

Presseinformation

Deutsche im Ausland sind besser als ihr Ruf

Opodo-Umfrage zeigt: In Zeiten von Lena und weltweitem Lob für die deutsche WM-Elf sind die Klischees vom nervigen Teutonen am Urlaubsort längst passé

Hamburg, 7. Juli 2010. Meckern, mäkeln und mit weißen Tennissocken in Sandalen zum Abendessen – die Klischees von deutschen Urlaubern halten sich hartnäckig, haben aber nichts mehr mit der Realität zu tun. Deutsche sind überraschend modern und weltoffen: 96 Prozent versuchen, sich im Urlaub an Sitten und Gebräuche des Gastlandes anzupassen – entweder aus Respekt vor den Gastgebern oder auch nur, um im Gastland nicht negativ aufzufallen. Das ergab eine Umfrage, die der Online-Reiseservice Opodo im Juni unter 1.150 Kunden durchführte.

Ob es an der guten Leistung und offensiven Spielweise der deutschen Nationalelf oder unserer Siegerin beim Eurovision Song Contest liegt? Jeder vierte Befragte findet, dass das Bild der Deutschen im Ausland besser geworden ist. 21 Prozent der Befragten sind der Meinung, dass die Klischees vom Deutschen mit Tennissocken in Sandalen längst passé sind, und Deutsche auch bei unseren Nachbarn in Zeiten von Lena und multi-kultureller Fußball-Nationalmannschaft beliebt sind. Knapp ein Viertel ist immerhin davon überzeugt, dass das Bild der eigenen Landsleute eher gut ist, da sie sich im Ausland mehr und mehr an fremde Gegebenheiten anpassen.

Allerdings geht die Hälfte der Deutschen auch selbstkritisch mit ihren Mitbürgern ins Gericht. Fast die Hälfte der Befragten findet, dass besonders deutsche Party- und Pauschaltouristen einen schlechten Eindruck vermitteln. Nur jeder Zehnte ist immer noch der Meinung, dass das Bild, das deutsche Urlauber abgeben, generell furchtbar ist, und sie als dick, hässlich und laut auffallen.

Dabei sind die nervigen Teutonen offenbar immer die anderen und selten man selbst. 70 Prozent von denjenigen, die sich nicht für typisch deutsch halten, haben ein insgesamt eher negatives Bild ihrer Landsleute. Bei denjenigen, die zu ihrem Deutschtum stehen, sind es nur 27 Prozent.

Klischee Nummer 1: Der Handtuchkrieg am Swimming-Pool

Der typisch deutsche Tourist reserviert sich frühmorgens vor allen anderen seine Liege mit einem Handtuch? Dieses Klischee halten Deutsche längst für überholt. Nur 2 Prozent geben an, dies noch zu tun und sich so zu verhalten, wie es besonders englische Boulevardmedien gern von uns behaupten. Zwar bevorzugt ein Drittel der Befragten die Liege, steht dafür aber nicht extra frühmorgens auf und legt sich zur Not auch aufs Handtuch (24 %). Die große Mehrheit stellt sich die Frage gar nicht, da sie am liebsten mit dem Handtuch direkt am Meer liegen (42 %).

Klischee Nummer 2: Kampf ums Buffet

Gesittet geht es laut Eigenwahrnehmung auch beim vermeintlichen „Kampf ums Buffet“ zu. 49 Prozent der Befragten geben an, dass sie nicht sofort zum Buffet stürzen, sondern warten, bis sich der Sturm gelegt hat und der Speisesaal leerer ist. 45 Prozent haben noch nie in einem Hotel mit Buffet Urlaub gemacht oder bevorzugen es, außerhalb ihrer Unterkunft im Restaurant zu essen. Nur 6 Prozent der Befragten gehören zur Sorte Urlauber, die den Kampf ums Buffet immer noch gern aufnehmen, um so schnell wie möglich die vielen kulinarischen Leckereien zu ergattern, die das Hotel bietet.

Klischee Nummer 3: Der Deutsche meckert gern

Deutsche gelten im Ausland gern als Meckerer: Doch auch dieses Bild scheint sich nur bedingt zu bestätigen. Bei schlechtem Hotelservice versuchen die meisten Befragten, gelassen zu reagieren (35 %). Bleibt die Servicequalität aber mangelhaft, wendet sich mehr als die Hälfte der Deutschen diskret ans Hotelmanagement (52 %). Nur drei Prozent machen ihrem Ärger gleich Luft und beschweren sich beim unfreundlichen Hotelpersonal in aller Öffentlichkeit.

Klischee Nummer 4: Sauberkeit und Ordnung sind erste Bürgerpflicht

Die Deutschen sind sauber, ordentlich und pünktlich: soweit zu den Tugenden, die man den Germanen außerhalb Deutschlands gern zuschreibt. Aber wie wichtig ist uns Deutschen das im Urlaub überhaupt? Sehr wichtig finden nur zehn

Prozent der Befragten, dass eine Urlaubsanlage im Ausland deutschen Standards entspricht. Die große Mehrheit akzeptiert hingegen die Hygienevorstellungen anderer Länder, auch wenn sie auf das deutsche Sauberkeitsempfinden im Urlaub schwer verzichten können (70%). Und 18 Prozent nehmen es gleich gelassen und verhalten sich nach dem Motto „Andere Länder, andere Sitten“: Sie finden den deutschen Sauberkeitsfimmel und Ordnungswahn im Urlaub übertrieben.

Klischee Nummer 5: Schweinshaxe, Sauerkraut & Co.

Exotische Gerichte und Getränke sind mittlerweile auch bei Deutschen beliebt. Mehr als zwei Drittel der Befragten finden, dass der Urlaub eine kulinarische Entdeckungsreise sein sollte, bei dem Deutsches nicht auf den Tisch kommt. Zudem können sich 22 Prozent vorstellen, ungewöhnliche fremde Gerichte und Getränke wie Bul Go Gi oder Kopi Luwak zu probieren. Allerdings hält sich ein kleiner Teil der Teutonen immer noch eher an deutsche Essgewohnheiten. Mit einem Gruß von der mallorquinischen Schinkenstraße gehören bei zehn Prozent der Befragten auch im Urlaub deutsche Gerichte auf den Tisch.

Dennoch: Auch wenn sich die Eigenwahrnehmung der Deutschen verbessert hat, können die meisten auf ihre Landsleute im Urlaub gut verzichten. Zwei Drittel möchten im Ausland fremde Länder und Kulturen kennenlernen und empfinden Deutsche bei diesen Entdeckungsreisen eher als störend. Und 20 Prozent der Befragten freuen sich sogar, wenn sie überhaupt keinen Landsmann zu Gesicht bekommen. Nur ein geringer Teil der Deutschen möchte am Urlaubsort nicht auf die lieben Landsleute verzichten und freut sich, mit ihnen richtig abzufeiern oder mal ein gutes Gespräch zu führen.



Bildunterschrift: Der deutsche Tourist reserviert sich mit dem Handtuch die Liege? Klischees über Deutsche im Ausland sind passé.

Die wichtigsten Ergebnisse der Umfrage auf einen Blick:

Kulinarische Entdeckungstour: 68 % der Deutschen freuen sich im Urlaub besonders auf landestypische Spezialitäten.

96 % der Deutschen versuchen sich im Urlaub an Sitten und Gebräuche des Gastlandes anzupassen.

Handtuchkrieg: 2 % der Deutschen finden es völlig legitim, vor dem Frühstück die Liege am Swimmingpool mit einem Handtuch zu reservieren.

46 % der Befragten sind der Meinung, dass deutsche Party- und Pauschaltouristen im Ausland einen schlechten Eindruck vermitteln.

20 % der Deutschen finden es am schönsten, wenn sie im Urlaub keine Landsleute treffen.

Über Opodo

Opodo ist ein unabhängiger, preisgünstiger Online-Reiseservice für Individual-, Pauschal- und Geschäftsreisende. Das Unternehmen vermittelt Flüge mit Bestpreisgarantie von rund 700 Fluggesellschaften (Linie, Charter und Billigflieger - mit der Besonderheit des Kombijetting™ von mehreren Einzelflügen), Unterkunft in mehr als 100.000 Hotels,

Mietwagen, Ferienwohnungen, Kreuzfahrten und Skireisen. Zudem bietet Opodo einen Überblick der Pauschal- oder Last Minute-Reisen von über 70 Veranstaltern und offeriert eigene Kombi-Städtereisen. Zu allen Produkten sind optional umfassende Reiseversicherungen abschließbar.

Opodo wurde im Jahr 2001 von neun der führenden europäischen Airlines – Aer Lingus, Air France, Alitalia, Austrian Airlines, British Airways, Finnair, Iberia, KLM und Lufthansa – gegründet. Der Reisetechologie-Anbieter Amadeus hält seit Juni 2004 eine Mehrheitsbeteiligung an dem Unternehmen. Opodo ist an 13 europäischen Märkten vertreten: Deutschland, UK, Frankreich, Italien, Spanien, Norwegen, Dänemark, Finnland, Portugal, Österreich, Niederlande, Schweden und Schweiz.

Opodo Deutschland ist Gründungsmitglied des Verbandes Internet Reisevertrieb e.V. (www.v-i-r.de), der sich mit den Kernthemen Sicherheit im Internet, Vertrauen, Transparenz und Qualitätsstandards beschäftigt. Unter anderem lassen sich die Mitgliedsunternehmen und ihre Dienstleistungen von neutraler Stelle (TÜV) zertifizieren und setzen damit vorbildliche Impulse für die gesamte Reisebranche. Opodo kennt zudem die Reiseschiedsstelle an.

Weitere Informationen finden Sie unter www.opodo.de.

Kontakt Presse:

FAKTOR 3 AG
Benjamin Quiram / Simone Bleidt
Kattunbleiche 35
22041 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 67 94 46-107
Fax: +49 (0)40 67 94 46-11
Mail: opodo@faktor3.de