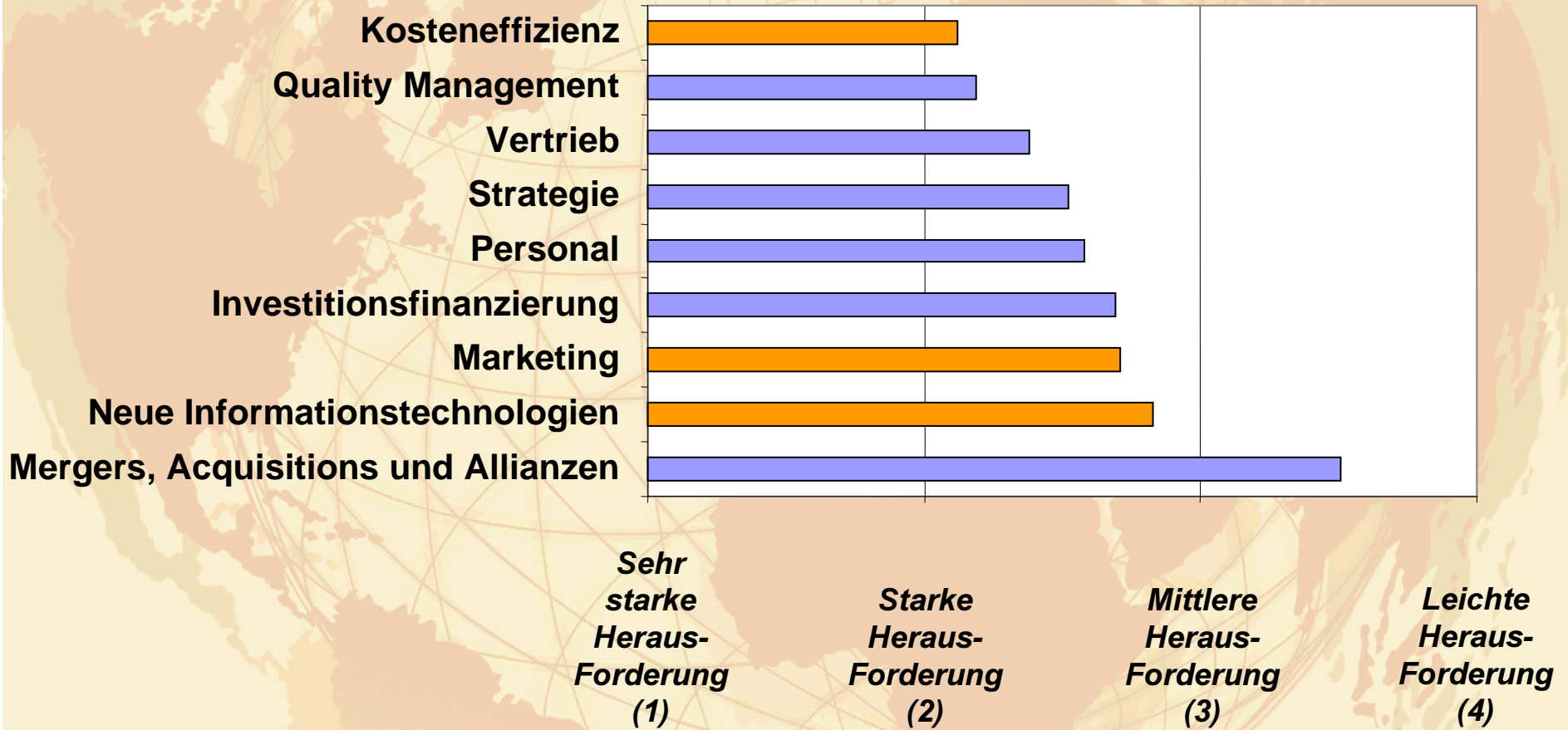
Externe Herausforderungen



Busunternehmen



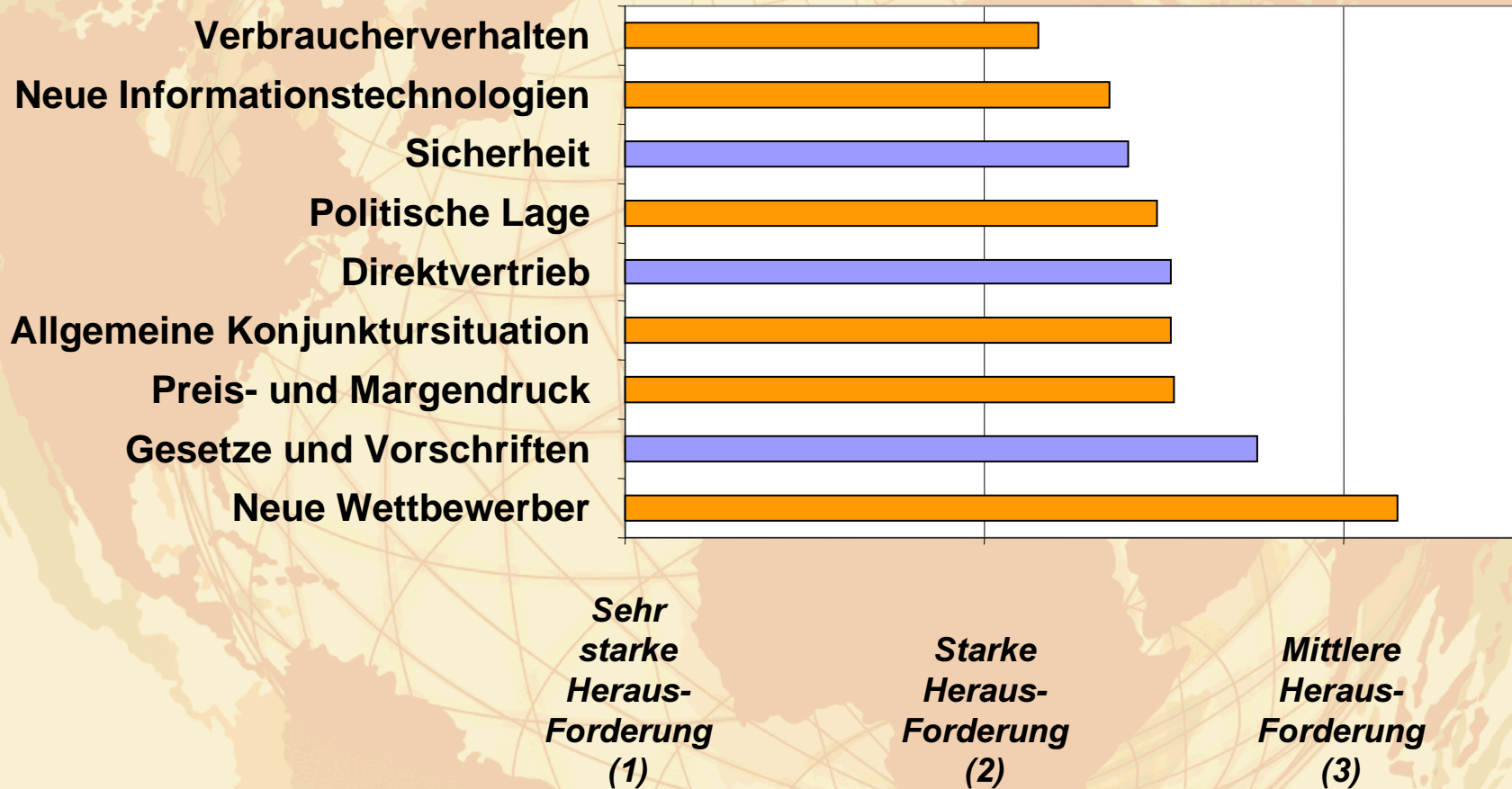
Interne Herausforderungen



Bahnunternehmen



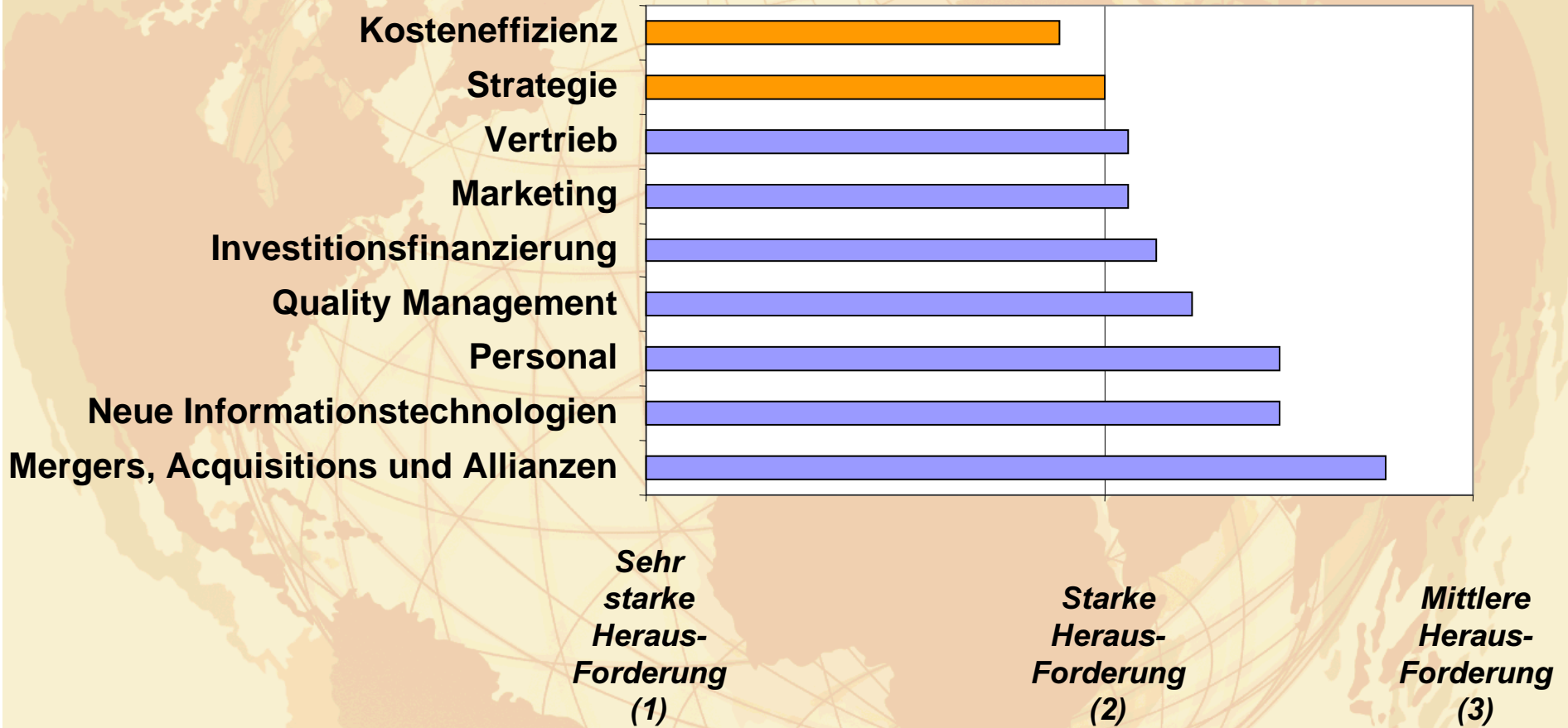
Externe Herausforderungen



Bahnunternehmen



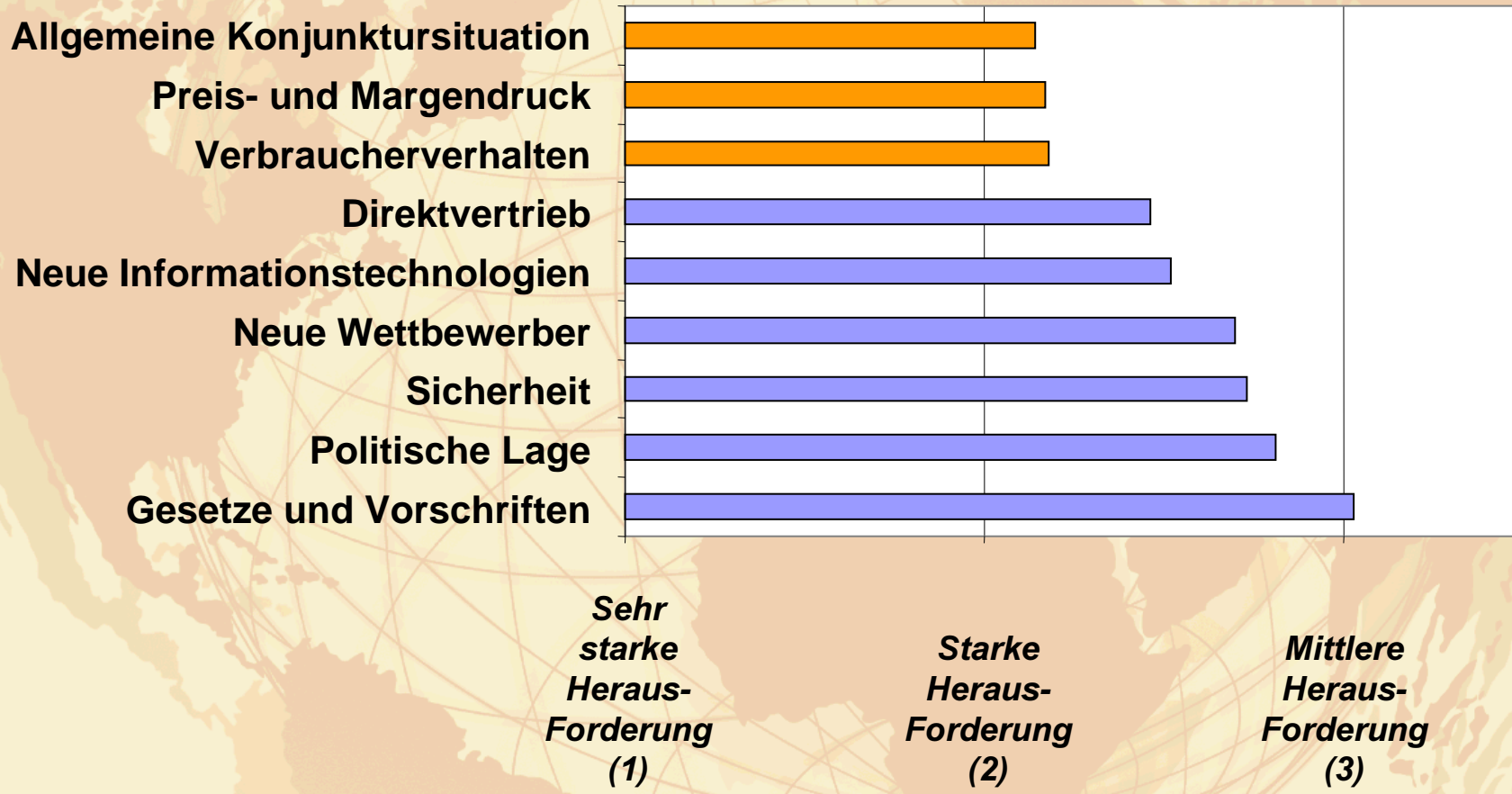
Interne Herausforderungen



Ketten-Hotellerie



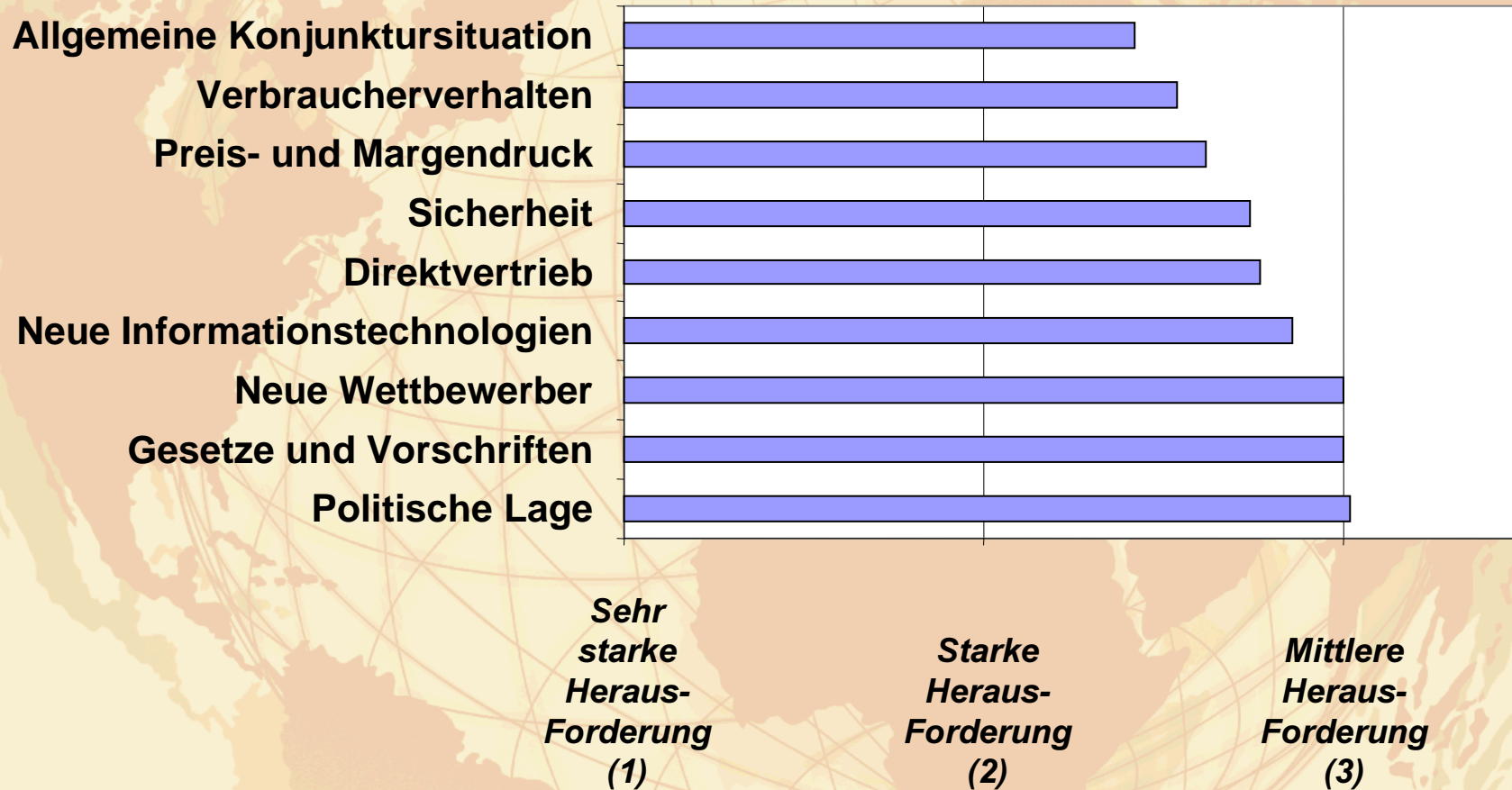
Externe Herausforderungen



Mittelständische Hotellerie



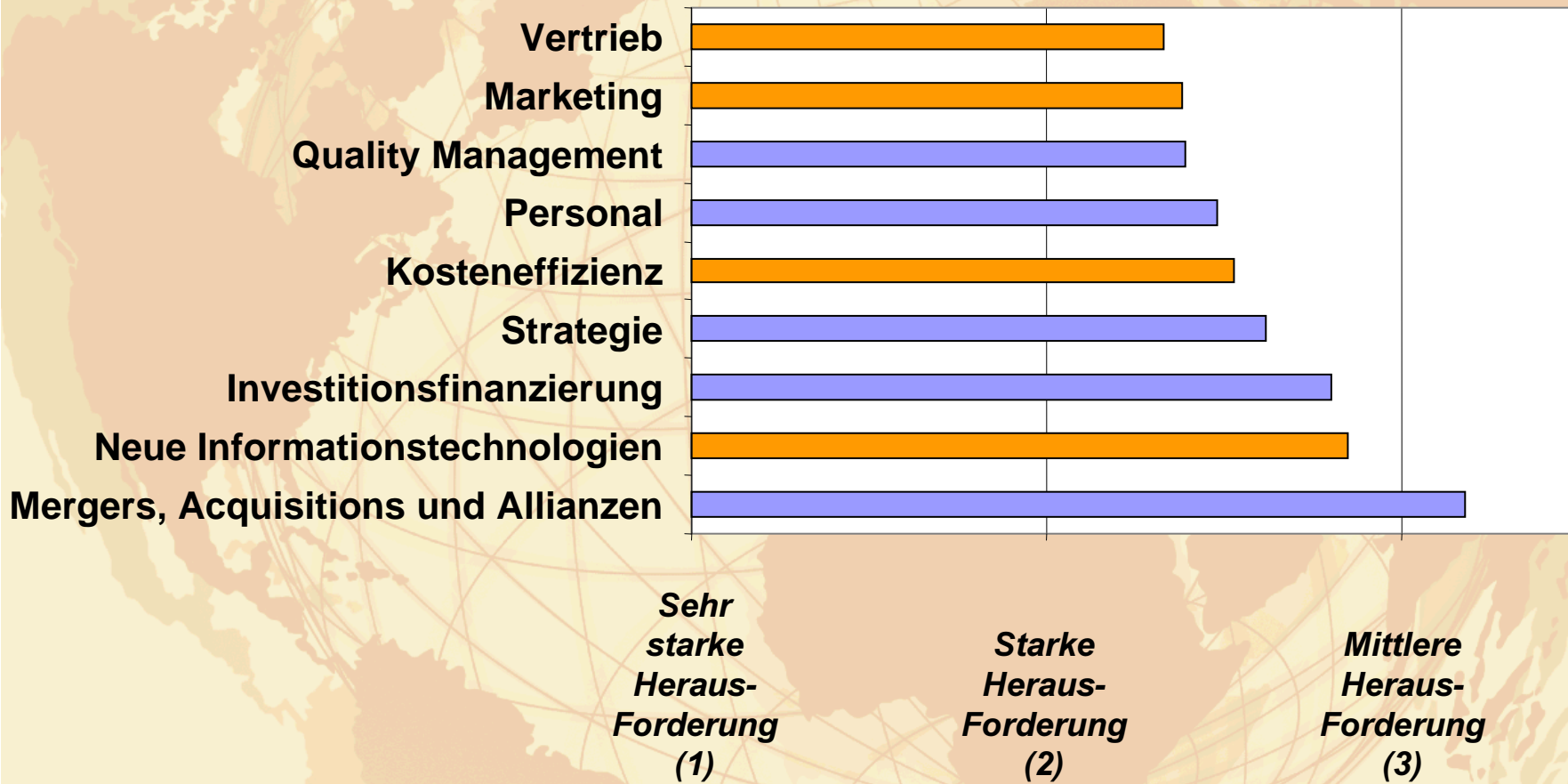
Externe Herausforderungen



Mittelständische Hotellerie



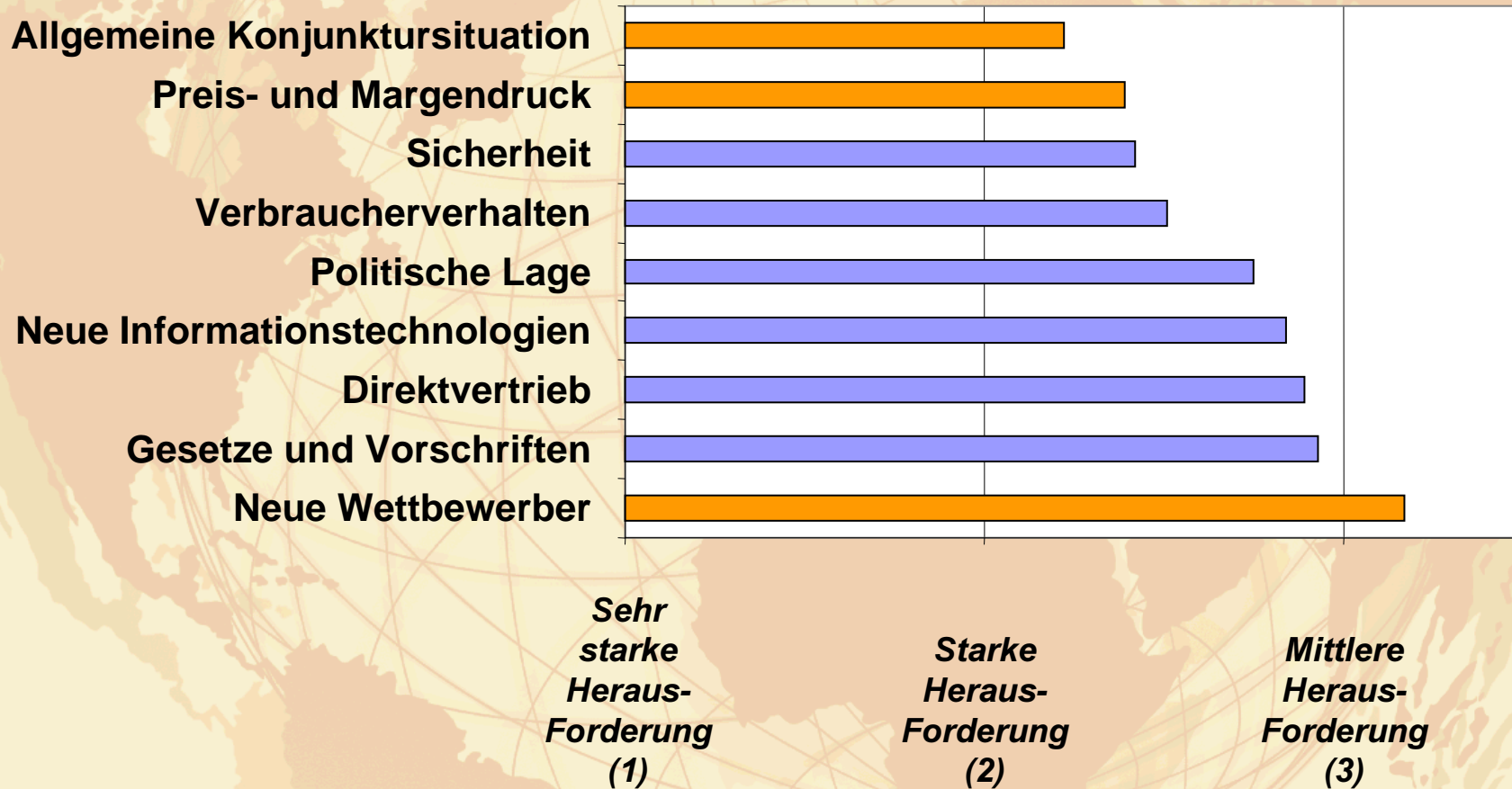
Interne Herausforderungen



Große Reiseveranstalter



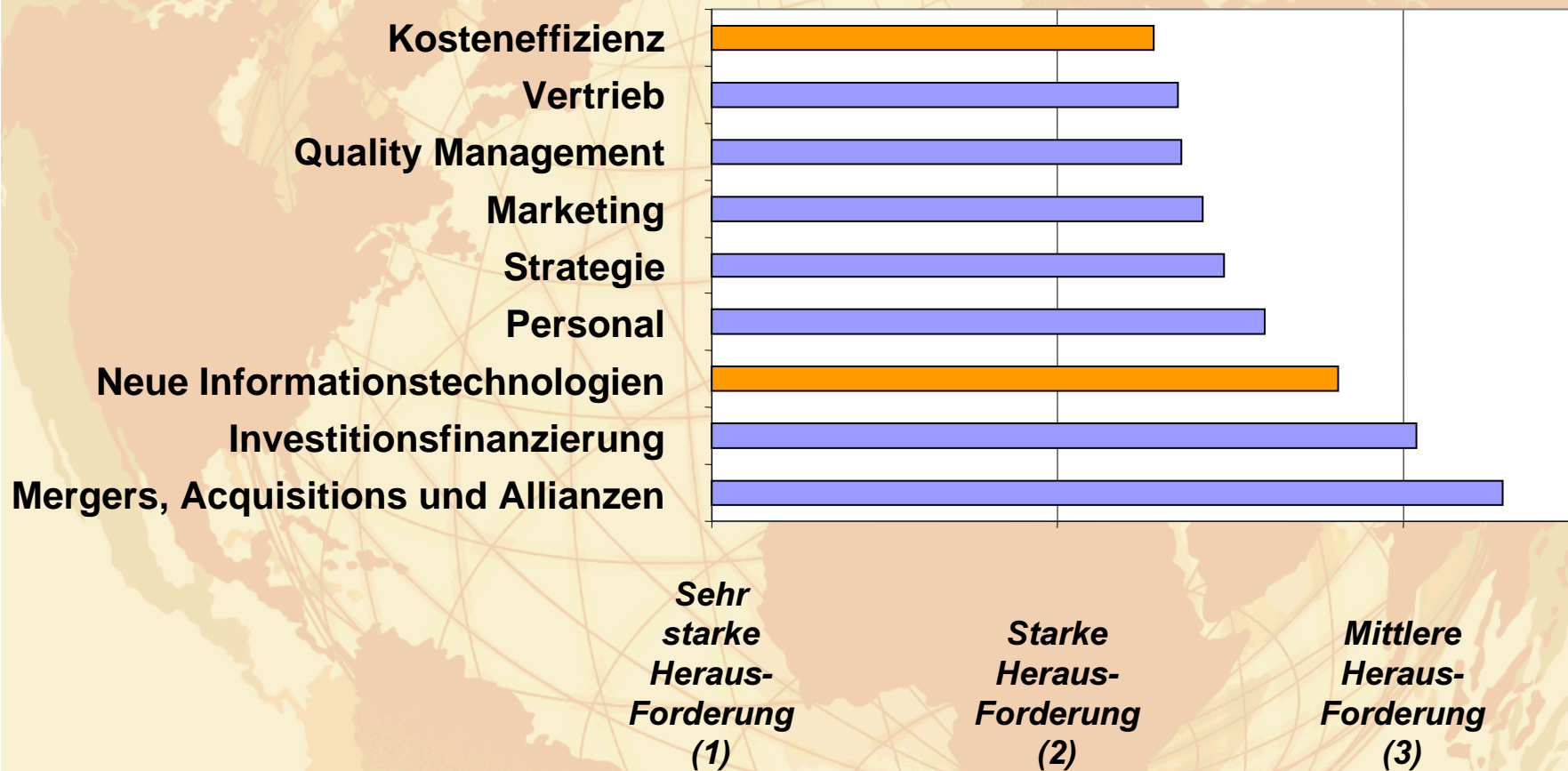
Externe Herausforderungen



Große Reiseveranstalter



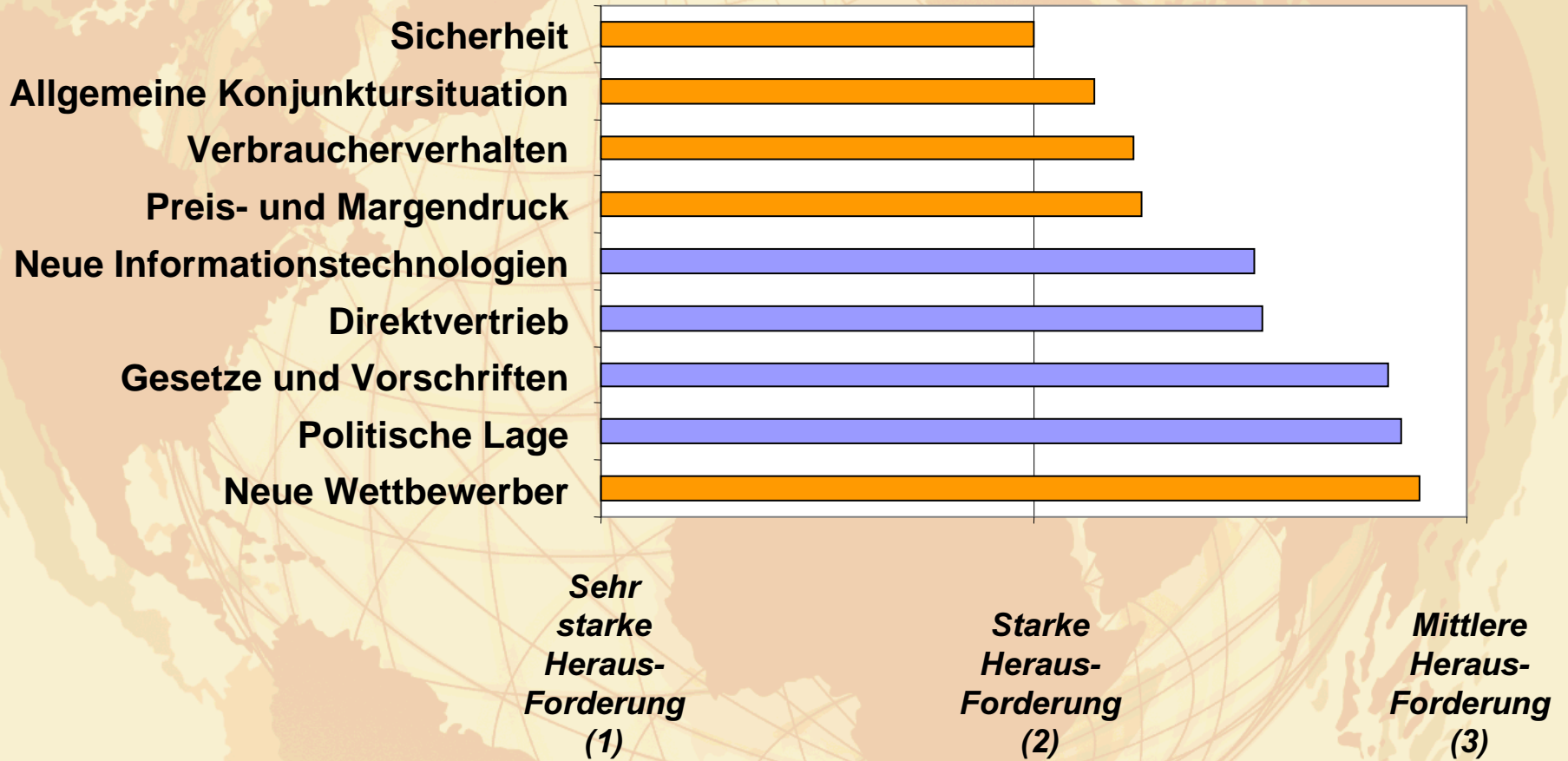
Interne Herausforderungen



Reisemittler (Ketten)



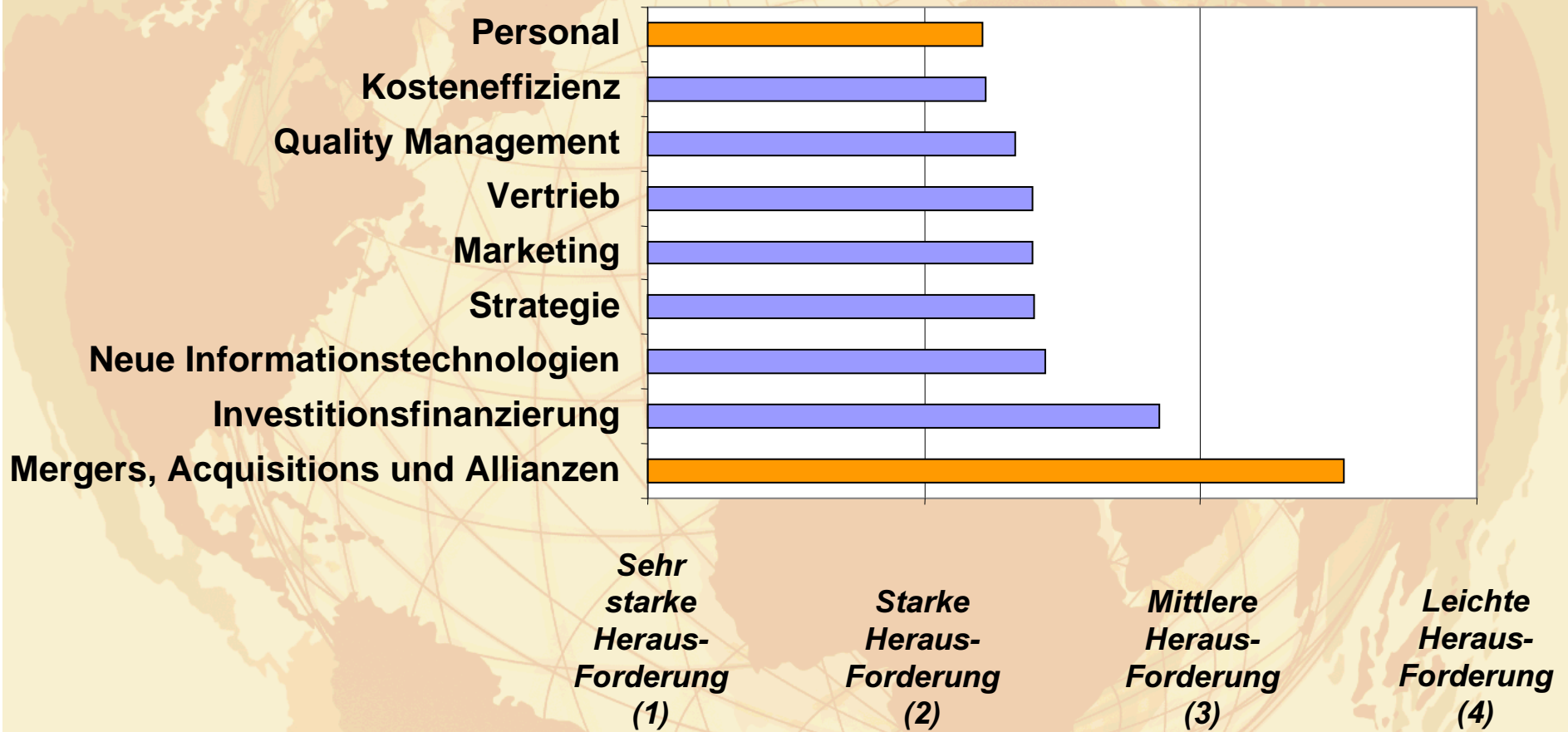
Externe Herausforderungen



Reisemittler (Ketten)



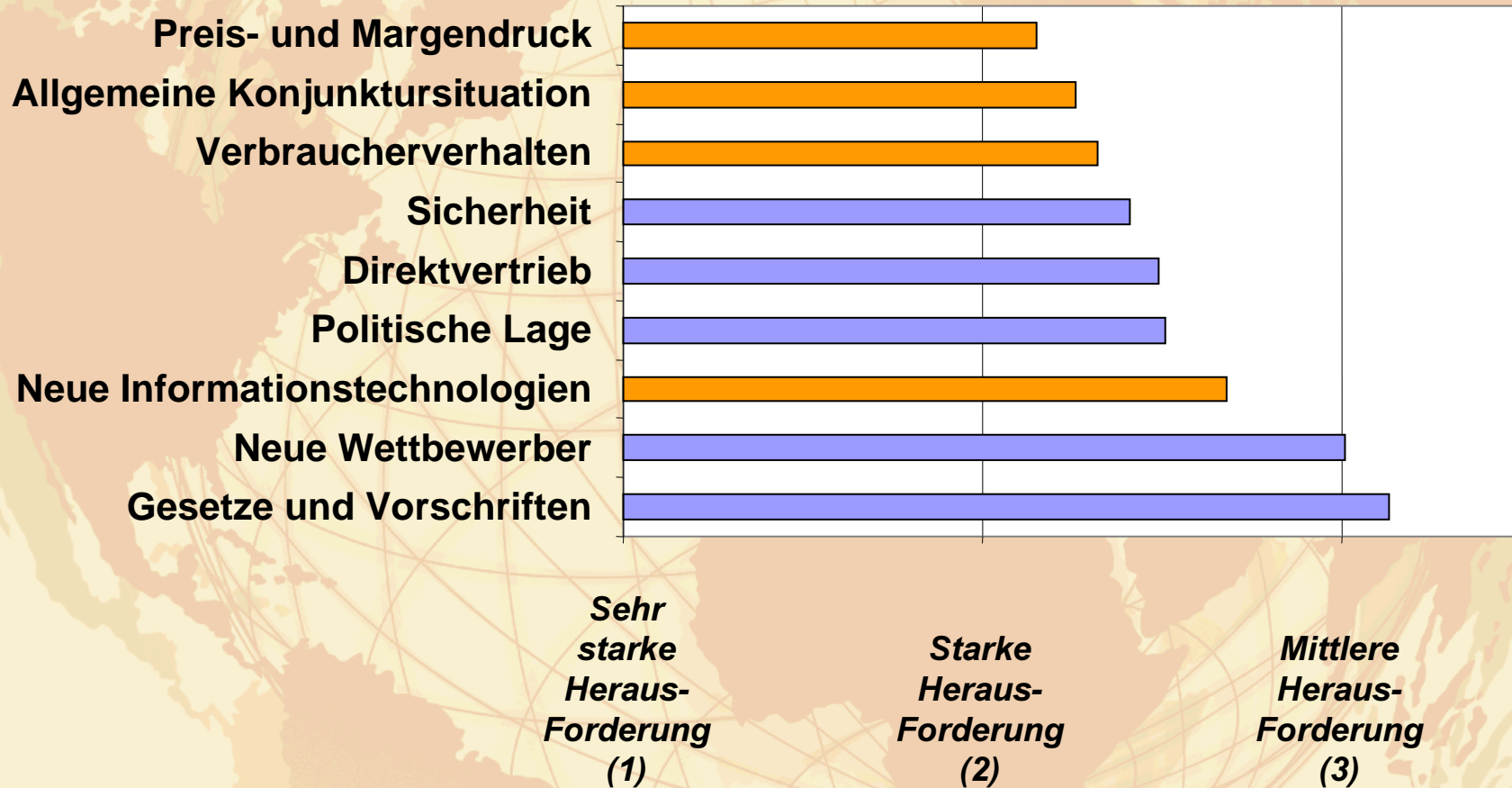
Interne Herausforderungen



Reisemittler (Franchise und Kooperationen)



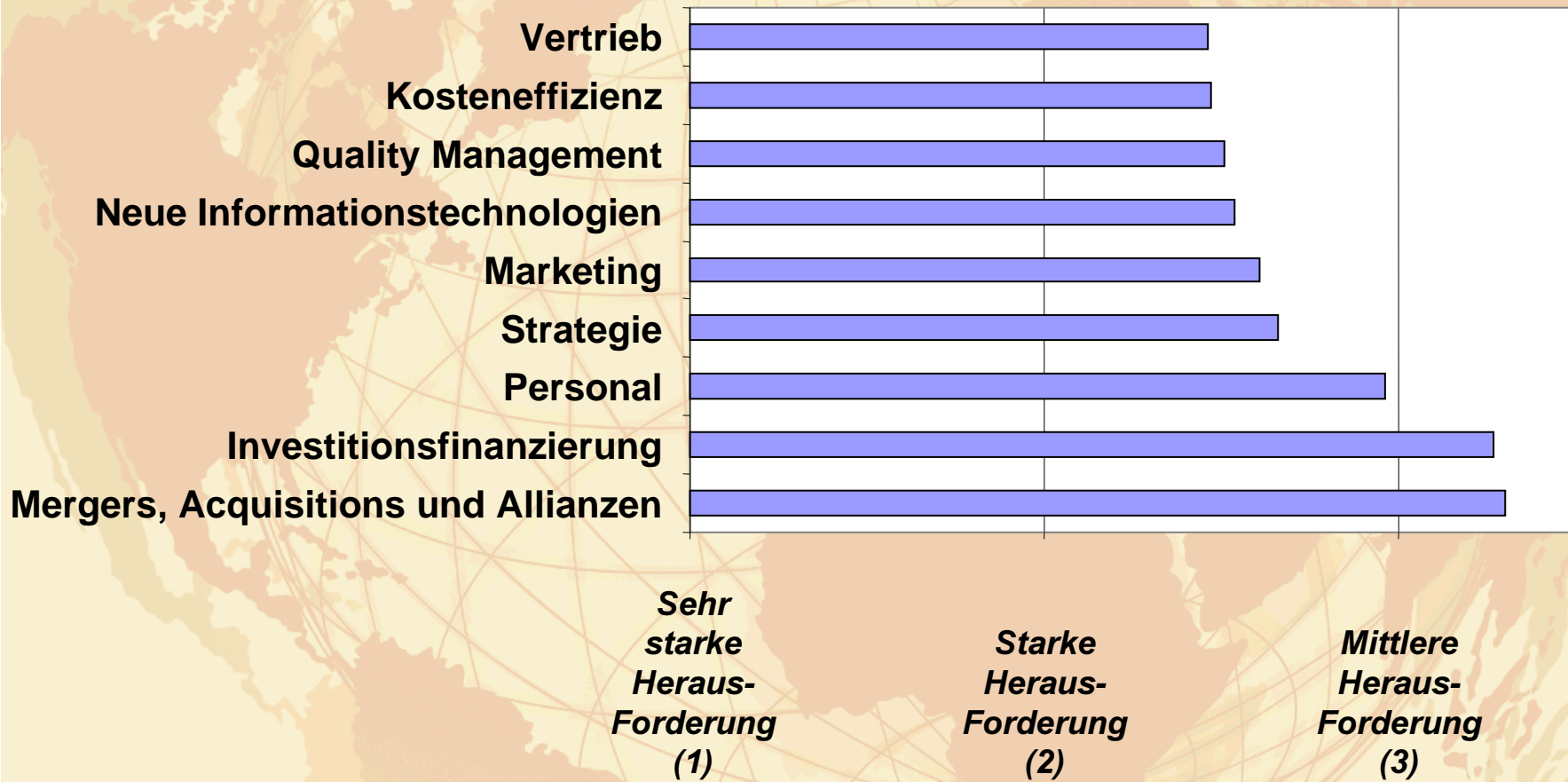
Externe Herausforderungen



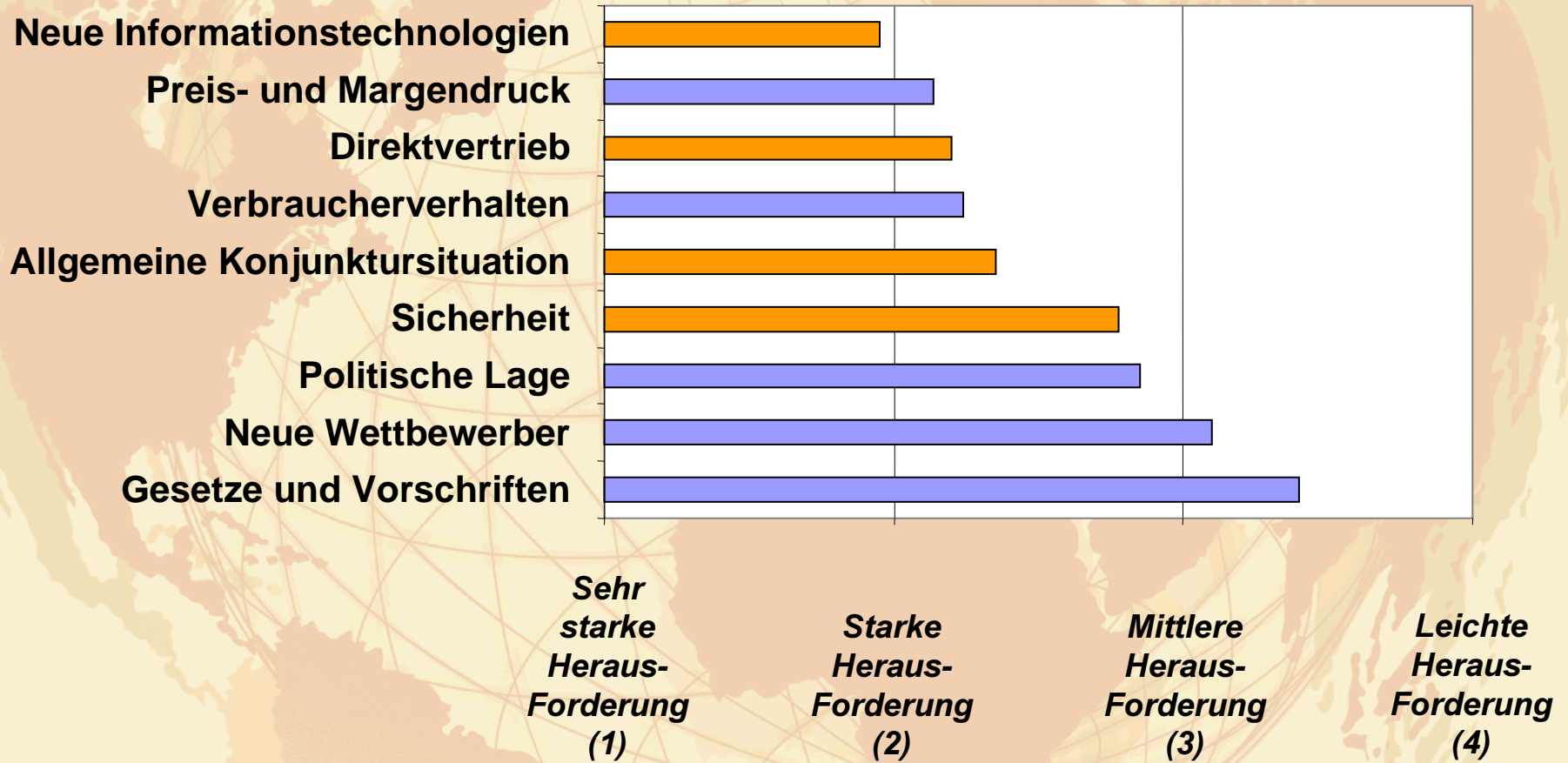
Reisemittler (Franchise und Kooperationen)



Interne Herausforderungen



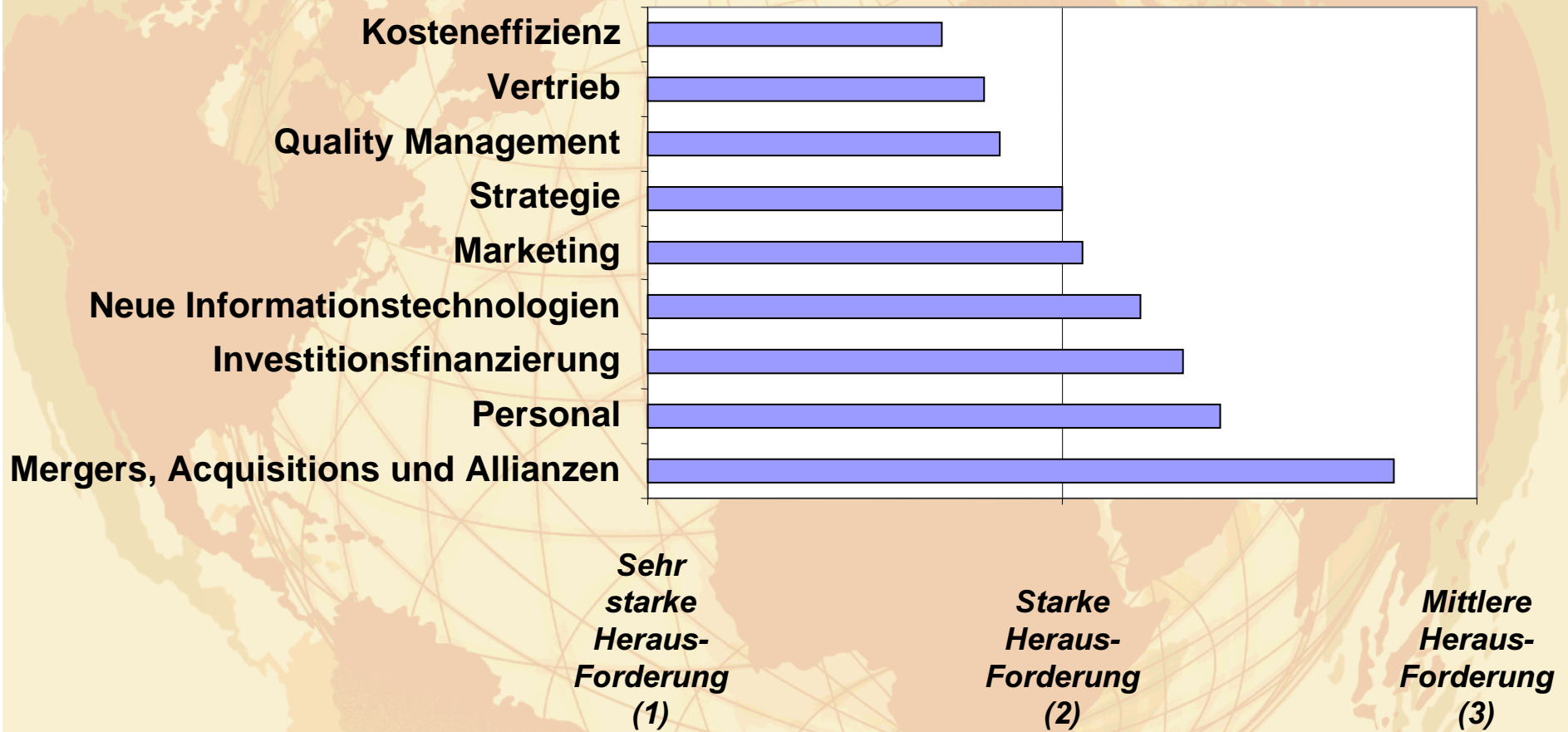
Externe Herausforderungen



GDS/CRS



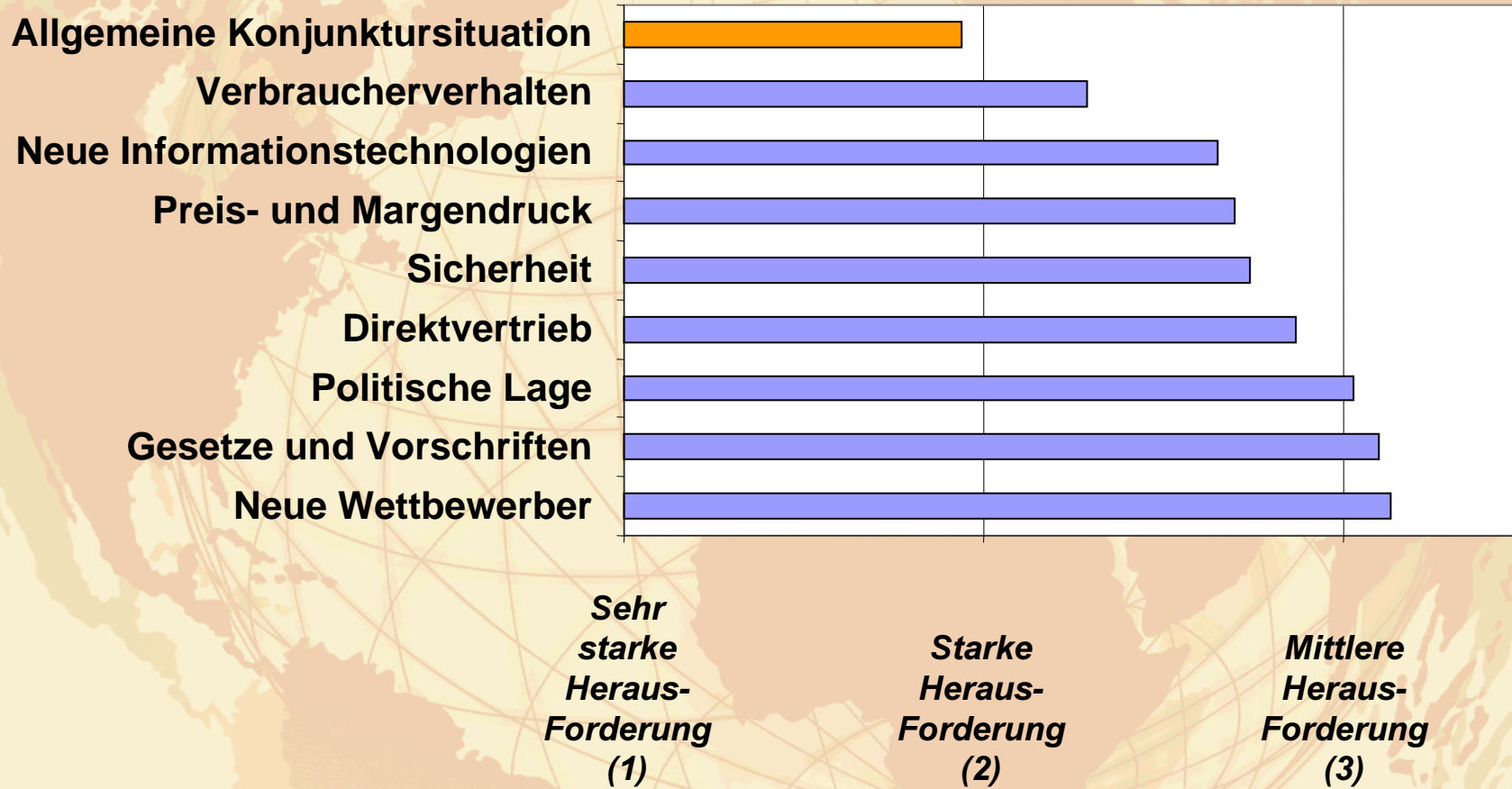
Interne Herausforderungen



NTOs



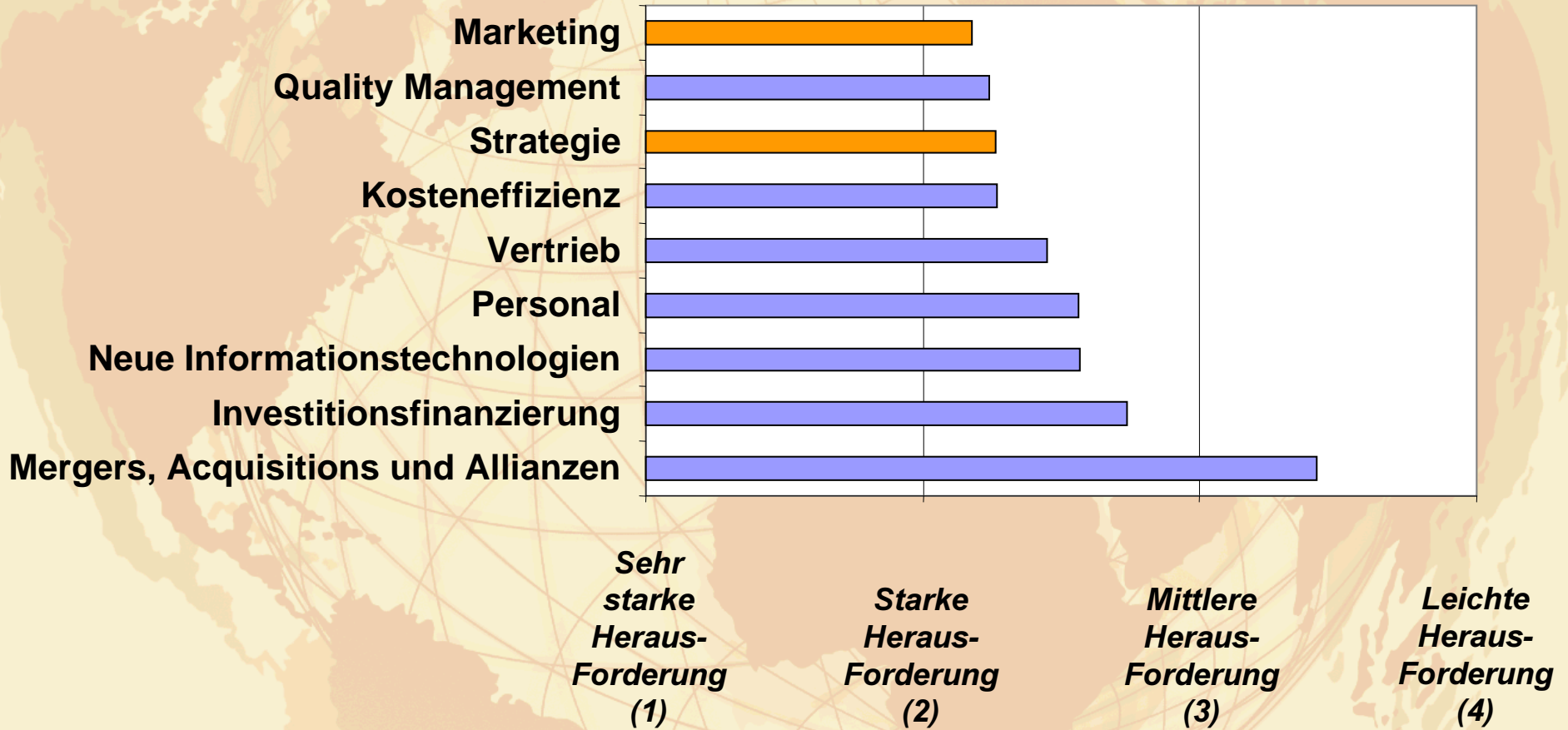
Externe Herausforderungen



NTOs



Interne Herausforderungen



Agenda

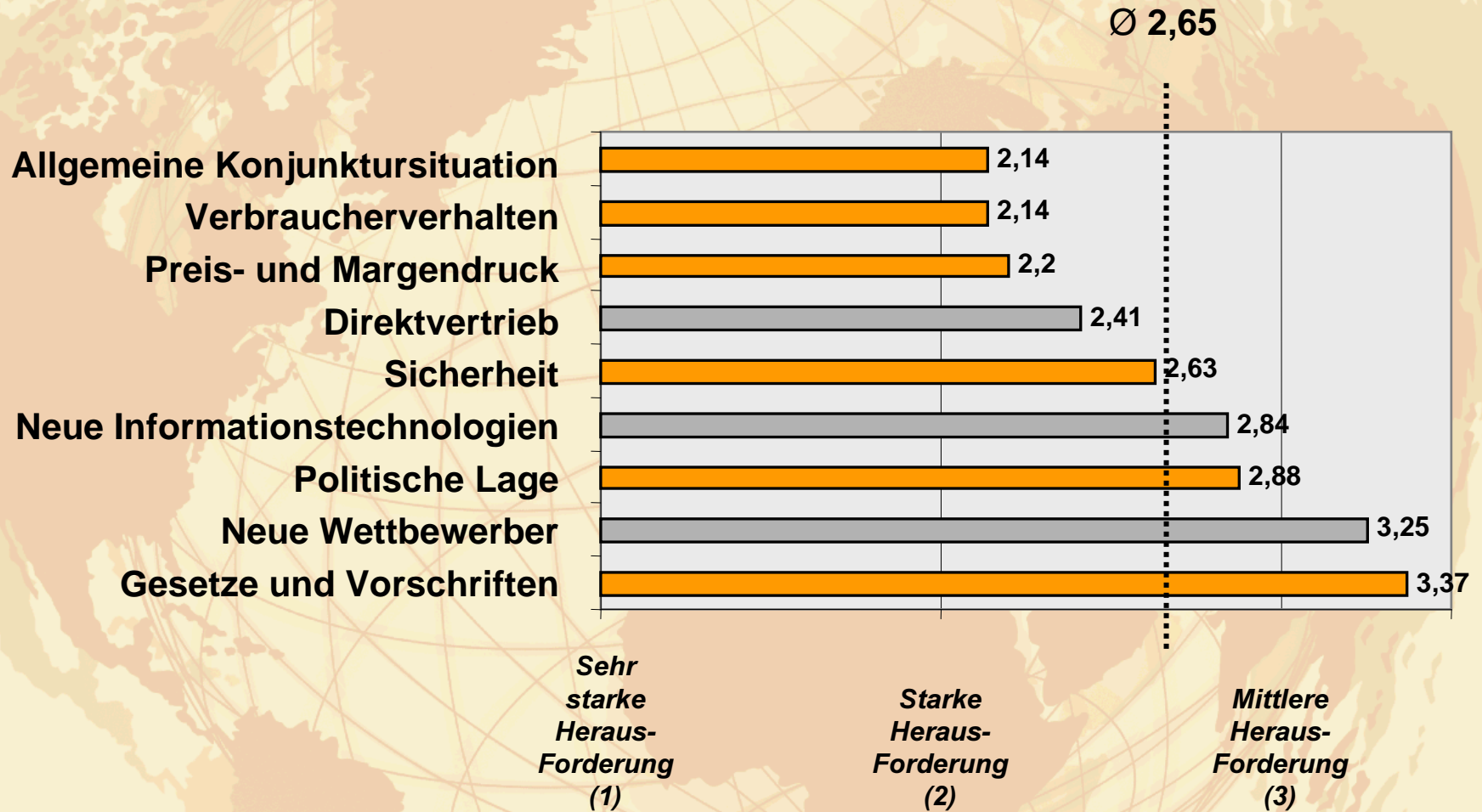


- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Deutschland



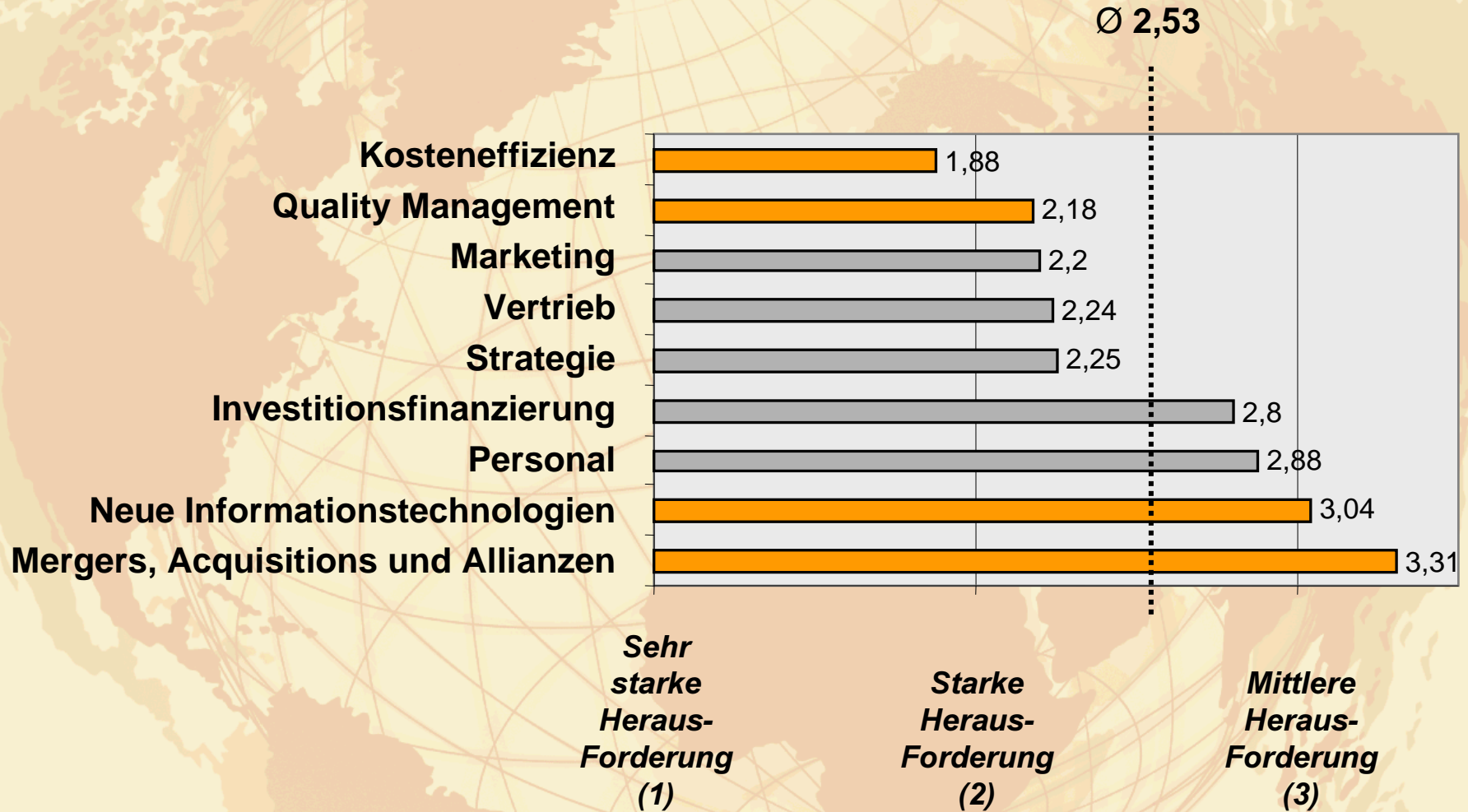
Externe Herausforderungen



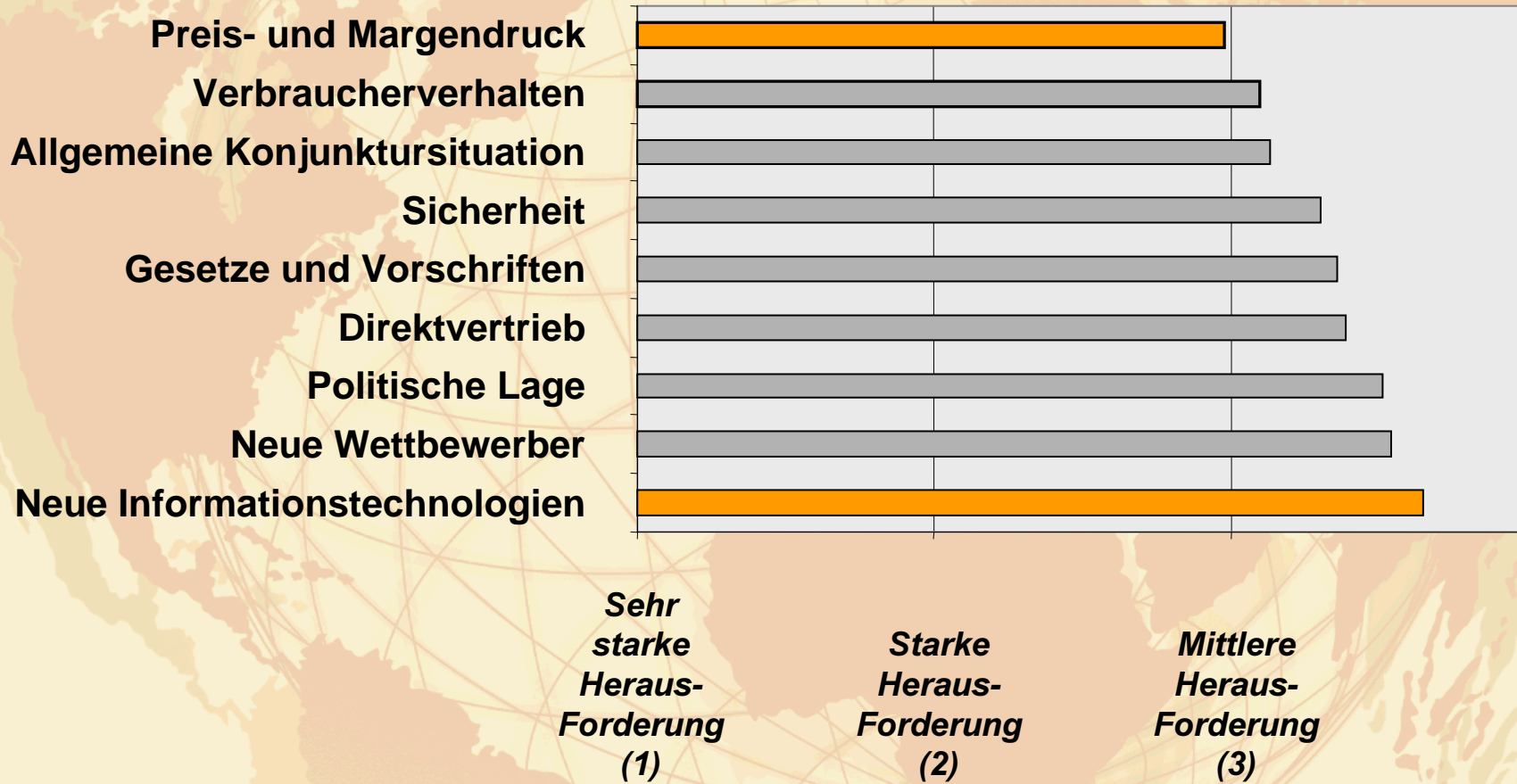
Deutschland



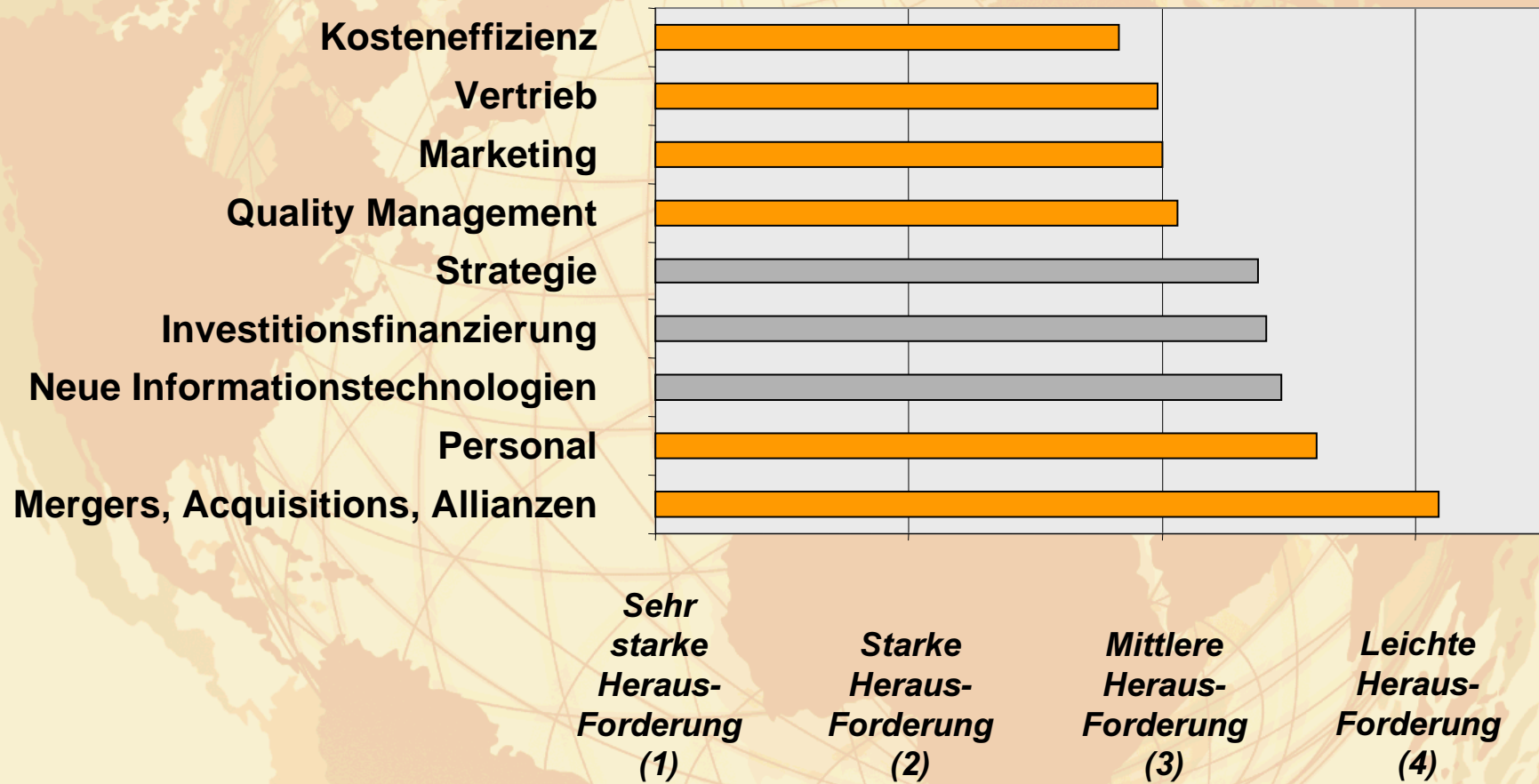
Interne Herausforderungen



Externe Herausforderungen



Interne Herausforderungen

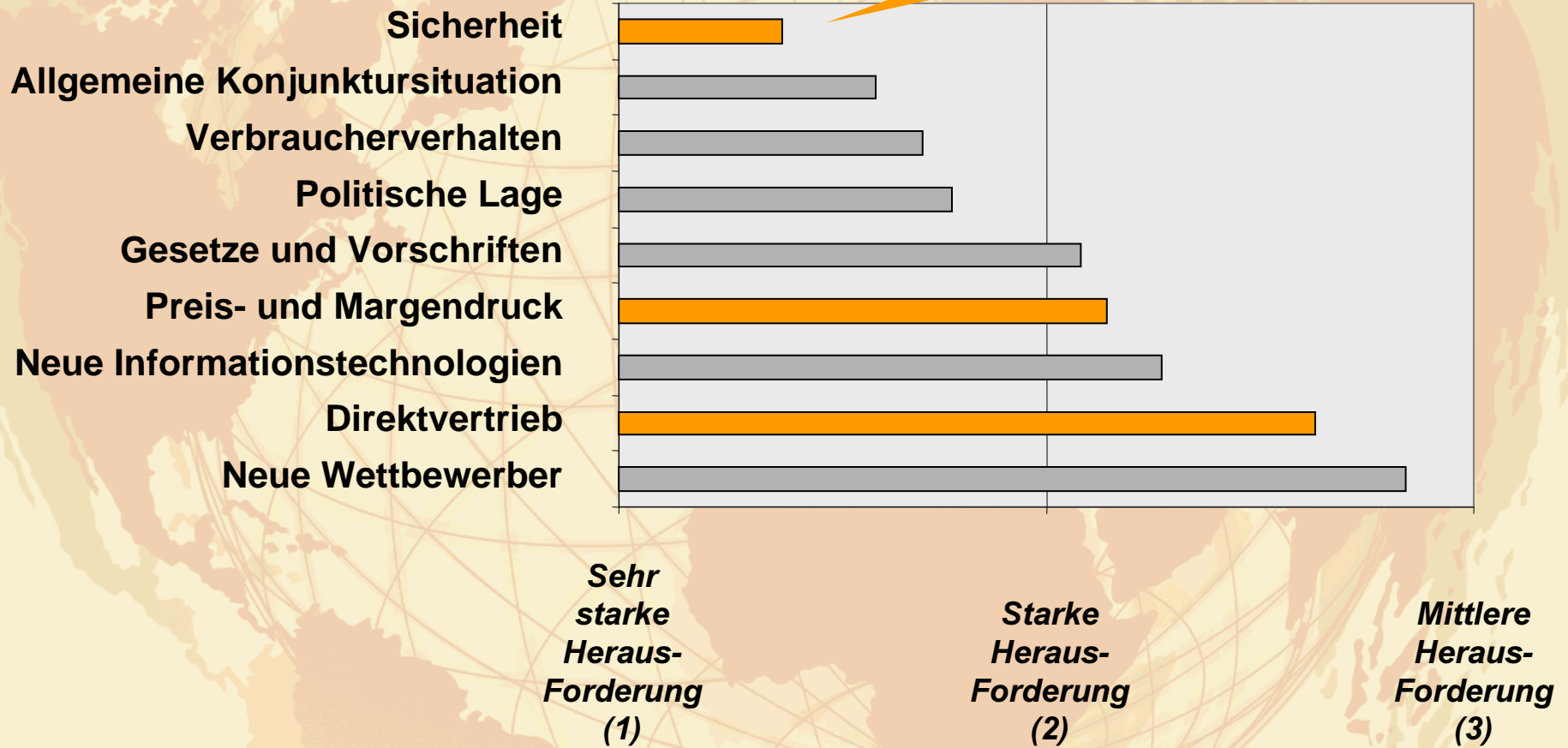


Frankreich



Externe Herausforderungen

94 % starke oder sehr starke Herausforderung



Frankreich



Interne Herausforderungen

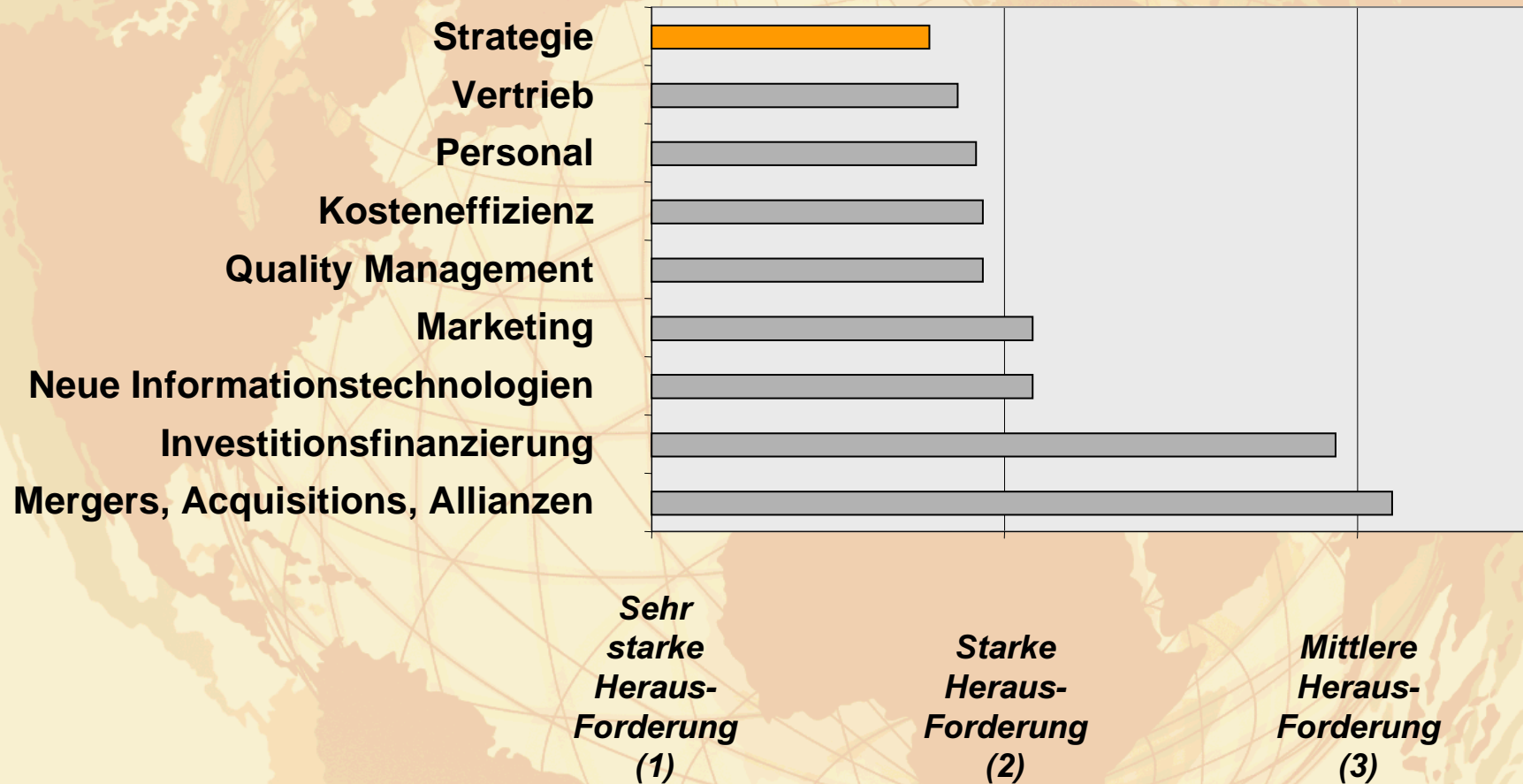
94 % starke oder sehr starke Herausforderung



Griechenland



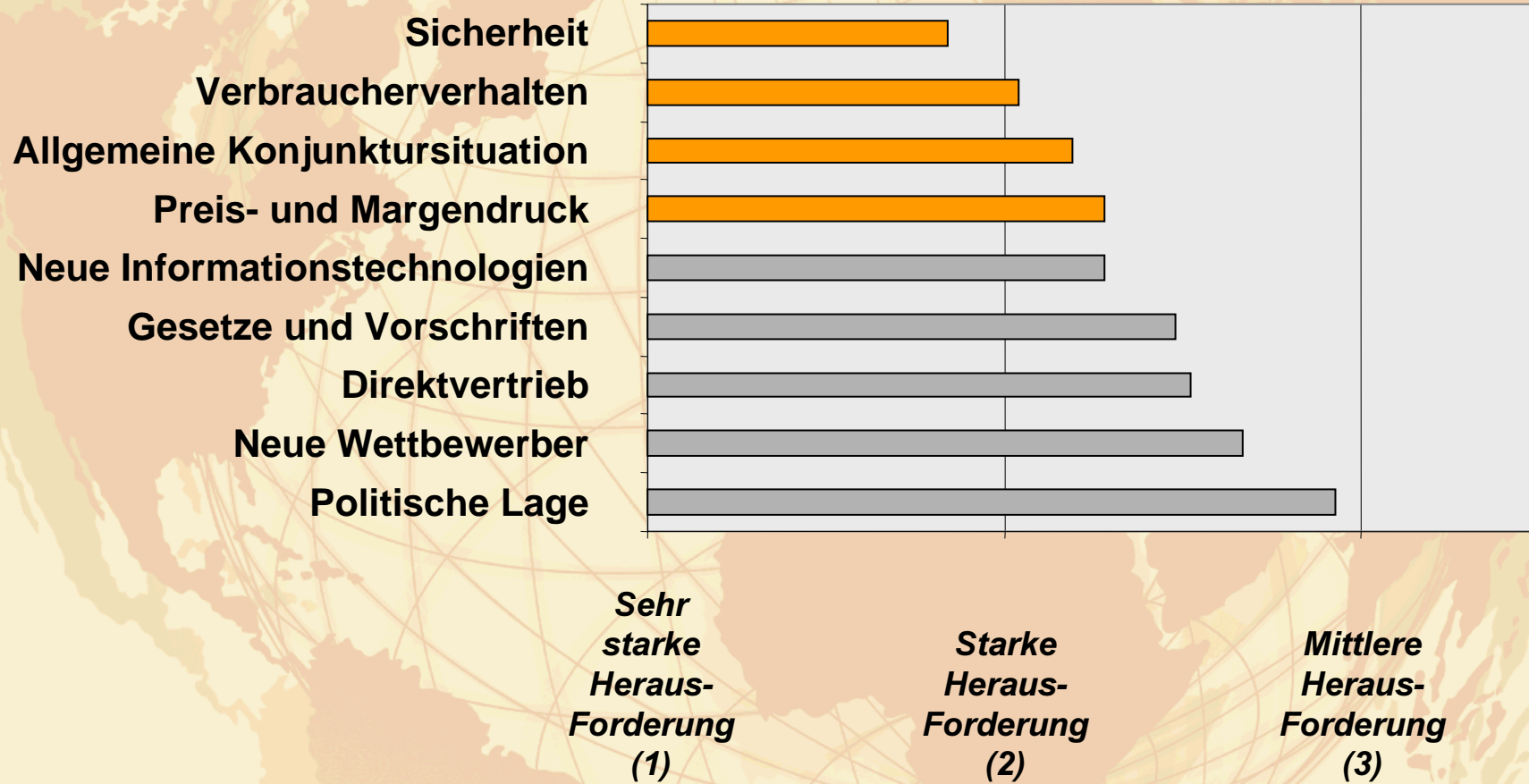
Interne Herausforderungen



Polen



Externe Herausforderungen

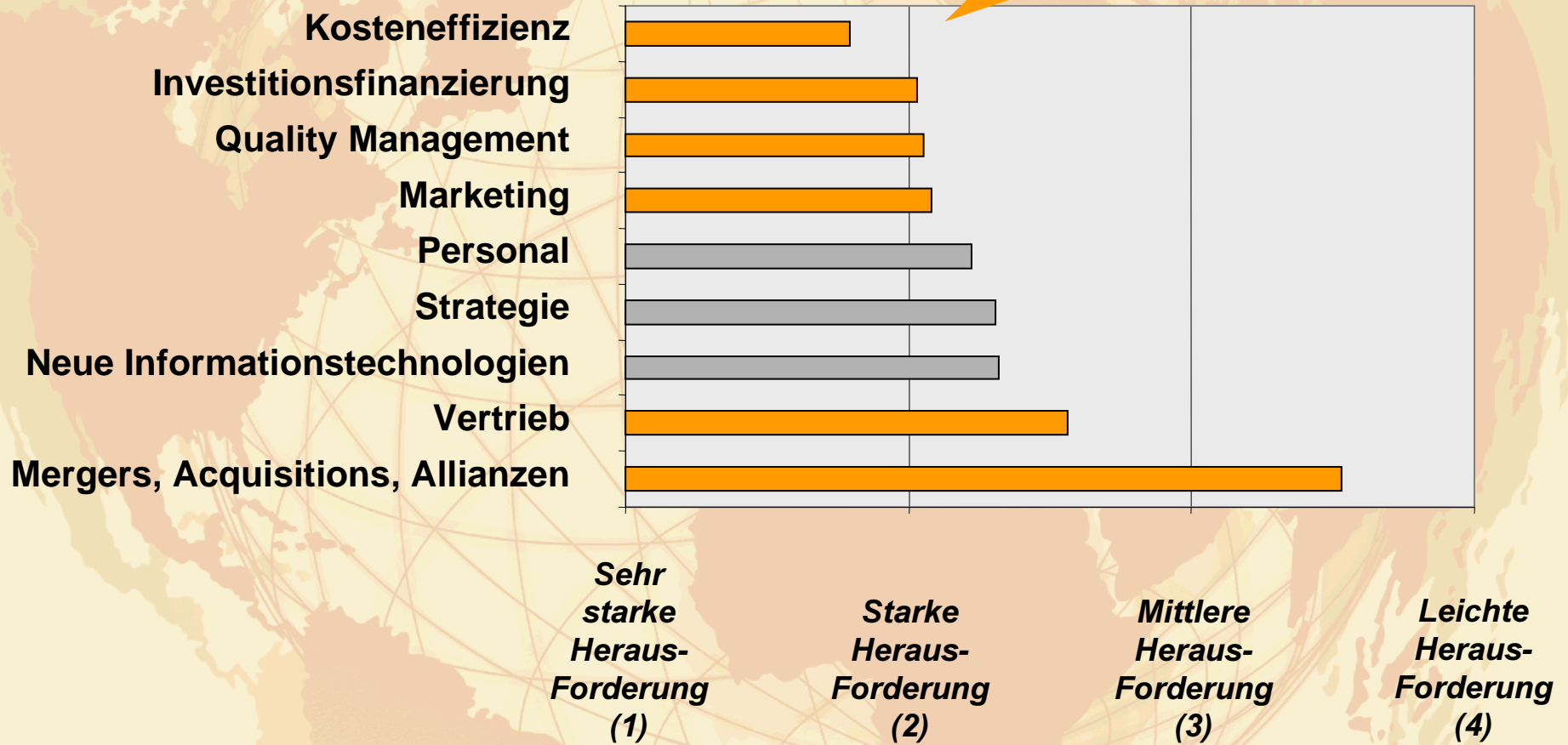


Polen



Interne Herausforderungen

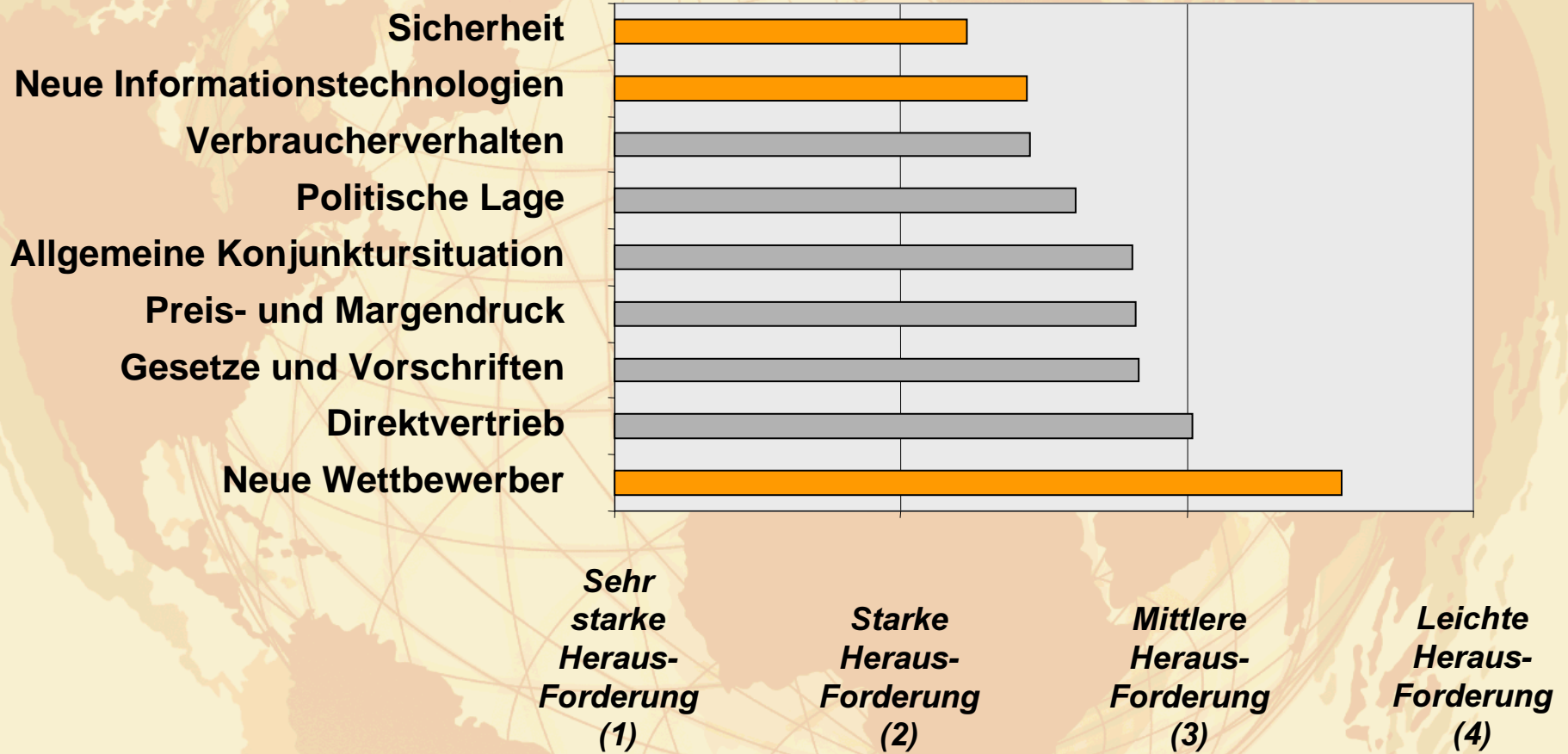
76 % starke oder sehr starke Herausforderung



Russische Föderation



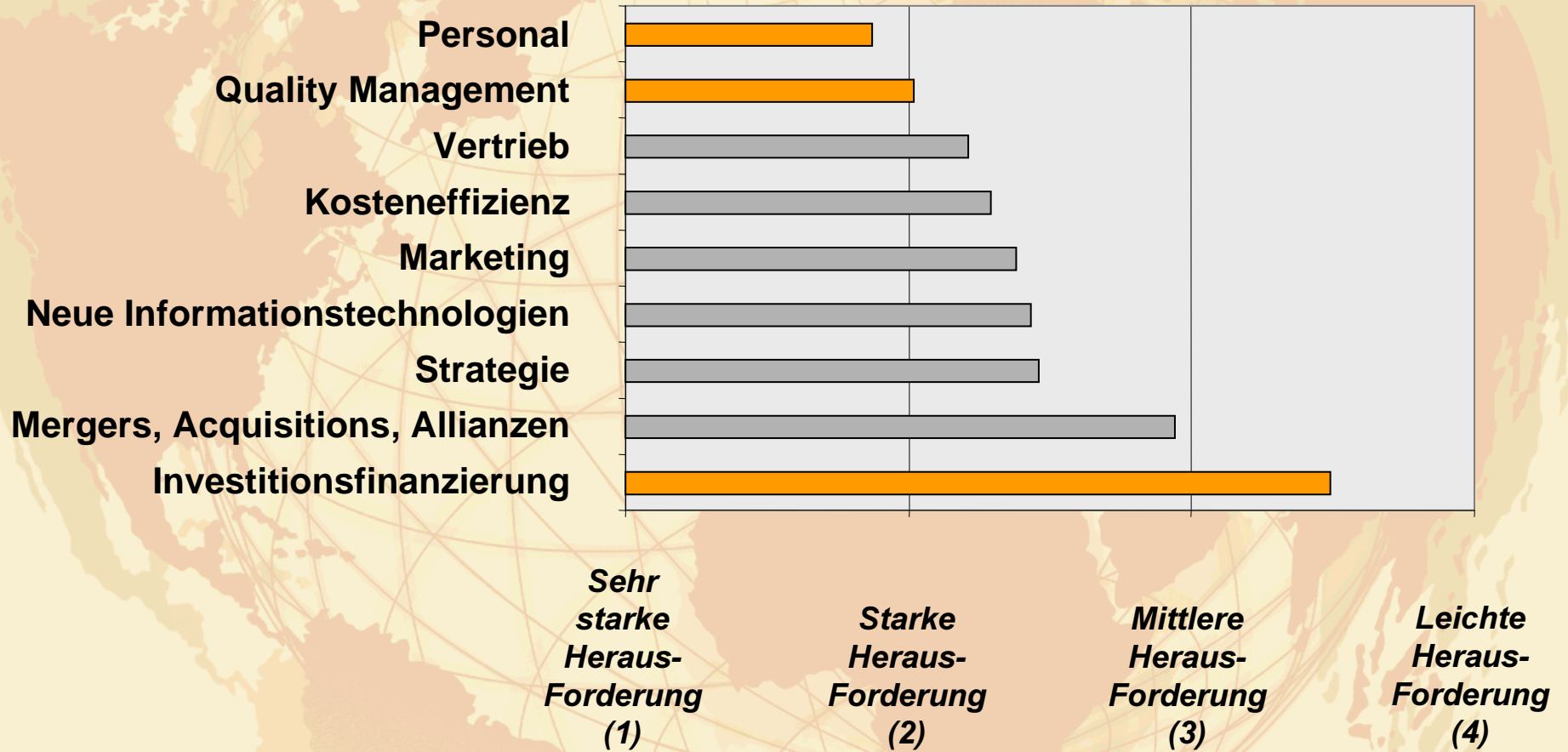
Externe Herausforderungen



Russische Föderation



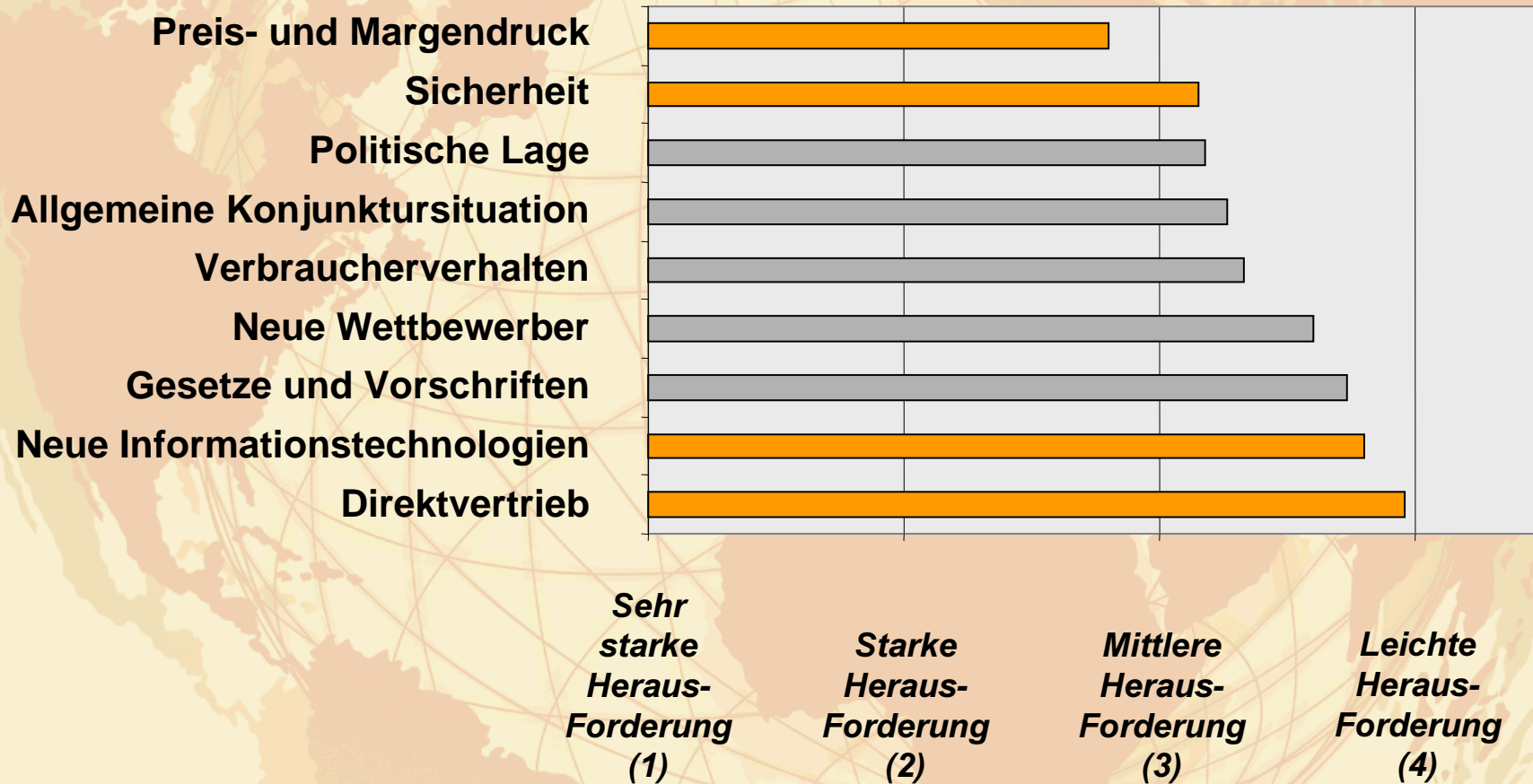
Interne Herausforderungen



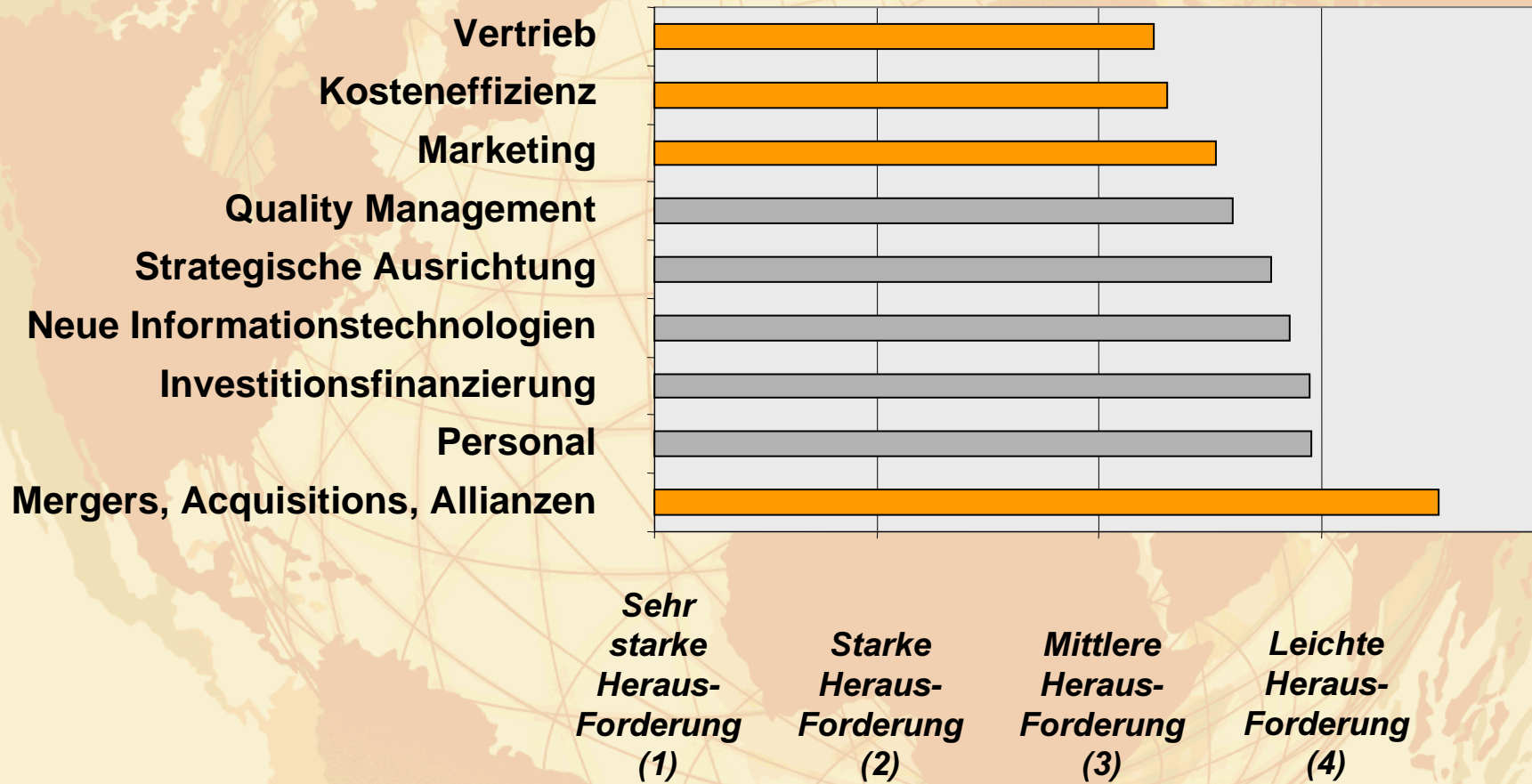
USA



Externe Herausforderungen



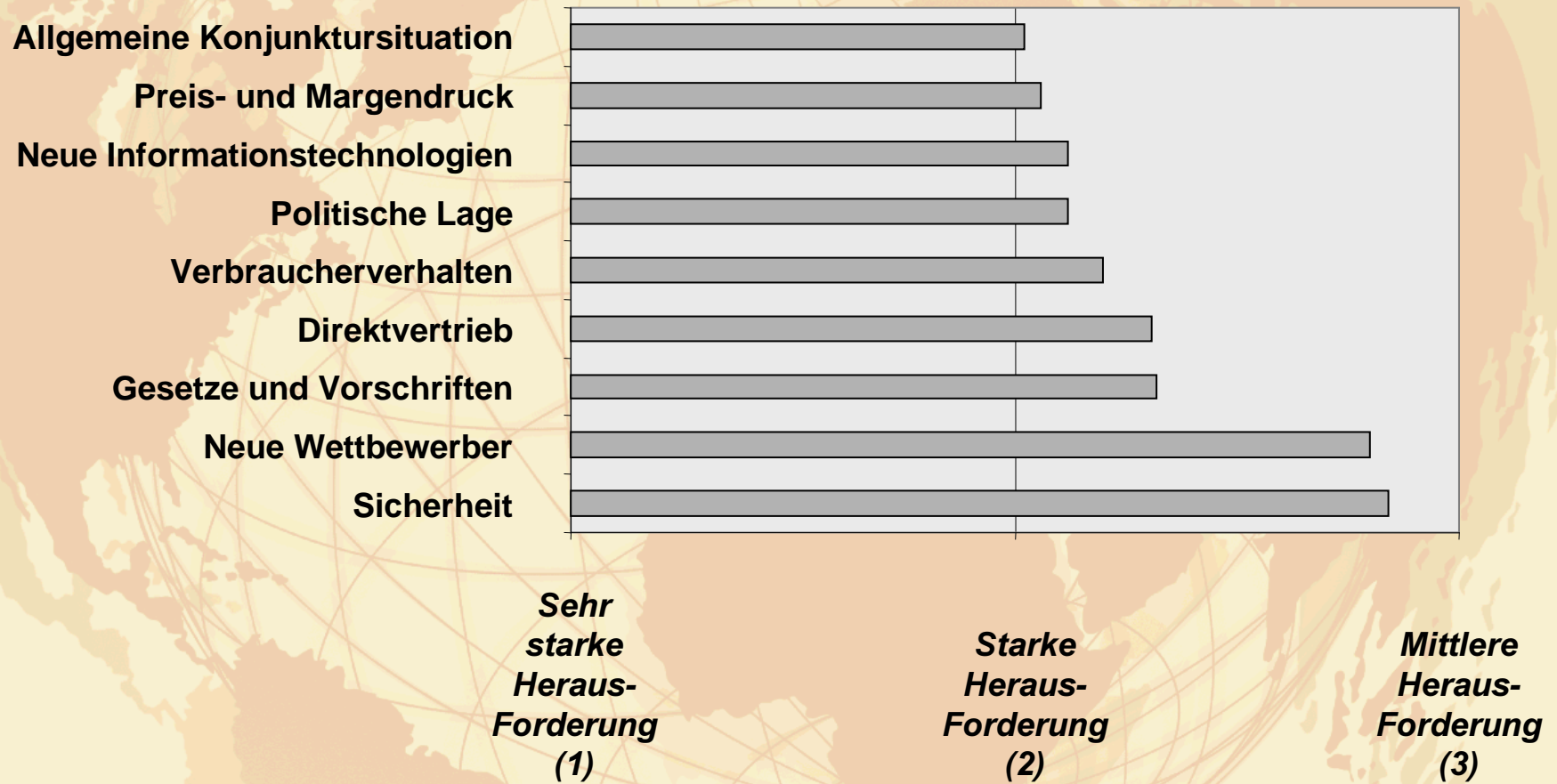
Interne Herausforderungen



Mexiko



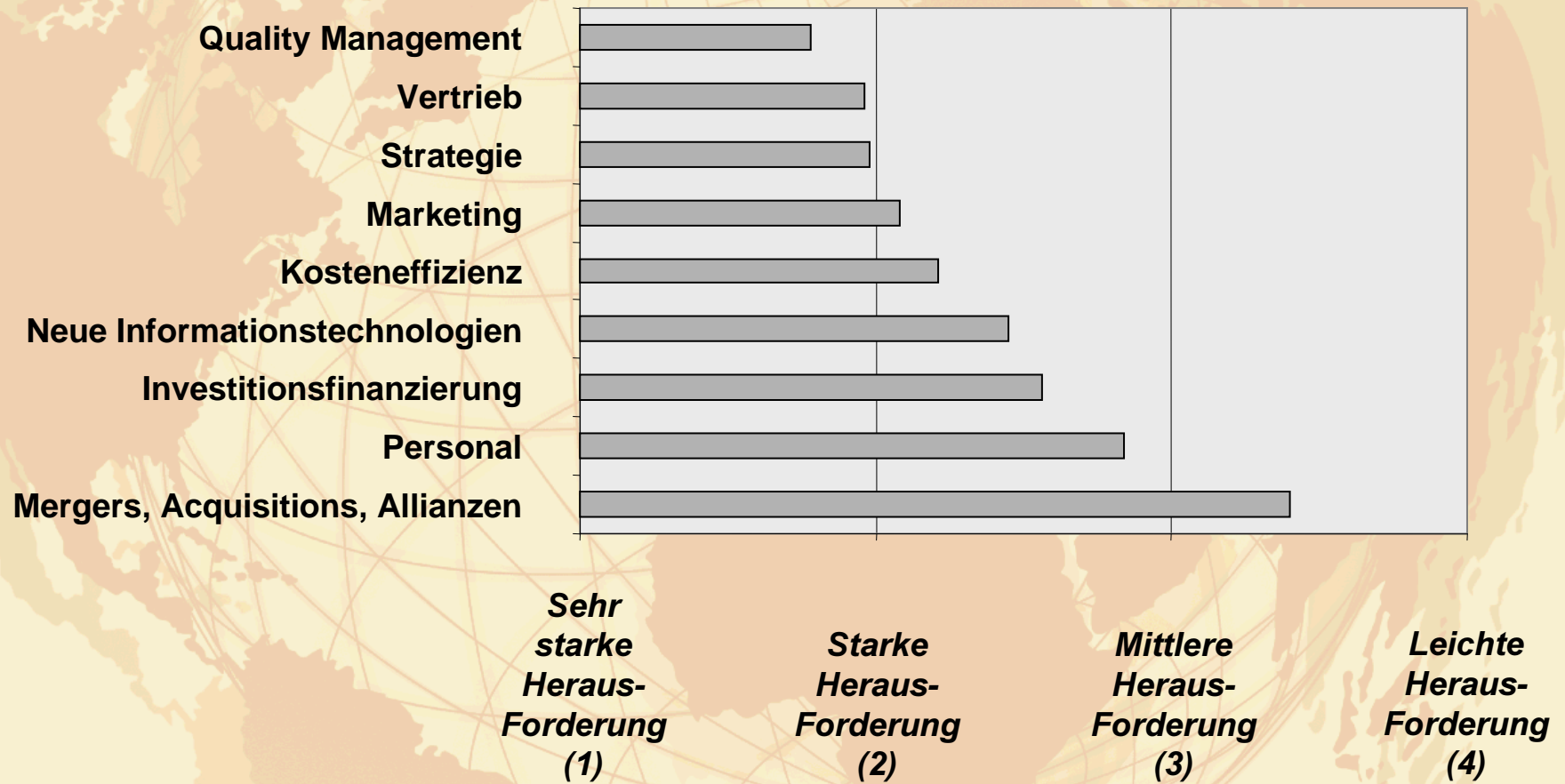
Externe Herausforderungen



Mexiko



Interne Herausforderungen

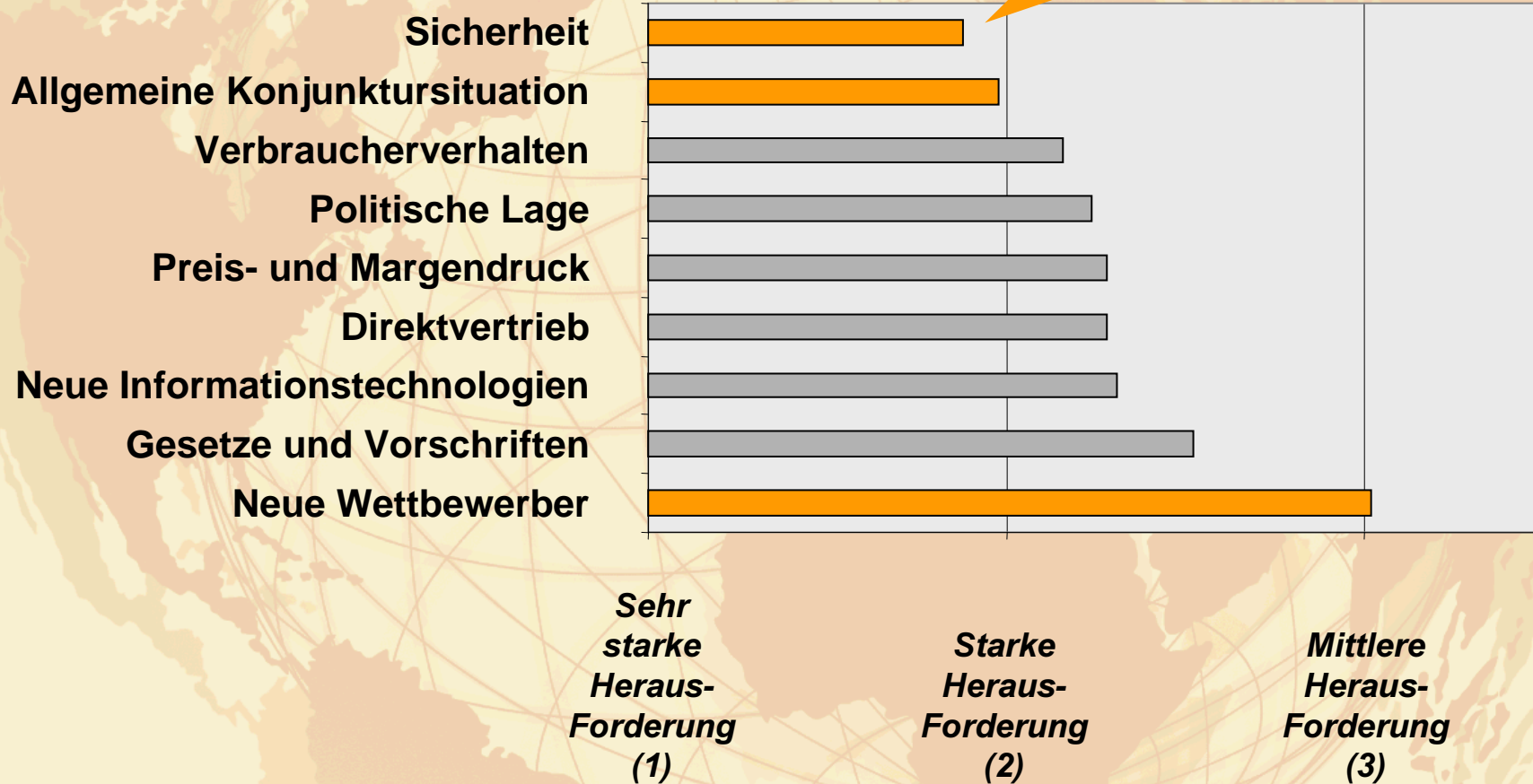


Japan



Externe Herausforderungen

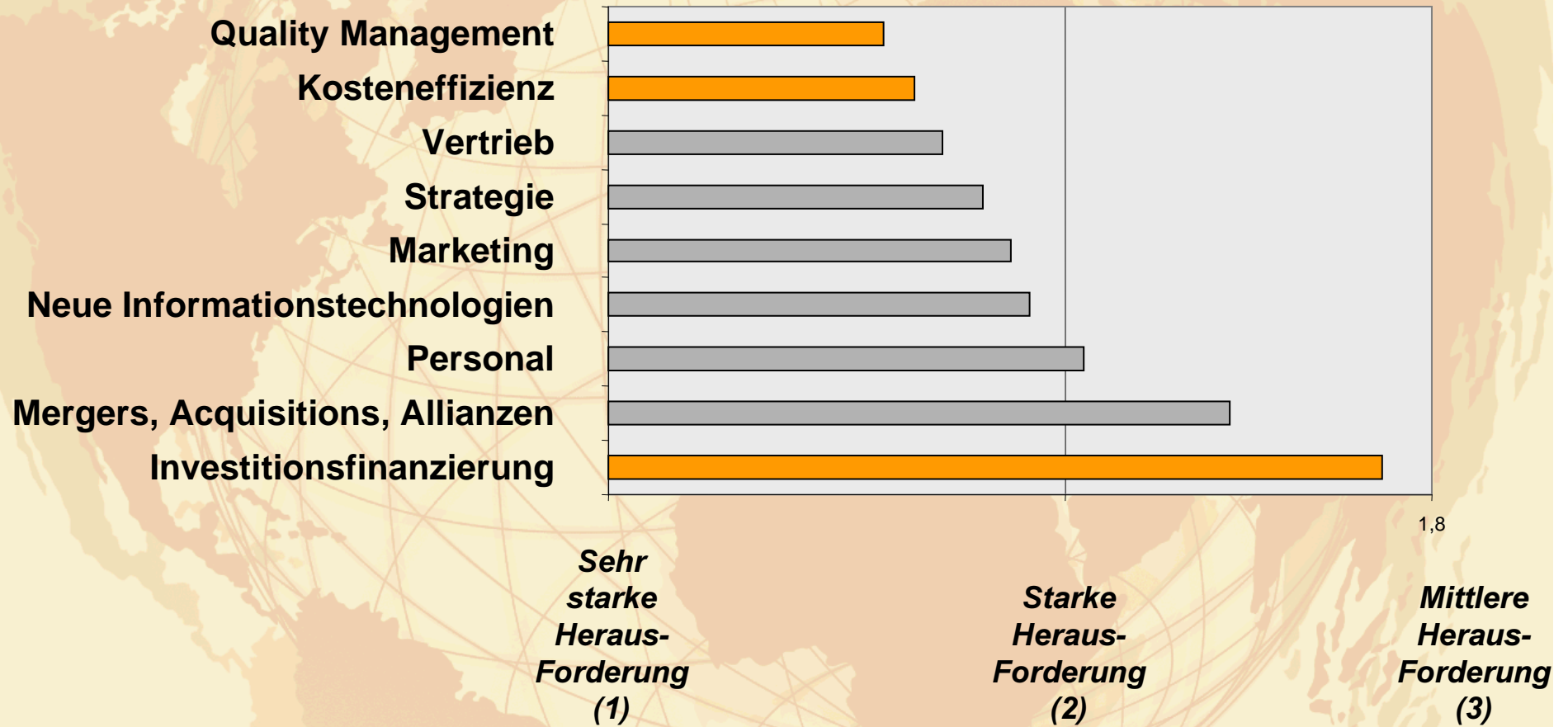
72 % starke oder sehr starke Herausforderung



Japan



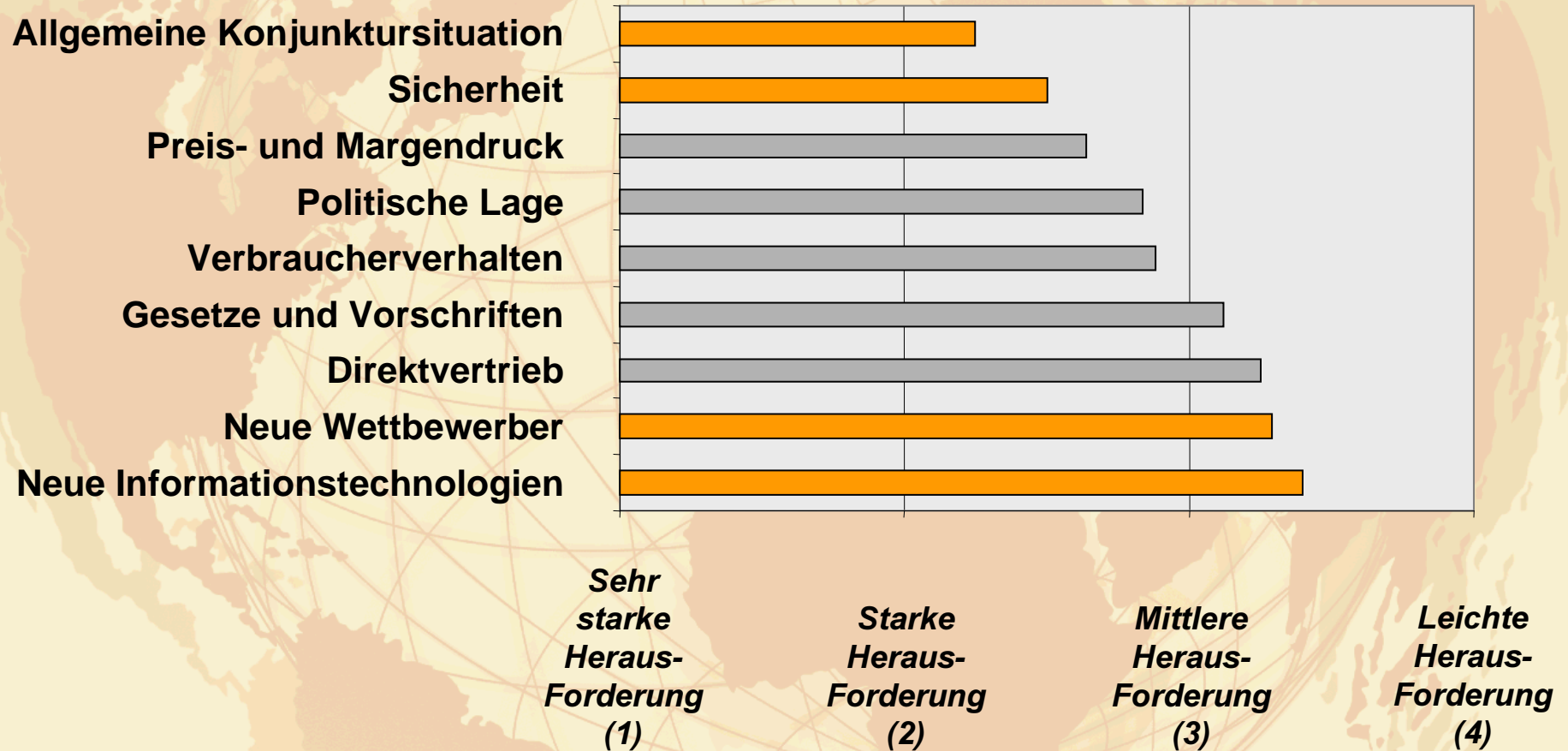
Interne Herausforderungen



China



Externe Herausforderungen

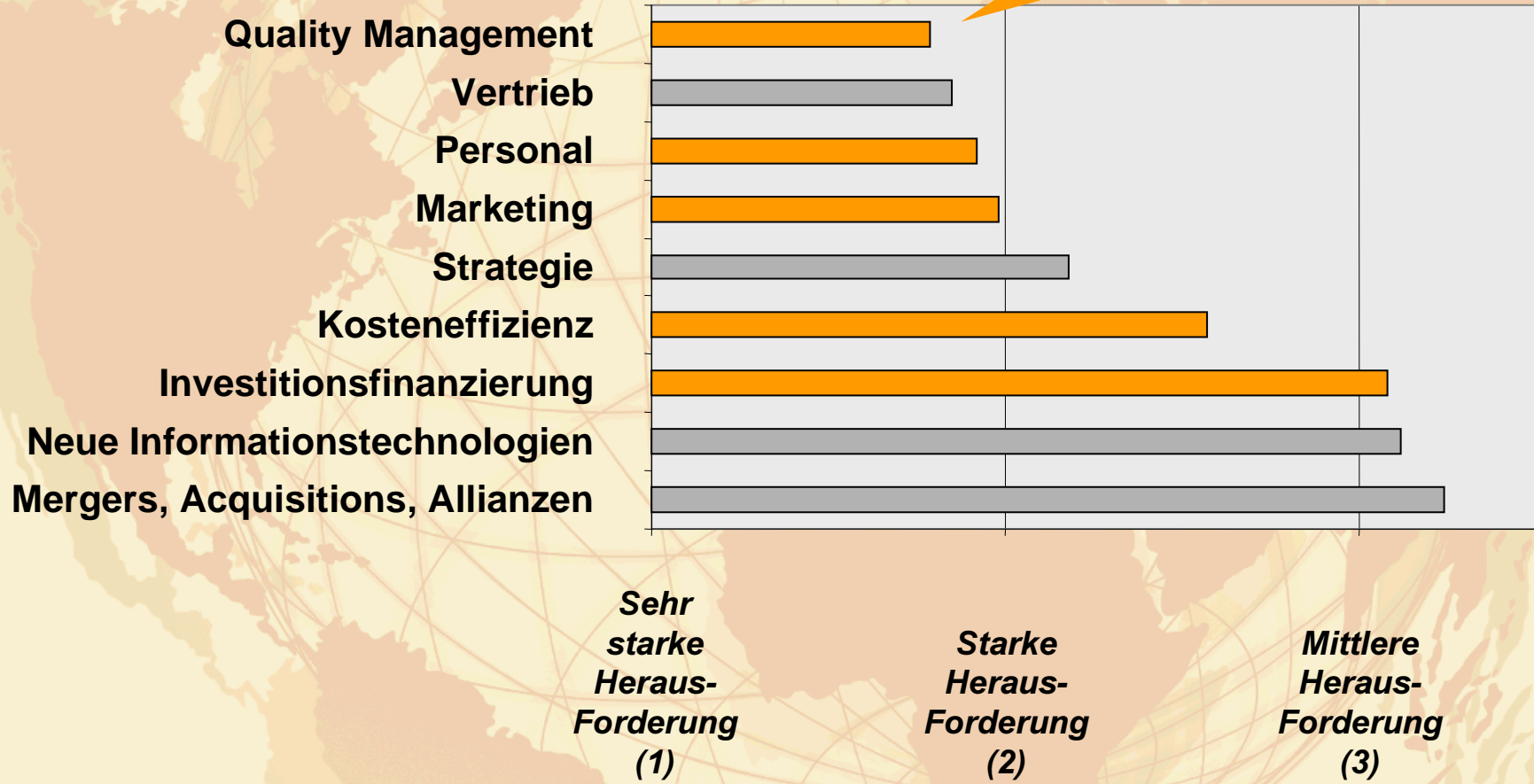


China



Interne Herausforderungen

81 % starke oder sehr starke Herausforderung



Agenda



- **Forschungsziele und Forschungsdesign**
- **Ergebnisse aller befragten Unternehmen**
- **Branchenanalyse: Ergebnisse nach Branchen**
- **Länderanalyse: Ergebnisse nach Ländern**
- **Fazit und Ausblick**

Fazit und Ausblick



- **Weltweit positive Erwartungen hinsichtlich Mengenerwicklung (und Preisentwicklung) in 2004**
- **Ausgeprägter Optimismus in Deutschland**
- **Wichtigste Herausforderungen: Allgemeine Konjunktursituation, Verbraucherverhalten und Preis- und Margendruck sowie Kosteneffizienz**
- **Sicherheit weniger wichtig**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Kontakt:

Prof. Dr. Roland Conrady

Fachhochschule Worms

Tel. 06241-509126

conrady@fh-worms.de

**Studie wird im Internet als Download zur Verfügung
gestellt**

**Link wird Ihnen als e mail zugesandt =>
Visitenkarten-Box am Ausgang**