

# ruf YOUNG TRAVELER KOMPASS 2015

Das Informations- und Reiseverhalten junger Urlauber



Unterstützt von:

Den Young Traveler Kompass 2015, sowie die Ergebnisse aus den Jahren 2013 und 2014, finden Sie zum Download hier:

[www.jugendreise-news.de/downloads](http://www.jugendreise-news.de/downloads)

## » Young Traveler Kompass 2015

### Das Informations- und Reiseverhalten junger Urlauber

#### Vorwort

##### Thomas Korbus

„Der Jugendliche, das unbekannte Wesen“ – das gilt noch immer für einen Großteil der Tourismusbranche. Wir von **ruf reisen** sind der Spezialist für die junge Zielgruppe und wissen sehr genau, was Jugendliche und junge Erwachsene bewegt. Die Digital Natives von heute wachsen in einer globalisierten Welt auf und gehen deshalb anders mit Medien im Allgemeinen und Social-Media im Speziellen um, als die ältere Generation. Auch ihre Urlaubsreisen planen und gestalten sie anders, denn für sie sind vielfältige Inhalte und die gemeinsame Zeit mit Gleichaltrigen besonders wichtig. Mit dem YOUNG TRAVELER KOMPASS bieten wir seit vielen Jahren kontinuierlich einen guten Einblick in das Denken und Fühlen der heutigen Jugend und liefern gleichzeitig Ergebnisse, die für die gesamte Touristikbranche interessant sind. Denn die Jugendlichen von heute sind die Stammkunden von morgen!“



Thomas Korbus ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der **ruf** Reisen GmbH

##### Michael Buller

„Junge Online-Nutzer haben für die Reise-Industrie eine hohe Bedeutung, da sie die Zukunft unserer Branche maßgeblich mitgestalten. Daher betrachten wir als Interessenverband der Internet-Reisebranche diese Kundengruppe von morgen natürlich mit großer Spannung. Es ist überaus interessant für uns zu wissen, welche Informationsquellen junge Menschen nutzen und wie sie ihre Entscheidungen treffen. Mit besonderem Augenmerk verfolgen wir den wachsenden Mobil-Trend bei Jugendlichen. Denn immerhin besitzen rund 97 Prozent von ihnen ein Smartphone und nutzen dieses nahezu rund um die Uhr. Der YOUNG TRAVELLER KOMPASS von **ruf** skizziert die Entwicklungen der heranwachsenden Generation gleichermaßen fundiert und detailliert und ist für die Gesamtbranche von überaus hohem Wert. Der VIR ist stets am Puls der Zeit und unterstützt die Studie gerne mit all den uns zur Verfügung stehenden Mitteln..“



Michael Buller ist Vorstand des Verbandes Internet Reisevertrieb e. V. (VIR)

## » Inhaltsverzeichnis

### Vorwort

	<b>ab Seite</b>
<b>1. Allgemeines</b>	
a) Einführung und Methode	04
b) Demografische Daten der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer	04
<b>2. Das Internet-Nutzungsverhalten</b>	
a) Mediennutzung allgemein	06
b) Mobiles Internet-Nutzungsverhalten	07
c) Social-Media-Dienste	08
d) Kommunikationsdienste	09
e) Das Beispiel Facebook	11
f) Das Beispiel WhatsApp	14
<b>3. Reiseplanung &amp; Buchung</b>	
a) Informationsquellen	16
b) Wahl des Veranstalters	17
c) Reisebüro oder online? Das Buchungsverhalten	18
d) Urlaubsländer und Reisepartner	20
<b>4. Abschließende Betrachtungen</b>	
a) Zusammenfassung	22
b) Informationen zu den Herausgebern	23

## » 1. Allgemeines

### a) Einführung und Methode

ruf gilt als Europas Nummer eins von betreuten Reisen für Jugendliche und junge Erwachsene. Seit mehr als 30 Jahren kennt der Spezialist die Trends in der jungen Zielgruppe: In regelmäßigen Befragungen holt er die Meinung der Kundinnen und Kunden ein und verfolgt so das Zeitgeschehen genau.

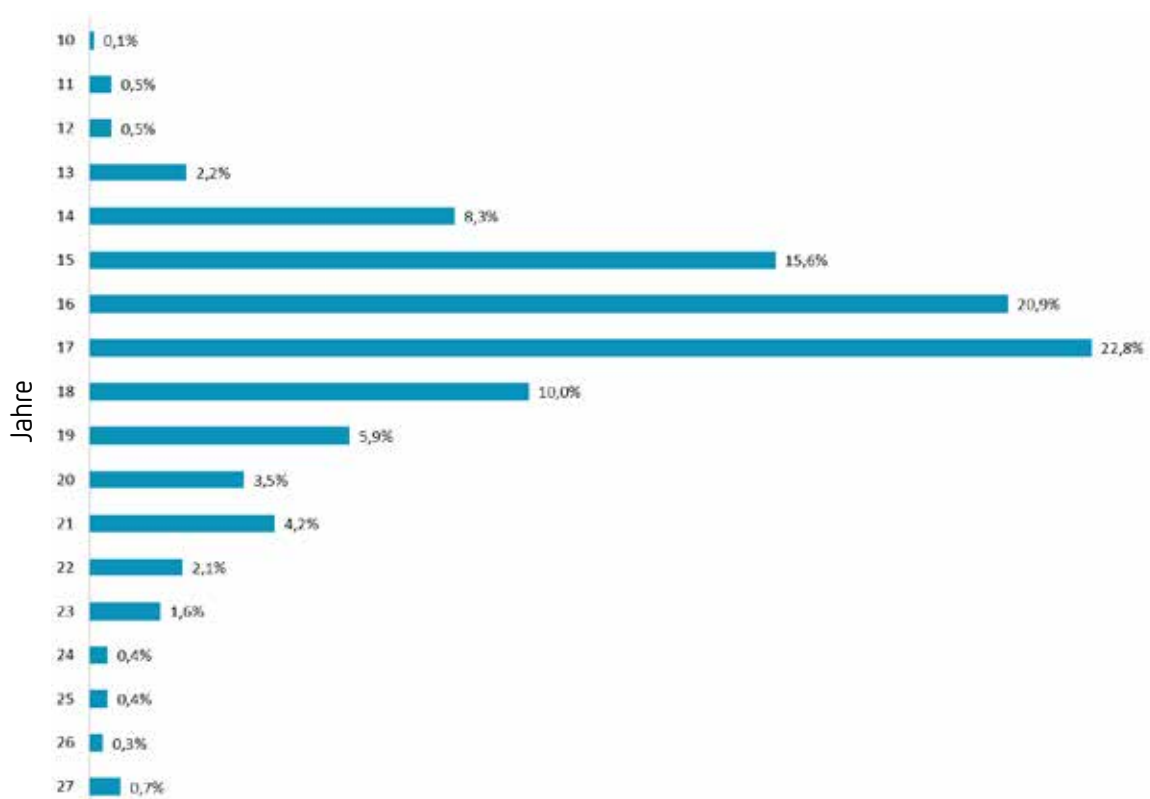
Der YOUNG TRAVELER KOMPASS wird seit vielen Jahren regelmäßig erhoben und zeigt kontinuierlich Trends in Sachen Informations- und Reiseverhalten junger Menschen auf. Behandelt werden folgende Fragestellungen: Welche Medien nutzen Jugendliche von heute und wie viel Zeit verbringen sie mit dem Konsum der einzelnen Medienformen? Wie wichtig sind soziale Netze für ihre Kommunikation und wie gehen sie damit um? Und speziell für die Touristikbranche: Wie planen junge Menschen ihren Urlaub? Aufgrund welcher Kriterien entscheiden sie sich für eine Reise? Wie ist ihr Buchungsverhalten? Und wie viel Mitspracherecht haben die Eltern?

Die vorliegenden Daten wurden mittels Onlinebefragung durch ruf im Dezember 2014 und im Januar 2015 erhoben. An der Befragung nahmen 3.031 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 10 und 27 Jahren teil, rund 40 Prozent davon waren weiblich und rund 60 Prozent männlich. Die Befragten besuchen schwerpunktmäßig ein Gymnasium (37 Prozent) oder eine Realschule (18 Prozent). Einige wenige von ihnen (9 Prozent) sind berufstätig.

Für die Interpretation, die Texte und die grafische Umsetzung ist die ruf Reisen GmbH verantwortlich. Gefördert wurde das Projekt vom Verband Internet Reisevertrieb (VIR).

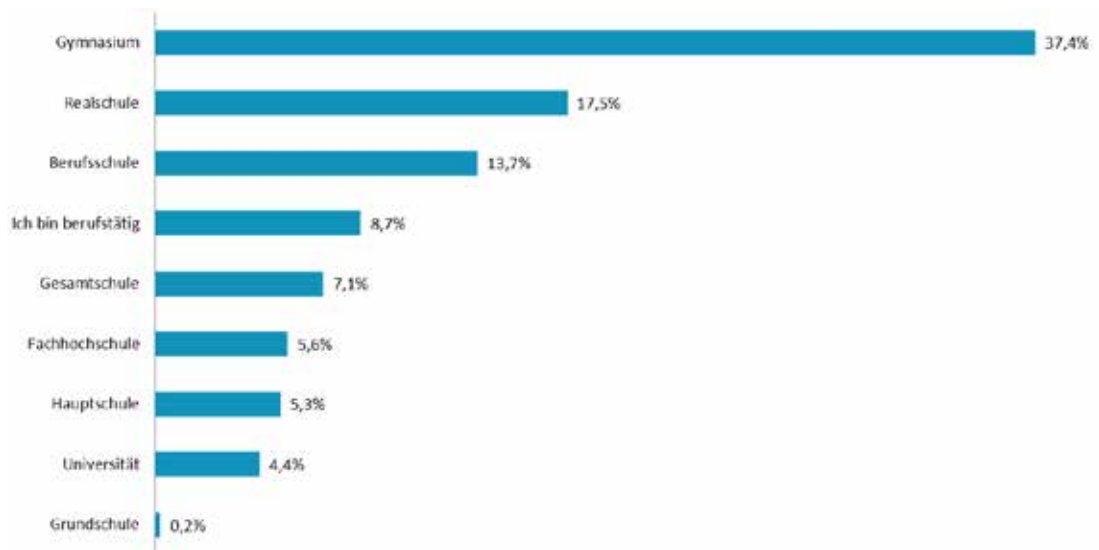
### b) Demografische Daten der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer

#### Wie alt bist du?

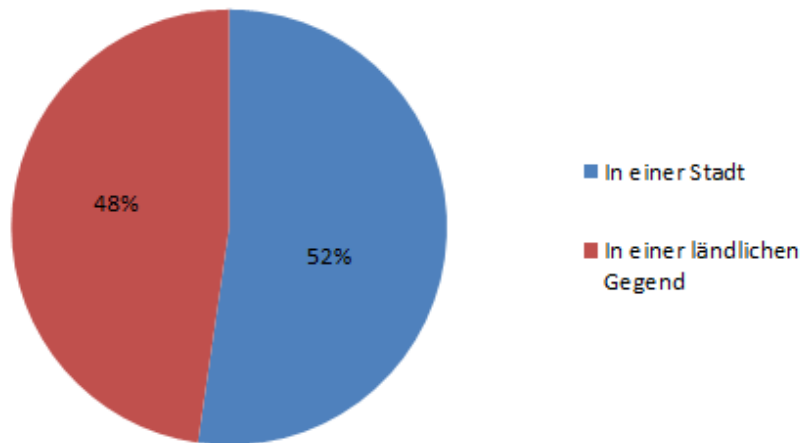


Durchschnittsalter: 17 Jahre

Welche Schulform besuchst du?



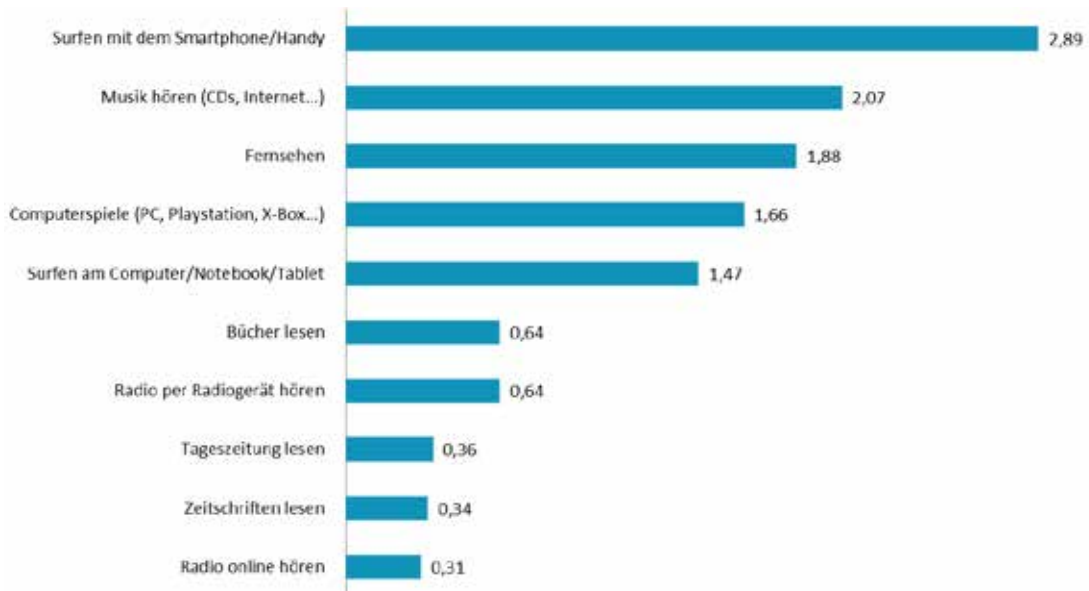
Wohnst du in einer Stadt oder auf dem Land?



## » 2. Das Internet-Nutzungsverhalten

### a) Mediennutzung allgemein

Wie viel Zeit verbringst du in etwa täglich mit der Nutzung folgender Medien?  
(Durchschnittswerte in Stunden)



Am beliebtesten sind bei den befragten Jugendlichen im Jahr 2015 die Internet- und die Handynutzung. Allerdings hat das Surfen am Computer bei den Jugendlichen an Beliebtheit eingebüßt. Während in 2014 noch 98 Prozent der Jugendlichen täglich am Computer surfen, nutzen in 2015 nur noch 76 Prozent der Befragten täglich den Computer um ins Internet zu gehen. Gerade bei den Jüngeren nimmt die Online-Nutzungsdauer des Computers bzw. Tablets ab. Je älter die Jugendlichen, desto mehr Zeit verbringen sie mit dem Surfen am PC oder Notebook. Das Smartphone hingegen hat an Beliebtheit im Vergleich zum Vorjahr sogar noch gewonnen: 2015 geben 98 Prozent der Befragten an, täglich mit dem Smartphone im Internet zu surfen. 2014 waren es acht Prozent weniger (90 Prozent). Die Nutzungsdauer hingegen ist vergleichsweise ähnlich geblieben; jeder Fünfte ist täglich fünf Stunden oder mehr mit dem Smartphone online unterwegs.

Damit liegt das Surfen mit dem Smartphone bei der Nutzungsdauer auf dem ersten Platz. Danach folgen wie im Vorjahr Musik hören, Fernsehen und Computerspiele in der Beliebtheitskala. Allerdings scheinen die Jugendlichen ihre eigene Musikauswahl gegenüber dem Radio zu bevorzugen: 81 Prozent geben an, nie Onlineradio zu hören und auch das klassische Radio ist unter den Jugendlichen nicht sehr beliebt: 61 Prozent schalten nie das Radiogerät ein. Im Vergleich zum Vorjahr sind das noch weniger Jugendliche, die überhaupt Radio hören. Wenn die Jugendlichen Radio hören, dann meistens weniger als eine Stunde am Tag (26 Prozent am Radiogerät, 12 Prozent beim Onlineradio).

Trotz der zunehmenden Beliebtheit des Internets hat sich im Nutzungsverhalten des Fernsehens bei den Jugendlichen im Vergleich zu 2014 nicht viel verändert. Über die Hälfte der Jugendlichen schaut täglich ein bis zwei Stunden Fernsehen.

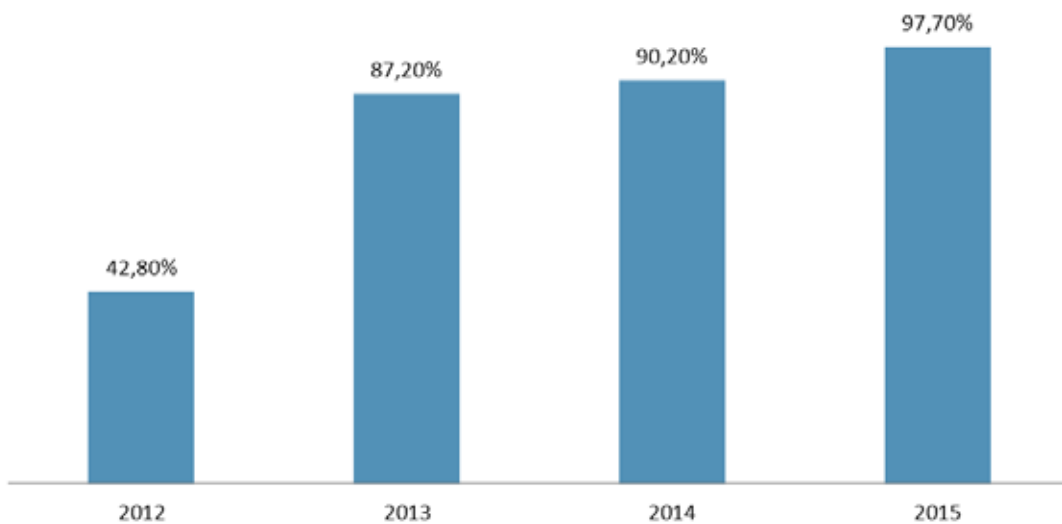
Bei den Computerspielen gehen die Meinungen der befragten Jugendlichen auseinander: Immerhin 73 Prozent der Befragten spielen täglich Computerspiele (12 Prozent weniger als im Vorjahr!), die anderen 27 Prozent spielen gar keine Spiele am Computer oder auf den gängigen Konsolen. Dabei gilt: Je jünger die Jugendlichen sind, desto mehr Zeit verbringen sie durchschnittlich mit dem Spielen von Computerspielen. Außerdem ist die Nutzungsdauer bei den Jungs durchschnittlich doppelt so hoch wie bei den Mädchen: Während die männlichen Jugendlichen durchschnittlich zwei Stunden am Tag mit Computerspielen verbringen, ist dies bei den Mädchen durchschnittlich nur eine Stunde pro Tag. Dafür lesen die befragten Mädchen durchschnittlich länger am Tag in Büchern als die Jungs. Bei der Beliebtheit von Zeitschriften und Tageszeitungen gibt es hingegen keine Unterschiede zwischen den beiden Geschlechtern. Im Vergleich zu 2014 hat das Bücher lesen insgesamt jedoch an Beliebtheit abgenommen: Waren es in 2014 noch knapp 60 Prozent die täglich Bücher lasen, sind es in 2015 nur noch 47 Prozent der Jugendlichen.

**These:**  
 Der Trend geht eindeutig zur mobilen Internetnutzung. Das surfen im Netz ist bei den Jugendlichen genauso beliebt wie im letzten Jahr, jedoch greifen sie in 2015 öfter zum Smartphone als sich mit dem Computer im Netz einzuwählen. Das bestätigt auch unsere Erkenntnisse aus dem Vorjahr: Das Smartphone bietet einfach, schnell und zwischendurch den Zugang zum Internet und wird oft auch nur zum Zeitvertreib beim Warten an der Supermarktkasse, in der Bahn oder an der Ampel gezückt. Der Computer ist natürlich nicht überall und immer dabei und selbst Zuhause muss dieser erst hochgefahren werden und passt eben nicht in die Hosentasche. Das Smartphone ist hingegen immer und überall dabei und bietet Allround-Entertainment.

### b) Mobiles Internet-Nutzungsverhalten

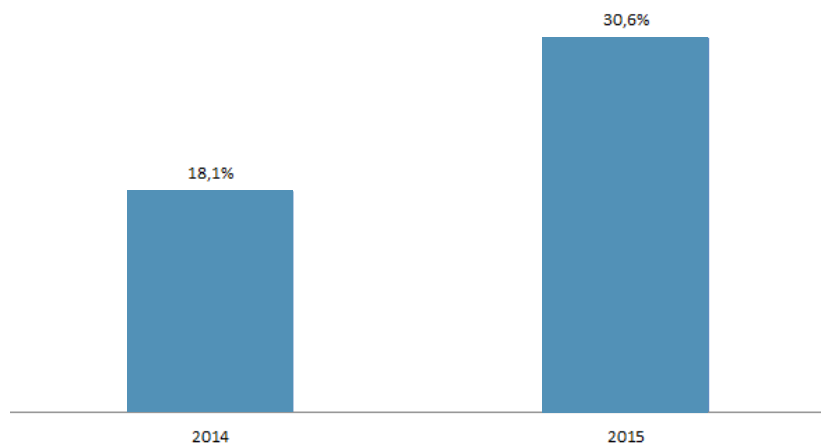
Das Surfen mit dem Smartphone erfreut sich stetig wachsender Beliebtheit. Das zeigt sich auch in der Zahl derer, die überhaupt ein eigenes Smartphone besitzen. In den vergangenen Jahren ist diese Zahl kontinuierlich gestiegen, im letzten Jahr sogar noch einmal stärker als im Vorjahr. Nahezu jeder Jugendliche (98 Prozent) besitzt in 2015 ein eigenes Smartphone. Die restlichen 1,5 Prozent besitzen ein Handy und nur 0,5 Prozent der befragten Jugendlichen kommen ganz ohne Handy aus.

**Besitzt du ein eigenes Smartphone?**



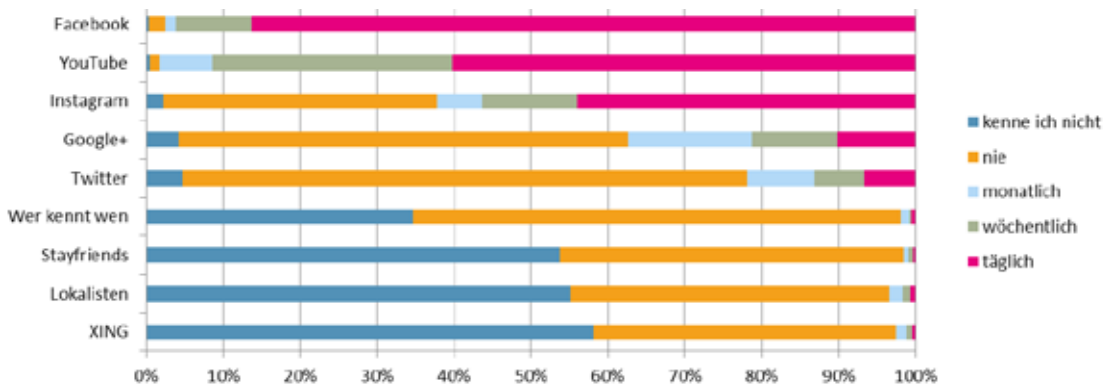
Und auch die Zahl der Tabletbesitzer unter den Jugendlichen hat im Vergleich zum Vorjahr stark zugenommen. Besaßen in 2014 nur 18 Prozent der Jugendlichen ein eigenes Tablet, so sind es in 2015 schon 31 Prozent.

**Besitzt du ein eigenes Tablet?**



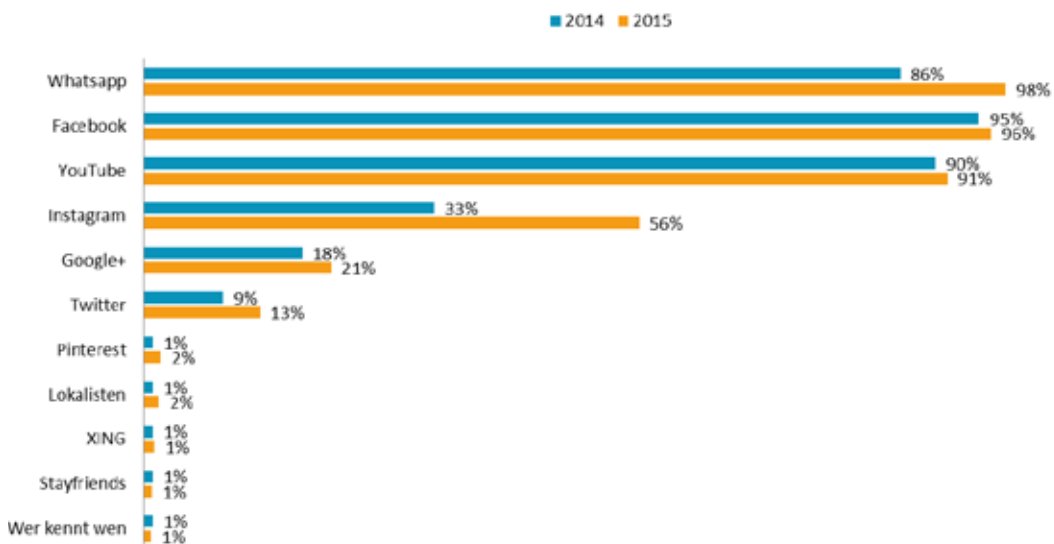
c) Social-Media-Dienste

Welche Social-Media-Dienste nutzt du wie häufig?



Der Gewinner des Jahres 2015 unter den Social-Media-Diensten lautet klar WhatsApp mit einer Bekanntheit von 99,7 Prozent unter den befragten Jugendlichen. Zwar erreicht Facebook eine ebenso hohe Bekanntheit, jedoch holt WhatsApp im Vergleich zum Vorjahr bei der Zahl der Jugendlichen, die den Dienst täglich oder wöchentlich nutzen, auf. Nutzten 2014 nur 86 Prozent der Jugendlichen täglich oder wöchentlich WhatsApp, sind es 2015 schon 98 Prozent und damit sogar zwei Prozent mehr als Facebook, welches seine sehr gute Nutzungsquote vom Vorjahr nur marginal erweitern konnte (96 Prozent). Auch Youtube zählt weiterhin zu den drei beliebtesten Social-Media-Diensten und nur 0,4 Prozent der Jugendlichen kennen den Dienst nicht.

Welche Social-Media-Dienste nutzt du täglich oder wöchentlich?



Schaut man sich ganz speziell die Zahlen derer an, die diese Dienste täglich nutzen, liegt Whatsapp gegenüber Facebook sogar noch weiter vorne: 96 Prozent der Jugendlichen nutzen Whatsapp täglich, bei Facebook sind es nur 86 Prozent und bei Youtube sogar nur 60 Prozent.

Auch Instagram überrascht in 2015, denn innerhalb eines Jahres wuchs die Zahl derer, die Instagram täglich oder wöchentlich nutzen von 33 Prozent auf jetzt 56 Prozent der befragten Jugendlichen. Auch kennen den Dienst nahezu alle Jugendlichen – nur 2,2 Prozent wissen nichts mit Instagram anzufangen.

Twitter und Google+ sind zwar unter den Jugendlichen recht bekannt (96 Prozent der Befragten kennen diese Social-Media-Dienste), jedoch nicht sehr beliebt: Twitter nutzen 73 Prozent der Jugendlichen nie, bei Google+ sind es 58 Prozent. Beide Dienste konnten jedoch im Vergleich zu 2014 drei bis vier Prozentpunkte in der täglichen oder wöchentlichen Nutzungsdauer dazugewinnen.

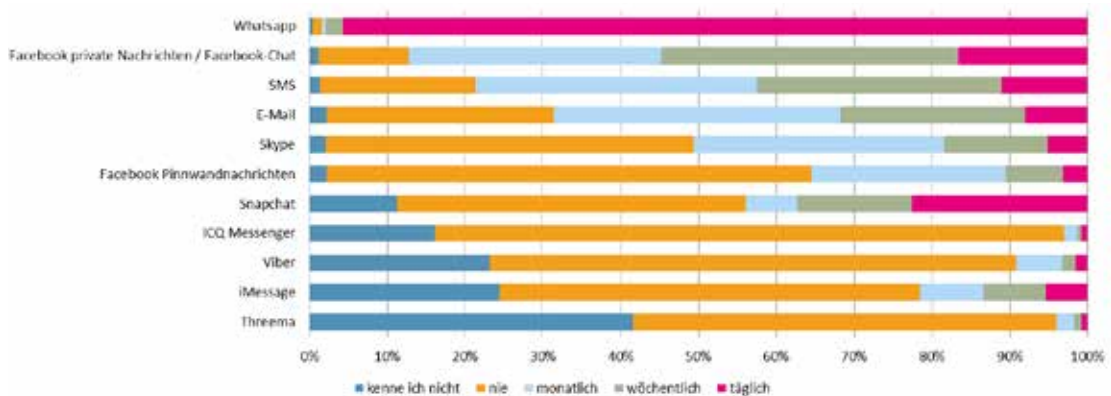
Weit abgeschlagen hinter diesen bekannten sozialen Netzwerken liegen wie auch im Vorjahr StayFriends, Lokalisten, Pinterest und Wer-kennt-wen – mehr als die Hälfte der Jugendlichen kennt diese Dienste nicht, der Großteil der anderen Hälfte kennt zwar den Namen, nutzt sie aber nicht.



**Kurz notiert:**  
 WhatsApp ist unter den Jugendlichen mittlerweile sogar beliebter als Facebook. Was die junge Zielgruppe so an diesem Dienst schätzt, wird in den folgenden Kapiteln noch näher diskutiert. Interessant ist, dass mittlerweile über die Hälfte der Jugendlichen täglich oder wöchentlich Instagram nutzt. Das sind 23 Prozent mehr als noch in 2014. Der Markt für Social-Media-Dienste ist demnach trotz eindeutiger Marktführer noch nicht gesättigt.

d) Kommunikationsdienste

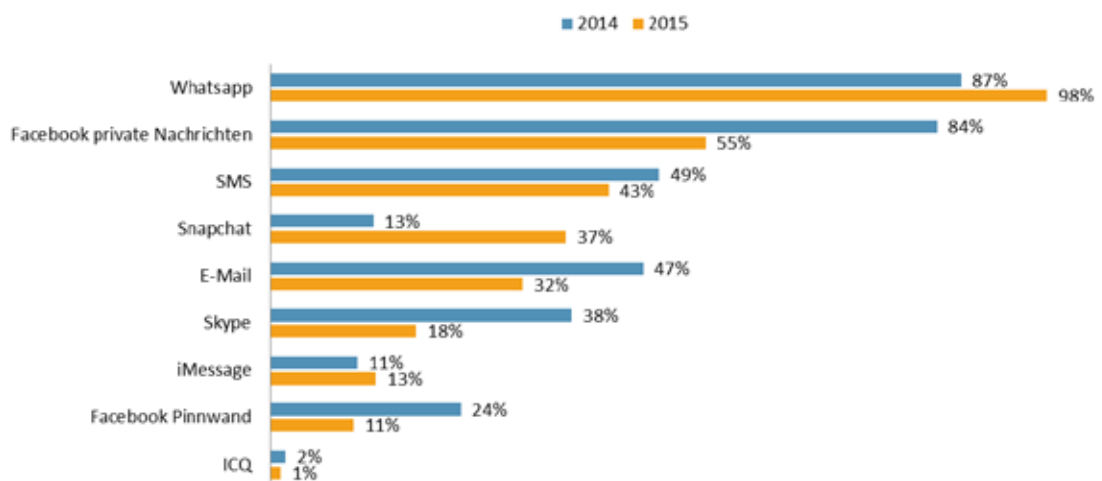
Welchen Kommunikationsdienst nutzt du und wie häufig?



Wie auch bei den Social-Media-Diensten hat WhatsApp bei den beliebtesten Kommunikationsdiensten 2015 klar die Nase vorn. Während die Nutzungsdauer von WhatsApp unter den Jugendlichen noch zugenommen hat, haben so gut wie alle anderen Kommunikationsdienste an Beliebtheit verloren. Am schwächsten steht hier wohl Facebook da. 2015 schreiben 29 Prozent weniger Jugendliche täglich oder wöchentlich private Nachrichten über Facebook als in 2014. Auch die Facebook-Pinnwand nutzen 13 Prozent weniger Jugendliche täglich oder wöchentlich als im Vorjahr. Selbst die klassischeren Kommunikationsdienste wie SMS, E-Mail und Skype verloren bis zu 20 Prozent der täglichen und wöchentlichen Nutzer. Interessant ist auch der Rückgang der Nutzung von Skype insgesamt, obwohl annähernd jeder Jugendliche den Dienst kennt (98 Prozent). Während 2014 nur 26 Prozent der Jugendlichen den Dienst nie nutzten, sind es in 2015 fast doppelt so viele, nämlich 47 Prozent.

Das Ergebnis zeigt sich besonders deutlich, wenn man die tägliche und wöchentliche Nutzung gesondert betrachtet:

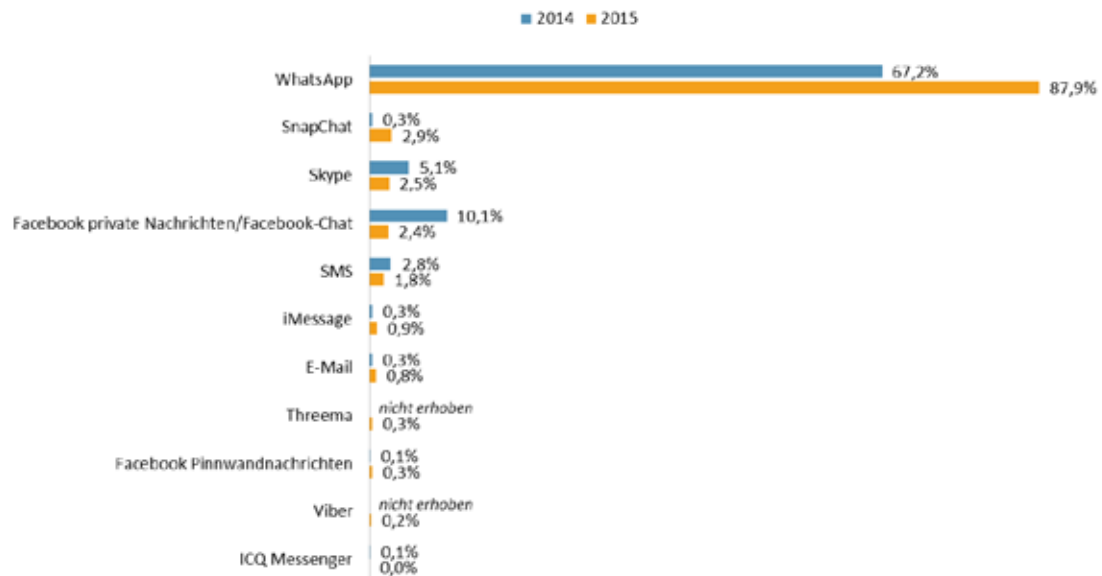
Welche Kommunikationsdienste nutzt du täglich oder wöchentlich?



Einzig Snapchat konnte hohe Zuwächse an Nutzungsdauern und Bekanntheit erzielen. Kannten 2014 noch 30 Prozent der Jugendlichen den Dienst nicht, so sind es 2015 nur noch elf Prozent, die Snapchat nicht kennen. Insgesamt nutzen nun 37 Prozent der Jugendlichen den Kommunikationsdienst täglich oder wöchentlich – das sind 24 Prozent mehr als im Vorjahr.

Weiterhin weit abgeschlagen ist dagegen der vor einigen Jahren noch erfolgreiche Anbieter ICQ: Dieser ist zwar bei den meisten Befragten bekannt, die Mehrheit nutzt ihn jedoch nie oder sehr selten. Nur ein Prozent der Befragten gibt an, ICQ täglich oder wöchentlich zu benutzen.

### Wie kommunizierst du am liebsten mit deinen Freunden?



Fragt man die Jugendlichen nach ihrem bevorzugten Kommunikationsdienst, so ergibt sich ein noch deutlicheres Bild: 88 Prozent der Jugendlichen geben an, dass sie am liebsten über Whatsapp kommunizieren. Das sind 21 Prozent mehr als in 2014 und dagegen sind alle anderen Kommunikationsdienste weit abgeschlagen. Der vorherige zweite Platz (Facebook Chat bzw. private Nachrichten bei Facebook) verliert knapp acht Prozentpunkte und rutscht somit auf den vierten Platz im Beliebtheits-Ranking. Den neuen zweiten Platz belegt Snapchat, der Kommunikationsdienst, der im letzten Jahr noch den drittletzten Platz hütete und fast garnicht bekannt war. Skype hält sich zwar nach wie vor auf dem dritten Platz, verliert aber auch an Beliebtheit.

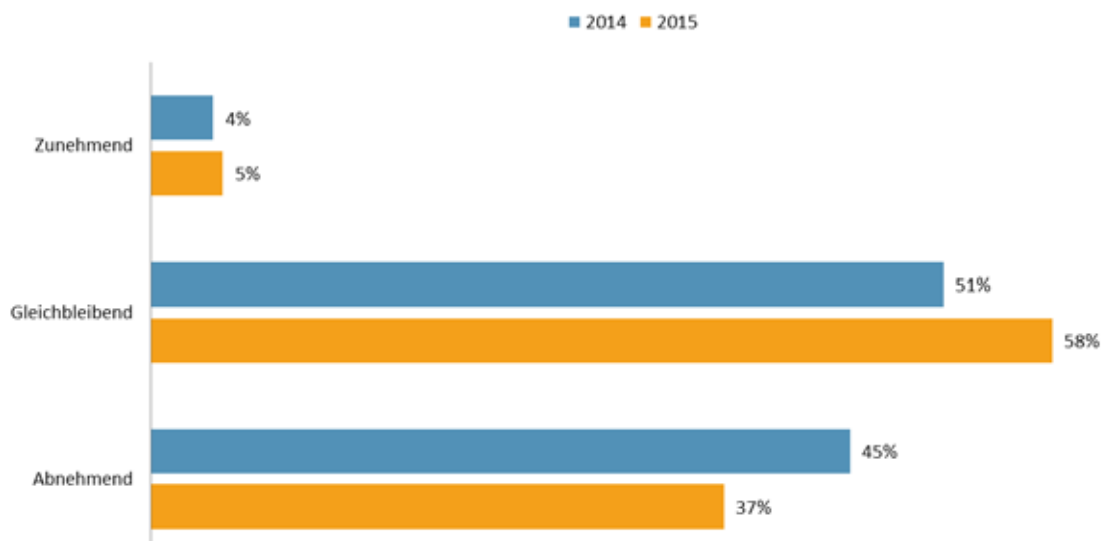
#### Kurz notiert:

Whatsapp ist im Jahr 2015 eindeutig der beliebteste Kommunikationsdienst unter den Jugendlichen. Während alte Bekannte wie SMS, E-Mail und sogar Social-Media-Riese Facebook an Beliebtheit unter den Jugendlichen verlieren, gibt es bereits einen Newcomer: Snapchat nutzen 24 Prozent mehr Jugendliche als im Vorjahr täglich oder wöchentlich.

e) Das Beispiel Facebook

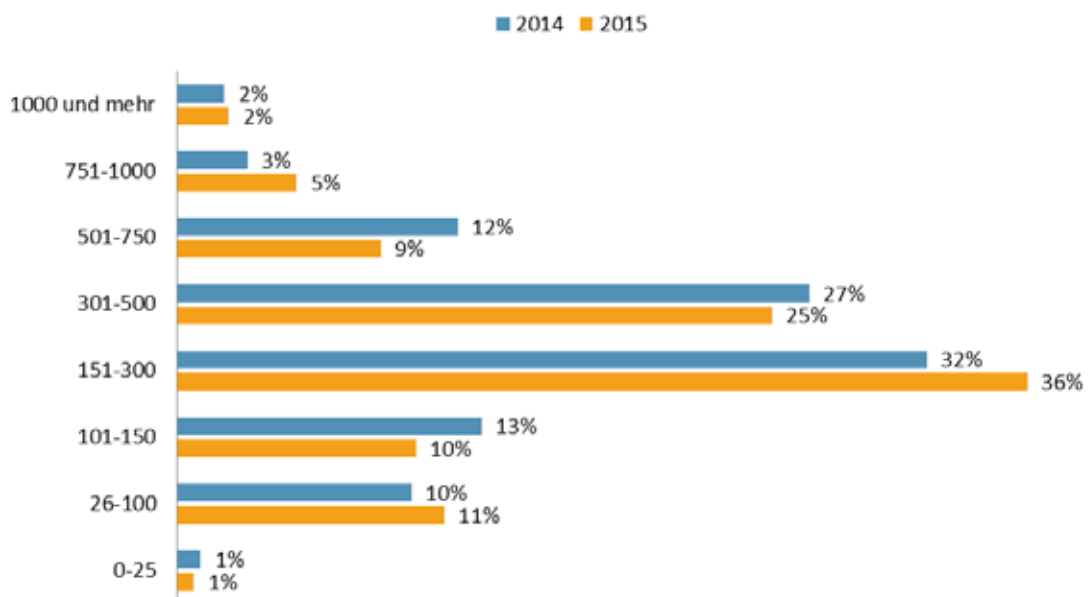
Betrachten wir zum Thema soziale Netzwerke den Kommunikationsweg Facebook genauer. Facebook ist nach wie vor ein häufig genutzter Social-Media-Dienst, jedoch haben die Daten gezeigt, dass die Nutzungsdauer und Beliebtheit insgesamt eher rückläufig ist. Das hatten die befragten jugendlichen Nutzer übrigens in 2014 auch für sich vorausgesagt. In diesem Jahr hingegen schätzen die Jugendlichen ihr zukünftiges Nutzungsverhalten weniger pessimistisch ein. Über die Hälfte der Befragten (58 Prozent) denkt, dass sie Facebook zukünftig gleichbleibend nutzen werden. 37 Prozent geben an, dass Sie Facebook zukünftig tendenziell weniger nutzen werden, jedoch sind das acht Prozent weniger Jugendliche als im Vorjahr.

Wie würdest du die Tendenz deiner Nutzungsdauer von Facebook einschätzen?

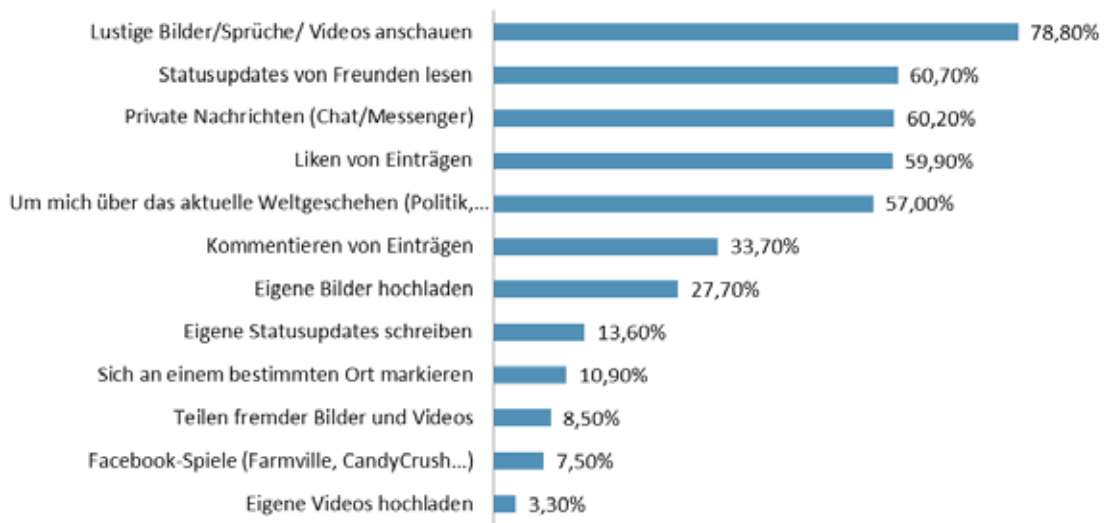


Was die Anzahl der Freunde bei Facebook angeht, so hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht viel geändert. Die Jugendlichen sind mit durchschnittlich 347 Freunden pro Person sehr gut vernetzt. Der Großteil der Jugendlichen hat zwischen 151 und 500 Freunde auf Facebook, aber auch mehr als 1.000 und sogar bis zu 5.000 Freunde kommen vereinzelt vor.

Wie viel Freunde hast du auf Facebook?

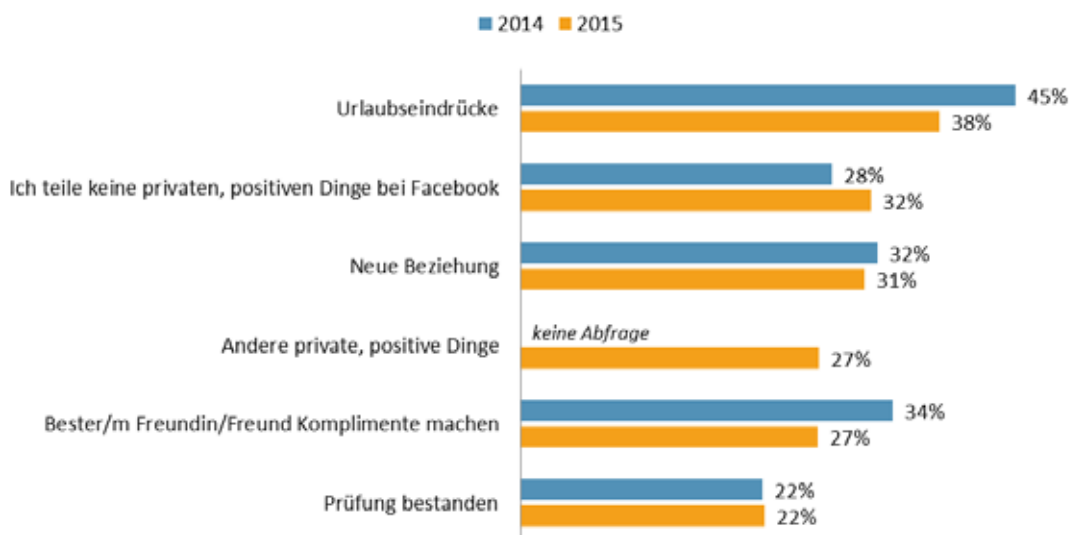


Wie nutzt du Facebook?

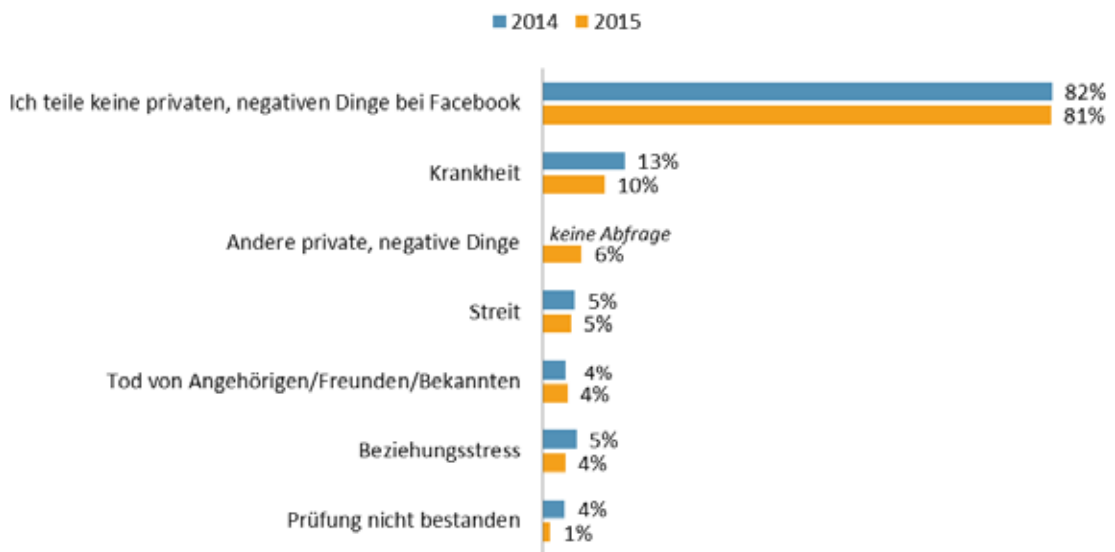


Wie jedoch schon die vorherigen Fragen dieser Studie andeuteten, spielt Facebook tendenziell nicht mehr so eine große Rolle in der interpersonellen Kommunikation wie in den Vorjahren. Private Nachrichten werden zwar noch von 60 Prozent der Nutzer geschrieben, jedoch schauen sich die Jugendlichen vor allem Bilder / Sprüche und Videos auf Facebook an (79 Prozent). Einige nutzen das soziale Netzwerk auch, um auf dem Laufenden zu bleiben, was ihre Freunde so treiben (61 Prozent), diese Einträge dann zu liken (60 Prozent) oder um sich über das aktuelle Weltgeschehen im allgemeinen zu informieren (57 Prozent). Deutlich seltener werden die Jugendlichen selbst auf Facebook aktiv und kommentieren beispielsweise Einträge (34 Prozent) oder laden eigene Bilder hoch (28 Prozent). Die wenigsten scheinen Facebook zu nutzen, um selbst anzugeben, was sie gerade machen oder wo sie gerade sind (14 und elf Prozent). Das bestätigen auch die Ergebnisse der nächsten beiden Fragen aus dem YOUNG TRAVELER KOMPASS:

Hast du schon einmal private, positive Dinge auf Facebook geteilt?



**Hast du schon einmal private, negative Dinge auf Facebook geteilt?**



Wenn Jugendliche private Dinge bei Facebook teilen, dann meist positive Dinge. Das hat sich im Vergleich zu 2014 nicht wesentlich geändert. Der Anteil hat sich allerdings verringert, es sind acht Prozent weniger als in 2014.

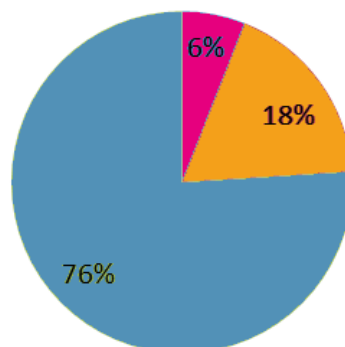
**These:**  
 Das „sich-zur-Schau-stellen“ in den sozialen Netzwerken ist rückläufig. Durch Medienskandale und ein gesteigertes Bewusstsein für Datensicherheit achten die Jugendlichen anscheinend verstärkt darauf, wie viel sie von sich im Netz preisgeben. Für die direkte Kommunikation von persönlichen Belangen nutzen sie lieber Kommunikationsdienste wie Whatsapp oder eben Snapchat, bei denen die Zahl der Empfänger der Nachrichten geringer und eindeutiger sind.

**Jetzt sind auch die Eltern bei Facebook**

Bei 64 Prozent der Jugendlichen sind auch die Eltern oder älteren Verwandten wie Onkel, Tante und bei manchen sogar Oma und Opa bei Facebook angemeldet. Dies scheint die Mehrheit der Befragten jedoch nicht zu stören. Drei Viertel (76 Prozent) der Jugendlichen geben an, dass sie ihre Gewohnheiten und Einstellungen auf Facebook nicht geändert haben, obwohl ihre Eltern oder älteren Verwandten dort nun auch mitlesen. Sechs Prozent der Jugendlichen nutzen Facebook nun sogar, um mit ihren Eltern und älteren Verwandten zu kommunizieren. Nur knapp jeder Fünfte (18 Prozent) hat seine Einstellungen so geändert, dass die älteren Verwandten und Eltern nicht alles mitbekommen.

**Hat sich dein Facebook-Nutzungsverhalten geändert, weil deine Eltern/ älteren Verwandten bei Facebook sind?**

- Ja, ich nutze Facebook nun um mit meinen Eltern/ älteren Verwandten zu kommunizieren
- Ja, ich habe die Einstellungen entsprechend geändert, damit sie nicht alles mitbekommen
- Nein, ich habe meine Gewohnheiten und Einstellungen nicht geändert.



**These:**

These: Da auf Facebook immer weniger persönliche Dinge geteilt werden, wie diese Studie bereits zeigte, ist es für viele Jugendliche nicht relevant, ob ihre Eltern oder älteren Verwandten „mitlesen“. Im Gegenteil: Einige nutzen Facebook sogar, um mit ihren Eltern oder älteren Verwandten in Kontakt zu bleiben.

**f) Das Beispiel WhatsApp**

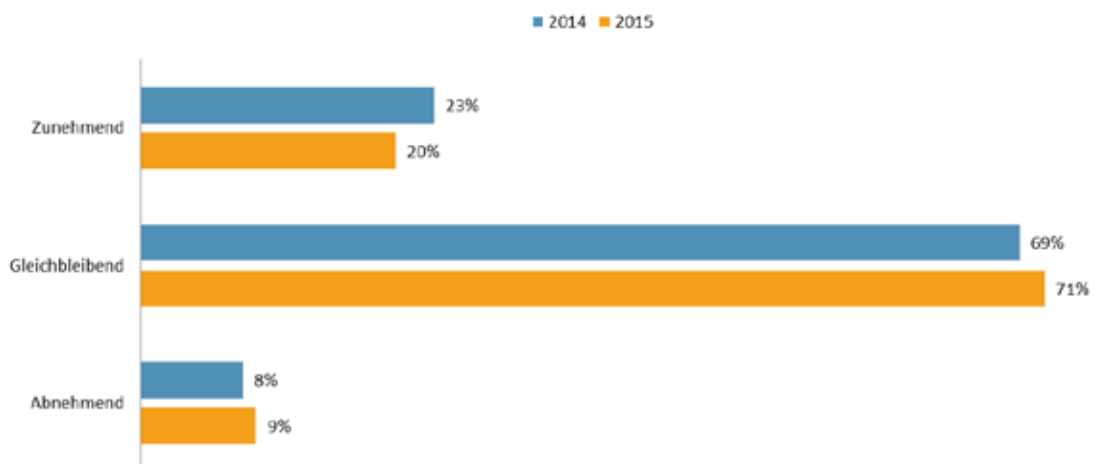
Wir haben gezeigt, dass WhatsApp der beliebteste und verbreitetste Kommunikationsdienst bei den befragten Jugendlichen ist. Daher haben wir die WhatsApp-Nutzer gefragt, was sie an dem Dienst besonders schätzen.

**Was ist der Hauptgrund, warum du Whatsapp nutzt?**



Die nahezu flächendeckende Verbreitung ist ein starkes Argument für die Nutzer von Whatsapp. Klar, die Vernetzung funktioniert natürlich nur, wenn auch genügend Freunde den Dienst nutzen. Die Konkurrenz wie Snapchat oder Threema tut sich hier in diesem Punkt schwer, an die Verbreitung des Marktführers heranzukommen. Glaubt man den Einschätzungen der jugendlichen Whatsapp-Nutzer, wird das auch zukünftig so bleiben. 71 Prozent der Befragten Jugendlichen geben an, dass ihre Nutzungsdauer in Zukunft tendenziell gleichbleibend sein wird und 20 Prozent denken sogar, dass ihre Nutzungsdauer noch zunehmen wird:

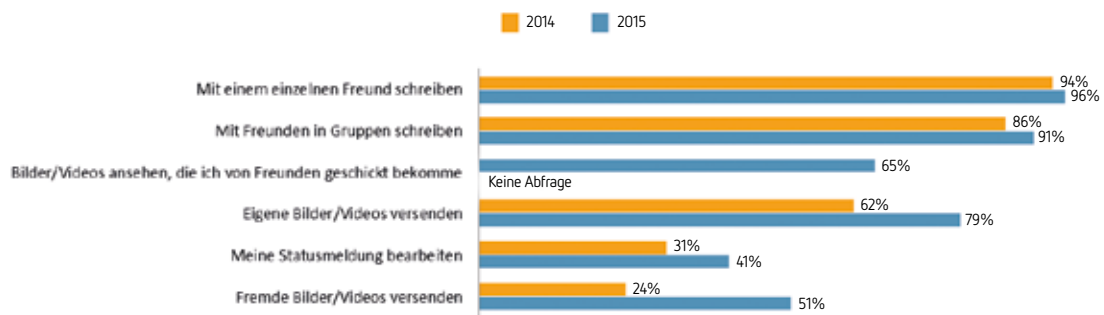
**Wie würdest du die Tendenz deiner Nutzungsdauer einschätzen?**



### Wie wird WhatsApp genutzt?

Aber wie nutzen die Jugendlichen den Kommunikationsdienst eigentlich? Vornehmlich schreiben die Jugendlichen mit einzelnen Freunden über WhatsApp (94 Prozent). Aber auch Gruppenkonversationen werden von vielen genutzt (86 Prozent). Wesentlich weniger Jugendliche verschicken in 2015 eigene Bilder bei WhatsApp (62 Prozent) und auch das Versenden fremder Bilder und Videos ist nur noch halb so beliebt wie noch vor einem Jahr (24 Prozent). Wie auch bei Facebook scheint das Konsumieren von Inhalten eine wichtige Rolle zu spielen. 65 Prozent der Jugendlichen schauen sich Bilder und Videos an, die sie von Freunden geschickt bekommen. Ebenso wie beim Social-Media-Konkurrenten Facebook bearbeiten vergleichsweise wenig Jugendliche ihre Statusmeldungen (nur jeder Dritte), die Tendenz ist auch hier gegenüber dem Vorjahr abnehmend.

### Wie nutzt du WhatsApp?



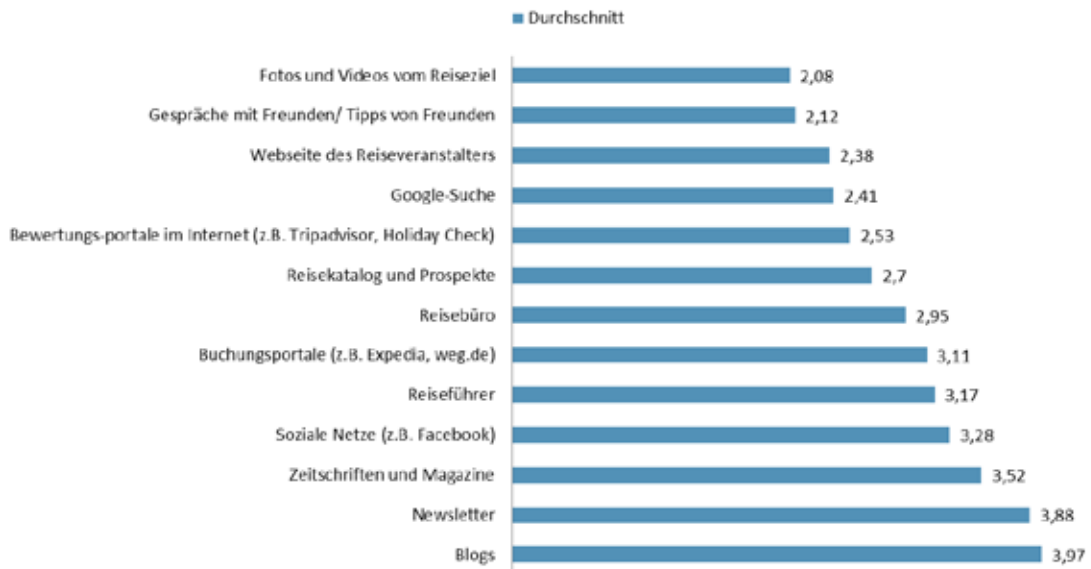
**Fazit:**

WhatsApp ist unter den Jugendlichen vor allem wegen seiner flächendeckenden Verbreitung so beliebt. Andere Kommunikationsdienste wie Threema oder Snapchat haben genau mit diesem Argument am schwersten zu kämpfen. Es geht schließlich um eine schnelle und unkomplizierte Kommunikation mit den Freunden: Und die kann natürlich nur funktionieren, wenn diese denselben Kommunikationsdienst nutzen.

## » 3. Reiseplanung & Buchung

### a) Informationsquellen

Wie wichtig sind dir folgende Informationsquellen bei deiner Reiseplanung?  
(1= sehr wichtig, 6= unwichtig)



Schaut man sich das Informationsverhalten von Jugendlichen im Jahr 2015 an, so zeigt sich, dass sich im Vergleich mit den Daten aus 2014 in der Reihenfolge der beliebtesten Informationsquellen nichts wesentliches geändert hat. Die wichtigen Informationsquellen bei der Reiseplanung sind bei den Befragten nach wie vor Fotos und Videos vom Reiseziel, sowie die Weiterempfehlung im Gespräch mit Freunden. Auch die Webseiten von Reiseveranstaltern sind den Jugendlichen wichtig. Printmedien verlieren leicht an Beliebtheit. Waren in 2013 Prospekte und Kataloge noch auf Platz vier der wichtigen Informationsquellen, so sind diese im Jahr 2014 und 2015 auf Platz sechs gerutscht. Onlinerecherchen beispielsweise per Google-Suche oder auf Bewertungsportalen im Internet wie zum Beispiel Tripadvisor oder HolidayCheck sind den Jugendlichen auch in diesem Jahr wichtiger, als Informationen aus Reisekatalogen und Prospekten.

Das Reisebüro liegt unverändert zu den letzten Jahren weiterhin auf Platz sieben der wichtigsten Informationsquellen und ist für die Jugendlichen damit eine wichtigere Informationsquelle als Buchungsportale, Reiseführer und soziale Netze wie Facebook. Auf den unteren Plätzen sind weiterhin Zeitschriften, Newsletter und Blogs zu finden.

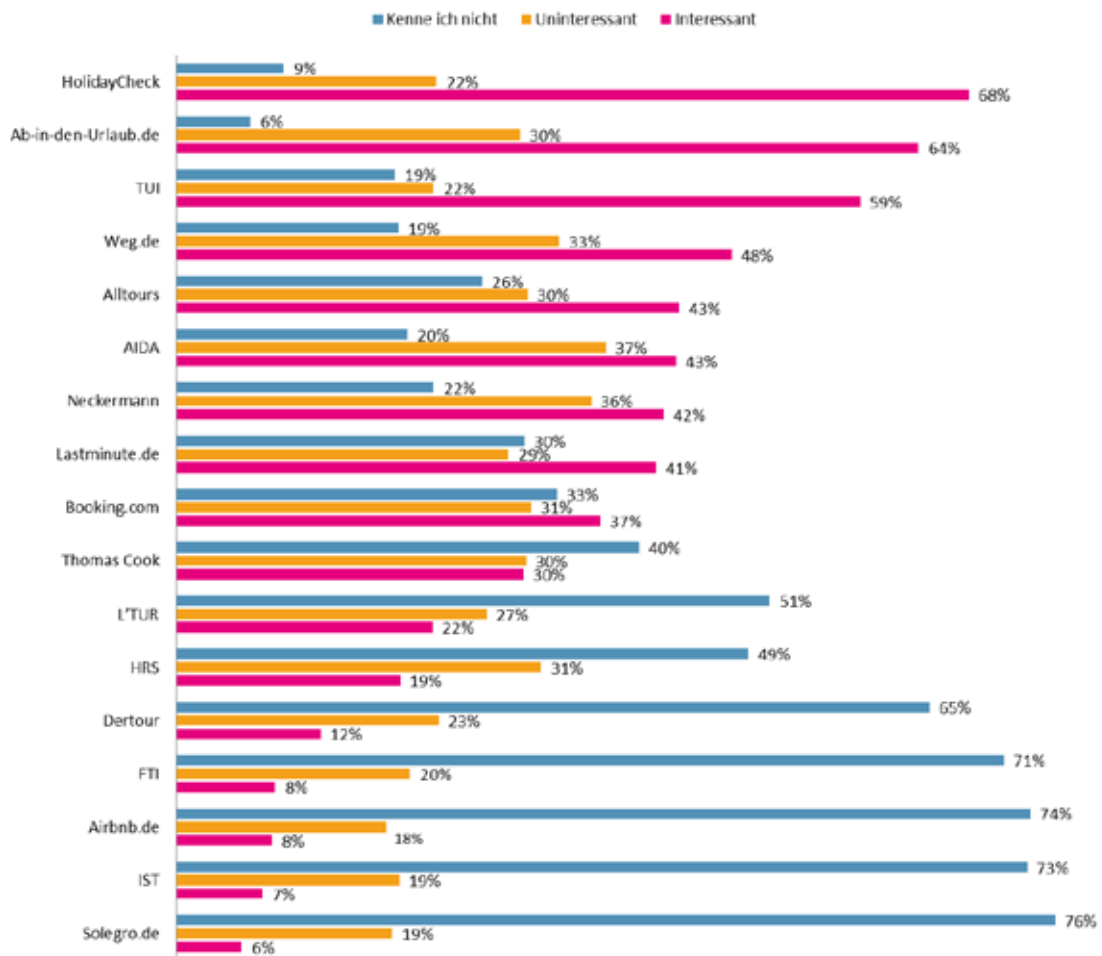
#### Gedankenstoß:

Speziell die Unbedeutsamkeit von sozialen Netzen wie Facebook oder auch Blogs überraschen zunächst in der Statistik, bedenkt man, wie viel Zeit die Jugendlichen mit dem Surfen im Internet und in sozialen Netzen verbringen. Dort, müsste man meinen, könnten sie authentische Reiseinformationen finden. Diese sind ihnen ja sehr wichtig, Tipps von Freunden belegen schließlich den zweiten Platz bei den wichtigsten Informationsquellen. Hier besteht also für Reiseveranstalter noch Handlungspotenzial: Ein Online-Austausch über die Reiseprodukte findet bei den Jugendlichen derzeit eher selten statt – eventuell fehlen hier entsprechende Angebote vom Reiseveranstalter, die den Austausch über Urlaubserfahrungen anregen.



## b) Wahl des Veranstalters

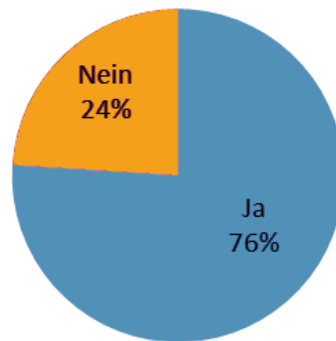
## Bei welchem Veranstalter/Buchungsportal vermutest du die interessantesten Angebote?



Im Vergleich zum Vorjahr haben wir bei dieser Frage bewusst Jugendreiseanbieter gesondert bewerten lassen, um unverfälscht zu zeigen, wie präsent nicht-spezialisierte Reiseveranstalter und Buchungsportale bei den Jugendlichen sind. In 2014 lag bei den nicht spezialisierten Reiseanbietern TUI auf Platz eins. In 2014 muss TUI den Platz an den vorherig drittplatzierten HolidayCheck abgeben und landet selbst hinter Ab-in-den-Urlaub.de, welches seinen zweiten Platz behaupten konnte. Interessant ist auch, dass 19 Prozent der Jugendlichen TUI nicht einmal kennen. Weg.de, Alltours, AIDA, Neckermann und Lastminute.de behaupten sich im soliden Mittelfeld und sind immerhin über 70 Prozent der Jugendlichen ein Begriff. L'TUR, HRS und Dertour schneiden hier schlechter ab. Nur jeder vierte bis fünfte vermutet hier interessante Angebote. FTI, Airbnb.de und IST kennen mehr als 70 Prozent der Jugendlichen nicht und weniger als 10 Prozent der Befragten vermuten dort interessante Angebote. Das einzige Buchungsportal, das speziell auf Jugendliche spezialisiert ist, schneidet im Ranking auf dem letzten Platz ab. 76 Prozent der Jugendlichen kennen Solegro.de überhaupt nicht und nur 6 Prozent der Befragten vermuten dort interessante Angebote.

Dafür denken 76 Prozent der Befragten, bei einem Jugendreiseveranstalter wie **ruf reisen**, Jam! oder Mango Tours interessantere Angebote als bei einem der oben aufgeführten Anbieter zu finden. Dabei spielt das Alter eine große Rolle: Je jünger die Jugendlichen sind, desto interessanter sind die spezialisierten Angebote von Jugendreiseveranstaltern für sie.

**Denkst du, dass du bei einem Jugendreiseveranstalter (ruf, Jam!, Mango Tours etc.)  
interessantere Reiseangebote für dich findest?**



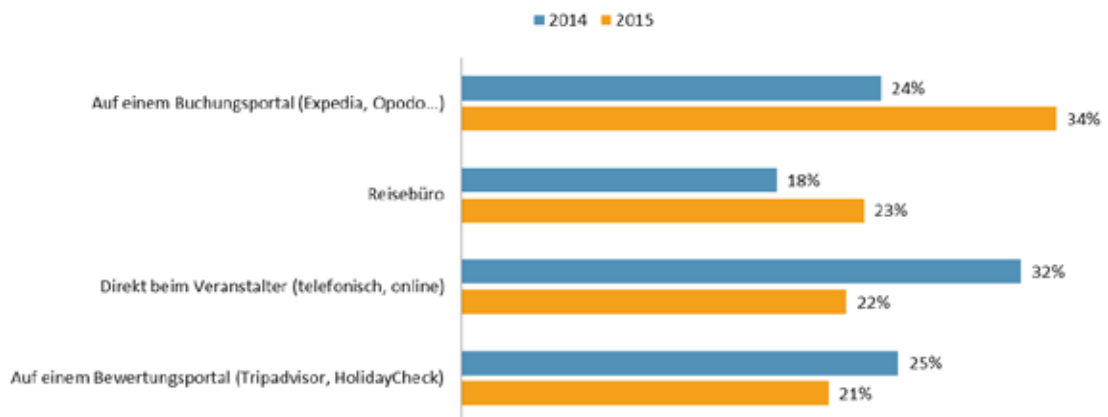
**Kurz notiert:**

Nicht-spezialisierte Reiseveranstalter haben es bei den Jugendlichen schwer. Selbst größere Veranstalter und Portale wie TUI oder weg.de kennt jeder fünfte Jugendliche überhaupt nicht. Die Befragten bevorzugten hier speziell auf Sie abgestimmte Reiseangebote. So vermuten drei von vier Jugendlichen interessantere Angebote bei Jugendreiseveranstaltern zu finden.

**c) Reisebüro oder online? Das Buchungsverhalten**

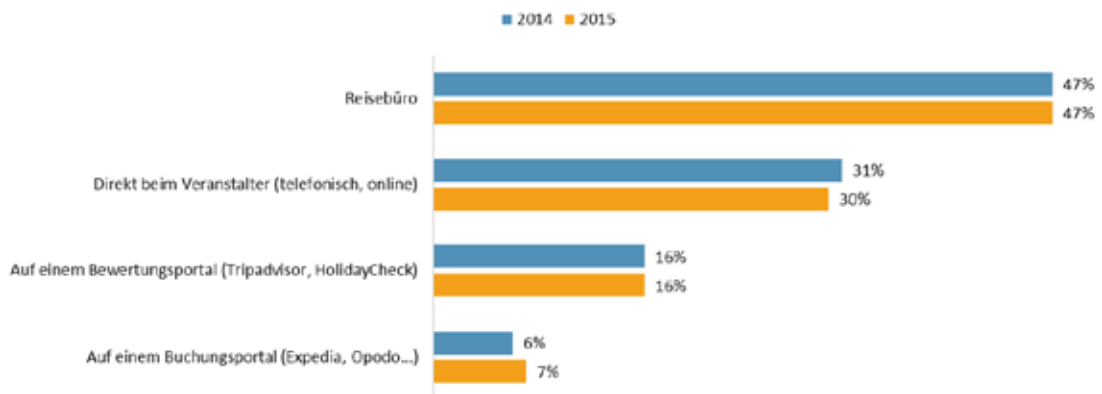
Nun wollen wir betrachten, wo die befragten Jugendlichen glauben, den besten Preis und die beste Information für ihre Urlaubsplanung zu finden – und wo sie buchen würden, wenn der Preis keine Rolle spielen würde.

**Bei welcher der folgenden Buchungsmöglichkeiten vermutest du  
den besten Preis für deine Reise?**



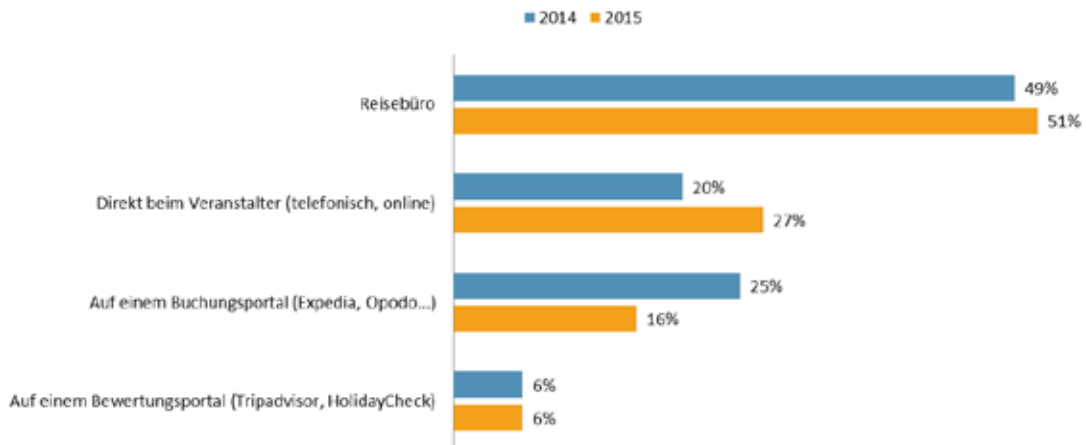
Im Vergleich zu 2014 hat sich in der Preiswahrnehmung der Jugendlichen einiges getan: Jeder dritte Jugendliche (34%) vermutet den besten Preis bei Buchungsportalen wie Expedia oder Opodo zu finden. Das sind immerhin 10 Prozent mehr als noch im Vorjahr. Auch das Reisebüro konnte in der Preiswahrnehmung der Jugendlichen punkten. Während in 2014 nur 18 Prozent der Jugendlichen dort den besten Preis für ihre Reise vermuteten, sind es in diesem Jahr fünf Prozent mehr, nämlich 23 Prozent. Nahezu gleichauf mit nur je einem Prozentpunkt weniger liegen die Veranstalter selbst und Bewertungsportale wie Tripadvisor und Holidaycheck.

**Bei welcher der folgenden Buchungsmöglichkeiten vermutest du die besten Informationen für deine Reise?**



Zwar vermuten die Jugendlichen die besten Preise auf Buchungsportalen zu finden, jedoch nicht die besten Informationen für ihre Reise. Hier liegt wie auch im Vorjahr das Reisebüro auf dem unbestrittenen ersten Platz. Knapp die Hälfte der Befragten vermutet im Reisebüro am besten informiert zu werden. Den zweiten Platz belegen die Veranstalter selbst. 30 Prozent der Jugendlichen glauben, hier die besten Informationen für ihre Reise zu finden. Damit stehen die Veranstalter gegenüber Bewertungsportalen besser da. Bei letzterem vermuten interessanterweise nur 16 Prozent die besten Reiseinformationen. Die Veranstalter und Reisebüros sind somit glaubhafte und beliebte Informationsquellen für die Jugendlichen wenn es um die Reiseplanung geht.

**Wo würdest du deine Reise buchen, wenn der Preis überall gleich wäre?**



Bei den Ergebnissen der Frage, wo die Jugendlichen ihre Reise buchen würden, wenn der Preis überall gleich wäre, zeigt sich sehr stark, dass Reisebüros ein Imageproblem in der Preiswahrnehmung bei Jugendlichen haben. Die Hälfte der Befragten (51 Prozent) würde im Falle einer Preisgleichheit im Reisebüro buchen. Die Veranstalter selbst konnten sich in 2015 vom dritten auf den zweiten Platz durchsetzen. 27 Prozent der Jugendlichen würden direkt beim Veranstalter buchen, wenn der Preis überall gleich wäre. Dass sie nicht im Reisebüro buchen heißt also, dass sie davon ausgehen, dort mehr bezahlen zu müssen.

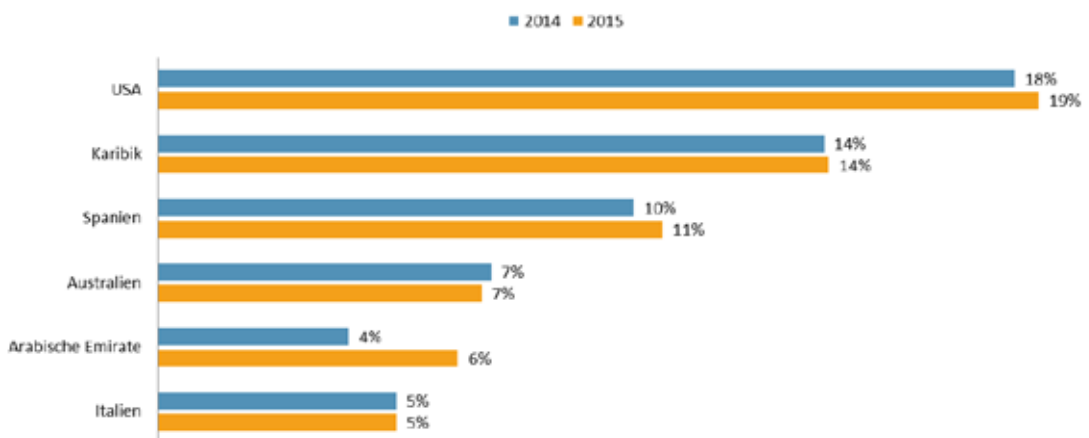
Buchungsportale haben in der Beliebtheit unter den Jugendlichen verloren und können nur durch die vermutete Preisersparnis punkten. Bewertungsportale spielen für die Jugendlichen anscheinend allgemein keine besondere Rolle – weder vermuten sie dort besonders gute Preise, noch besonders gute Informationen zu finden und auch bei einer Preisgleichheit würden Sie sich eher nicht für diesen Weg entscheiden.

**Kurz notiert:**

Reisebüros haben bei den Jugendlichen in Sachen Information einen hervorragenden Ruf. Mehr als die Hälfte der Befragten vermuten hier die besten Informationen zu finden. Allerdings denken die Jugendlichen sie müssten im Reisebüro höhere Preise zahlen, als bei Online-Buchungsportalen. Die Jugendlichen schätzen die Serviceleistungen des Reisebüros so sehr, dass Sie dort auch ein höheres Preisniveau erwarten. Das ist eine Chance für die Reisebüros: Beispielsweise durch unabhängige Tests wie erst kürzlich in den Medien zu finden, könnte sich das Image der Reisebüros zukünftig verbessern lassen. Denn im unabhängigen Vergleich mit den Onlinebuchungsportalen zeigt sich: Das Reisebüro kann mit den Preisen auf dem Onlinemarkt mithalten.

d) Urlaubsländer und Reisepartner

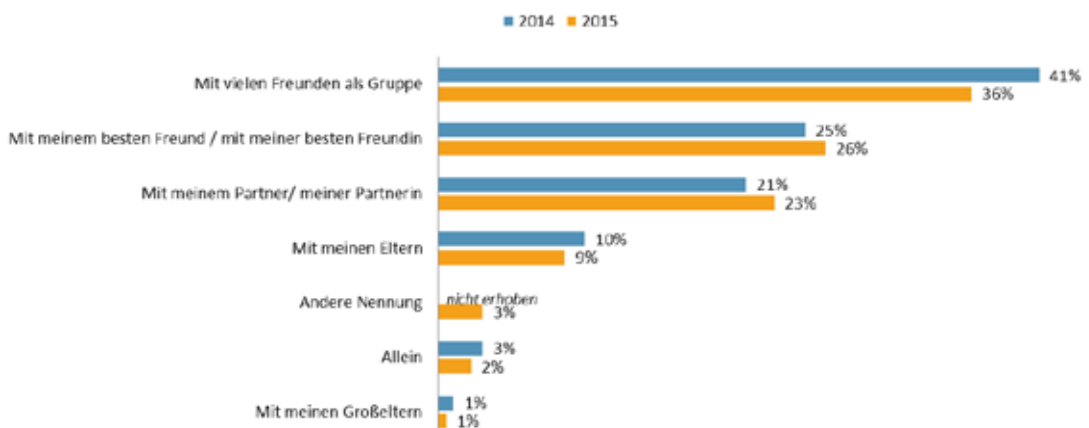
**Welche Länder sind deine Top-3-Traumurlaubsländer?**



Fragt man die Jugendlichen in 2015, welche Länder ihre favorisierten Urlaubsländer sind, so erhält man ähnliche Ergebnisse wie bereits in 2014. Die USA und die Karibik belegen weiterhin die ersten beiden Plätze im Beliebtheitsranking. Das europäische Land Spanien war auch bereits im Vorjahr auf Platz drei der top-3-Urlaubsländer unter den Jugendlichen. Interessant ist, dass die Arabischen Emirate gegenüber 2014 an Bedeutung gewonnen haben und nun den fünften Platz im Ranking der beliebtesten Urlaubsländer unter den Jugendlichen belegen.

Auch was die bevorzugten Reisepartner angeht, so steht für die Jugendlichen in 2015 weiterhin fest: Mit Gleichaltrigen macht das Reisen mehr Spaß als alleine oder mit den Eltern oder sogar Großeltern. 36 Prozent der Befragten möchten am liebsten mit vielen Freunden in der Gruppe verreisen. Aber auch der beste Freund oder die beste Freundin und der / die Partner / in sind beliebte Reisepartner unter den Jugendlichen.

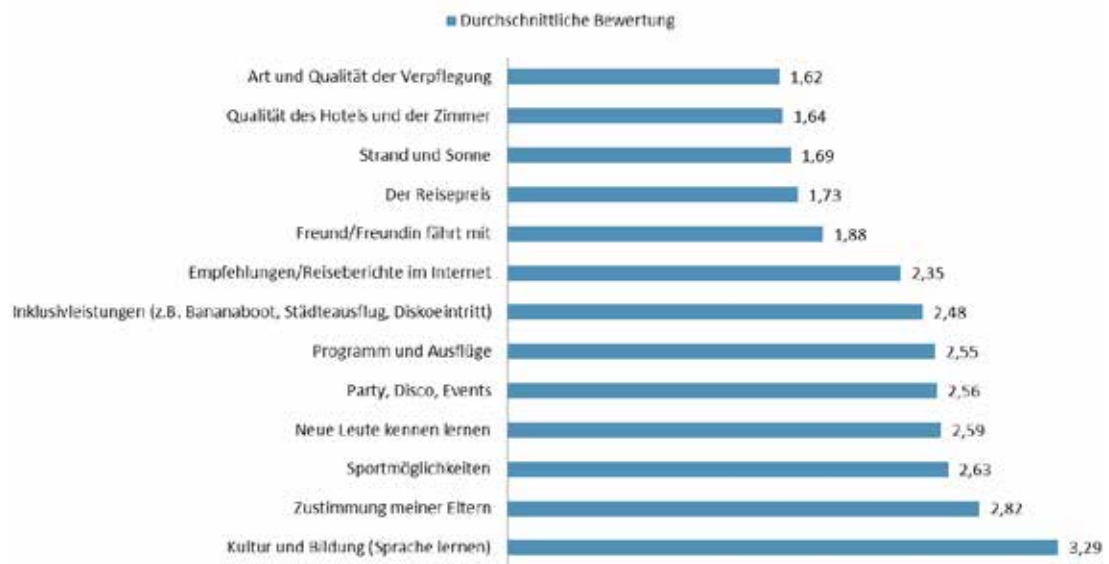
**Mit wem möchtest du am liebsten verreisen?**



Bereits in 2014 zeigten die Ergebnisse des YOUNG TRAVELER KOMPASS, dass Jugendurlaub qualitativ immer hochwertiger werden muss. Dieser Trend bestätigt sich auch in den Zahlen aus 2015. Die Art und Qualität der Verpflegung sowie die Qualität des Hotels und der Zimmer stehen für die Jugendlichen an oberster Stelle bei der Auswahl ihres Urlaubs. Damit hat die Qualität insgesamt die Wichtigkeit des Reisepreises überholt. Stand dieser in 2014 noch an erster Stelle der Kriterien für die Auswahl des Urlaubs, belegt er in 2015 nur noch eine zweitrangige Rolle und reiht sich hinter dem Urlaubsmotiv Strand und Sonne auf Platz vier ein.

Aber auch die Reisebegleitung ist für die Jugendlichen ein wichtiger Faktor bei der Auswahl des Urlaubs. Die elterliche Zustimmung hat für die Jugendlichen hingegen stark an Bedeutung verloren und landet auf dem vorletzten Platz. In 2014 war diese noch im soliden Mittelfeld des Wichtigkeitsrankings eingeordnet. Dort finden sich nun weitere Kriterien, die die Qualität des Urlaubs in der Wahrnehmung der Jugendlichen ausmachen: Zusatzleistungen wie Programm, Ausflüge, Partys und besonders Inklusivleistungen wie Städteausflüge, Bananaboot fahren und Diskoeintritte sind den Jugendlichen bei der Auswahl ihres Urlaub wichtig.

**Was ist dir bei der Auswahl deines Urlaubs besonders wichtig?  
(1= sehr wichtig, 6= unwichtig)**



**Gedankenstoß:**

Interessant ist, dass die Jugendlichen hier angeben, Empfehlungen und Reiseberichte im Internet seien Ihnen eher wichtig als unwichtig bei der Auswahl des Urlaubs. Diese scheinen sie ja laut den Ergebnissen der vorherigen Fragen nicht auf den klassischen Bewertungsportalen zu vermuten. Wo also finden die Jugendlichen Empfehlungen und Reiseberichte online? Eine Möglichkeit stellen die Veranstalterseiten direkt dar. Wie bereits dargestellt, könnte dies eine Chance für Veranstalter sein, den Wünschen der digital Natives nachzukommen und Möglichkeiten für einen Online-Austausch über Urlaubserfahrungen zu schaffen.

### a) Zusammenfassung


Die Jugendlichen im Jahr 2015 vertreten klar die Generation „Digital Natives“. Das zeigt sich stark in ihrem Mediennutzungsverhalten. Das Internet und die entsprechenden Möglichkeiten sind Alltagsbegleiter für die Jugendlichen. Besonders die Mobilität spielt für Jugendliche eine zunehmende Rolle. In 2015 surfen die Jugendlichen vornehmlich mit dem Smartphone. Der Computer ist aufgrund seiner eingeschränkten Mobilität weniger beliebt unter den Jugendlichen. Das Smartphone ist ein ständiger Begleiter und schnell gezückt: Ob zum Zeitvertreib beim Warten an der Ampel oder als sogenannter Second Screen während des Fernsehens – das Smartphone ist Kommunikations- und Informationsmedium für die Jugendlichen. Aber auch Tablets erfreuen sich zunehmender Beliebtheit in der jungen Generation. Knapp jeder dritte Jugendliche besitzt mittlerweile ein eigenes Tablet: Tendenz steigend.

Es überrascht daher nicht, dass sich auch ein Großteil des sozialen Lebens der Jugendlichen online auf Social-Media und Kommunikationsplattformen abspielt. Hier hat vor allem der Kommunikationsdienst Whatsapp die Nase vorn und überholte in diesem Jahr sogar Social-Media-Riesen Facebook. Zwar haben beide Dienste eine nahezu hundertprozentige Verbreitung vorzuweisen, jedoch nahm die Beliebtheit und Nutzungsdauer von Facebook gegenüber dem Vorjahr ab, während Whatsapp sogar noch zulegen konnte. Das könnte vor allem daran liegen, dass Jugendliche durch Medienskandale aufmerksamer geworden sind, wie viel sie online von sich preisgeben. Sie bevorzugen die direkte Kommunikation, um persönliche Belange mitzuteilen, statt diese als Statusmeldungen mit der großen Menge an Facebook-„Freunden“ zu teilen. Dass der Markt der Social-Media und Kommunikationsdienste schnelllebig ist und auch noch Potenziale für neue Anbieter bestehen, zeigt die zunehmende Beliebtheit von Instagram oder auch Snapchat.

Auch was den Reisemarkt betrifft bieten sich hier noch einige Potenziale, denn den Jugendlichen sind Fotos und Videos sowie Gespräche mit Freunden in der Reiseplanung enorm wichtig. Diese Informationen finden sie nur bedingt online und sogenannte unabhängige Bewertungsportale bieten ihnen hier nicht die gewünschten Informationen. Reiseberichte im Internet sind den Jugendlichen wichtig, jedoch finden sie diese nicht auf den beliebten Onlinekanälen und selbst Blogs und Facebook bieten hier keine geeigneten Informationsquellen aus Sicht der Jugendlichen.

Reisebüros gelten unter den Jugendlichen als besonders teuer, jedoch schätzen Sie die hohe Beratungsqualität und würden sich bei einer Preisgleichheit für die Buchung im Reisebüro entscheiden. Das ist ein großes Zugeständnis der Digital Natives an die individuelle Beratung: Sind sie es sonst gewohnt, alle Informationen selbstständig online zusammenzutragen. Gleichzeitig bieten sich hierdurch Chancen für Reisebüros aber auch Veranstalter, denn das Onlineinformationsnetz ist (noch) nicht genug auf die individuellen Bedürfnisse und Wünsche der Jugendlichen abgestimmt.

## b) Informationen zu den Herausgebern

**ruf – die beste Jugend deines Lebens** 

Die **ruf Reisen GmbH** ist Europas Nr.1 für betreute Reisen von jungen Menschen. Mit spezialisierten Programminhalten und Betreuungsstandards, sowie 34 Jahren Erfahrung spricht ruf alle Altersgruppen zwischen 11 und 23 Jahren zielgerichtet an. Der Hauptsitz mit 90 Mitarbeitern liegt im westfälischen Bielefeld, geschäftsführende Gesellschafter sind Thomas Korbus und Burkhard Schmidt-Schönefeldt. ruf wurde 1981 von Studenten der Freizeitpädagogik rund um Thomas Korbus zunächst als Verein gegründet.

Rund 80.000 junge Menschen buchen Jahr für Jahr die Angebote mit Erlebnis-, Sport- und Kulturaktivitäten, sowie Fern- und Sprachreisen. Angesteuert werden weltweit rund 60 Destinationen, der Hauptschwerpunkt liegt in Europa. Im Angebot sind 161 Clubanlagen, Camps und Hotels, sowie 18 Rundreisen, z.B. durch China, Island oder die USA. Auch im Programm: Winterreisen, Gruppen- und Abfahrten, sowie zwei komplette Weltreisen. Vor Ort sorgen rund 2.000 geschulte Reiseleiterinnen und Reiseleiter für eine umfassende Betreuung. Die Qualität und Sicherheit, sowie die hochwertige Betreuung der Angebote sind unter anderem vom TÜV NORD ausgezeichnet worden.

**Der Verband Internetreisevertrieb e.V.**



Der VIR – Verband Internet Reisevertrieb e. V. – ist der Interessenverband der touristischen Internetwirtschaft in Deutschland. Zu seinen Mitgliedern gehören mit ebookers.de, Expedia.de, HolidayCheck, HRS, lastminute.de, L'TUR, travelchannel.de und weg.de acht der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland, die zusammen über drei Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften. Die VIR-Mitgliedsunternehmen verpflichten sich der neutralen Zertifizierung durch die Siegel „safer-shopping“ und „ServiceQualität“ des TÜV SÜD und nehmen damit eine Vorbildfunktion für die gesamte Reisebranche ein. Durch diese Selbstverpflichtung kann sich der Kunde sicher sein, mehr als nur eine Reise zu buchen. Er surft sicher in den Urlaub! Der VIR wird zudem von 35 weiteren touristischen Unternehmen als Fördermitglieder unterstützt.

## Herausgeber

**ruf Reisen GmbH**  
Boulevard 9  
33613 Bielefeld  
marketing@ruf.de  
www.ruf.de

**Verband Internet Reisevertrieb e.V.**  
Leonhardsweg 2  
82008 Unterhaching  
info@v-i-r.de  
www.v-i-r.de

### Studiendesign, Erhebung, Auswertung, Text & Interpretation:

ruf Reisen GmbH | Boulevard 9 | 33613 Bielefeld

Julia Knechtges (M.Sc.), Wissenschaftl. Mitarbeiterin an der Fachhochschule des Mittelstands (FHM), Standort Köln

Bielefeld, im Februar 2015