

Stiftung Zentrum
für Türkeistudien

Türkiye Araştırmalar
Merkezi Vakfı

Institut an der
Universität Duisburg-Essen

Stiftung Zentrum für Türkeistudien
Tourismusbericht Türkei 2008

Türkeitourismus aus Deutschland

Essen, Februar 2008



Inhaltsangabe

Vorwort	4
1. Einleitung	5
2. Der Türkeitourismus	6
3. Die Mitbewerber der Türkei am Mittelmeer	12
3.1. Italien	12
3.2. Kroatien	13
3.3. Rumänien	14
3.4. Bulgarien	15
4. Deutschland und der Türkeitourismus	16
5. Befragung von Reisebüros und Reiseveranstaltern zu ihren Erwartungen an den Türkeitourismus 2008	19
5.1. Reiseformen und Preis-Leistungs-Verhältnis	20
5.2. Die Merkmale der Türkeiurlauber aus Deutschland	23
5.3. Erwartungen an die Entwicklung des Türkeitourismus 2008	23
5.4. Veränderungen des Angebots an Türkeireisen 2008	26
6. Fazit	28
7. Anhang	31





Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	Touristenankünfte und Tourismuseinkommen der Türkei 2003-2007	7
Tabelle 2	Touristenankünfte nach Bezirken – Top 10 (2007)	9
Tabelle 3	Touristenankünfte nach Nationalität – Top 10 (2007)	11
Tabelle 4	Marktanteil am Welttourismus der Länder Italien, Türkei und Kroatien (1995-2004)	12
Tabelle 5	Touristische Anlagen in Kroatien nach Kategorien (2001-2006, Prozentual)	13
Tabelle 6	Touristische Anlagen in Rumänien nach Kategorien	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Ankünfte in touristischen Anlagen nach geographischen Regionen (2006)	7
Abbildung 2	Anteile der Unterkunftsduer nach geographischen Regionen (2006)	8
Abbildung 3	Touristenankünfte nach Nationalität – Top 10 (Prozentuale Verteilung, 2007)	10
Abbildung 4	Die weltweit zehn reisefreudigsten Nationen (Ausgaben von Touristen im Ausland, in Mrd. USD 2007)	16
Abbildung 5	Entwicklung der Ankünfte der deutschen Touristen 2000-2007	17
Abbildung 6	Reiseausgaben der deutschen Touristen im Ausland, 2007	18
Abbildung 7	Hauptsächlich gebuchte Reiseformen der Türkeireisen (Mehrfachnennungen)	20
Abbildung 8	Hauptsächlich gebuchte Preiskategorien der Türkeireisen im Vergleich zu anderen Urlaubsreisen	21
Abbildung 9	Preis-Leistungsverhältnis von Türkeireisen im Vergleich zu anderen Ländern	22
Abbildung 10	Hauptsächliche Zielgruppe der Türkeireisen (Mehrfachnennung)	23





Abbildung 11	Bisherige Buchungen von Türkeireisen im Vergleich zum Vorjahr	24
Abbildung 12	Erwartungen an die Entwicklung der Türkeireisen der Saison 2008 im Vergleich zum Vorjahr	25
Abbildung 13	Veränderungen der Angebotsstruktur für die Türkeisaison 2008 (Mehrfachnennung)	26





Vorwort:

Türkeitourismus als Forschungsgegenstand des ZfT

Die Stiftung Zentrum für Türkeistudien hat die Intensivierung der deutsch-türkischen Beziehungen und die Förderung der Integration von Zuwanderern in Deutschland zum Ziel. Ihre Aufgaben umfassen die Anregung und Organisation, Durchführung und Vernetzung wissenschaftlicher Forschung, die Sammlung sowie Dokumentation von Informationen über die wichtigsten Fragen der deutsch-türkischen Beziehungen ebenso wie der Integration der Einwanderungsgesellschaft Deutschlands. Der Türkeitourismus ist ein zentraler Aspekt in den deutsch-türkischen Beziehungen. Doch auch für das Miteinander von türkischstämmigen Zuwanderern und der Mehrheitsbevölkerung in Deutschland spielen die Millionen deutschen Touristen in der Türkei eine wichtige Rolle. Das Kennenlernen des Herkunftslandes der größten Zuwanderergruppe in Deutschland ist ein wichtiger Baustein für das Zusammenleben in Deutschland und unterstützt Akzeptanz und Toleranz.

Mit dem jährlichen Tourismusbericht Türkei schafft das ZfT Öffentlichkeit für Neuerungen im türkischen Tourismussektor und versteht dies auch als Integrationsbeitrag für das Miteinander von Deutschen und Türken. Seit 2000 erscheint der Tourismusbericht des ZfT jährlich, wobei jeweils unterschiedliche methodische Instrumentarien zur Anwendung kamen. Der Tourismusbericht 2004 beruhte, anders als die vorliegende Kurzstudie, auf einer repräsentativen Haushaltsbefragung zur Türkei als Reiseziel für deutsche Urlauber. Die übrigen Studien beruhten, wie der vorliegende Text, auf der Befragung von Reisebüros und Reiseveranstaltern, wobei in diesem Jahr der Schwerpunkt auf die Befragung von Reisebüros gelegt wurde. Ziel der Befragung ist, die Einschätzungen der Tourismusexperten für die Veränderungen und die Entwicklung des Türkeitourismus zu eruieren. Alle Tourismusberichte integrieren sekundärstatistisches Material zur vergangenen Entwicklung des Türkeitourismus.

Prof. Dr. Faruk Şen

Direktor der Stiftung Zentrum für Türkeistudien





1. Einleitung

Die Türkei hat sich in den letzten 20 Jahren zu einem zentralen Tourismusland entwickelt. Seit Anfang der 1990er Jahre haben sowohl die Besucherzahlen als auch die Umsätze im Tourismussektor stetig zugenommen. Dreimal allerdings musste der türkische Tourismus auch Rückschläge hinnehmen, zuletzt im Jahre 2006. Im Jahr 2007 konnte dieser Einbruch jedoch wettgemacht werden. Mit 23,3 Mio. Touristen wurde 2007 das „goldene Jahr“ 2005 mit 21,1 Mio. Touristen noch übertroffen. Doch trotz der Steigerung um 2,2 Mio. Besucher erhöhte sich der Umsatz im Tourismussektor nicht wesentlich, der 2007 bei 18,6 Mrd. USD lag (2005: 18,5 Mrd. USD). Um nach dem Einbruch 2006 wieder mehr Touristen für einen Urlaub in der Türkei zu gewinnen, setzte das türkische Tourismusministeriums zunehmend auf Badeurlaubangebote zu günstigen Preisen. Diese Strategie wurde ebenfalls von den neuen Tourismisländern im Norden des Mittelmeers, Kroatien, Bulgarien und Rumänien, verfolgt. Durch die neu entstandene Konkurrenz in dieser Region wurden Reisen in die Türkei immer günstiger.

Der vorliegende Bericht stellt die Entwicklung der türkischen Tourismusbranche auch vor dem Hintergrund der gesamten Urlaubsregion um das Mittelmeer vor. Sowohl die Touristenzahlen als auch die Veränderungen in den zentralen Zielregionen und den Herkünften der Touristen werden dargestellt. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf den deutschen Touristen. Dabei stellt sich auch die Frage, ob der Prozess um Marco W, der monatelang in der Türkei in Untersuchungshaft saß, Einfluss auf die deutschen Touristenzahlen haben wird.

Eine weitere Entwicklung, die die türkische Tourismusbranche beeinflussen kann, ist die Zunahme insbesondere osteuropäischer Urlauber in der Mittelmeerregion. Bisher zählte die Türkei als Nicht-EU-Land zu den bevorzugten Reiseländern der Osteuropäer, durch die in den letzten Jahren die Dominanz der deutschen Urlauber in der Türkei abgeschwächt wurde. Doch nun wurden die Visabestimmungen der EU-Länder für Osteuropäer gelockert, so dass diese möglicherweise verstärkt in die europäischen Urlaubsländer reisen werden.





2. Der Türkeitourismus

Die Türkei profitierte erst relativ spät vom europaweiten Reiseboom, der in den 1960er Jahren einsetzte. Während der Massentourismus für Italien, Spanien und Griechenland in dieser Zeit zu einer wichtigen Einnahmequelle wurde, beschränkte sich der Tourismus in der Türkei hauptsächlich auf vereinzelte Individualreisen. In den 1960er Jahren wurde die Türkei jährlich von ca. 100.000 ausländischen Touristen besucht, während Italien bereits von 9 Mio. und Spanien von 6 Mio. Gästen aus dem Ausland besucht wurden.

Die Türkei betrieb bis in die 1980er Jahre eine abgekapselte Wirtschafts- und Außenpolitik. Daher konnte sie bis dahin kaum die erforderlichen Erfahrungen für eine erfolgreiche Tourismuspolitik sammeln und das Land effektiv auf dem Welttourismusmarkt präsentieren. Erst zu Beginn der 1980er Jahre wurde die Devisen bringende Tourismusbranche als Möglichkeit zur Lösung der strukturellen Probleme der türkischen Wirtschaft, der Arbeitslosigkeit und des Außenhandelsdefizits, entdeckt und eine Tourismuspolitik entwickelt, die die Türkei als Tourismusland auf dem Welttourismusmarkt etabliert.

Die Wirkungen der Bemühungen zeigten sich jedoch erst in den 1990er Jahren. Seitdem verzeichnete die Türkei mit drei kurzfristigen Rückgängen ein stetiges Wachstum in der Tourismusbranche und wurde zu einem der wichtigsten Reiseziele der Welt. 2005 besuchten 21,1 Mio. Gäste die Türkei, im darauf folgenden Jahr kamen jedoch 6% weniger Touristen. 2007 erholte sich die Branche in der Türkei jedoch wieder und erzielte mit 23,3 Mio. Touristen einen neuen Besucherrekord.

Allerdings entwickelte sich der Umsatz in der Tourismusbranche in den letzten fünf Jahren nicht parallel zu den Touristenzahlen. Die durchschnittlichen Ausgaben der Touristen pro Kopf sind von 943 USD im Jahr 2003 auf 793 USD im Jahr 2007 gesunken. Während die Anzahl der Touristen um 66% zunahm, sanken die Einnahmen pro Besucher um 16%.





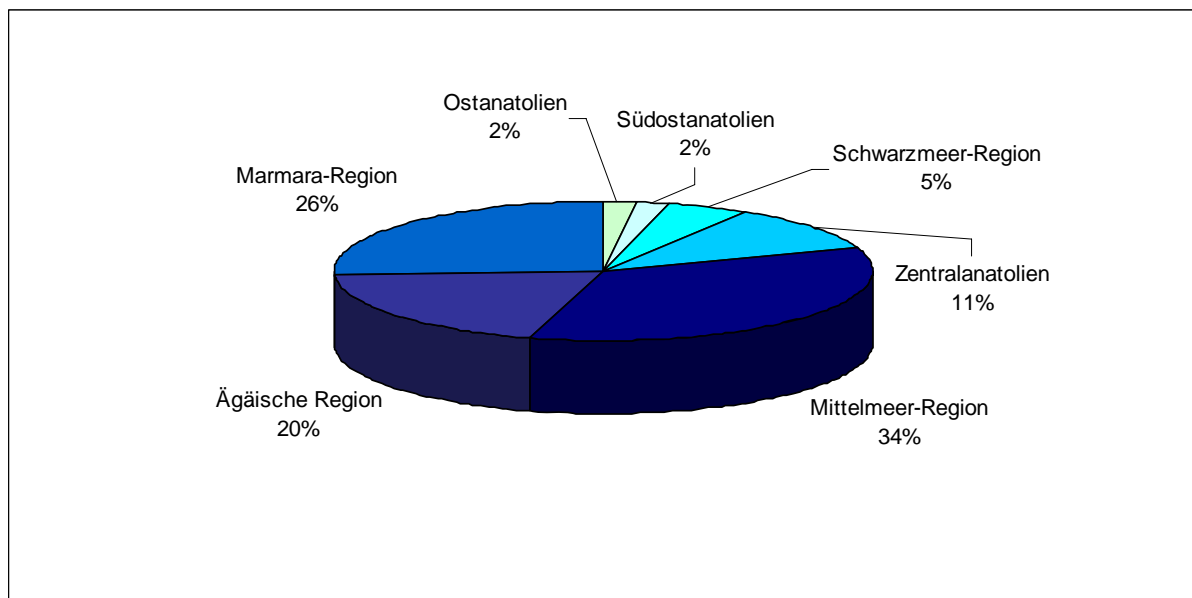
Tabelle 1: Touristenankünfte und Tourismuseinkommen der Türkei 2003-2007

	Touristenankünfte (in Mio.)	Tourismuseinkommen (in Mill. USD)	Reiseausgaben pro Kopf (USD)
2003	14,0	13,2	943
2004	17,6	15,9	903
2005	21,1	18,2	863
2006	19,8	16,9	854
2007	23,3	18,5	793

Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2008; Statistisches Amt der Türkei (TUİK), 2006.

Die Urlaubsregionen der ausländischen Touristen in der Türkei konzentrieren sich stark auf das Mittelmeer, mehr als ein Drittel aller Urlauber reisen an die dortigen Strände. Ein Viertel reist in die Marmararegion und ein Fünftel in die Ägäis. 81% aller ausländischen Touristen verbringen den Urlaub in diesen drei Regionen.

Abbildung 1: Ankünfte in touristischen Anlagen nach geographischen Regionen (2006)



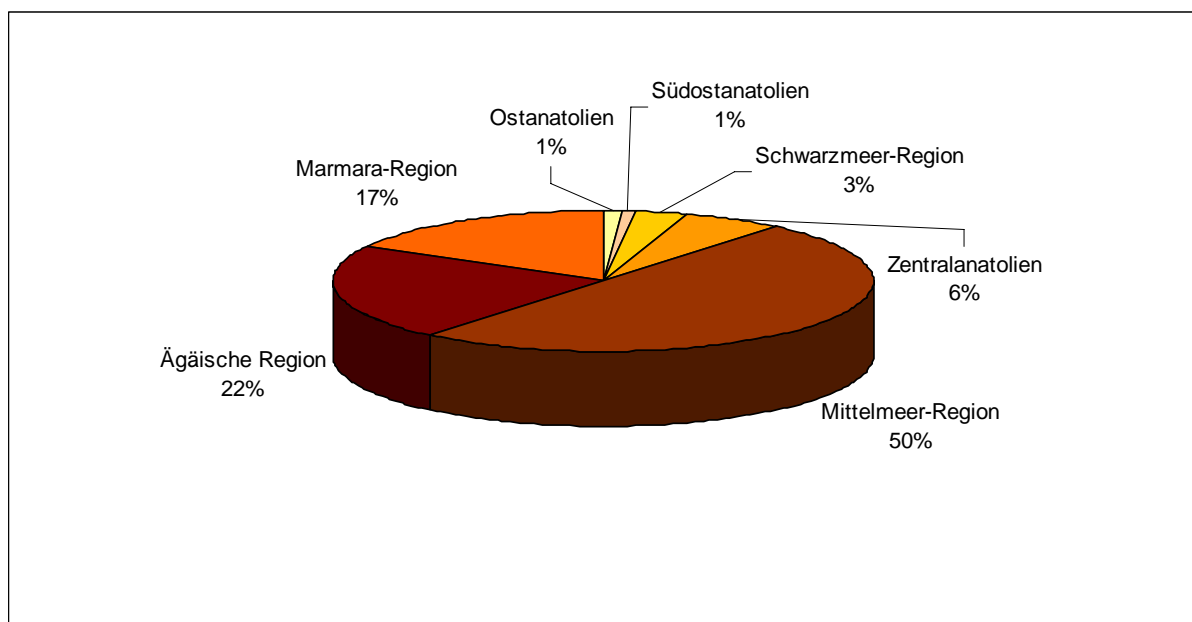
Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2007

Auch bei Betrachtung der Anzahl der Übernachtungen zeigt sich die Konzentration, 89% der gesamten Übernachtungen entfallen auf diese drei



Regionen. Die Mittelmeerregion, in der die Hälfte aller Übernachtungen stattfindet, hat sich als die wichtigste Langzeitdestination bewiesen. Auf die ägäische Region entfallen anteilmäßig so viele Übernachtungen wie Touristen. In den anderen Regionen sind hingegen verhältnismäßig weniger Übernachtungen zu verzeichnen, sie werden folglich eher kurz besucht. Zu den Urlaubern dieser Regionen, die überwiegend Kurz-, Rund- und Kulturreisen machen, kommen noch Geschäftsreisende hinzu. Die Schwarzmeerregion, Zentralanatolien sowie Ost- und Südostanatolien werden hauptsächlich als Transitwege in andere Regionen, Zwischenhaltestellen bei Rundreisen oder zu Verwandtenbesuchen genutzt.

Abbildung 2: Anteile der Unterkunftsduer nach geographischen Regionen (2006)



Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2007

Geht man in der Betrachtung der Touristenziele noch eine Ebene tiefer, wird die Konzentration der ausländischen Touristen noch deutlicher. Knapp 70% aller Touristen verteilen sich auf die drei Bezirke Antalya (31%), Istanbul (28%) und Muğla (11%).





Tabelle 2: Touristenankünfte nach Bezirken – Top 10 (2007)

Bezirke	Anzahl der Besucher	Anteil (%)
Antalya	7.291.734	31,2
İstanbul	6.453.598	27,7
Muğla	2.571.920	11,0
Edirne	2.268.104	9,7
İzmir	966.693	4,1
Artvin	607.026	2,6
Aydın	509.872	2,2
Kilis	401.233	1,7

Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2008

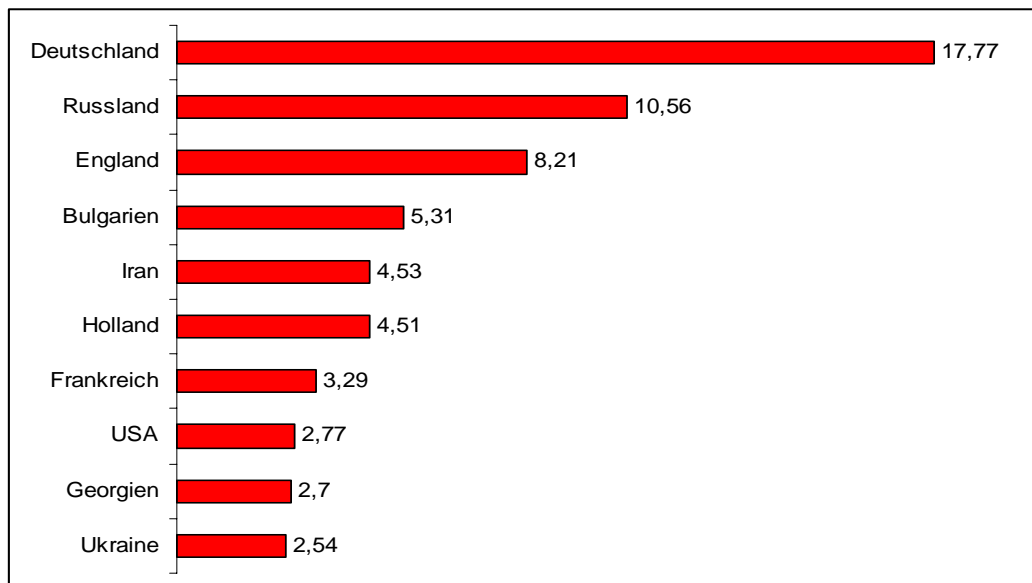
In den letzten Jahren hat sich das Profil der Türkeitouristen enorm verändert. Die Betrachtung der Besucher nach Nationalitäten zeigt, dass Urlauber aus Osteuropa und Russland zunehmend an Bedeutung gewinnen. Zwar stehen die deutschen Urlauber mit knapp 18% der Reisenden nach wie vor an der Spitze der Türkeiibesucher nach Nationalitäten, doch folgen ihnen die Russen mit 10,6% auf dem zweiten Platz. Die Besucher aus Russland, Bulgarien, Georgien und der Ukraine machen inzwischen 21,1% aller Gäste der Türkei aus.





Abbildung 3: Touristenankünfte nach Nationalität – Top 10

(Prozentuale Verteilung, 2007)



Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2008

Auffällig ist die deutliche Zunahme der Touristen aus Russland. 2007 sind 2,47 Mio. Touristen aus Russland in die Türkei eingereist, dies sind 33,5% mehr als im Vorjahr. Der Anteil der russischen Touristen im Gesamttourismus der Türkei betrug im letzten Jahr 10,6% (2005: 8,8%). Die Besucherzahl aus den mittel- und westeuropäischen Staaten nahm im Vergleich zum Vorjahr hingegen ab.

Der steigende Anteil der Touristen aus den osteuropäischen Staaten und aus Russland hat zwiespältige Auswirkungen auf den Tourismus: Einerseits lassen sie sich offenbar von negativen Schlagzeilen weniger beeindrucken als die Westeuropäer, denn unter dieser Gruppe gingen die Zahlen 2006 – anders als dies für die Westeuropäer gilt – nicht zurück, sie sind somit „treuere“ Gäste. Andererseits beeinflussen sie die sinkenden Pro-Kopf-Einnahmen des Tourismussektors.

Eine weitere bedeutende Gruppe sind die US-amerikanischen Touristen, deren Zahl sogar im Jahre 2006 stieg, als der Tourismus der Türkei insgesamt einen Rückgang registrierte. Die Zahl der US-amerikanischen Touristen ist in 2007 gegenüber dem Vorjahr um 21,4% gestiegen, insgesamt besuchten 646.000 US-Amerikaner 2007 die Türkei. Sie sind damit die achtgrößte Besuchergruppe der Türkei.





Tabelle 3: Touristenankünfte nach Nationalität – Top 10 (2007)

Rang	Herkunftsland	Zahl
1	Deutschland	4.148.252
2	Russland	2.465.481
3	England	1.916.015
4	Bulgarien	1.239.666
5	Iran	1.058.270
6	Holland	1.053.669
7	Frankreich	768.168
8	USA	646.376
9	Georgien	630.923
10	Ukraine	593.302

Quelle: Kultur- und Tourismusministerium der Republik der Türkei, 2008

Die wachsende Tourismusbranche der Türkei war seit den 1990er Jahren bemüht, durch relativ günstige Preise ihre Attraktivität zu steigern. Der wachstumsfördernde Ansatz der Tourismuspolitik war für die Entwicklung der Branche nützlich, um durch den Massentourismus zunächst die Infrastruktur aufzubauen. Jedoch scheint mittlerweile dieser Ansatz ein strukturelles Problem der Branche zu verursachen. Um der sinkenden Besucherzahl und der neuen Konkurrenz im nördlichen Mittelmeerraum entgegenzuwirken, werden zur Kundenbindung und -gewinnung immer höhere Rabatte und immer günstigere Preise angeboten. Somit konnten zwar im Jahr 2006 größere Verluste verhindert werden, doch kann diese Strategie mittelfristig nicht durchgehalten werden. Trotz des Besucherrekords 2007 wuchs der Gesamtumsatz der Branche nur geringfügig. Die sinkenden Pro-Kopf-Einnahmen stoßen ökonomisch an Grenzen und lassen langfristig einen massiven Qualitätsabbau befürchten. Ob dadurch der Tourismusbranche gedient wäre, ist äußerst fraglich.





3. Die Mitbewerber der Türkei am Mittelmeer

Das stetige Wachstum der türkischen Tourismusbranche, erzielt durch die Niedrigpreispolitik, wurde durch den Einstieg von Mitbewerbern mit derselben Strategie verlangsamt. Offenbar ist der Markt in diesem Segment gesättigt. Durch die immer günstigeren Angebote sank der Pro-Kopf-Umsatz, die Branche wurde stark krisenanfällig. Zur Entwicklung einer nachhaltigen und rationalen Wachstumsstrategie lohnt sich ein Blick auf die Mitbewerber im Mittelmeerraum. Hauptkonkurrenten der Türkei im Niedrigpreissegment sind die neuen Tourismusländer wie Kroatien, Rumänien und Bulgarien, sowie die italienische Tourismusbranche, die jedoch nicht zuletzt aufgrund ihrer höheren Preise jedoch seit Jahren ihren Anteil am Welttourismus zugunsten der Türkei verliert.

3.1. Italien

Italien ist eine der ältesten Urlaubsregionen am Mittelmeer und zugleich eines der beliebtesten Tourismusländer der Welt. Innerhalb der letzten zehn Jahre hat der italienische Tourismus jedoch im weltweiten Vergleich an Bedeutung eingebüßt. Zwischen 1995 und 2004 hat die Besucherzahl des Landes von ca. 40 Mio. auf ca. 36 Mio. abgenommen, Italiens Marktanteil am Welttourismus sank von 13,6% auf 10,9%.

Tabelle 4: Marktanteil am Welttourismus der Länder Italien, Türkei und Kroatien (1995-2004)

Land	Marktanteil (1995)	Marktanteil (2004)	Jährliches Wachstum
Italien	13,6%	10,9%	6,3%
Türkei	2,3%	4,9%	16,9%
Kroatien	0,6%	2,2%	23,7%

Quelle: WTO, 2005



Trotz der Verluste ist Italien nach wie vor eine der zentralen Urlaubsregionen der Deutschen. Nach Angaben des deutschen Reiseverbandes (DRV) reisten im Jahr 2006 9 Mio. deutsche Touristen nach Italien. 46,5 Mio. Übernachtungen durch Deutsche wurden registriert. Die durchschnittliche Urlaubsdauer der Deutschen in Italien beträgt 5,2 Tage.

3.2. Kroatien

Kroatien ist eines der relativ neuen, schnell wachsenden Tourismusländer im Mittelmeerraum. Die geschützten Küsten sowie die niedrigen Preise sind Vorteile des Landes. Kroatien wird jährlich von 8,6 Mio. ausländischen Gästen besucht.

2007 haben die ausländischen Touristen 47.021.944 Nächte in dem Land verbracht. Die durchschnittliche Reisedauer betrug 5,5 Tage.

Tabelle 5: Touristische Anlagen in Kroatien nach Kategorien (2001-2006, Prozentual)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1-Sterne Anlagen	8,2	5,1	3,7	3,6	3,4	-
2-Sterne Anlagen	40,9	32,5	31,7	30,6	29,3	25,2
3-Sterne Anlagen	45,3	53,0	55,0	53,1	55,1	60,7
4-Sterne Anlagen	2,4	6,0	6,3	8,4	8,2	12,1
5-Sterne Anlagen	3,3	3,3	3,3	4,3	4,0	2,0

Quelle: Statistisches Amt Kroatien

Bis zum Jahr 2001 verfügten 49,1% aller touristischen Anlagen in Kroatien über ein oder zwei Sterne. Der Anteil dieser Anlagen ist im Jahre 2006 auf 25,2% gesunken, Anlagen mit nur einem Stern gibt es mittlerweile kaum noch. Gleichzeitig ist der Anteil der Fünf-Sterne Anlagen ebenfalls gesunken. Dagegen hat sich der Anteil der Anlagen, die mit drei oder vier Sternen ausgezeichnet sind, erhöht. Diese Verteilung zeigt, dass sich das Tourismusangebot in Kroatien an die Reisenden mit mittlerer Kaufkraft richtet.

Für den Tourismusmarkt in Kroatien spielen die Deutschen eine zunehmende Rolle. Jährlich wird Kroatien von 1,6 Mio. deutschen Touristen besucht, jeder fünfte Tourist reist aus Deutschland an. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Deutschen beträgt 7 Tage.





3.3. Rumänien

Rumänien, der jüngste Mitgliedstaat der EU, hat in den letzten Jahren seine Küsten am Schwarzen Meer dem Tourismus geöffnet. Die niedrige Wassertemperatur dort ist jedoch ein Nachteil insbesondere bezüglich des Badetourismus. Daher werden Urlauber mit niedrigen Preisen und kulturorientierten Tourismusangeboten geworben. Die Angebote richten sich hauptsächlich an ältere Reisende. Nach inoffiziellen Angaben haben 2007 7,6 Mio. Touristen das Land besucht. Nach Angaben des statistischen Amtes Rumäniens hat das Land 2005 5,84 Mio. Touristen empfangen, 5,52 Mio. davon aus den europäischen Ländern. Darunter sind 2,87 Mio. Reisende aus den EU-Ländern. Zu den größten Besuchergruppen gehören Ungarn (1,5 Mio.), gefolgt von Bulgaren (389.000) und Deutschen (354.000).

In Rumänien befinden sich 4.226 touristische Anlagen. Die Hälfte der Anlagen ist für Urlauber gedacht, die eine längere Zeit (mehr als fünf Tage) dort verbringen, die restlichen Anlagen sind Hotels und Motels für einen kurzen Aufenthalt.

Knapp zwei Drittel der Anlagen in Rumänien sind mit einem oder zwei Sternen ausgezeichnet. Dadurch wird sichtbar, dass sich das Land an Urlauber mit eher geringer Kaufkraft richtet.

Tabelle 6: Touristische Anlagen in Rumänien nach Kategorien

	Anzahl	Anteil(%)
1-Stern Anlagen	1030	24,4
2-Sterne Anlagen	1780	42,1
3-Sterne Anlagen	830	19,6
4-Sterne Anlagen	219	5,1
5-Sterne Anlagen	14	0,3
Ohne Kategorie	353	8,5
Gesamt	4226	100

Quelle: Statistisches Amt Rumänien, 2007





3.4. Bulgarien

Bulgarien hat in den ersten 9 Monaten des Jahres 2007 6,5 Mio. ausländische Gäste empfangen. Darunter ist ca. ein Viertel, das das Land als Durchgangsstation nutzt. Reisende, deren Hauptreiseziel Bulgarien ist, machen 55,9% aller Besucher aus. Durchschnittlich geben die Touristen in Bulgarien 390 USD aus. Dabei beträgt die durchschnittliche Übernachtungsdauer 9 Tage. Die jährliche Wachstumsrate der Tourismusbranche in Bulgarien beträgt 16%. Der Umsatz im letzten Jahr belief sich auf 2 Mrd. USD. 12,1% aller Urlauber sind Touristen aus Deutschland.

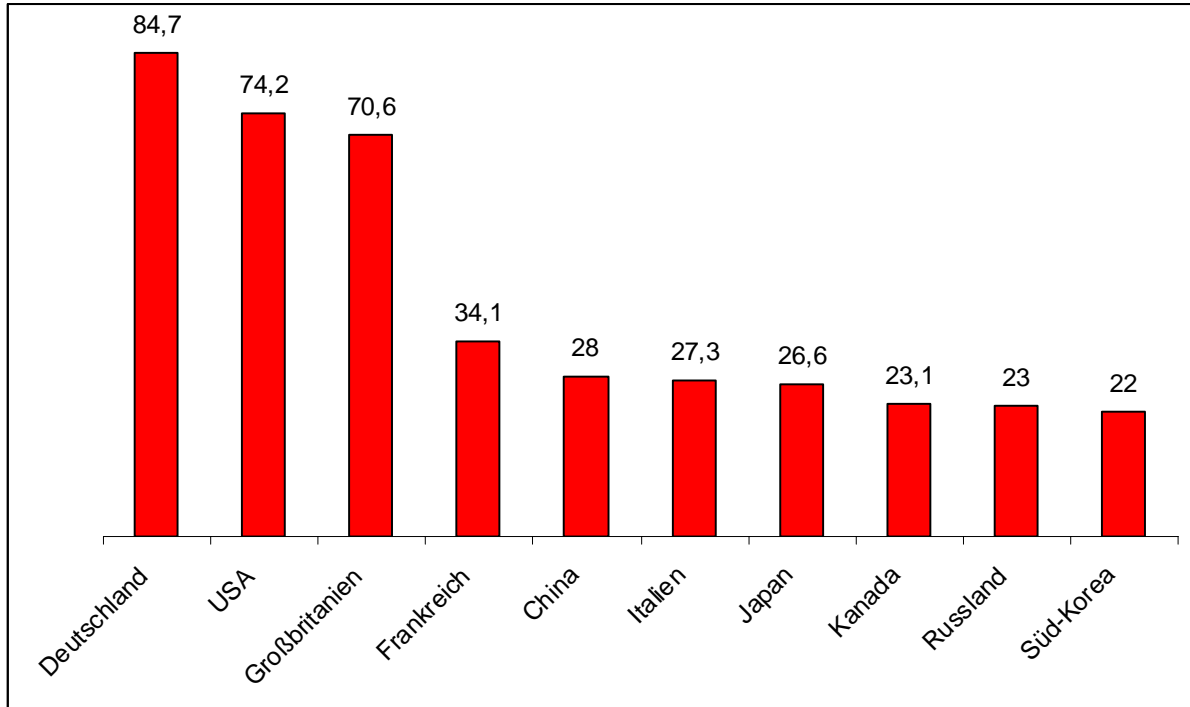




4. Deutschland und der Türkeitourismus

Die Deutschen zählen im weltweiten Vergleich zu den reisefreudigsten Nationen. Im letzten Jahr haben sie nach Angaben der Deutschen Bank 84,7 Mrd. USD für Urlaubsreisen ausgegeben und sind damit nach wie vor die Spitzenreiter der Nettodevisenbringer im internationalen Reiseverkehr. Auf Platz zwei folgen die US-Amerikaner mit 74,2 Mrd. USD und auf dem dritten Rang mit 70,6 Mrd. USD die Touristen aus Großbritannien.

Abbildung 4: Die zehn reisefreudigsten Nationen weltweit (Ausgaben von Touristen im Ausland, in Mrd. USD 2007)



Quelle: Dresdener Bank, 2008

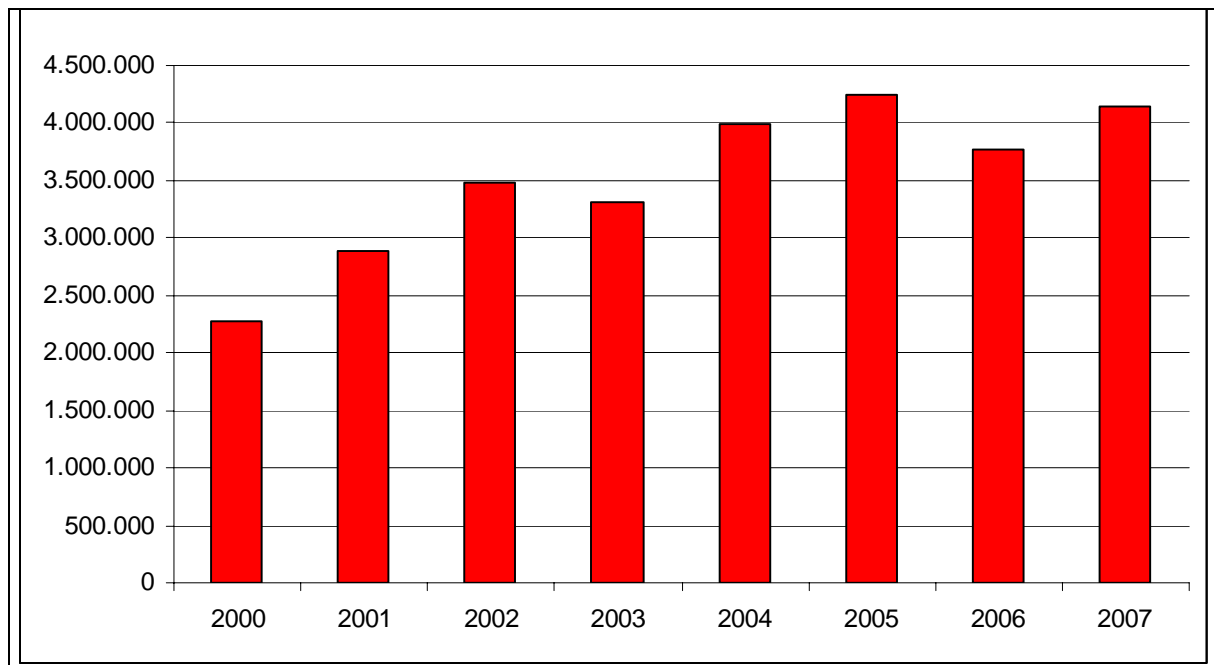
Auch im türkischen Tourismus spielen die deutschen Reisenden eine zentrale Rolle. In Folge der negativen Schlagzeilen über Terroranschläge, die Vogelgrippe





und den Karikaturenstreit verzeichnete die Türkei im Jahr 2006 zahlreiche Reservierungsstornierungen, viele Urlauber wichen von vorneherein in andere Länder aus. Aber auch die Fußballweltmeisterschaft, die 2006 in Deutschland stattfand, hat dazu beigetragen, dass viele deutsche Touristen ihren Urlaub zu Hause verbrachten. Nach einer gezielten Werbekampagne der türkischen Tourismusbranche konnte im Jahr 2007 der Einbruch in den Touristenzahlen von 2006 wieder wettgemacht werden. Insgesamt besuchten im letzten Jahr 4.148.252 Touristen aus Deutschland die Türkei, dies sind 18% aller Türkeiurlauber.

Abbildung 5: Entwicklung der Ankünfte der deutschen Touristen 2000-2007



Quelle: TUIK, Kultur- und Tourismusministerium der Republik Türkei, 2001 - 2008

Generell zeigen die Zahlen der deutschen Touristen in der Türkei zwischen 2000 und 2007 einen steigenden Trend. Die Rückgänge in den Jahren 2003 und 2006 lassen jedoch erkennen, dass die deutschen Touristen - im Unterschied zu den Touristen aus den osteuropäischen Ländern und Russland - stärker auf negative Schlagzeilen reagieren und umdisponieren.

Für das laufende Jahr wird aufgrund der positiven Entwicklung der deutschen Wirtschaft ebenfalls mit einer Zunahme der deutschen Urlauber in der Türkei gerechnet. Zwar sind die Steigerungsraten nicht mehr in ähnlichen Größenordnungen zu erwarten wie zu Beginn des Jahrtausends, dennoch kann

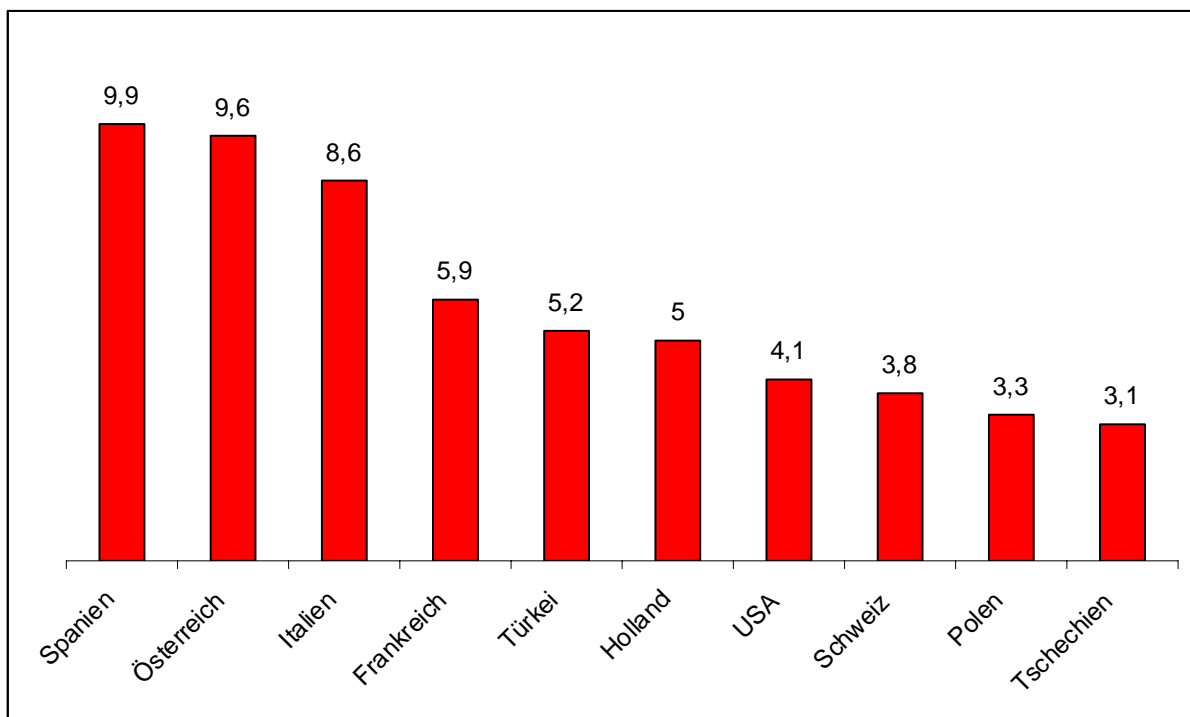




man davon ausgehen, dass die Steigerungsrate von 2007 zu 2008 höher ausfallen wird als von 2006 zu 2007.

Vergleicht man, wie viel Geld die Deutschen in den verschiedenen Ländern für ihre Urlaube ausgeben, nimmt die Türkei mit 5,2 Mrd. USD Platz fünf ein. Ein Tourist aus Deutschland hat 2007 – rechnet man die Gesamtausgaben auf die Pro-Kopf-Ausgaben um - im Durchschnitt 1.250 USD für seinen Türkeiurlaub ausgegeben. Damit geben die deutschen Touristen durchschnittlich mehr aus als die Gesamtheit der Touristen in der Türkei, die pro Kopf durchschnittlichen 793 USD für ihren Urlaub in der Türkei ausgeben. 28% der Gesamteinnahmen der Tourismusbranche der Türkei im Jahr 2007 wurden somit durch die Ausgaben der deutschen Touristen erzielt.

Abbildung 6: Reiseausgaben der Deutschen Touristen im Ausland, 2007



Quelle: Dresdener Bank, 2008





5. Befragung von Reisebüros und Reiseveranstaltern zu ihren Erwartungen an den Türkeitourismus 2008

Um eine Einschätzung der Entwicklung des Türkeitourismus in der Saison 2008 hinsichtlich Umfang und Angebotsstruktur zu erhalten, hat die Stiftung Zentrum für Türkeistudien im Zeitraum vom 14. Januar bis zum 18. Januar 2008 50 zufällig ausgewählte Reisebüros und zehn große Reiseveranstalter über ihre Meinungen und Erwartungen an den Türkeitourismus 2008 telefonisch per standardisiertem Fragebogen befragt. Die Fragen bezogen sich auf:

- Reiseformen und Preiskategorien, die hauptsächlich gebucht werden,
- das Preis-Leistungsverhältnis der Türkeireisen,
- die Kundengruppen,
- die Veränderungen der Buchungen im Vergleich zum Vorjahr und die Erwartungen an die diesjährige Entwicklung, sowie
- die Veränderung in der Angebotsstruktur.

Die Interviews fanden in den Geschäftszeiten, zwischen 10:00 und 12:00 Uhr sowie zwischen 15:00 und 18:00 Uhr, statt. Die befragten Reisebüros wurden zufällig aus der Online-Version der Gelben Seiten ausgewählt, wobei ein Interview nur mit denjenigen geführt wurde, die nach eigener Einschätzung in ausreichendem Maße Türkeireisen anbieten, um sich an der Befragung zu beteiligen. Insgesamt wurden 138 Reisebüros kontaktiert, um die 60 Interviews durchzuführen. Diese Befragung erhebt keinen Anspruch auf Repräsentativität. Aufgrund des Expertenwissens der insgesamt 60 Befragten können aus den Ergebnissen aber verlässliche Trends und Tendenzen über das Buchungs- und Reiseverhalten der deutschen Türkei-Urlauber 2008 abgeleitet werden.

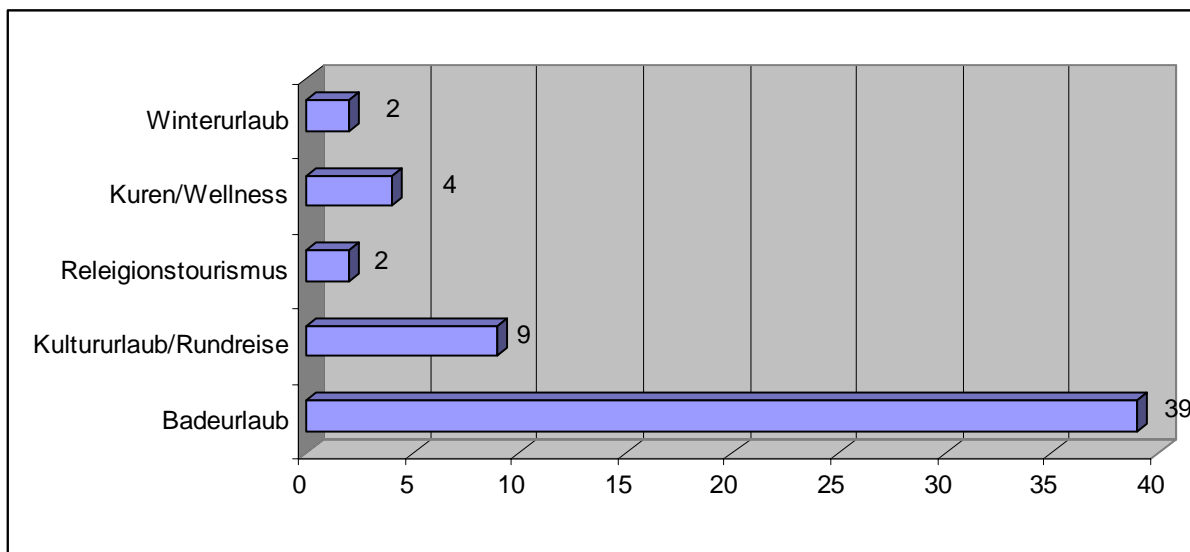




5.1. Reiseformen und Preis-Leistungsverhältnis

Obwohl sich die Angebotsstruktur des Türkeitourismus in den vergangenen Jahren erweitert hat und neben dem Badeurlaub immer häufiger auch Sport- und Städtereisen, Kultur- und Rundreisen sowie Wellness-Reisen angeboten werden, dominiert nach Angaben der fünfzig befragten Reisebüros nach wie vor der Badeurlaub noch deutlich. 39 der 50 Reisebüros nannten den Badeurlaub als hauptsächlich gebuchte Reiseform. An zweiter Stelle der hauptsächlich gebuchten Reiseformen wurden Kultur- und Rundreisen genannt, denn neun der 50 befragten Reisebüros gaben an, dass sich immer mehr Urlauber einen Mix aus Strand- und Kultururlaub wünschen. Als weitere beliebte Reiseformen wurden der Kur- und Wellnessurlaub sowie der Religionsurlaub genannt.

**Abbildung 7: Hauptsächlich gebuchte Reiseformen der Türkeireisen
(Mehrfachnennungen)**



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

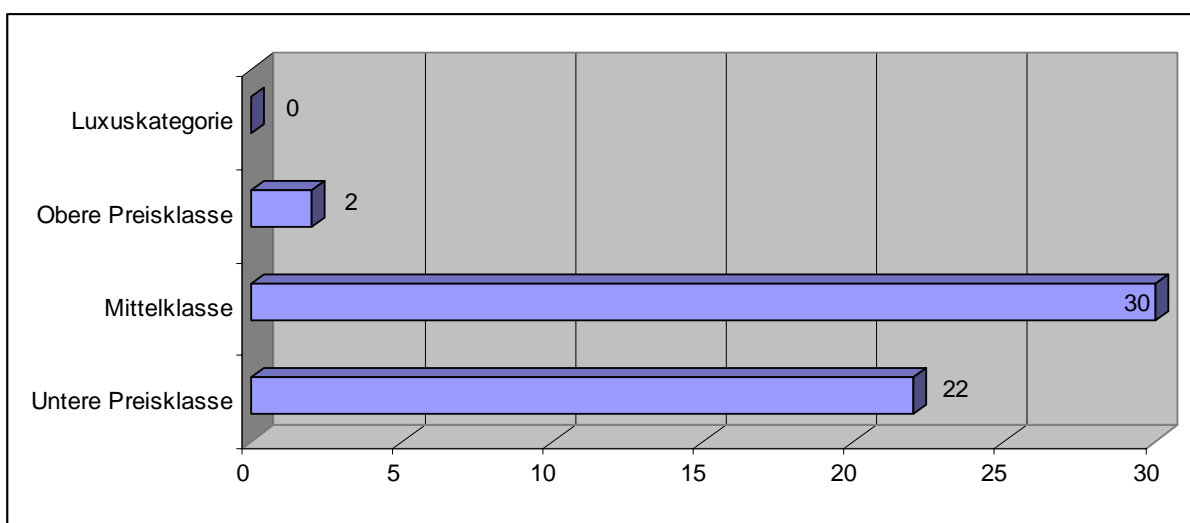
Die zehn befragten Reiseveranstalter bestätigen die Angaben der Reisebüros. Auch hier geben die Reiseexperten den Badeurlaub nach wie vor als beliebteste Reiseform der deutschen Urlauber in der Türkei an. Weiterhin nennen vier Veranstalter die Kultur- und Rundreisen als hauptsächlich gebuchte Reiseform der deutschen Touristen. Der Türkei gelingt es nach Ansicht der Reiseveranstalter durch den Winter- und Seniorenurlaub, immer mehr Touristen





auch außerhalb der Hauptsaison anzuziehen. Zwei Reisebüros und ein Reiseveranstalter nennen die Reiseformen Winterurlaub und Seniorentourismus als Reiseformen, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen. Diese Reiseformen werden zurzeit zwar eher als Spartenangebote gesehen, jedoch mit Blick auf die sich verändernde Alterstruktur der deutschen Gesellschaft seien die Seniorenreisen zukünftig eine vielversprechende Reiseform.

Abbildung 8: Hauptsächlich gebuchte Preiskategorien der Türkeireisen im Vergleich zu anderen Urlaubsländern



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

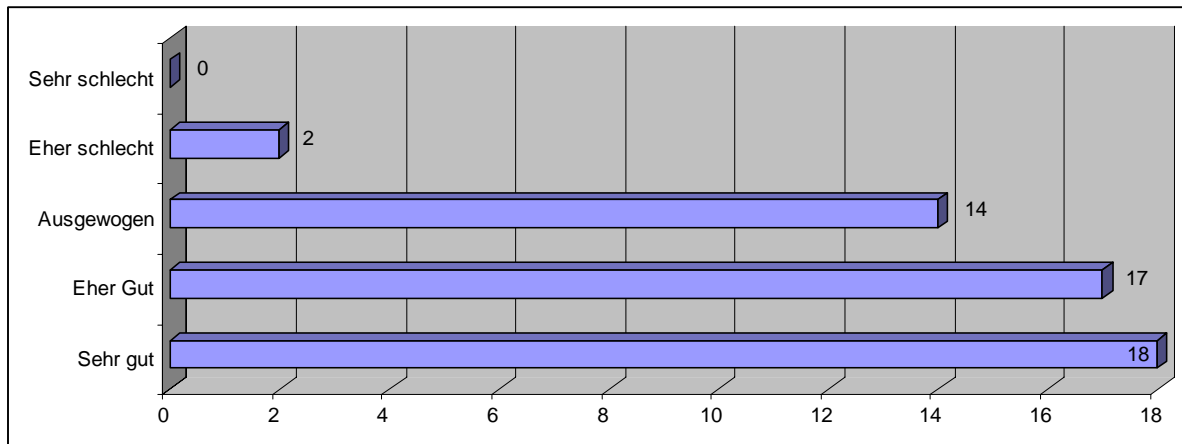
Die Mehrheit der befragten Reisebüros (30 der 50 befragten Reisebüros) sehen die gebuchten Reisen preislich in der Mittelklasse. Jedoch 22 der 50 Befragten sind der Meinung, dass die gebuchten Reisen (auch) eher in der unteren Preiskategorie angesiedelt sind. Die obere Preisklasse wird seltener genannt. Maßgabe für die Einschätzung der Preisklasse war der Vergleich mit anderen Urlaubsdestinationen. Nach Einschätzungen der Reisebüros bewegen sich die Kosten für eine Reise in die Türkei im Durchschnitt aller gebuchten Urlaube.

Auch die Reiseveranstalter sehen die gebuchten Reisen in der unteren bzw. mittleren Preisklasse, denn fünf der befragten Reiseveranstalter gaben die untere Preisklasse und fünf die Mittelklasse als meist gebuchte Preisklasse der Türkeireisen an.





Abbildung 9: Preis-Leistungsverhältnis von Türkeireisen im Vergleich zu anderen Ländern



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

Das Preis-Leistungsverhältnis der Angebote der Türkeireisen wird von den befragten Reisebüros als sehr gut oder eher gut eingeschätzt. Nach dem drastischen Einnahmerückgang des türkischen Tourismussektors im Jahr 2006, resultierend unter anderem aus den Terroranschlägen, dem Ausbruch der Vogelgrippe und dem Karikaturenstreit, wurden die Preise in der Türkei günstiger und der Service besser. So kam es dazu, dass zu mittleren Preisen ein hohes Leistungsniveau angeboten wurde. 18 der 50 befragten Reisebüros schätzen das Preis-Leistungsverhältnis als sehr gut, 17 als eher gut, 14 als ausgewogen und zwei als eher schlecht ein.

Fünf Reiseveranstalter stufen das Preis-Leistungsverhältnis der Angebote der Türkeireisen als eher gut an, vier der Reiseveranstalter sehen es als sehr gut und vergeben somit die Bestnote. Nur ein Veranstalter sieht es lediglich als ausgewogen. Keiner der Reiseveranstalter stufte das Preis-Leistungsverhältnis als eher schlecht oder schlecht ein.

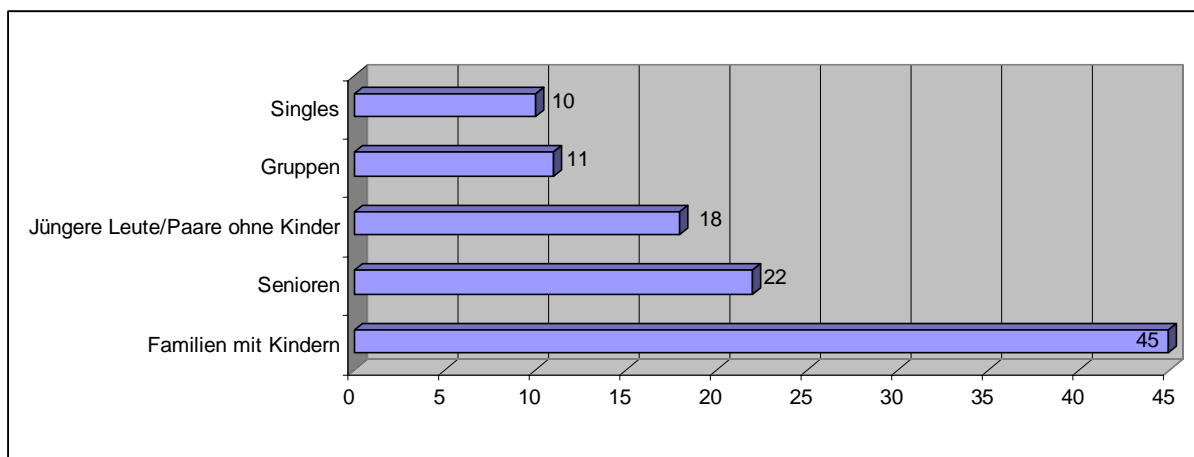




5.2. Die Merkmale der Türkeiurlauber aus Deutschland

Das Image der Türkei als familienfreundliches Land bestätigt sich durch die Angaben der Reisebüros. Sie nennen Familien mit Kindern als häufigste Kundengruppe, die Urlaub in der Türkei bucht, gefolgt von den Senioren. 18 der Befragten nennen junge Paare als häufigste Kundengruppe. Singlereisen sowie Gruppenreisen werden zwar weniger genannt, spielen jedoch ebenfalls eine Rolle.

Abbildung 10: Hauptsächliche Zielgruppe der Türkeireisenden



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

Die Reiseveranstalter nennen die Gruppenreisenden als die häufigste Kundengruppe (sieben der zehn befragten Reiseveranstalter), dicht gefolgt (sechs Mal) von Familien mit Kindern, fünf Mal werden als hauptsächliche Kundengruppe junge Paare ohne Kinder und jeweils drei Mal Senioren- und Singels als häufige Kundengruppe genannt.

5.3. Erwartungen an die Entwicklung des Türkeitourismus 2008

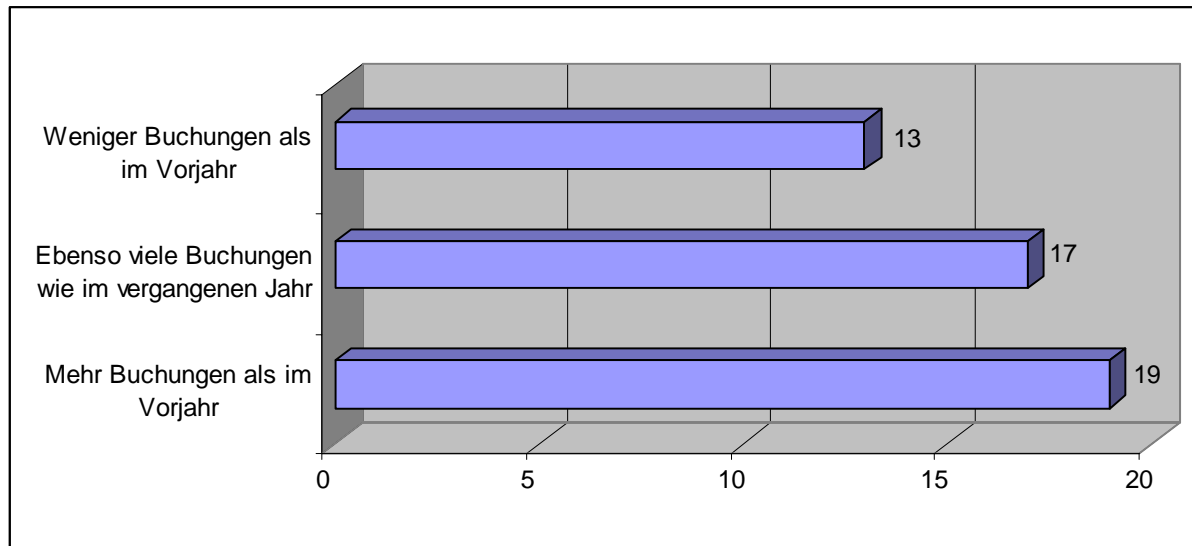
Nach einem Rekordjahr in 2005 mit 4,24 Millionen deutschen Touristen in der Türkei und dem drastischen Rückgang auf 3,76 Millionen Touristen im Jahr 2006 (aufgrund der Terroranschläge, der Vogelgrippe und des Karikaturenstreits),





erholte sich der Markt sehr rasch und verzeichnete im Jahr 2007 4,15 Millionen deutsche Touristen.

Abbildung 11: Bisherige Buchungen von Türkeireisen im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

Gefragt nach dem Verlauf der bisherigen Buchungen von Türkeireisen im Vergleich zum letzten Jahr zum gleichen Zeitpunkt gaben 19 der 50 befragten Reisebüros an, bisher mehr Buchungen zu verzeichnen, 17 sehen die bisherigen Buchungen auf dem Niveau des letzten Jahres und 13 registrieren weniger Buchungen.

Die Reiseveranstalter sind bei ihrer Beurteilung etwas vorsichtiger. Drei der befragten Veranstalter gaben an, bisher mehr Buchungen zu verzeichnen, fünf ebenso viele wie im letzten Jahr, ein Veranstalter hat bisher weniger Buchungen zu verzeichnen und ein Veranstalter wollte noch keine Einschätzung abgeben.

Die Erwartungen für die bevorstehende Saison 2008 sind bei den Reisebüros positiv. 35 der befragten Reisebüros erwarten einen Anstieg bei den Türkeireisen 2008 im Vergleich zum Vorjahr, drei Reisebüros erwarten das Niveau des letzten Jahres und zehn sind der Meinung, dass ein Rückgang zu erwarten ist. Fünf der Reisebüros können noch keine Einschätzung für das bevorstehende Jahr abgeben.

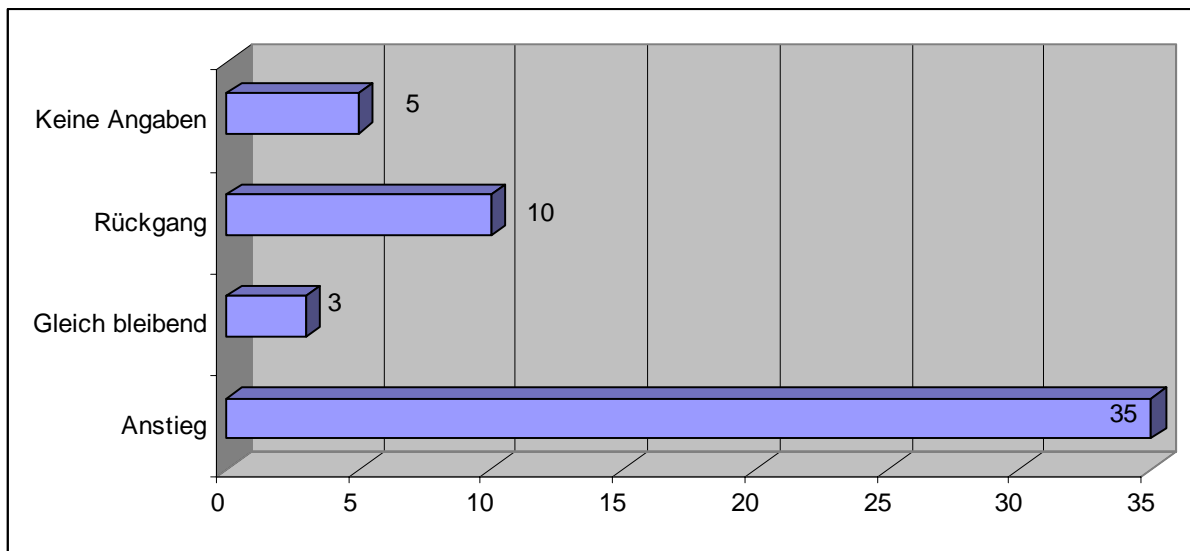




Diejenigen zehn befragten Reisebüros, die einen Rückgang der Buchungen erwarten, schätzen den Rückgang auf durchschnittlich 23%.

Die 35 Reisebüros, die von einem Zuwachs der Touristenzahlen im Jahr 2008 ausgehen, erwarten im Durchschnitt einen Anstieg von 20% im Vergleich zum Vorjahr. Im Jahr 2007 verzeichnete die Türkei 4,145 Millionen deutsche Touristen. Geht man von einem Anstieg von 20% aus, werden im Jahr 2008 ca. 4,993 Millionen deutsche Touristen in die Türkei reisen.

Abbildung 12: Erwartungen an die Entwicklung der Türkeireisen der Saison 2008 im Vergleich zum Vorjahr



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008

Die Erwartungen der Reiseveranstalter sind dagegen noch positiver. Hier gaben fünf der zehn befragten Reiseveranstalter an, dass für das Jahr 2008 ein Zuwachs im Vergleich zum Vorjahr erwartet wird. Vier erwarten ähnliche Größendimensionen wie im vergangenen Jahr und nur ein Veranstalter sieht die Entwicklung etwas skeptischer und ist der Meinung, dass die Buchungen in der Saison 2008 rückläufig sein werden.

Die Veranstalter sind in der Erwartungshaltung bezüglich der Steigerungsraten in der Saison 2008 zurückhaltender. Diejenigen, die einen Anstieg erwarten, sehen diesen im Durchschnitt bei 11%.

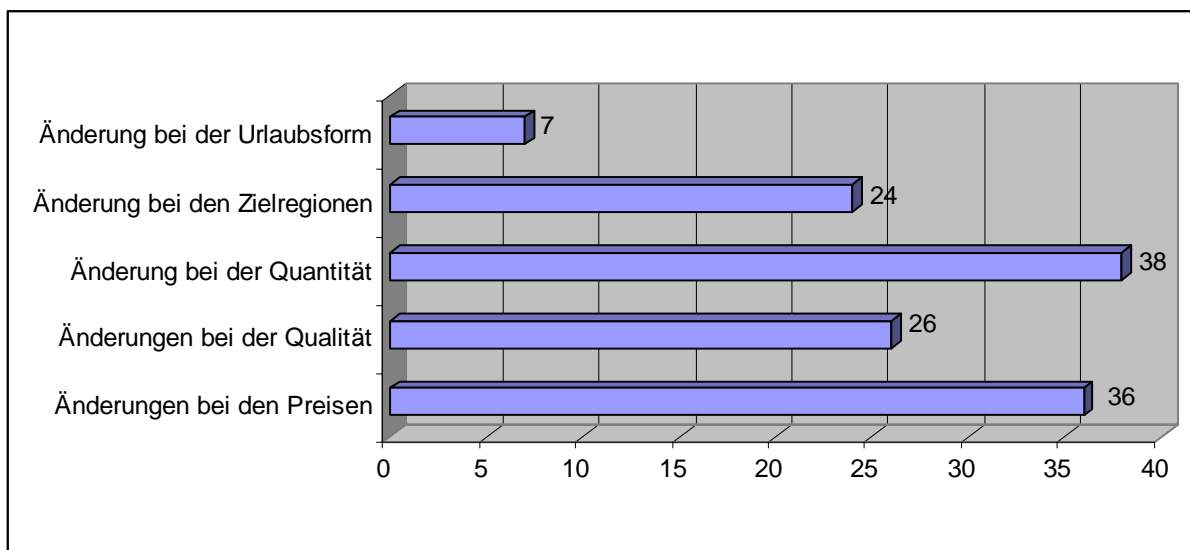




5.4. Veränderungen des Angebots an Türkeireisen 2008

Die Reisebüros und Reiseveranstalter wurden auch zu ihrer Einschätzung der Veränderung in der Angebotsstruktur des Türkeitourismus in der laufenden Saison befragt. Am häufigsten – von 38 Reisebüros – wurde eine Veränderung bei der Quantität genannt, wobei 29 der befragten Reisebüros meinten, das Angebot sei größer geworden und neun meinten, dass das Angebot geringer geworden sei. Am zweithäufigsten wurde von 36 Reisebüros eine Veränderung bei den Preisen genannt, hier herrscht allerdings fast Einigkeit, denn 32 sind der Meinung, dass die Preise im Vergleich zum Vorjahr gestiegen seien, lediglich vier sind der Meinung, dass die Preise gesunken sind. 26 befragte Reisebüros haben Veränderungen in der Qualität wahrgenommen. 20 sehen eine Verbesserung in der Qualität, wobei immerhin sechs der befragten Reisebüros der Meinung sind, dass die Qualität schlechter geworden sei. In der Zielregion gab es nach Meinung von 23 Reisebüros ebenso Veränderungen. 15 der Befragten nannten die Auflösung der Konzentration von Antalya auf die gesamte Mittelmeerregion, sieben eine Verschiebung Richtung Ägäis und jeweils ein Mal wurde Fethiye und Anatolien als neue Destinationen genannt. Von sieben Reisebüros wurden Veränderungen im Angebot der Urlaubsform, hier allerdings ohne Schwerpunkt, registriert. Genannt wurden: Kulturreisen, Winter- und Rundreisen, Seniorenreisen und Gesundheitstourismus.

Abbildung 13: Veränderungen der Angebotsstruktur für die Türkeisaison 2008 (Mehrfachnennung)



Quelle: Stiftung Zentrum für Türkeistudien, 2008





Die zehn befragten Reiseveranstalter unterscheiden sich in ihren Einschätzungen kaum von den Reisebüros. Wie die Reisebüros sehen die Veranstalter die Veränderungen im Jahr 2008 in Richtung einer geringen Erhöhung der Preise bei verbesserter Qualität. Lediglich in der Veränderung der Urlaubsform hat ein Reiseveranstalter zusätzlich das Bergsteigen genannt.





6. Fazit

Die Entwicklung des Türkeitourismus in den letzten fünf Jahren zeigt einige strukturelle Veränderungen:

Verschiebung der Touristennationalitäten: Im Vergleich zu den Touristen aus Mittel- und Westeuropa nimmt der Anteil der Touristen aus den osteuropäischen Ländern und Russland zu. Da jedoch die Kaufkraft dieser Gruppe niedriger ist als die der Westeuropäer, sinkt der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz der Tourismusbranche. Trotz steigender Touristenzahlen wächst der Umsatz nur gering.

2007 hat die Zahl der aus Deutschland kommenden Touristen trotz der politischen Krisen im Zuge der Parlaments- und Präsidentschaftswahl in der Türkei zugenommen. Die positive Entwicklung der deutschen Touristen in der Türkei ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass 2006 zahlreiche Deutsche wegen der Fußballweltmeisterschaft nicht verreisten und dies 2007 nachholten. Zudem wirkten sich die positive wirtschaftliche Entwicklung und die sinkende Arbeitslosigkeit in Deutschland aus.

Für 2008 wird von den befragten Reisebüros und Reiseveranstaltern eine weitere Zunahme der deutschen Touristen in der Türkei erwartet. Von den Diskussionen während der Gefangenschaft von Marco W. wird kein negativer Einfluss auf das Reiseverhalten der Deutschen erwartet. Die befragten Reisebüros erwarten eine durchschnittlich Zunahme der deutschen Touristen in der Türkei um 20%. Würde diese Erwartungen realisiert, stiege die Zahl der deutschen Touristen in der Türkei 2008 auf rund 5 Mio. Durch eine gezielte und erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit und einer breit angelegten Werbekampagne könnte diese Zahl auf 5,5 Mio. gesteigert werden.

Künftig eröffnet sich eine neue Zielgruppe für den Tourismus – auch den in der Türkei: 2006 machten 32 Mio. Touristen aus China Urlaub im Ausland. Nach





einer Prognose internationaler Beobachter wird die Zahl der chinesischen Touristen bis zum Jahr 2010 auf 60 Mio. und bis 2020 auf 120 Mio. steigen. Es wird prognostiziert, dass China 2015 Deutschland vom ersten Platz der reisefreudigsten Nationen verdrängen haben wird. Bisher allerdings haben die Chinesen für den türkischen Tourismus nur ein geringes Gewicht: 2007 besuchten 68.000 Chinesen die Türkei. Dies entspricht 0,3% der Türkeiibesucher und 0,2% aller chinesischen Touristen weltweit.

Verschiebungen im Preisangebot: Die Reiseangebote in die Türkei bedienen stärker das untere Preissegment, in den vergangenen Jahren waren die Angebote in der mittleren Preiskategorie häufiger. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Umsatz sinkt seit einigen Jahren, auch für die laufende Saison sehen die Reisebüros und -veranstalter verstärkt Angebote im unteren Preissegment.

Nicht zuletzt ist hierfür die neue Konkurrenz im nördlichen Mittelmeer – Kroatien, Bulgarien und Rumänien – verantwortlich, die mit niedrigen Preisen immer mehr Touristen anziehen. Um weiterhin als attraktives Reiseziel auf dem weltweiten Markt bestehen zu können, sieht sich die Türkei gezwungen, die Preise dieser Konkurrenz anzupassen.

Um sich nicht in einer Spirale aus Billig-Angeboten und Qualitätsrückgang zu verlieren, sollte der türkische Tourismus wieder stärker auf Touristengruppen mit mittlerer Kaufkraft setzen. Hierfür sind vor allem die westlichen und mitteleuropäischen Touristen eine interessante Zielgruppe. Für die mittelfristige Planung könnten hier die chinesischen Touristen in den Blick genommen werden. Denn nicht nur ihr Anteil an den Touristen insgesamt wird steigen, sie geben auch relativ viel Geld für ihren Auslandsurlaub aus: 2007 waren dies durchschnittlich 987 USD pro Person.

Verschiebung in den Zielgebieten: Die Tourismusbranche der Türkei ist regional stark konzentriert. So reisten 2007 9 Mio. Urlauber in die Marmara-Region, 7 Mio. an das Mittelmeer und 4 Mio. in die Ägäis. Bei Betrachtung der Bezirke wird die Konzentration noch deutlicher, denn 70% der Touristen reisten nach Antalya, İstanbul und Muğla. Auf den Bezirk Izmir entfallen derzeit nur 4% aller Touristen, obwohl er historisch, kulturell und landschaftlich viel zu bieten hat. Die Stadt Izmir hat sich um die EXPO 2015 beworben. Sollte sie den





Zuschlag erhalten, würden nach Prognosen knapp 40 Mio. Besucher der EXPO in die Region reisen. Im Zuge der Vorbereitungen der EXPO würde die Infrastruktur verbessert und somit eine schnellere Verbindung zwischen den Städten der Ägäis gewährleistet werden.

Deutlich wird, zieht man neben der Zahl der Touristen in den Regionen noch die Zahl der Übernachtungen heran, dass die Regionen Marmara, Mittelmeer und Ägäis vor allem Touristen anzieht, die dort den größten Teil ihres Urlaubes verbringen, in den anderen Regionen hingegen weniger Urlaubstage verbracht werden. Diese Regionen werden eher von Rundreisenden oder Ausflüglern besucht.

Während Zentral-, Ost- und Südostanatolien noch stärker vor allem im Rahmen des Kulturtourismus beworben werden sollten, könnte die Schwarzmeerregion mit günstigen Angeboten im Sport- und Aktivbereich attraktiver gemacht werden. Dies könnte die starke Konzentration des Türkeitourismus sowohl bezogen auf die Regionen als auch bezogen auf den Badeurlaub auflockern. Ein breiteres und vielfältigeres Angebot erhöht die Attraktivität insbesondere für Touristen mit höherer Kaufkraft. Dadurch stünde die Türkei weniger stark in der Konkurrenz mit den anderen Ländern, die im unteren Preissegment um die Gunst der Urlauber werben.





7. Anhang





Fragebogen Reisebüros/Reiseveranstalter

Begrüßungstext:

Guten Tag, mein Name ist vom Zentrum für Türkei Studien in Essen. Wir machen eine Umfrage unter Reisebüros zur Türkei als Reiseziel der Deutschen.

(Nur bei Nachfrage:)

Welche Fragen?

Uns geht es um Ihre Einschätzung zu der Entwicklung des Türkeiurlaub in diesem Jahr. Es werden Fragen zur Kategorie und Form Ihres Türkeiangebots, zur Buchungsentwicklung und zur Position der Türkei als Reiseziel im Vergleich zu anderen Ländern gestellt.

Datenschutz? (nur bei Reisebüros)

Wir haben Ihre Telefonnummer zufällig aus dem Branchenhandbuch herausgesucht. Ihre Antworten werden nur statistisch ausgewertet, der Name Ihres Unternehmens wird nicht erfasst und in der Auswertung nicht auftauchen.

(Nur Veranstalter): Name des Veranstalters

1. Welche Reiseformen für Türkeiurlaube werden *hauptsächlich* gebucht?

(Mehrfachnennungen möglich)?

- Badeurlaub.....
- Kultururlaub/Rundreisen.....
- Religionstourismus.....
- Kuren/Wellness.....
- Winterurlaub.....
- Kongressreisen.....
- Seniorenreisen.....
- Sonstiges.....
- Weiß nicht/Keine Angabe.....

2. In welcher Preiskategorie liegen die Türkeiurlaube im Vergleich zu anderen Urlaubsreisen *hauptsächlich*?

(Antwortvorgaben bitte vorlesen)

- Untere Preisklasse.....
- Mittelklasse.....
- Obere Preisklasse.....
- Luxuskategorie.....
- Keine Angabe.....





3. Wie beurteilen Sie das Preis/Leistungs-Verhältnis von Türkeireisen im Vergleich zu anderen Ländern?

- Sehr gut.....
- Eher Gut.....
- Ausgewogen.....
- Eher schlecht.....
- Sehr schlecht.....
- Weiß nicht/Keine Angabe.....

3. Welche Zielgruppe bucht hauptsächlich Türkeireisen?

(Mehrfachantworten möglich, Antwortvorgaben bitte vorlesen)

- Familien mit Kindern.....
- Singles.....
- Jüngere Leute/Paare ohne Kinder.....
- Senioren.....
- Gruppen.....
- Sonstige.....
- Weiß nicht/Keine Angabe.....

4. Wie gestaltet sich bisher die Buchung von Türkeireisen im Vergleich zum letzten Jahr?

- Mehr Buchungen als im Vorjahr.....
- Ebenso viele Buchungen wie im vergangenen Jahr.....
- Weniger Buchungen als im Vorjahr.....
- Weiß nicht/Keine Angabe.....

5. Erwarten Sie für 2008 einen Zuwachs oder einen Rückgang bei den Türkeireisen im Vergleich zum vergangenen Jahr?

- Anstieg.....
- Gleich bleibend.....
- Rückgang.....
- Weiß nicht/Keine Angabe.....

6. Wie hoch erwarten Sie den Anstieg bzw. den Rückgang ungefähr (in Prozent)?

_____ Prozent





7. Gibt es Veränderungen in der Angebotsstruktur für Türkeireisen 2008
(Mehrfachnennungen möglich, Antwortvorgaben vorlesen)?

- Änderung bei den Preisen..... Welche? _____ (z.B. teurerer/billiger)
Änderung bei der Qualität..... Welche? _____ (z.B. besser/schlechter)
Änderung bei der Quantität..... Welche? _____ (z.B. mehr/weniger)
Änderung bei den Zielregionen. Welche? _____ (z.B. Südküste statt Westen)
Änderung bei der Urlaubsform.. Welche? _____ (z.B. Rundreise statt Baden)
Sonstiges..... und zwar: _____
Keine Angabe.....

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

