VIR 2024

DATEN & FAKTEN

zum Online-Reisemarkt

Vorwort	3
Methodische Grundlagen	4
Zusammenfassung	5
Urlaubsreisenachfrage	8
Reiseabsichten	14
Urlaubsreisenachfrage in Zeiten von Preiserhöhungen und Inflation	21
Uraubsreiseverhalten	34
Informations- und Buchungsverhalten	46
Nachhaltigkeit	57
Ausgabeverhalten Städtetrip vs. Urlaubsreise	61
Der Verband Internet Reisevertrieb e.V.	68
VIR Mitglieder	70
VIR Kooperationen & Initiativen	71
VIR Events	72
Impressum	77

ES IST AN DER ZEIT...

Wir leben in einer Zeit, in der uns das Privileg zuteilwird, selbst zu wählen, wo wir leben, arbeiten und wohin wir reisen wollen. Besonders im digitalen Zeitalter erleben wir, wie grenzenlos unsere Möglichkeiten geworden sind.

Die Tourismusbranche ist ein leuchtendes Beispiel dafür, wie sie Menschen unterschiedlichster Herkunft zusammenbringt und einen wertvollen interkulturellen Austausch fördert. Ohne Zweifel leistet die Touristik einen erheblichen Beitrag zum Wohlstand eines jeden Landes.

Deutschland, wie auch andere Länder, steht vor der Herausforderung, zahlreiche unbesetzte Arbeitsplätze zu füllen. Offenheit gegenüber der Welt und eine erfolgreiche Integration von Zuwanderern sind entscheidend, um Wohlstand und Produktivität zu bewahren.

Der Tourismussektor zeigt weltweit, wie dies funktioniert. Die Arbeit von Zuwanderern ist essenziell für die Funktionstüchtigkeit dieser Industrie und sorgt dafür, dass auch Deutschland als Urlaubsziel attraktiv bleibt.

Es ist daher Zeit, Courage zu zeigen und uns zu unseren Werten zu bekennen. Als Fachleute im Tourismus tragen wir eine besondere Verantwortung, denn unsere Branche steht wie keine andere für Offenheit und Grenzenlosigkeit.

Um das auch zu bewahren, müssen wir öffentlich für Demokratie einstehen, unser Wertesystem verteidigen, den Fokus auf das Positive in unserer Gesellschaft legen und uns entschieden gegen diejenigen Kräfte stellen, die unbegründet Ängste schüren.

Mit herzlichen Grüßen
Michael Buller

Vorstand Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)
München, Anfang März 2024

Methodische Grundlagen

REISEANALYSE RA 2024 FACE-TO-FACE (FUR)

- n = 7.288 Befragte im Dezember 2023 & Januar 2024
- Repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter 14+ Jahre
- Methode: persönliche Interviews (CAPI), mehrstufige Zufallsstichprobe
- Definition Urlaubsreisen: Reisen mit einer Dauer von 5 Tagen und länger

REISEANALYSE RA ONLINE 11/2023 (FUR)

- n = 2.612 Befragte im November 2023
- Repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter 14-75 Jahre
- Befragung von Personen, die das Internet nutzen
- Zufallsstichprobe aus einem Panel mit derzeit ca. 150.000 Personen im Rahmen des Ipsos i:omnibus Plus
- Definition Kurzurlaubsreisen: Reisen mit einer Dauer von 2-4 Tagen

REISEANALYSE MODUL-SPECIAL: UPDATE REISEPLÄNE 09/2023 (FUR)

- n= 2.000 Online-Interviews im September 2023
- Repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 18-75 Jahre
- Ad-hoc Befragung zu den Urlaubsplänen für Herbst/Winter 2023/24 und Frühjahr/Sommer 2024

Hinweis: Die hier mitgeteilten ersten ausgewählten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.

MASTERCARD SONDERAUSWERTUNG: INTERNATIONALE AUSGABEN STÄDTEREISE VS. URLAUBSREISE (PARIS VS. TENERIFFA) (S. 63–67)

- Destinationen: Paris, Frankreich - Teneriffa, Spanien
- Zeitraum: Januar 2019 – Dezember 2023
- Der Report konzentriert sich auf internationale Ausgaben, die sich auf POS-Transaktionen in den beiden Destinationen Paris und Teneriffa mit im Ausland ausgegebenen Karten beziehen, wobei die Top-Länder, auch als „Quellmärkte“ bezeichnet, individuell präsentiert werden. Die Kategorie „Andere“ wird einbezogen, um einen vollständigen Überblick über die internationalen Ausgaben in den beiden Destinationen zu bieten.
- Der Report basiert auf aggregierten und anonymisierten Transaktionsdaten von Mastercard. Diese Daten werden anhand der entsprechenden Mastercard-Anteile normalisiert, um eine genaue Sicht auf den Tourismus in den einzelnen Herkunftsmärkten zu gewährleisten. Kartentransaktionsdaten werden auf Destinationsebene aggregiert. Um die Einhaltung der DSGVO zu gewährleisten, wandelt Mastercard absolute Ausgabenmetriken in relative Kennzahlen um, die hauptsächlich die Entwicklung über die Zeit, Verteilung und relative Bedeutung darstellen.

Daten & Fakten 2024 auf einen Blick

URLAUBSREISENACHFRAGE 2023

Im vergangenen Jahr haben 77% der deutschen Bevölkerung mindestens eine Urlaubsreise mit einer Dauer von fünf Tagen oder länger unternommen. Der Anteil der Reisenden stieg leicht im Vergleich zum Vorjahr und liegt noch knapp unter dem Wert von 2019. 54,6 Millionen Menschen unternahmen insgesamt 65 Millionen Urlaubsreisen mit einer Dauer von mindestens fünf Tagen. Die Anzahl der Reisenden ist im Vergleich zum Vorjahr 2022 leicht gestiegen, die Anzahl der Urlaubsreisen ist leicht gesunken. Trotz geringerer Reisetätigkeit insgesamt stiegen die Ausgaben erneut an und erreichten mit 86,9 Milliarden Euro einen erneuten Rekordwert. Zusätzlich unternahmen 30,9 Millionen Menschen rund 74,1 Millionen Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer. Dafür wurden rund 27,2 Milliarden Euro ausgegeben, das ist auch für den Kurzurlaubsreisemarkt ein neuer Höchstwert.

KAPITEL LESEN

REISEABSICHTEN 2024

Auch für das kommende Jahr 2024 zeigen die Reiseabsichten in der Bevölkerung einen deutlich positiven Ausblick. 73% der Menschen sind sich sicher, dass sie im kommenden Jahr eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer machen werden, davon weiß ein großer Teil schon, wohin es gehen soll. Die anhaltenden Preissteigerungen und die Inflation verursachen weiterhin Sorgen bezüglich der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Die Beurteilung der persönlichen finanziellen Situation fällt etwas positiver aus: 14% erwarten eine Verbesserung ihrer finanziellen Lage, 57% gehen von einer stabilen Situation aus, und 29% rechnen mit einer Verschlechterung. Die Urlaubslust gegen Jahresende 2023 ist mit 54% auf einem hohen Stand, das gilt auch für den Faktor Zeit (63%). Die Mehrheit von 54% ist sich sicher, dass auch das Geld für Urlaub 2024 vorhanden ist.

KAPITEL LESEN

URLAUBSREISENACHFRAGE IN ZEITEN VON PREISERHÖHUNGEN UND INFLATION

Urlaubsreisen sind für die Reisenden eines der wichtigsten Konsumgüter. Allerdings empfinden große Teile der Bevölkerung die gestiegene Preisentwicklung als Belastung, besonders in den unteren Einkommensgruppen ist die Belastung deutlich spürbar. Das beeinflusst teilweise auch die Reisepläne für 2024. Trotzdem haben über die Hälfte der Personen, die sich durch die Preissteigerungen sehr belastet fühlen, eine positive Reiseabsicht für 2024. Mit der zunehmenden Preisentwicklung wächst die Unsicherheit bezüglich der zukünftigen Urlaubsreiseausgaben. Derzeit sind 36% der Menschen unsicher darüber, wie sich ihre Urlaubsausgaben im Jahr 2024 entwickeln werden. Etwa 15% planen, voraussichtlich mehr Geld für Reisen auszugeben als im Vorjahr, 43% möchten gleichviel ausgeben wie im Vorjahr. 7% planen, im Jahr 2024 weniger für Reisen auszugeben als 2023. Die Ausgaben für Urlaubsreisen im Jahr 2023 werden als angemessen bewertet. 17% der Urlaubsreisen werden als eher preiswert eingeschätzt, und nur 5% werden als „sehr teuer“ eingestuft.

KAPITEL LESEN

Daten & Fakten 2024 auf einen Blick

URLAUBSREISEVERHALTEN

Der Anteil der Auslandsreisen erreichte 2023 mit 78% einen Rekordwert. Rund 50,7 Millionen Urlaubsreisen führten die Deutschen ins Ausland und 14,3 Millionen wurden innerhalb Deutschlands unternommen. Der Trend zu Auslandsreisen setzte sich mit einem Anteil von 23% auch bei Kurzreisen fort. Spanien behauptete seine Position als das beliebteste Auslandsreiseziel der Deutschen mit einem Anteil von 14%, gefolgt von Italien und der Türkei mit je 8%. Durch den Rückgang an Inlandsreisen sanken die Marktanteile der Bundesländer. Aufgrund des hohen Auslandsreiseanteils überholte das Flugzeug erstmals den PKW als das meistgenutzte Verkehrsmittel für Urlaubsreisen. Bahn und Bus wurden jeweils für rund 5% der Reisen genutzt. Pauschalreisen machten 44% aller Urlaubsreisen aus, ein Anstieg um 5% im Vergleich zum Vorjahr. Die Zahl der Einzelbuchungen der Unterkunft sank um um 5% auf 33%. Bei Kurzreisen waren Einzelbuchungen der Unterkunft weiterhin die dominierende Organisationsform, zusätzliche 16% der Kurzurlaube 2023 wurden pauschal gebucht.

KAPITEL LESEN

INFORMATIONS- UND BUCHUNGSVERHALTEN

Ein Großteil aller Urlaubsreisen ab einer Übernachtung wird ausschließlich digital gebucht. Im Reisejahr 2023 betrug der Anteil 63% aller Reisen. Für 8% aller Reisen wurden sowohl digitale als auch analoge Buchungen gemacht. Ausschließlich analoge Buchungen wurden für 29% der Reisen genutzt, das ist ein Rückgang um 4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Seit 2018 hat sich die Online-Buchung als dominierender Buchungsweg für Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen etabliert. 2023 wurde bei 51% aller Urlaubsreisen mindestens ein Leistungsbestandteil per Online-Buchung gebucht, bei den Kurzurlaubsreisen waren es 68%. 81% aller Reisenden haben in 2023 Urlaubsinformationen im Internet eingeholt. Trotz etwas geringerer Reisetätigkeit 2023 wurden häufiger Urlaubsinhalte im Internet gesucht als 2022, was den hohen Stellenwert vom Internet als Informationsquelle bei Urlaubsreisen verdeutlicht.

KAPITEL LESEN

AUSGABEVERHALTEN STÄDTETRIP VS. URLAUBSREISE (PARIS VS. TENERIFFA)

Paris ist eine Destination, in der die Gäste die Gelegenheit zum (Luxus)-Shopping und zum Essen gehen stark nutzen. Im Gegensatz dazu haben Besucher auf Teneriffa einen deutlich höheren Ausgabeanteil für Supermärkte. In den Untersuchungen fällt auf, dass die Erholung der Gesamtausgaben von Corona bereits im September 2021 einsetzen. 2023 ist gegenüber 2022 ein weiteres deutliches Wachstum zu beobachten, wobei der Anstieg in Teneriffa mit 26% den von Paris mit 17% übertraf.

KAPITEL LESEN

Urlaubsreisenachfrage

- Im Reisejahr 2023 unternahmen 54,6 Millionen Menschen insgesamt 65 Millionen Urlaubsreisen mit einer Dauer von mindestens fünf Tagen. Die Anzahl der Reisenden ist im Vergleich zum Vorjahr 2022 leicht gestiegen. Dabei ist die Anzahl der Urlaubsreisen verglichen mit dem Vorjahr leicht gesunken. Trotzdem stiegen die Ausgaben erneut an und erreichten mit insgesamt 86,9 Milliarden Euro erneut einen Rekordwert.

- Im vergangenen Jahr haben 77% der deutschen Bevölkerung mindestens eine Urlaubsreise mit einer Dauer von fünf Tagen oder länger unternommen. Der Anteil der Reisenden stieg im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte und liegt noch knapp unter dem Wert von 2019.

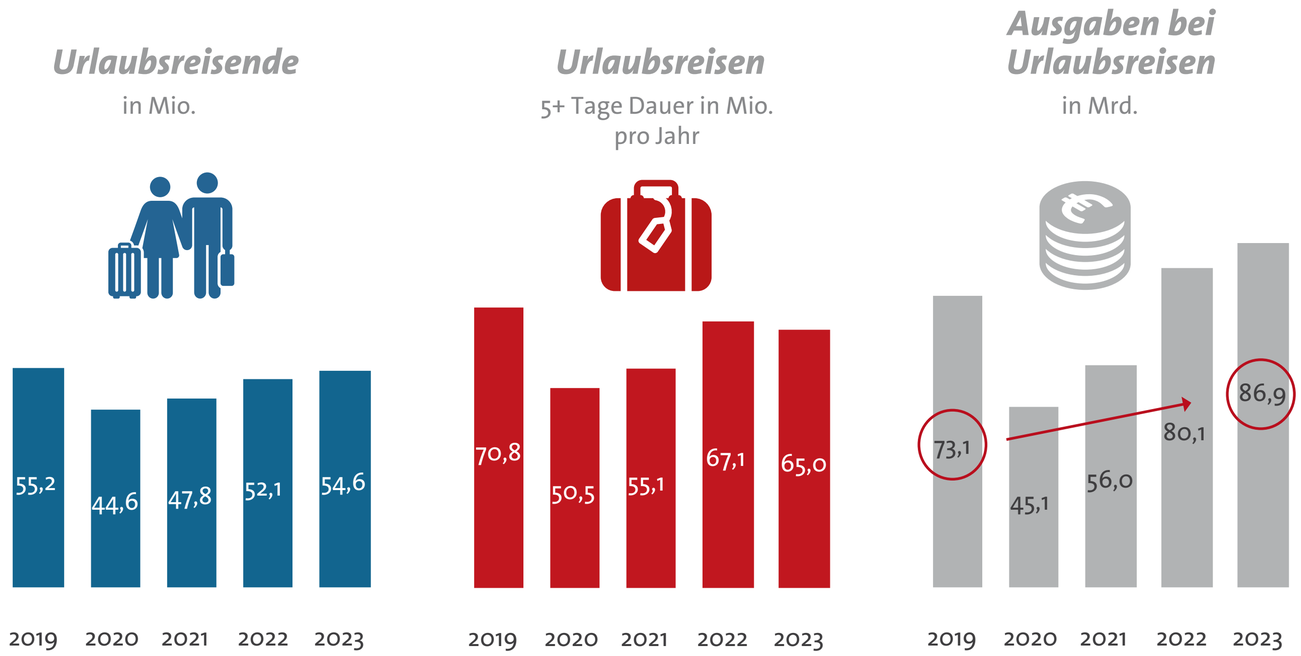
- Zusätzlich unternahmen 30,9 Millionen Menschen rund 74,1 Millionen Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer, etwas weniger als im Vorjahr 2022. Dabei gaben die Deutschen im Jahr 2023 insgesamt rund 27,2 Milliarden Euro für Kurzurlaubsreisen aus, ein erneuter Höchstwert für den Kurzurlaubsreisemarkt.

- Von den insgesamt 65 Millionen Urlaubsreisen waren 54,6 Millionen Haupturlaubsreisen und 10,4 Millionen zusätzliche Reisen. Die Anzahl der Haupturlaubsreisen nahm um 1,5 Millionen im Vergleich zum Vorjahr 2022 zu, bei den Zweit- und Drittreisen gab es einen deutlichen Rückgang.

Eckdaten der Urlaubsreisen 2019 – 2023

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre; bzw. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer
Quelle: Reiseanalyse 2020-2024, FUR

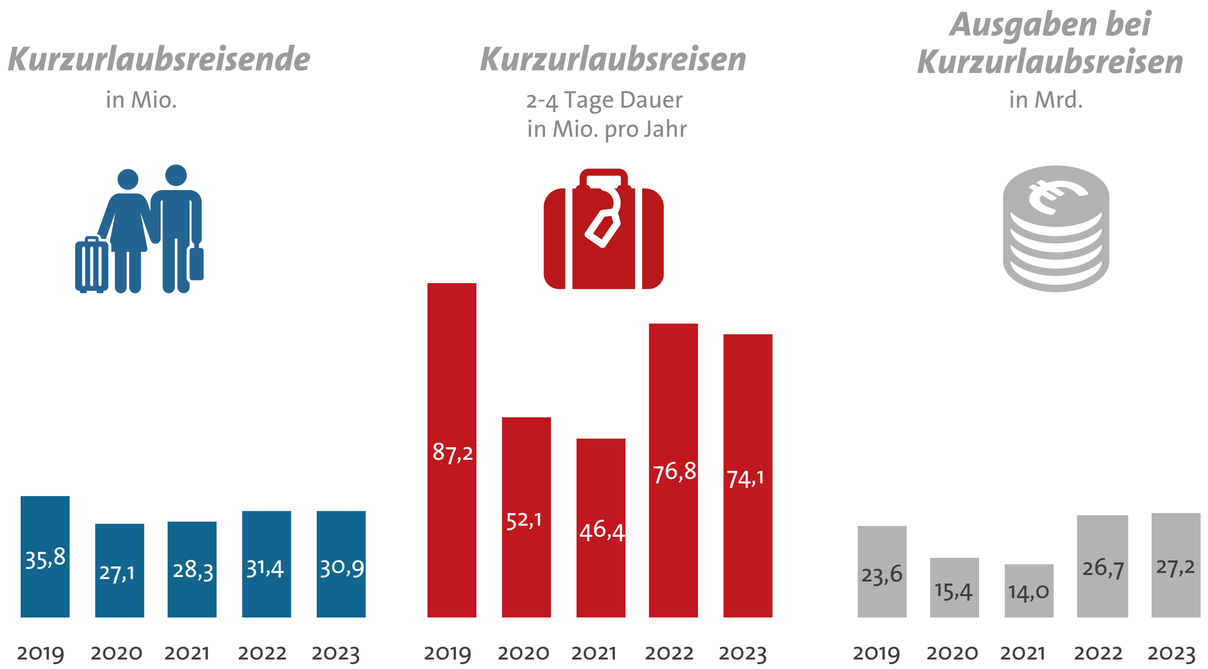


Im Reisejahr 2023 haben 54,6 Mio. Personen insgesamt 65 Mio. Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer unternommen. Das sind etwas mehr Reisende, aber etwas weniger Urlaubsreisen als noch im Jahr zuvor. Das Volumen von Urlaubsreisen und Reisenden liegt noch immer unter dem Niveau von 2019 vor der Corona Pandemie. Dabei sind die Ausgaben erneut gestiegen und erreichen mit 86,9 Milliarden Euro erneut einen Rekordwert.

Eckdaten der Kurzurlaubsreisen 2019 – 2023

Reisedauer
2-4 Tage

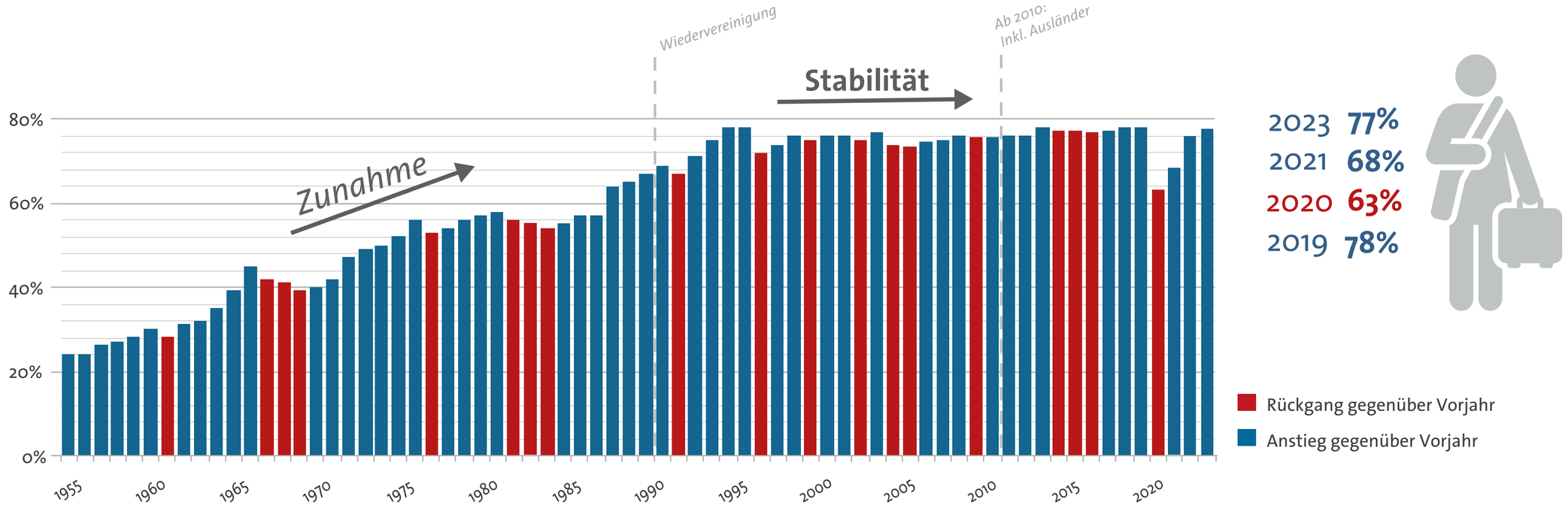
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14-75 Jahre; bzw. Kurzurlaubsreisen von 2-4 Tagen Dauer zwischen November und Oktober
Quelle: Reiseanalyse 2020-2023, FUR



Auch der Markt für Kurzurlaubsreisen konnte im Reisejahr 2023 das Volumen des vorpandemischen Jahres 2019 nicht erreichen. 30,9 Millionen Personen unternahmen rund 74,1 Millionen Kurzurlaubsreisen, etwas weniger als im Jahr zuvor. Die Ausgaben für Kurzurlaubsreisen pro Kopf liegen mit 367 Euro pro Person zum dritten Jahr in Folge auf Rekordniveau. Die Ausgaben für Kurzurlaubsreisen der deutschen Bevölkerung lagen 2023 bei rund 27,2 Milliarden Euro.

Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2023

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; ab 2010: inkl. deutschsprachiger Ausländer
Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2024, FUR; 1954-1969: Diverse Studien

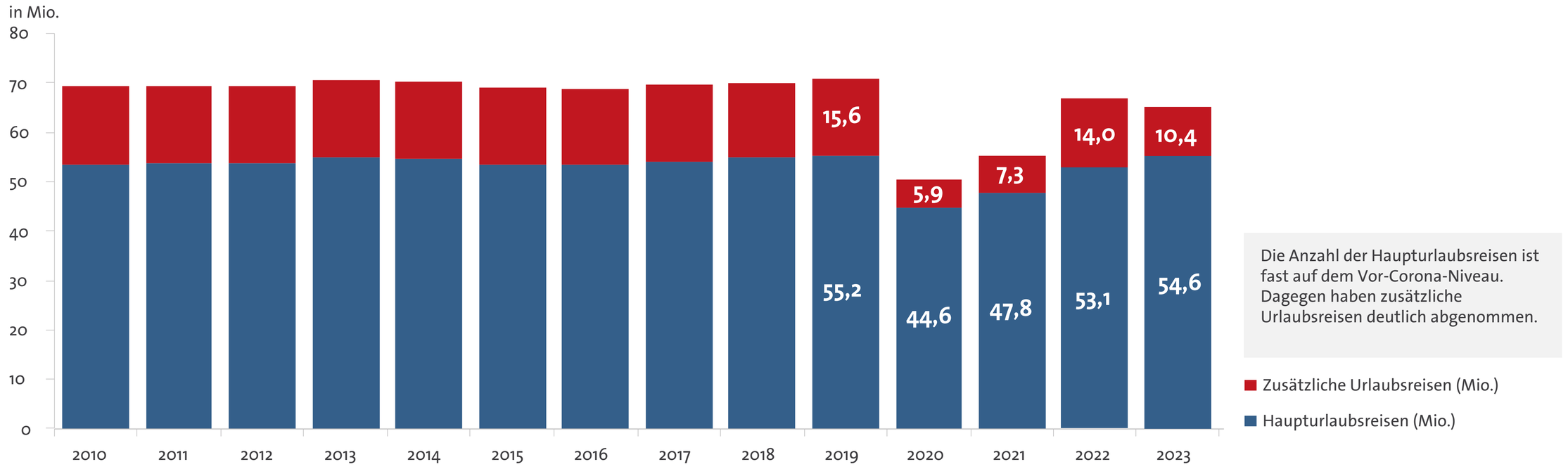


Im Jahr 2023 haben 77%, also mehr als drei Viertel der deutschen Bevölkerung, mindestens eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer unternommen. Der Anteil der Reisenden ist im Vergleich zum Vorjahr um 2 Prozentpunkte gestiegen und liegt knapp unter dem Wert von 2019.

Volumen der Urlaubsreisen 2010 bis 2023

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2011 – 2024, FUR



Die Anzahl der Haupturlaubsreisen ist fast auf dem Vor-Corona-Niveau. Dagegen haben zusätzliche Urlaubsreisen deutlich abgenommen.

Im vergangenen Jahr wurden 65 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer unternommen, davon 54,6 Mio. Haupturlaubsreisen und 10,4 Mio. zusätzliche Reisen.
Bei den zusätzlichen Reisen ist ein Rückgang zu verorten: Diese sind um 3,6 Mio. Reisen zurückgegangen. Im Gegensatz dazu wurden 1,5 Mio. mehr Haupturlaubsreisen unternommen als noch im Vorjahr 2022.

Reiseabsichten

- Im Januar 2024 sind die Reiseabsichten der deutschen Bevölkerung im Vergleich zu den Vorjahren positiver und liegen auf einem ähnlichen Niveau wie im Januar 2020.

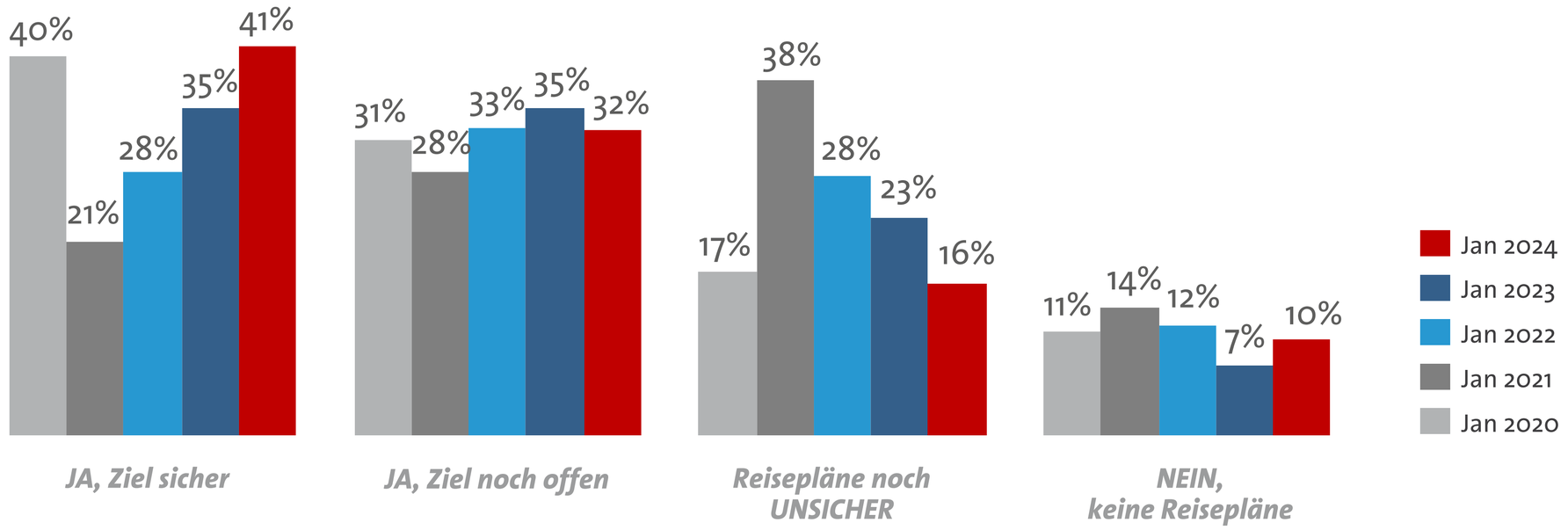
- 73% der Menschen sind sich sicher, dass sie im kommenden Jahr im Urlaub verreisen werden, davon weiß ein großer Teil schon, wohin es gehen soll. Bei 16% besteht noch Unsicherheit über die Reisepläne, 10% haben keine Absicht zu verreisen.

- Die anhaltenden Preissteigerungen und die Inflation verursachen weiterhin Sorgen bezüglich der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Im Januar 2024 erwarten 57% der Menschen in den nächsten 12 Monaten eine Verschlechterung, ein Anstieg um 7 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. 35% erwarten keine Veränderung, und 9% prognostizieren eine Verbesserung.

- Die individuellen Reiseabsichten werden stärker von der persönlichen wirtschaftlichen Situation beeinflusst als von der allgemeinen Lage. Die Beurteilung der persönlichen Situation fällt positiver aus: 14% erwarten eine Verbesserung, 57% gehen von einer stabilen finanziellen Situation aus, und 29% rechnen mit einer Verschlechterung.

Reiseabsichten zu Jahresbeginn

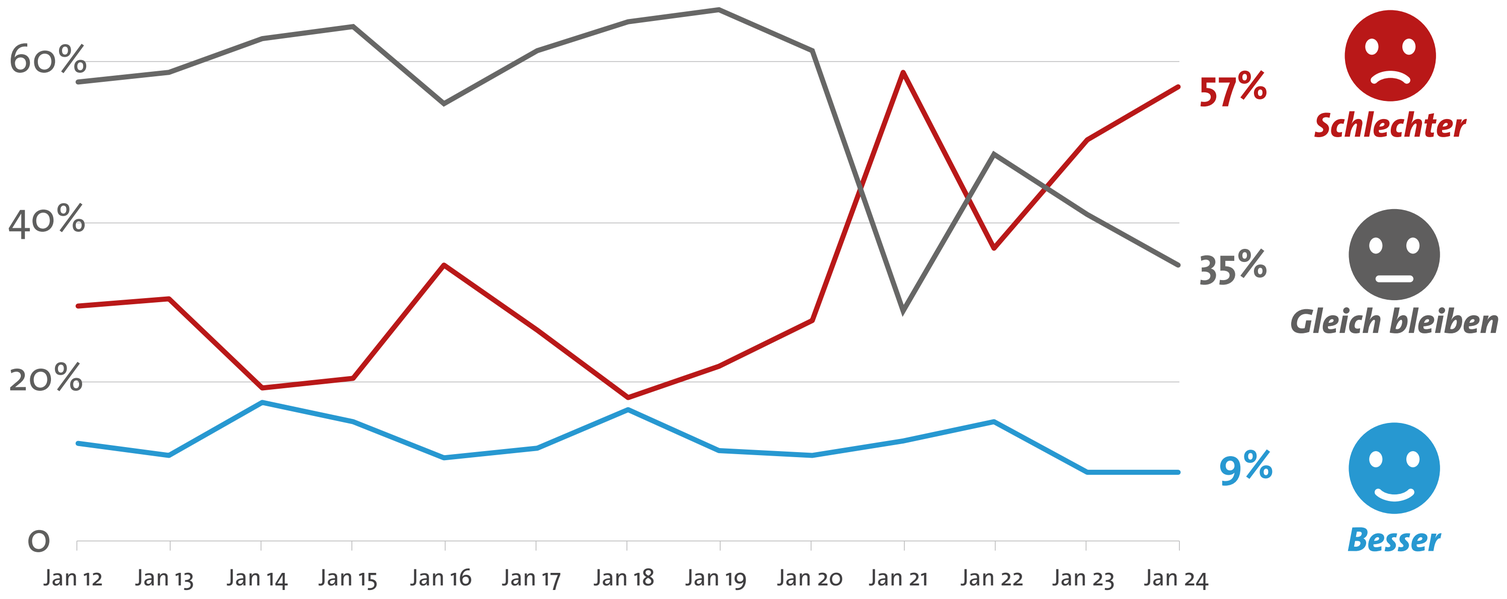
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren
Quelle: Reiseanalyse 2020 – 2024, FUR



Im Januar 2024 sind die Reiseabsichten erneut etwas sicherer als in den Vorjahren, und liegen auf einem ähnlichen Niveau wie im Januar 2020. 41% wissen bereits, wo ihre nächste Reise hinführen wird und weitere 32% sind sich sicher, dass sie eine Urlaubsreise unternehmen werden. Bei 16% der Bevölkerung besteht noch Unsicherheit über die Reiseabsichten. 10% der Menschen haben in diesem Jahr nicht die Absicht, zu verreisen.

Indikator I: Einschätzung *allgemeine* wirtschaftliche Lage in einem Jahr

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren
Quelle: Reiseanalyse 2012 – 2024, FUR



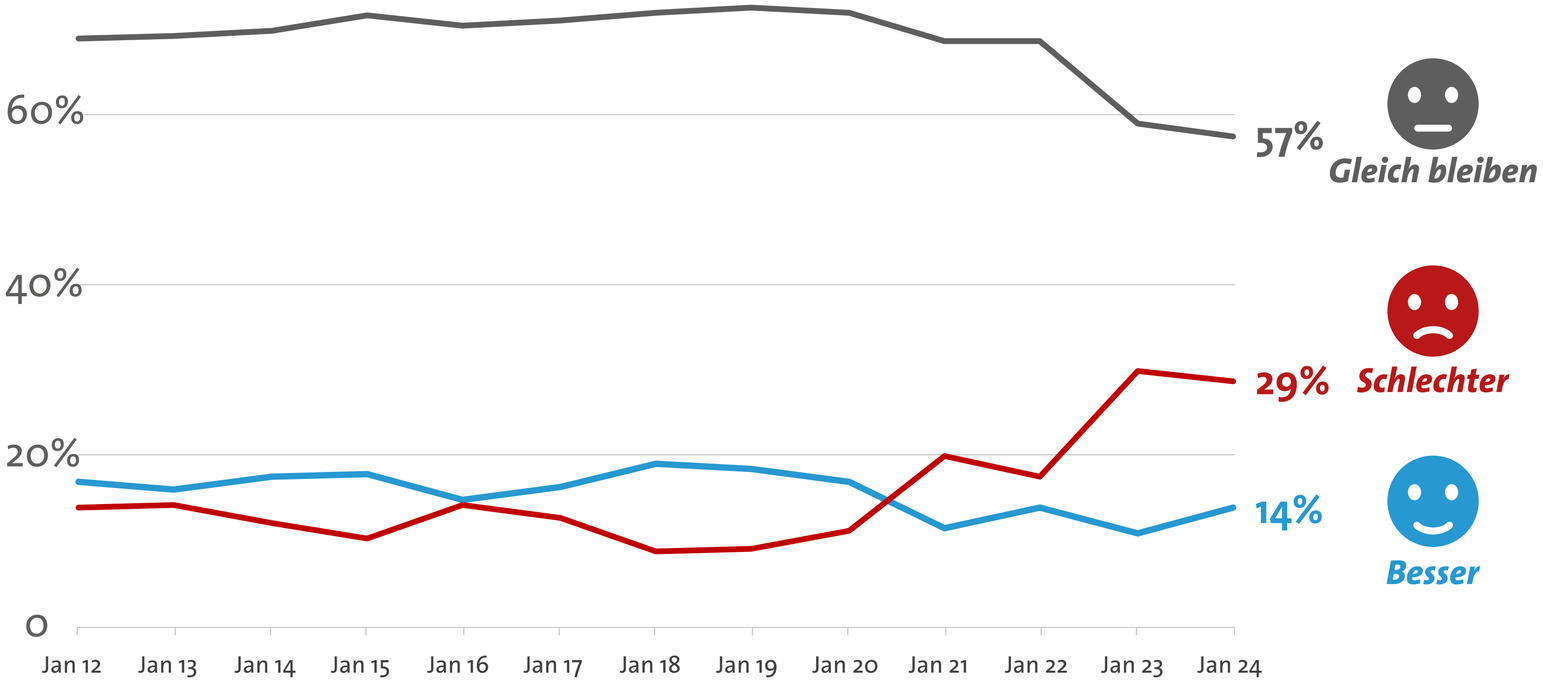
„Wie schätzen Sie die allgemeine wirtschaftliche Lage in Deutschland ein?

Wird die wirtschaftliche Lage in ca. einem Jahr besser sein, schlechter sein, oder wird sie gleich bleiben?“

Die aktuellen politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen sorgen für Besorgnis in der Bevölkerung hinsichtlich der allgemeinen wirtschaftlichen Lage. Die Hälfte der Menschen erwartet eine weitere Verschlechterung der Entwicklung in den nächsten 12 Monaten, 41% erwarten keine Veränderung. Nur 9%, und damit 6 Prozentunkte weniger als im Vorjahr, gehen von einer Verbesserung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage aus.

Indikator II: Einschätzung *persönliche* wirtschaftliche Situation in einem Jahr

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren
Quelle: Reiseanalyse 2012 – 2024, FUR



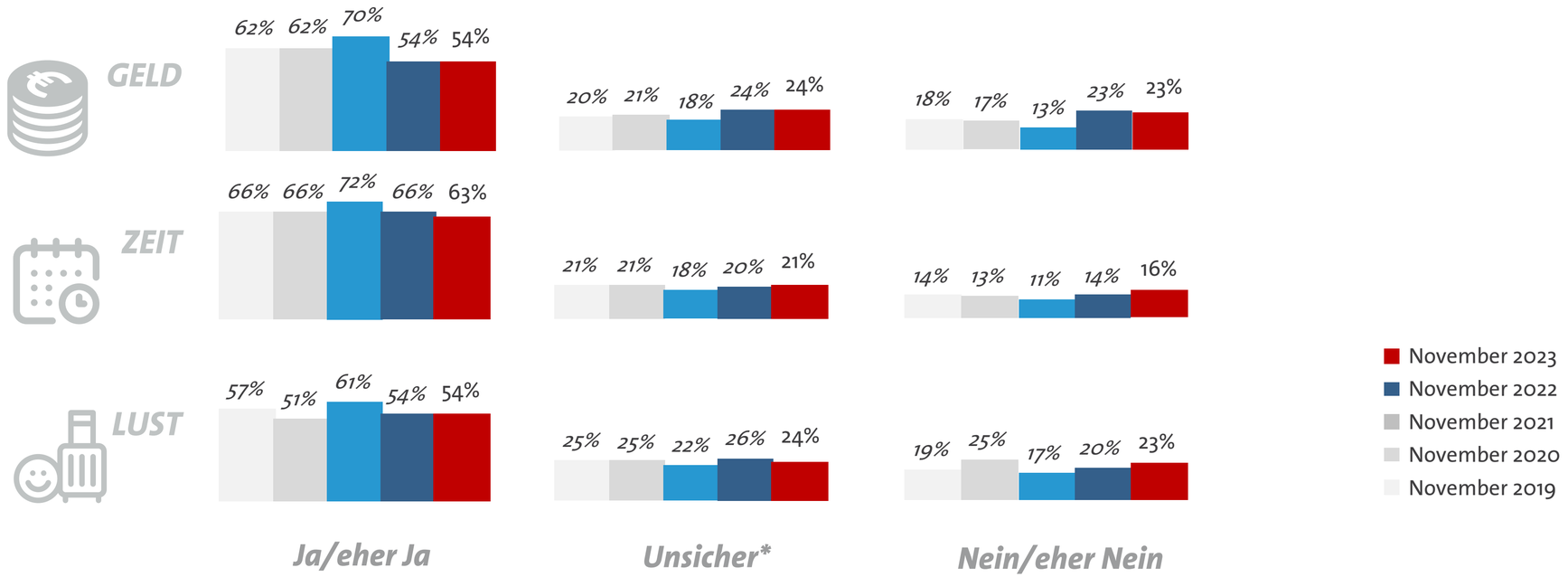
„Und wie wird Ihre persönliche wirtschaftliche Situation in ca. einem Jahr sein?

Wird sie sich eher verbessern oder verschlechtern oder gleich bleiben?“

Die Einschätzung der Entwicklung der persönlichen wirtschaftlichen Lage wird von der Einschätzung der allgemeinen Lage beeinflusst – auch hier zeigt sich eine negative Entwicklung im Vergleich zum Januar 2022. 59% der Menschen, und damit 10 Prozentunkte weniger als im Vorjahr, vermuten, dass sich ihre Situation in den kommenden 12 Monaten nicht verändern wird. 29% erwarten eine Verschlechterung, und 12% erwarten eine Verbesserung ihrer persönlichen finanziellen Lage.

Reisen-Können und –Wollen im Zeitverlauf

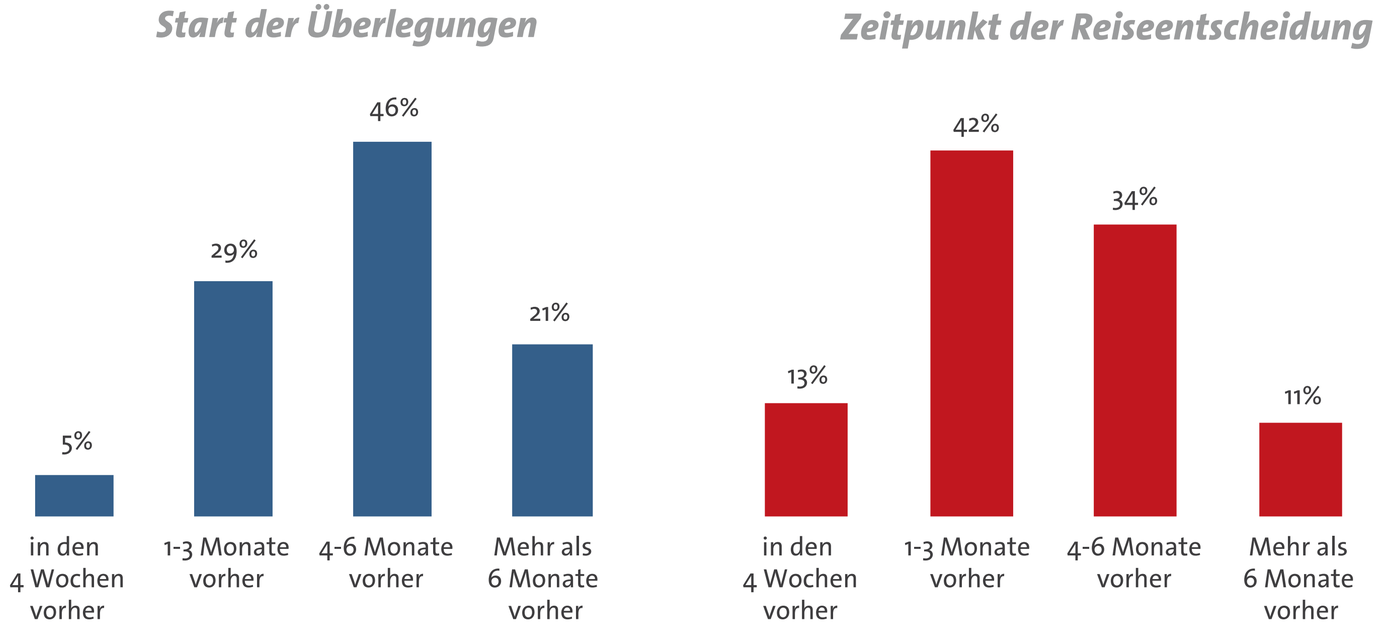
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2020 – 2024



Im November 2023 stand die Urlaubslust mit 54% auf einem hohen Stand, das gilt auch für den Faktor Zeit (63%). Die Mehrheit von 54% sicher, dass das auch Geld für Urlaub 2024 vorhanden ist. Dennoch: Rund 23% der Menschen zweifeln, ob ihnen in diesem Jahr ausreichend Geld für eine Urlaubsreise zur Verfügung steht. Derselbe Anteil zögert mit der Vorfreude auf den Urlaub, und 16% sind unsicher, ob sie in diesem Jahr ausreichend Zeit für einen Urlaub haben. Der Vergleich des Reisen-Könnens und Wollens im November 2023 und der deutlich positiveren Reiseabsicht im Januar 2024 zeigt: Auch wenn an bestimmten Ressourcen gezweifelt wird, kann sich die Reiseabsicht schnell zum Positiven wenden.

Urlaubsplaner: Timing der Urlaubsplanung für das Reisejahr 2023

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise (5+ Tage) eines Jahres) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2018, 2021 und 2024, FUR



Die meisten Reisenden (46%) setzten sich circa 4-6 Monate vor ihrer wichtigsten Urlaubsreise des Jahres 2023 mit den Überlegungen zu Reisezeitpunkt und Reiseziel auseinander. Die feste Reiseentscheidung wurde in den meisten Fällen rund 1-3 Monate vor Reiseantritt getroffen (42%). Elf Prozent hatten schon über ein halbes Jahr im Voraus über die Hauptbestandteile ihrer Reisen entschieden. Kurzfristige Entscheidungen, rund 4 Wochen vor Reiseantritt, wurden von 13% der Reisenden getroffen.

Urlaubsreisenachfrage in Zeiten von Preiserhöhungen und Inflation

- Die Deutschen betrachten das Verreisen als liebgewonnene Gewohnheit, Urlaubsreisen stehen für die Reisenden nach Lebensmitteln an zweiter Stelle der wichtigsten Konsumgüter. Allerdings empfinden große Teile der Bevölkerung die gestiegene Preisentwicklung als Belastung, besonders in den unteren Einkommensgruppen ist die Belastung deutlich spürbar.

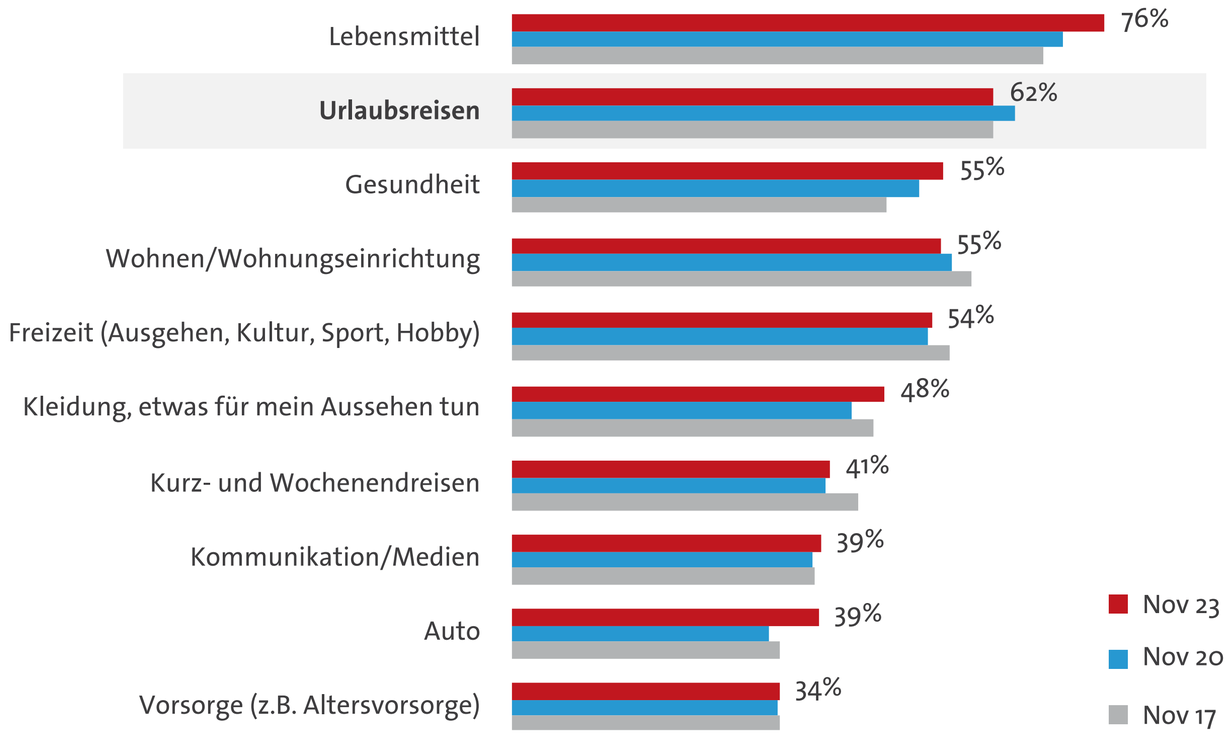
- Das beeinflusst teilweise auch die Reisepläne für 2024. Menschen mit geringerer Belastung neigen eher zu sicheren und positiven Urlaubsabsichten. Trotzdem haben über die Hälfte der Personen, die sich durch die Preissteigerungen sehr belastet fühlen, eine positive Reiseabsicht für 2024.

- Mit der zunehmenden Preisentwicklung wächst gleichzeitig die Unsicherheit bezüglich der zukünftigen Ausgaben für Urlaubsreisen. Derzeit sind 36% der Menschen unsicher darüber, wie sich ihre Urlaubsausgaben im Jahr 2024 entwickeln werden. Etwa 15% planen, voraussichtlich mehr Geld für Reisen auszugeben als im Vorjahr, während 43% beabsichtigen, gleichbleibende Beträge zu investieren. Hingegen planen 7%, im Jahr 2024 weniger für Reisen auszugeben als im Jahr 2023.

- Die Ausgaben für die unternommenen Urlaubsreisen 2023 scheinen im Allgemeinen als angemessen wahrgenommen zu werden. 17% der Urlaubsreisen werden als eher preiswert bewertet, 46% weder als teuer noch preiswert, und nur 5% werden als „sehr teuer“ eingestuft.

Konsumprioritäten von Reisenden

Basis: Reisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2018, 2019 und 2024, FUR

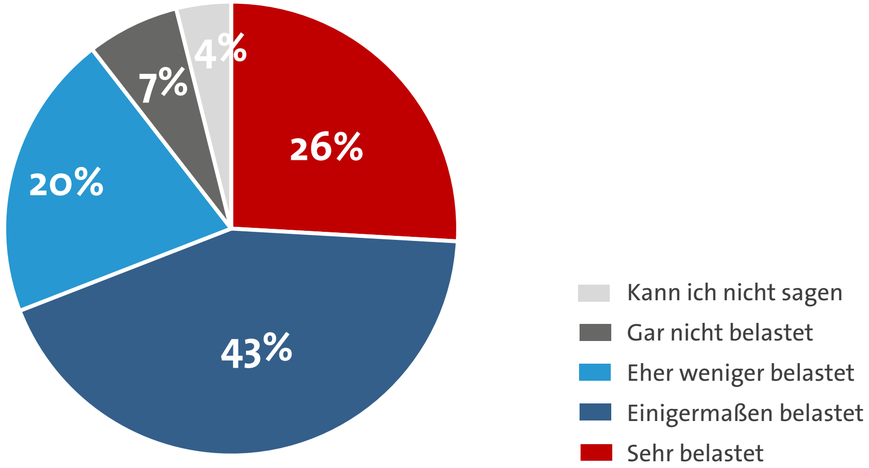


Das Verreisen ist den Deutschen eine liebgewonnene Gewohnheit. Bei den Reisenden stehen Urlaubsreisen im Ranking der Konsumprioritäten auf Platz 2 und sind damit eines der wichtigsten Konsumgüter. Urlaubsreisen genießen unter den Konsumenten also einen sehr hohen Stellenwert.

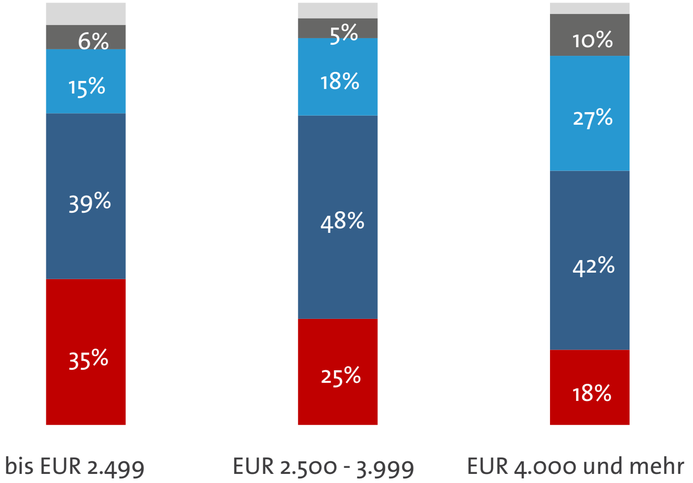
Belastung durch gestiegene Preise

Basis: Reisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2024, FUR

Inwieweit fühlen Sie sich durch die gestiegenen Preise belastet?



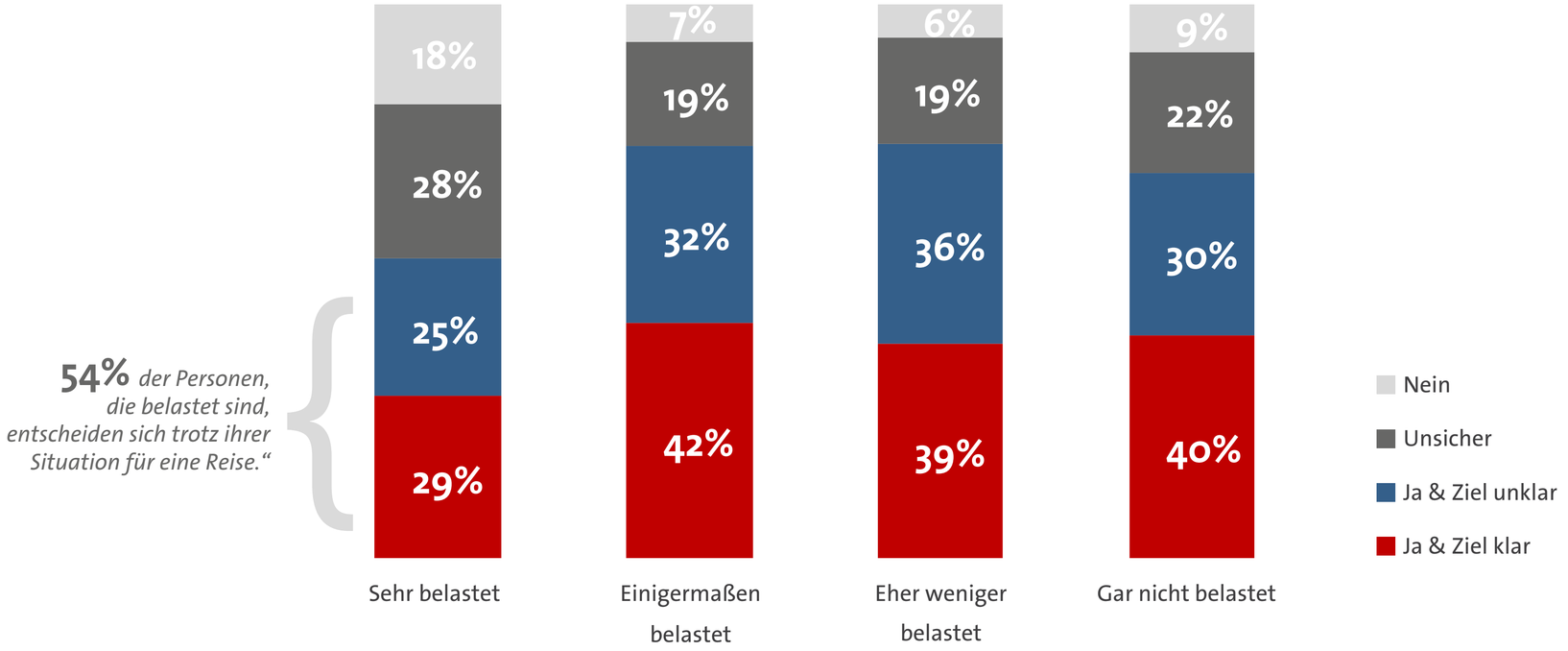
Belastung nach Haushaltsnettoeinkommen



Für einen beträchtlichen Teil der Bevölkerung (43%) stellt die gestiegene Preisentwicklung eine gewisse Belastung dar. Ein Viertel der Menschen fühlt sich durch die steigenden Preise sogar „sehr belastet“. Die Betrachtung nach Haushaltsnettoeinkommen zeigt: Der Anteil der „sehr belasteten“ Personen ist in der unteren Einkommensgruppe am größten.

Urlaubspläne nach persönlicher Belastung durch gestiegene Preise

Basis: Reisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2024, FUR

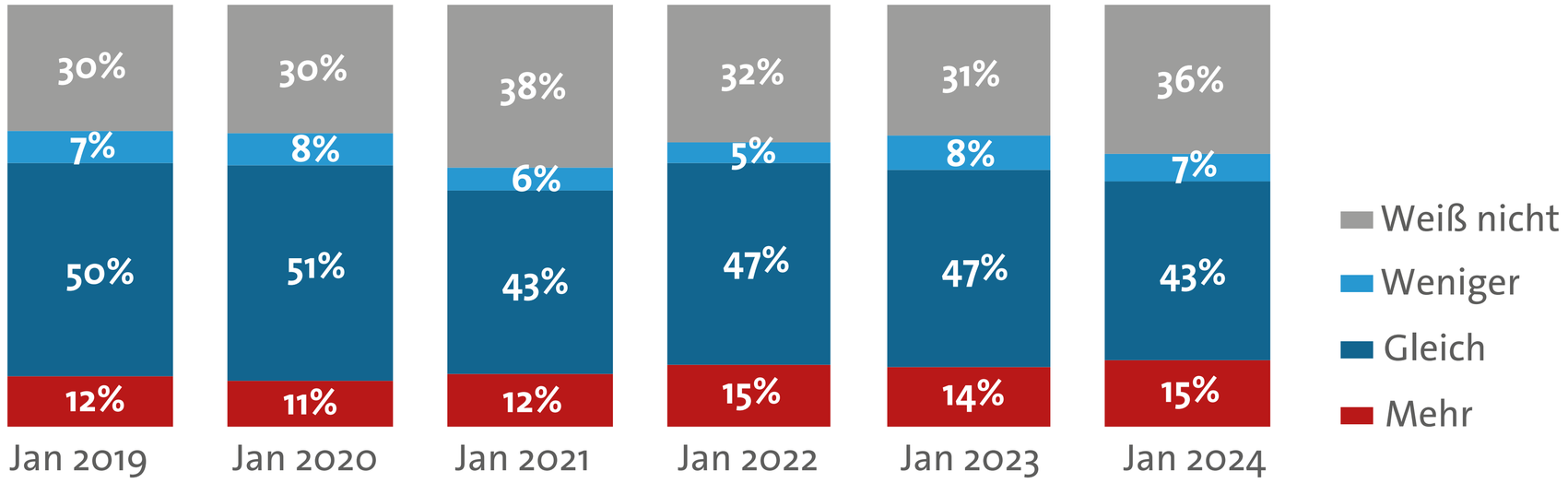


Persönliche Belastung durch gestiegene Preise wirkt sich auch auf die Reisepläne für 2024 aus. Ein niedrigeres Maß an persönlicher Belastung korreliert dabei mit sicheren und positiven Urlaubsabsichten. Dabei zeigt sich ein insgesamt positives Bild: Von den Personen, die sich „sehr belastet“ fühlen, haben dennoch über die Hälfte eine positive Reiseabsicht für 2024.

Ausgaben bei zukünftigen Urlaubsreisen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren, Abweichungen von 100% aufgrund von "keine Angabe"
Quelle: RA 2019 - 2023, FUR

Frage: „Was planen Sie aus heutiger Sicht für Ihre Urlaubsreisen im Jahr 2024 im Vergleich zum Jahr 2023? Werden Sie weniger, mehr oder gleich viel ausgeben?“

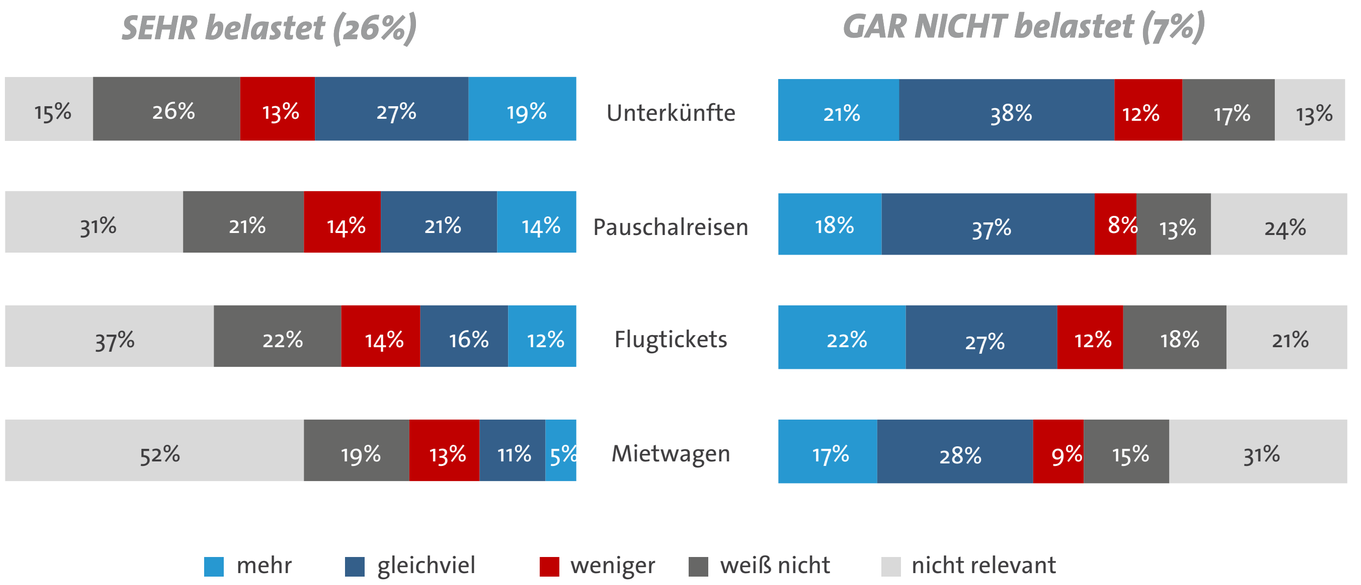


Durch die steigende Preisentwicklung steigt auch die Unsicherheit bezüglich der Ausgaben für künftige Urlaubsreisen. 36% sind sich noch nicht sicher, wie sich ihre Urlaubsreiseausgaben 2024 entwickeln werden. Rund 15% werden voraussichtlich mehr Geld für Reisen ausgeben als im Vorjahr, 43% planen gleichviel auszugeben. 7% planen, 2024 weniger Geld für Reisen auszugeben als 2023.

Ausgabepläne 2023 vs. 2024 je nach persönlicher Belastung

Basis: Reisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2024, FUR

Frage: „Denken Sie an Ihre möglichen Reiseausgaben im nächsten Jahr. Werden Sie im Vergleich zu diesem Jahr mehr, weniger oder gleich viel ausgeben?“

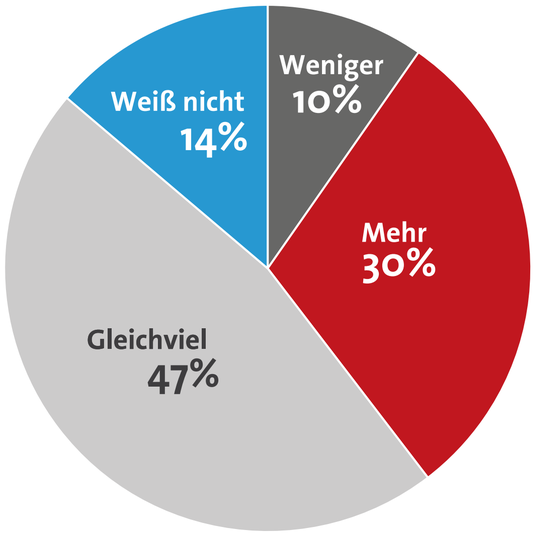


Die Ausgabenpläne für das Reisejahr 2024 im Vergleich zu 2023 werden auch von der persönlichen Belastung durch steigende Preise beeinflusst. Personen, die sich gar nicht belastet fühlen, planen für 2024 in verschiedenen Bereichen häufiger „mehr“ oder „gleichviel“ auszugeben, als Personen, die sich sehr belastet fühlen.

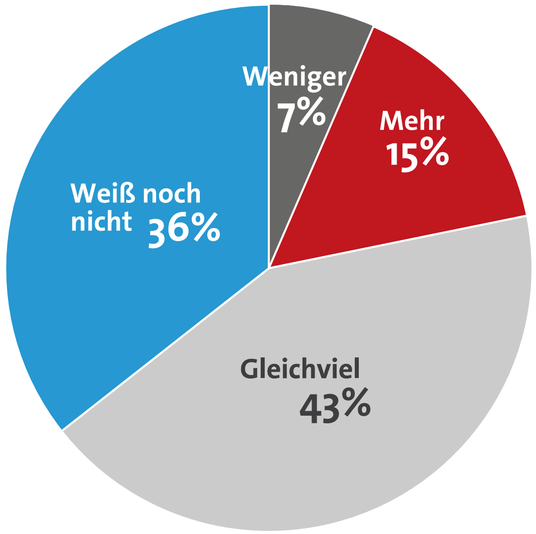
Ausgaben bei vergangenen und zukünftigen Urlaubsreisen

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2024, FUR

Urlaubsreiseausgaben 2023 im Vergleich zu 2022



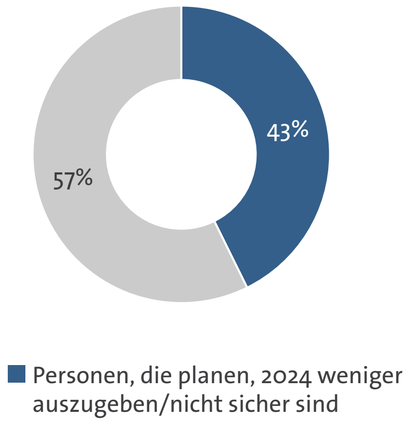
Urlaubsreiseausgaben 2024 im Vergleich zu 2023

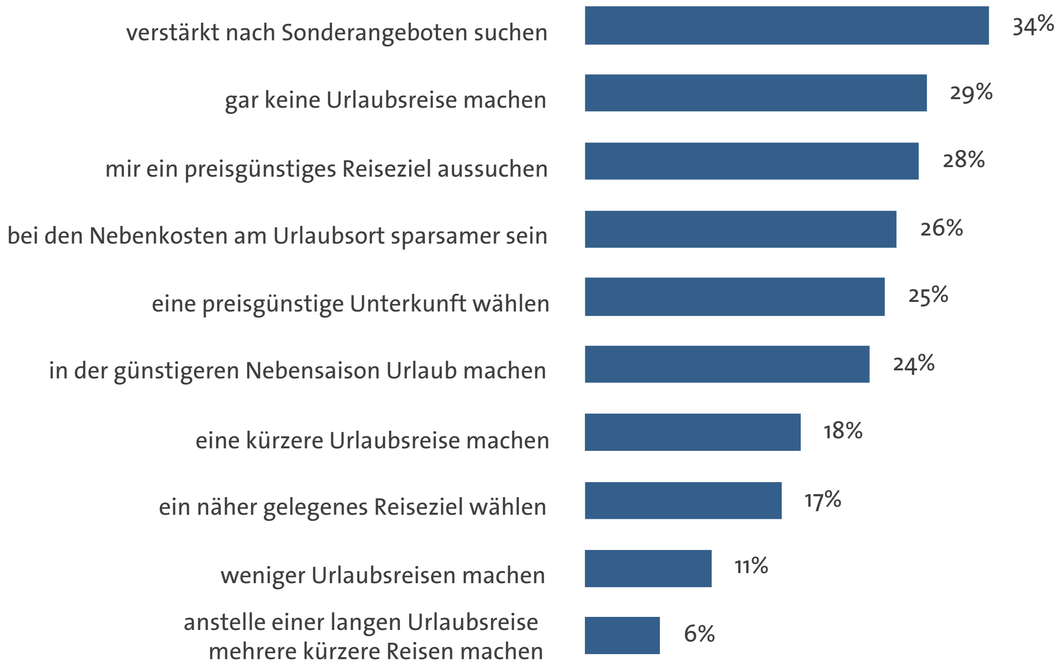


Die Urlaubsreiseausgaben 2023 waren bei 30% der Menschen höher als im Jahr 2022, weitere 47% haben gleichviel ausgegeben wie im Vorjahr. 10% geben an, weniger ausgegeben zu haben. Im Vergleich zu den vergangenen Ausgaben sind die Ausgabenpläne der Deutschen für das kommende Jahr etwas konservativer.

Geplante Einsparungen bei Urlaubsreiseausgaben 2024 im Vergleich zu 2023

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: RA 2024, FUR

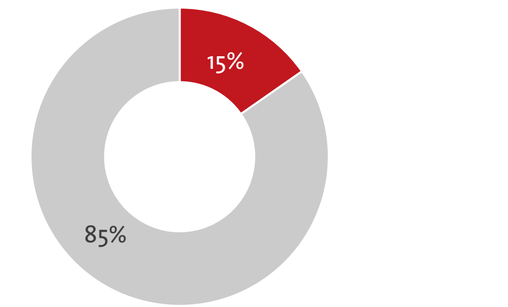




Bei Reiseausgaben gibt es verschiedene Sparstrategien, die die Menschen im Hinterkopf haben. Die hauptsächlich geplante Sparmaßnahme von Personen, die planen, im kommenden Jahr weniger auszugeben, oder die sich noch unsicher sind, ist die verstärkte Suche nach Sonderangeboten (34%). Welche der Sparmaßnahmen zum Tragen kommen, entscheidet sich meistens erst bei der Buchung oder während der Reise.

Höhere Ausgaben bei Urlaubsreiseausgaben 2024 im Vergleich zu 2023

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: RA 2024, FUR



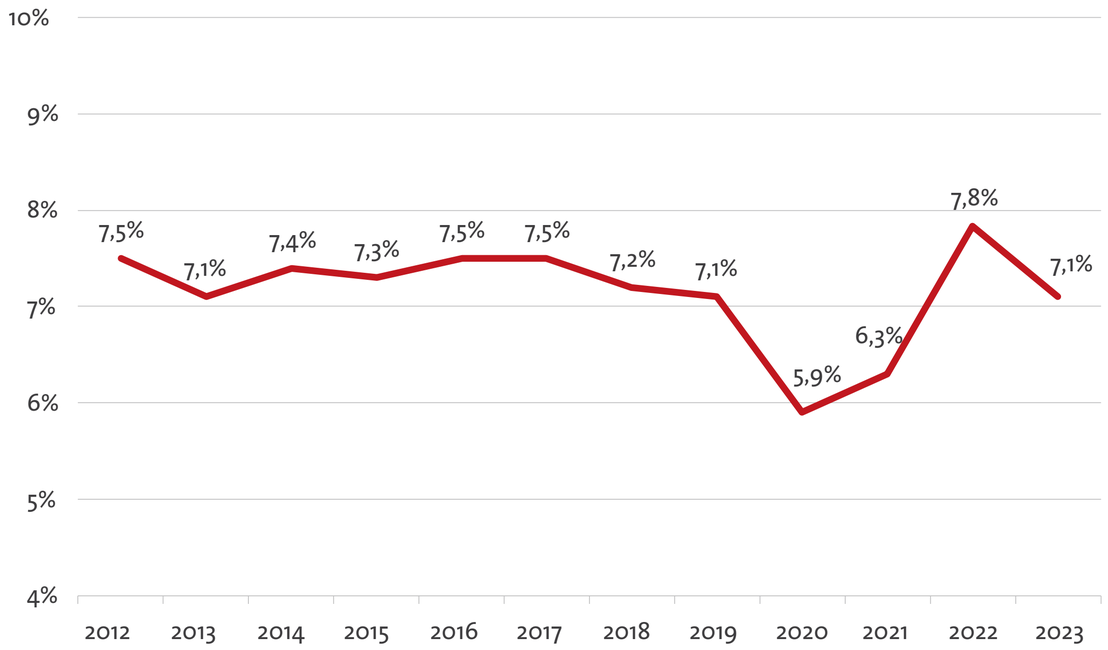
Personen, die planen, 2024 mehr auszugeben

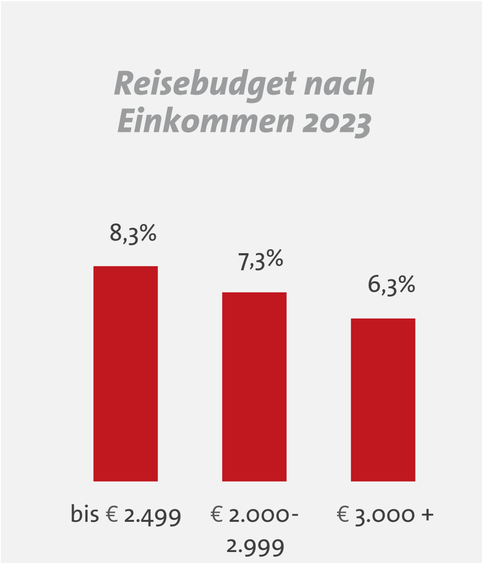
Von den Personen, die 2024 planen, mehr Geld für Reisen auszugeben als 2023, ist sich mehr als die Hälfte sicher, dass der Grund dafür in den allgemein gestiegenen Preisen liegt. 33% vermuten, dass sie höhere Ausgaben für Nebenkosten im Urlaub haben werden. Auch längere Reisen (24%), ein teureres (21%) oder weiter entferntes (19%) Reiseziel stehen als mögliche Gründe für Mehrausgaben im Raum.

Das Urlaubsreisebudget im Zeitverlauf

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisende der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: RA 2013 – 2024, FUR

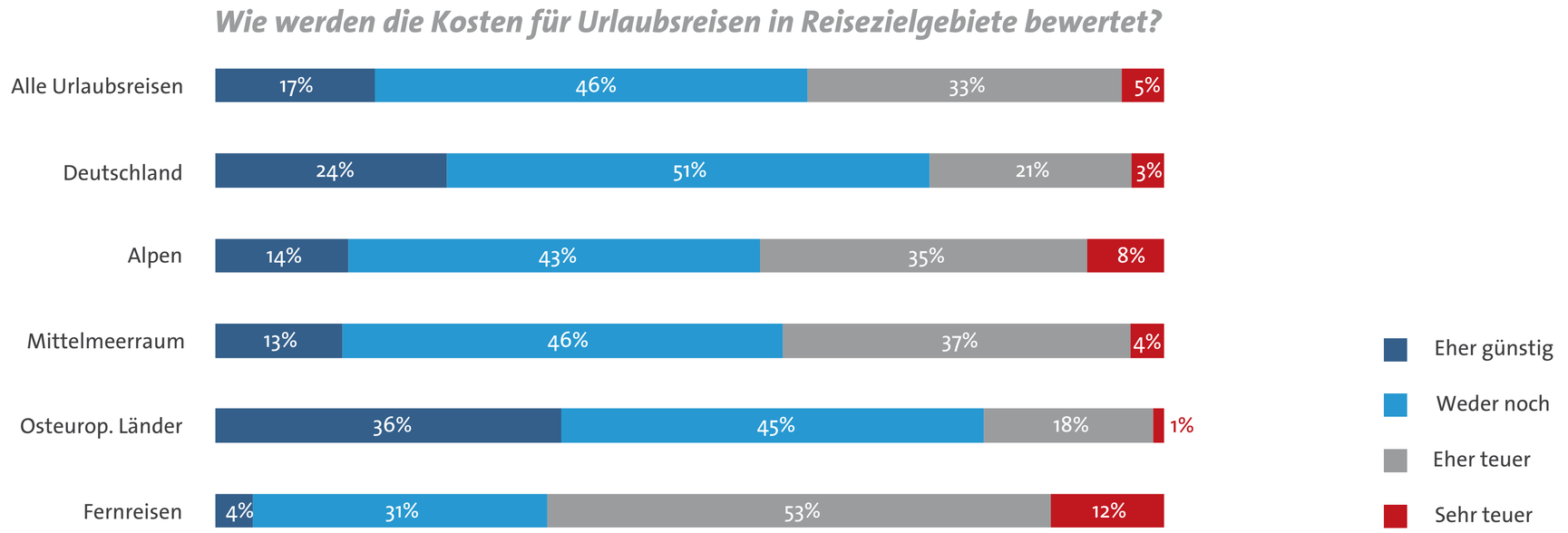




Das Urlaubsreisebudget ist der prozentuale Anteil vom Haushaltsnettoeinkommen, das im Vorjahr für Urlaubsreisen ausgegeben wird. Im Reisejahr 2022 lag das Urlaubsreisebudget auf einem Höchstwert von fast 8% des jährlichen Haushaltsnettoeinkommens. 2023 ist der Anteil der Ausgaben für Urlaubsreisen trotz insgesamt steigender Reiseausgaben auf 7,1% gesunken. Dabei geben Personen aus Haushalten mit geringerem Einkommen einen größeren Anteil für ihre Reisen aus als Personen aus Haushalten mit höheren Einkommen.

Bewertung der Urlaubsreiseausgaben 2023 nach Reisezielgebiet

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2024, FUR

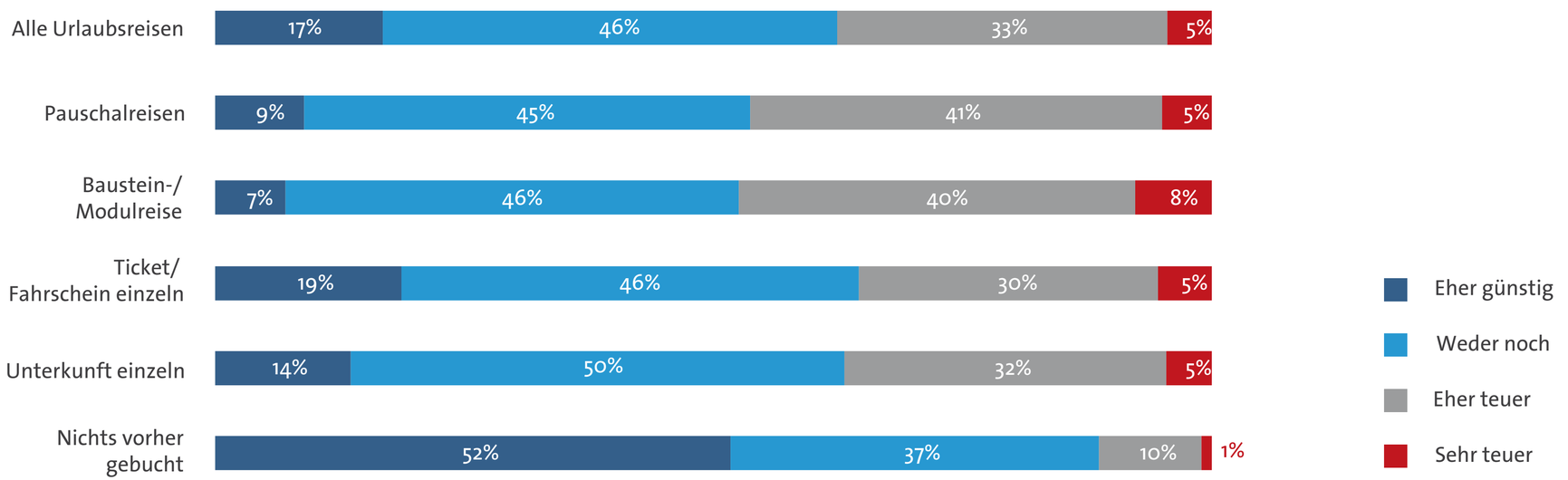


Die Kosten für Urlaubsreisen scheinen allgemein als gerechtfertigt bewertet zu werden. 17% aller Urlaubsreisen werden als eher günstig eingeschätzt, 46% als weder teuer noch günstig. Nur 5% aller Reisen wurden als „sehr teuer“ eingeschätzt. Besonders günstig eingeschätzt werden Deutschlandurlaube und Reisen in osteuropäische Länder. Bei den Fernreisen ist der Anteil der als „sehr teuer“ eingeschätzten Reisen mit 12% am größten im Vergleich zu anderen Reisegebieten.

Bewertung der Urlaubsreiseausgaben 2023 nach Organisation

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2024

Wie werden die Kosten für Urlaubsreisen je nach Reiseorganisation bewertet?



Urlaubsreisen mit Organisationsformen, die häufig für Auslandsreisen und vor allem Fernreisen genutzt werden – wie Pauschal- und Modul-/Bausteinreisen –, werden als vergleichsweise teuer eingeschätzt. Im Gegensatz dazu werden Urlaube, für die keine Buchung notwendig ist, als sehr günstig eingeschätzt. Diese Reisen sind zu einem Großteil Inlandsreisen.

Urlaubsreiseverhalten

- Im Jahr 2023 erreichte der Anteil der Auslandsreisen mit 78% einen Rekordwert. Rund 50,7 Millionen Urlaubsreisen führten die Deutschen ins Ausland und 14,3 Millionen wurden innerhalb Deutschlands unternommen.

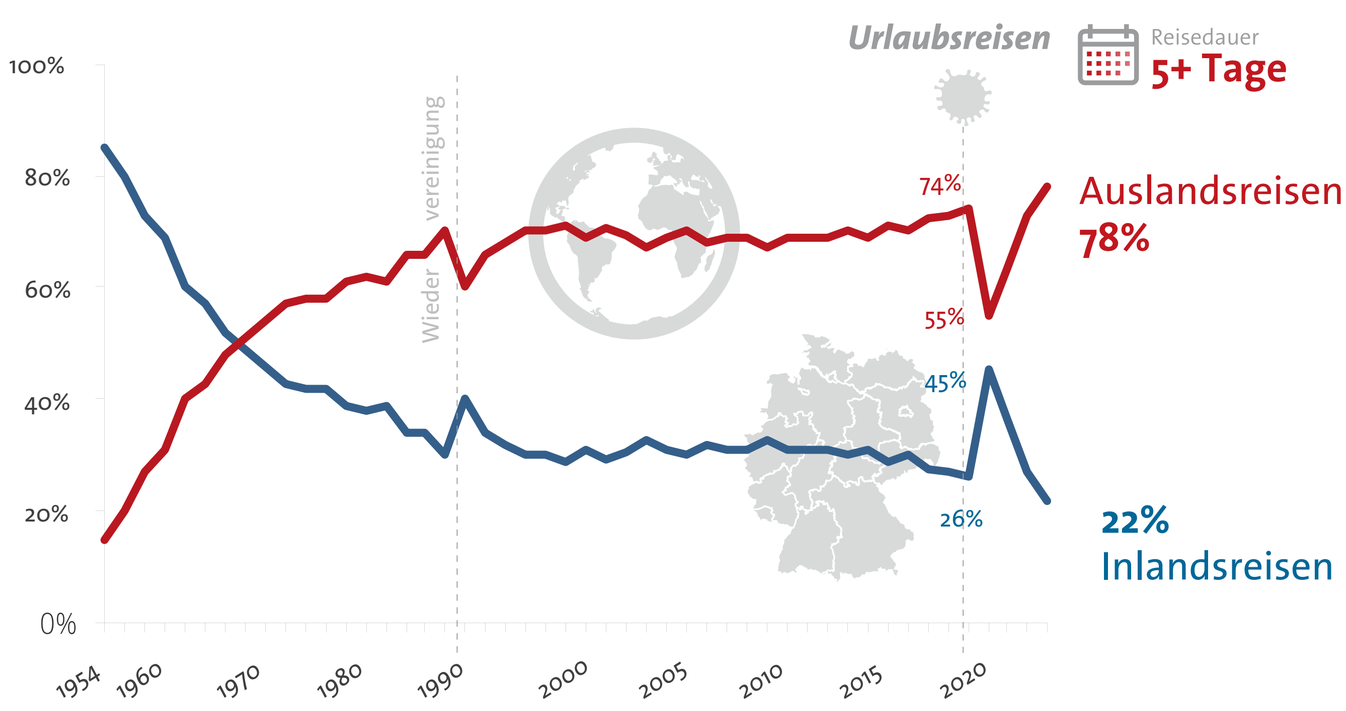
- Spanien behauptete seine Position als das beliebteste Auslandsreiseziel der Deutschen mit einem Anteil von 14%, gefolgt von Italien und der Türkei mit je 8%. Durch den Rückgang an Inlandsreisen sanken auch Marktanteile der Bundesländer. Bayern bleibt dabei das beliebteste Inlandsreiseziel, gefolgt von Schleswig-Holstein.

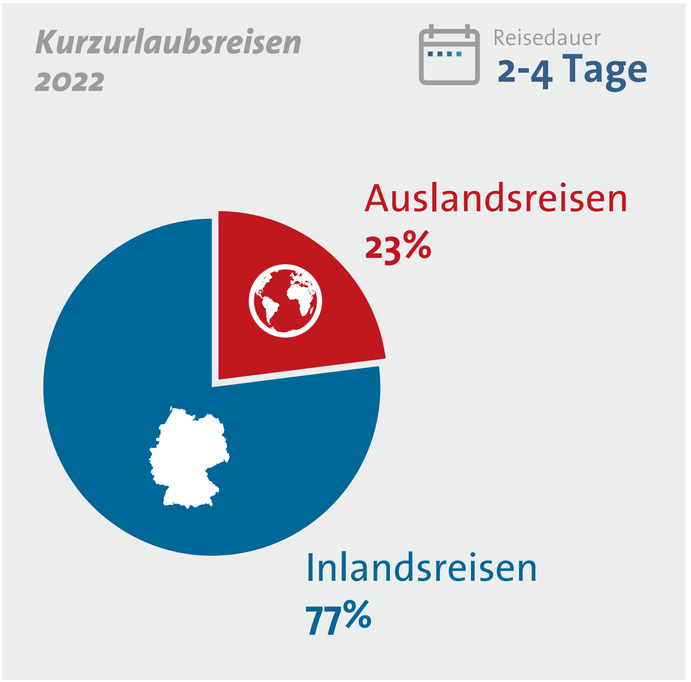
- Im Reisejahr 2023 überholte das Flugzeug erstmals den PKW als das meistgenutzte Verkehrsmittel für Urlaubsreisen, hauptsächlich aufgrund des hohen Anteils an Auslandsreisen. Bahn und Bus teilten sich mit je 5% den Status als Hauptverkehrsmittel für Urlaubsreisen.

- Pauschalreisen machten 44% aller Urlaubsreisen aus, ein Anstieg um 5 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr. Einzelbuchungen der Unterkunft sanken um 5 Prozentpunkte auf 33%. Bei Kurzreisen waren Einzelbuchungen der Unterkunft weiterhin die dominierende Organisationsform, zusätzliche 16% der Kurzurlaube 2023 wurden pauschal gebucht.

In- und Auslandsreisen 1954 bis 2023

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; bis 1990 nur alte Bundesländer; bis 2010 nur deutsche Staatsbürger; und 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 1970 – 2024, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



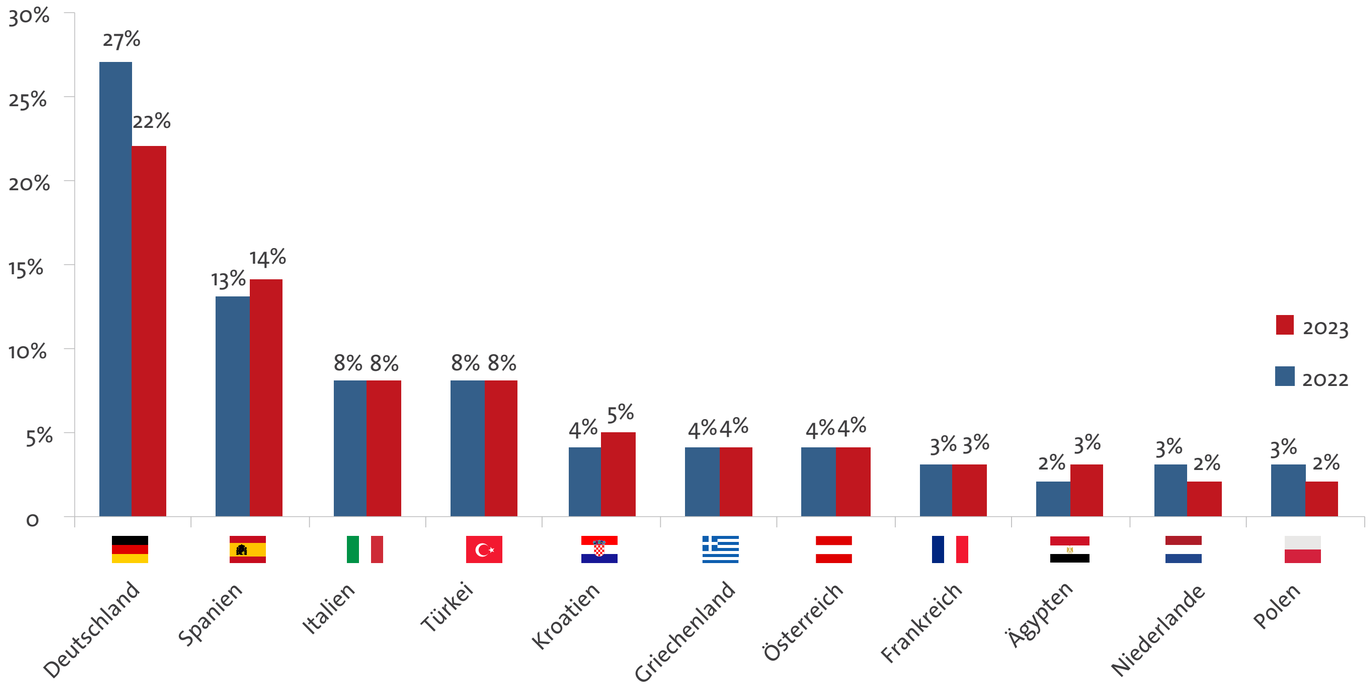


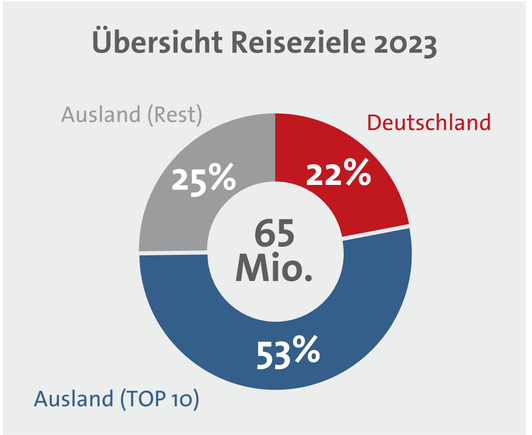
Im Jahr 2023 war der Anteil an Auslandsreisen mit 78% so hoch wie nie zuvor. Rund 50,7 Mio. Urlaubsreisen gingen ins Ausland, 14,3 Mio. Reisen wurden in Deutschland unternommen. Auch bei den Kurzreisen geht der Trend weiter Richtung Ausland: 2023 gingen 23% aller Kurzreisen ins Ausland, 2022 waren es noch 21%.

Marktanteile Top-10 Auslandsziele bei Urlaubsreisen

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2020-2024, FUR



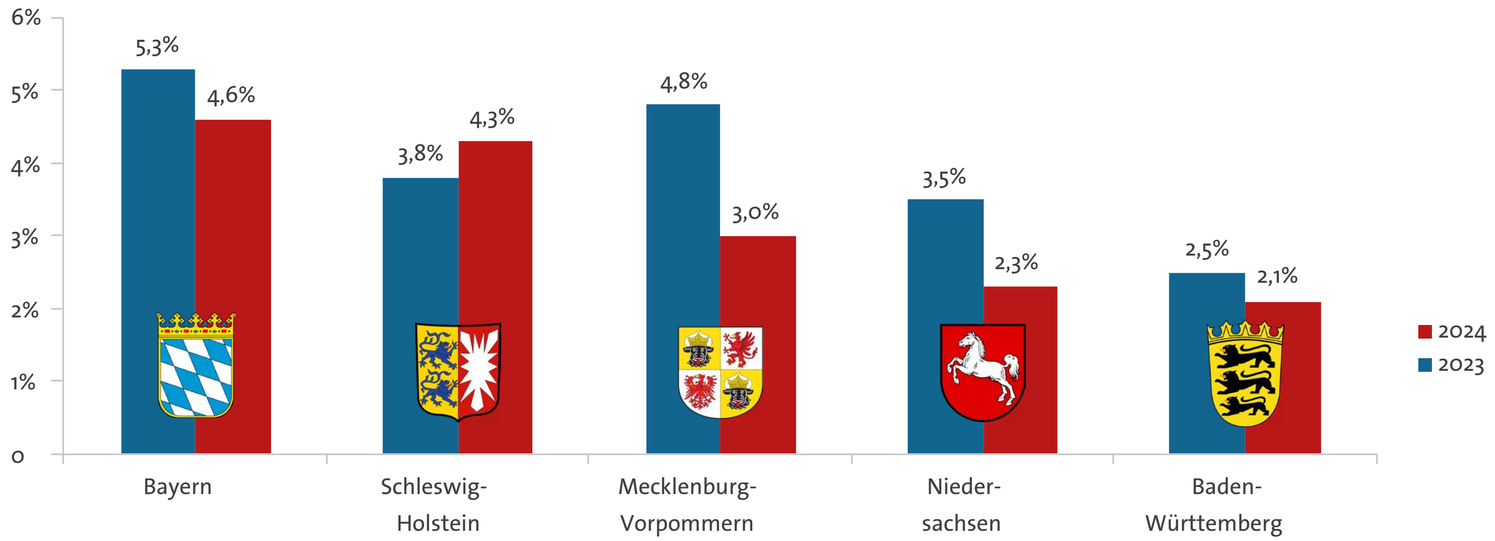


Spanien war auch 2023 wieder das beliebteste Auslandsreiseziel der Deutschen mit einem Anteil von 14% aller Urlaubsreisen. Darauf folgen im Ranking Italien und die Türkei mit einem Anteil von je 8%. Kroatien (5%) liegt vor Griechenland und Österreich mit je 4%.

Marktanteile der Top-5-Bundesländer bei Urlaubsreisen

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2023-2024, FUR

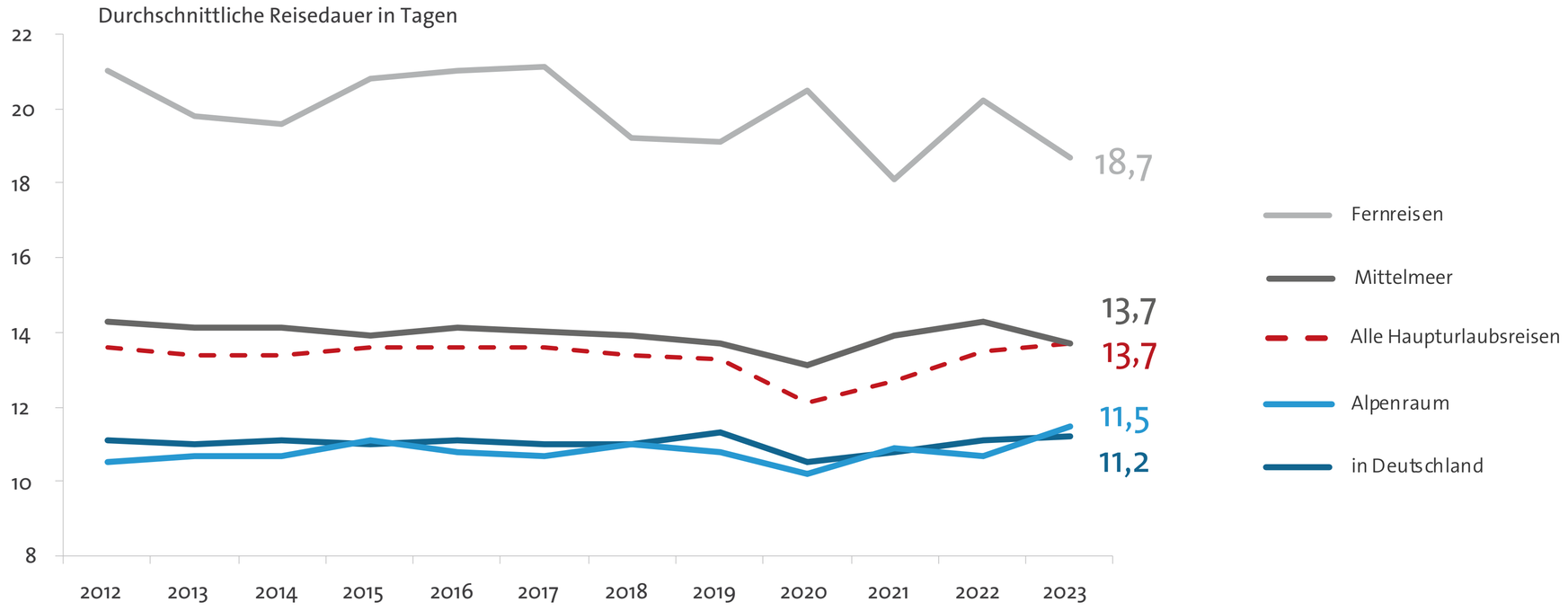


2023 wurden weniger Inlandsreisen unternommen als im Jahr zuvor, dementsprechend sanken auch die Marktanteile der Bundesländer. Nur Schleswig-Holstein konnte anteilig von 3,8% auf 4,3% zulegen und überholt Mecklenburg-Vorpommern im Ranking. Der größte Anteil der Inlandsreisen mit 4,6% ging auch 2023 nach Bayern.

Urlaubsreisedauer 2012 bis 2023

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Alle Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung, 14+ Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2013 bis 2024, FUR

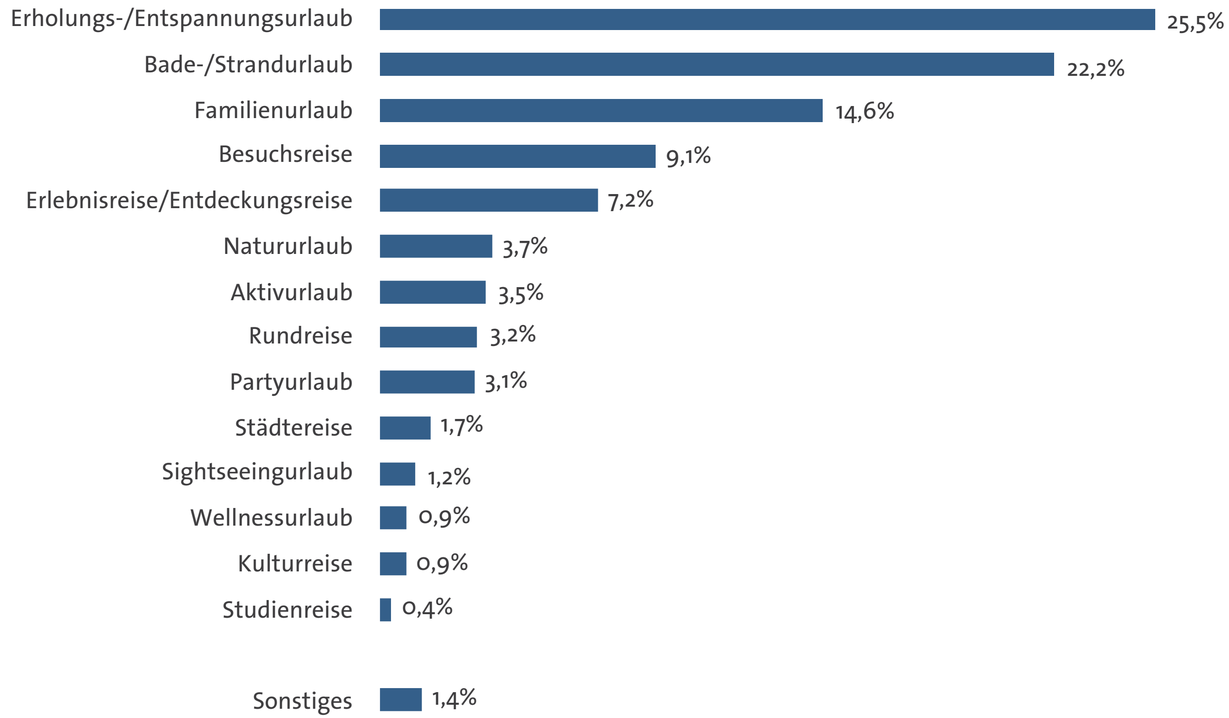


Im Jahr 2023 dauerten die Haupturlaubsreisen der Deutschen im Durchschnitt 13,7 Tage, und damit ähnlich lang wie im Vorjahr 2022. Deutschlandreisen sind mit 11,2 Tagen im Durchschnitt die kürzesten Urlaube, für Fernreisen nehmen sich die Reisenden mit 18,7 Tagen im Schnitt etwas mehr Zeit. Insgesamt sind Reisen ins Ausland, ob in den Mittelmeerraum oder die Ferne, etwas kürzer als im Jahr zuvor. Eine kürzere Reisedauer kann unter anderem auch eine Sparmaßnahme der Reisenden sein.

Reisearten* von Urlaubsreisen im Jahr 2023

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre | *Reiseart einer Urlaubsreise in erster Linie (Einfachnennung)
Quelle: Reiseanalyse 2024, FUR

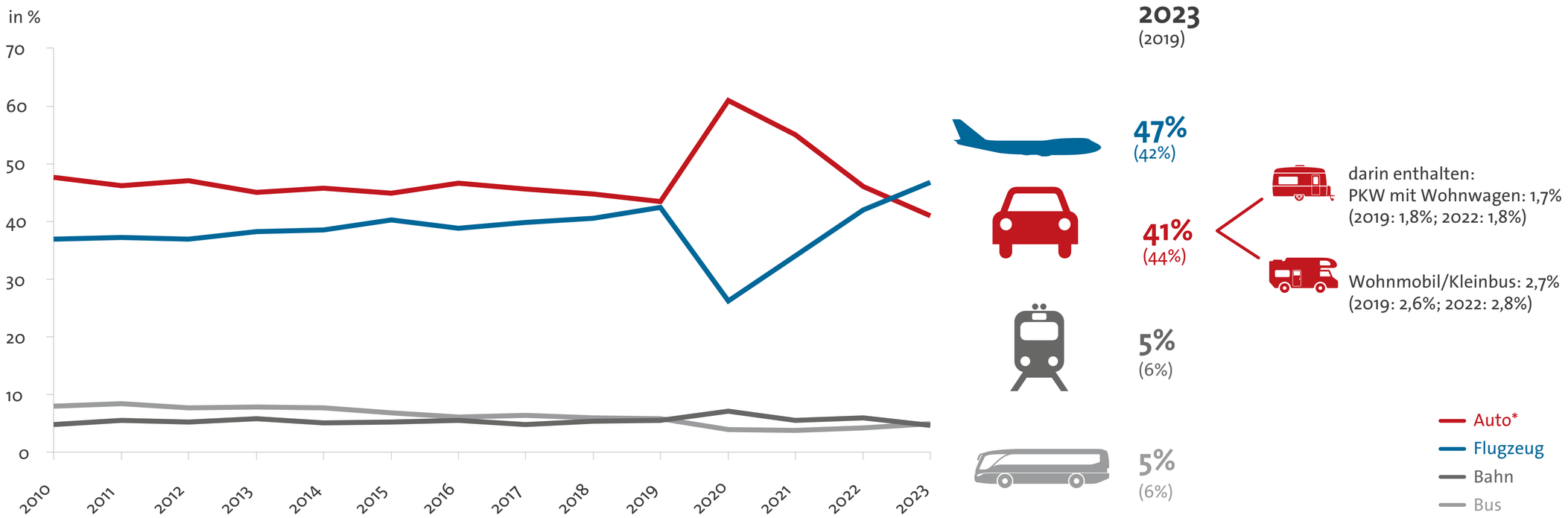


Die Rangfolge der Reisearten bleibt im Laufe der Zeit weitgehend konstant. Erholungsurlaube (26%), Bade- und Strandurlaube (22%) sowie Familienurlaube (15%) waren 2023 wie auch 2022 die am häufigsten unternommenen Reisearten. Anteilig zulegen im Vergleich zum Vorjahr konnten neben Erholungs- und Badeurlauben auch die Rundreise und der Partyurlaub.

Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen 2010 bis 2023

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre | *Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil
Quelle: Reiseanalyse 2011 bis 2024, FUR

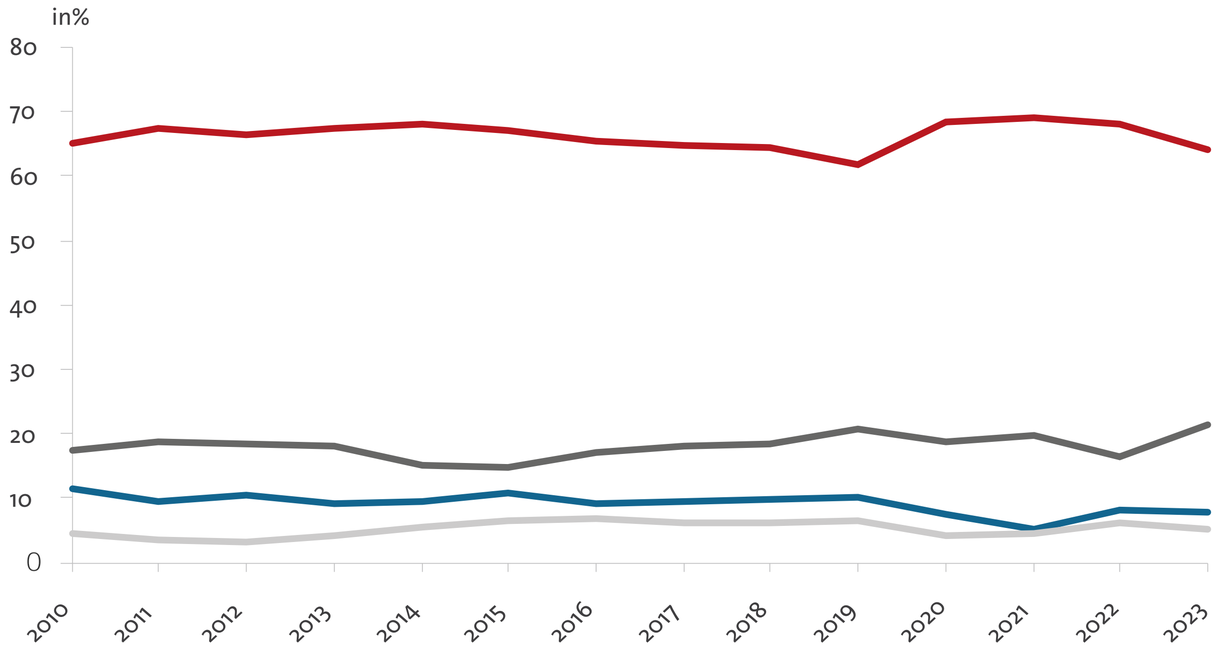


Das Flugzeug hat im Reisejahr 2023 den PKW als meistgenutztes Verkehrsmittel für Urlaubsreisen erstmals überholt. Das liegt an dem hohen Anteil an Auslandsreisen im vergangenen Jahr. Aufgrund des hohen Inlandsanteils der Urlaubsreisen während der Corona-Pandemie war der Anteil des PKW in den vergangenen Jahren vergleichsweise hoch. Bahn und Bus liegen als Hauptverkehrsmittel für Urlaubsreisen mit einem Anteil von je 5% erneut gleichauf.

Verkehrsmittel bei Kurzurlaubsreisen 2010 bis 2023

Reisedauer
2-4 Tage

Basis: 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre zwischen November und Oktober
Quelle: Reiseanalyse online 2011 – 2024, FUR; *Auto inkl. Pkw mit Wohnwagen oder Wohnmobil; **Bus ab RA2016 abgefragt als Reise-, Linien- oder Fernlinienbus



2023
(2019)

64%
(61%)

darin enthalten:
... darin:
PKW mit Wohnwagen: 2,7%
(2019: 1,6%; 2022: 4,8%)

Wohnmobil/Kleinbus: 5,0%
(2019: 2,5%; 2022: 5,0%)

21%
(21%)

8%
(10%)

6%
(6%)

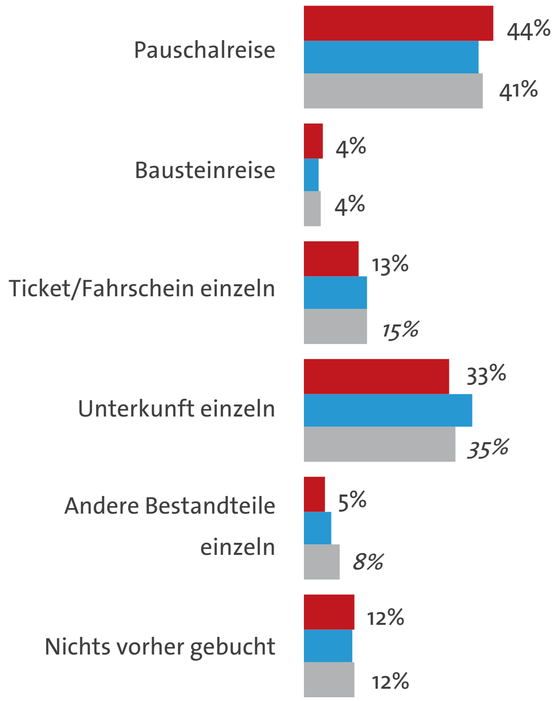
Auto*
Flugzeug
Bahn
Bus **

Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel für Kurzurlaubsreisen ist weiterhin mit Abstand der PKW. Dabei ist auch der Anteil der Kurzurlaubsreisen mit Wohnmobil und Wohnwagen seit 2019 deutlich angestiegen. Die Bahn nahm anteilig zu und liegt mit 21% wieder auf demselben Niveau wie 2019. Die Anteile von Flugzeug und Bus bleiben im Vergleich zum Vorjahr unverändert.

Organisation von Urlaubsreisen

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Reiseanalyse 2020, 2023 und 2024, FUR



Vorab gebuchte Urlaubsreisen

Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2023	57,5 Mio.	€ 1.425	€ 81,9 Mrd.
2022	59,4 Mio.	€ 1.242	€ 73,8 Mrd.
2019	62,6 Mio.	€ 1.088	€ 68,1 Mrd.

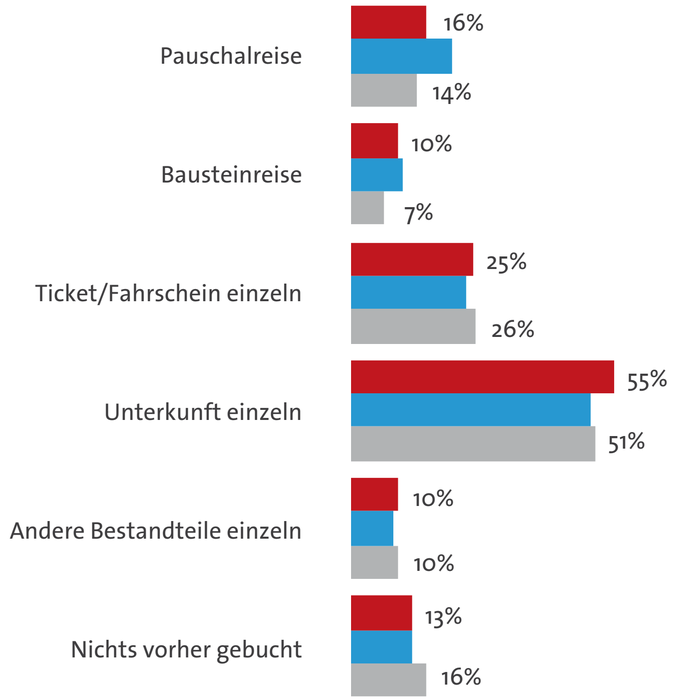
2019 2022 2023

Im Jahr 2023 waren 44% der Urlaubsreisen Pauschalreisen, ein Anstieg um 5% gegenüber dem Vorjahr. Einzelbuchungen der Unterkunft sanken um 5% auf 33%. Die Ausgaben pro Person für vorab gebuchte Reisen betrugen 1.425 € und erreichten den dritten aufeinanderfolgenden Höchstwert, was zu Gesamtausgaben von 81,9 Mrd. € führte.

Organisation von Kurzurlaubsreisen

Reisedauer
2-4 Tage

Basis: 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre zwischen November und Oktober; Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: Reiseanalyse online 2020, 2023 und 2024, FUR



Vorab gebuchte Kurzurlaubsreisen

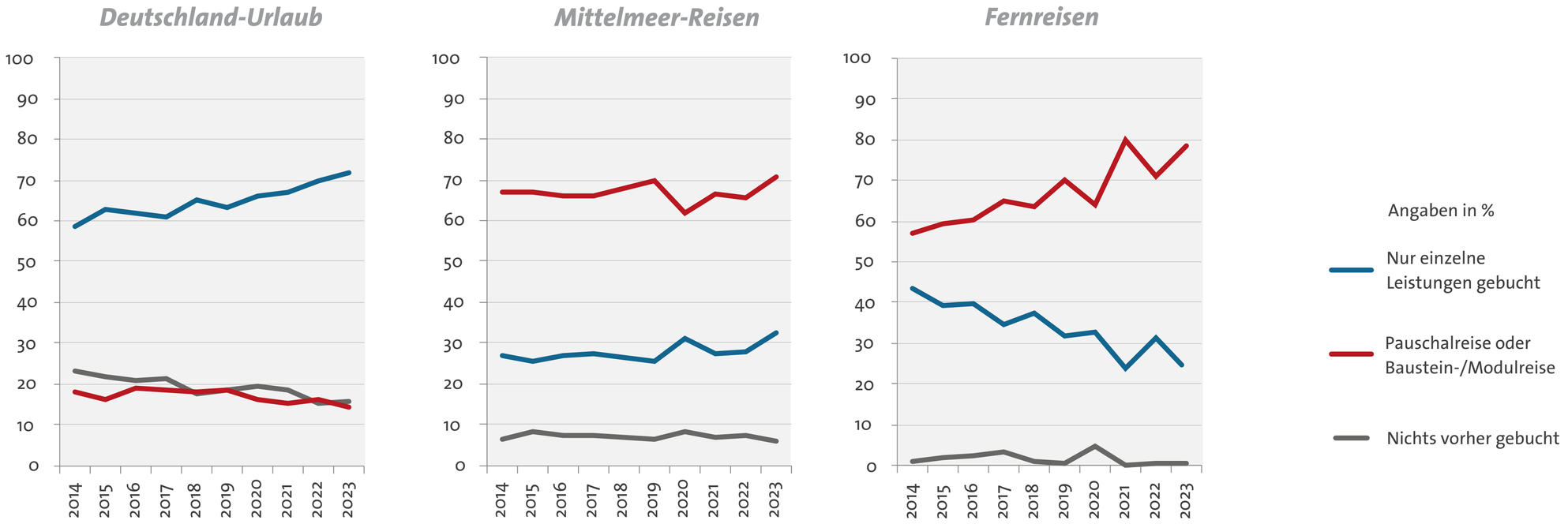
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2023	63,2 Mio.	€ 384	€ 24,3 Mrd.
2022	62,7 Mio.	€ 372	€ 23,3 Mrd.
2019	70,1 Mio.	€ 295	€ 20,7 Mrd.

Weiterhin sind Einzelbuchungen der Unterkunft mit über der Hälfte der Kurzreisen die wichtigste Organisationsform für Kurzurlaubsreisen vor der Einzelbuchung von Fahrscheinen. 16% aller Kurzurlaubsreisen wurden 2023 pauschal gebucht. Die Ausgaben pro Person und Reise erreichen mit 384 € bei den vorab gebuchten Kurzreisen zum fünften Jahr in Folge einen Höchststand.

Organisation der Urlaubsreisen: Sehr stark abhängig vom Reiseziel

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; Mehrfachnennungen möglich.
Quelle: Reiseanalyse 2015 – 2024, FUR



Die Organisation von Reisen unterscheidet sich nach Reiseziel. Bei Inlandsreisen werden überwiegend und mit wachsendem Anteil einzelne Leistungsbestandteile wie Unterkunft oder Fahrscheine gebucht. 2023 lagen Einzelbuchungen beim Deutschlandurlaub bei 71%. Mittelmeer- und Fernreisen werden hauptsächlich pauschal oder als Baustein-/Modulreisen organisiert.

Informations- und Buchungsverhalten

- Bei 63% aller Urlaubsreisen ab einer Übernachtung wurden Leistungen ausschließlich digital gebucht. Bei 8% aller Reisen wurden Leistungen sowohl über digitale als auch analoge Kanäle gebucht. Ausschließlich analoge Buchungen gab es bei 29% der Reisen – das ist ein Rückgang um 4 Prozentpunkte im Vergleich zum Vorjahr.

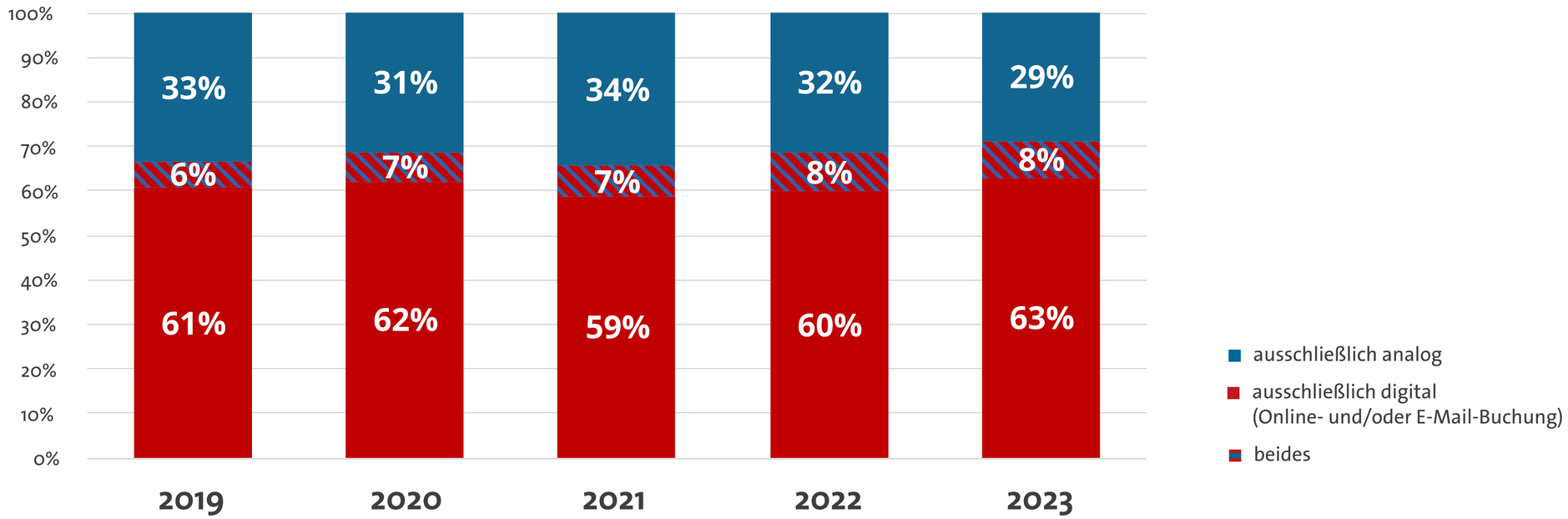
- Seit 2018 hat sich die Online-Buchung als dominierender Buchungsweg für Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen etabliert. 2023 wurde bei 51% aller Urlaubsreisen (ab 5 Tagen Dauer) mindestens ein Leistungsbestandteil per Online-Buchung gebucht, bei den Kurzurlaubsreisen (2 – 4 Tage Dauer) waren es 68%.

- Noch immer bevorzugen jüngere Reisende im Vergleich zu Älteren vermehrt digitale Buchungen, trotzdem überwiegt auch bei den 50 – 69-jährigen die Anzahl der digitalen Buchungen verglichen mit analogen Kanälen. Das zeigt den stetig wachsenden Stellenwert der digitalen Kanäle auch bei älteren Reisenden.

- 81% aller Reisenden haben im Jahr 2023 Urlaubsinformationen im Internet eingeholt. Trotz etwas geringerer Reisetätigkeit 2023 wurden häufiger Urlaubsinhalte im Internet gesucht als 2022, was den hohen Stellenwert vom Internet als Informationsquelle bei Urlaubsreisen verdeutlicht.

Digital und analog gebuchte Urlaubsreisen ab einer Übernachtung

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre und 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2020 – 2024, FUR

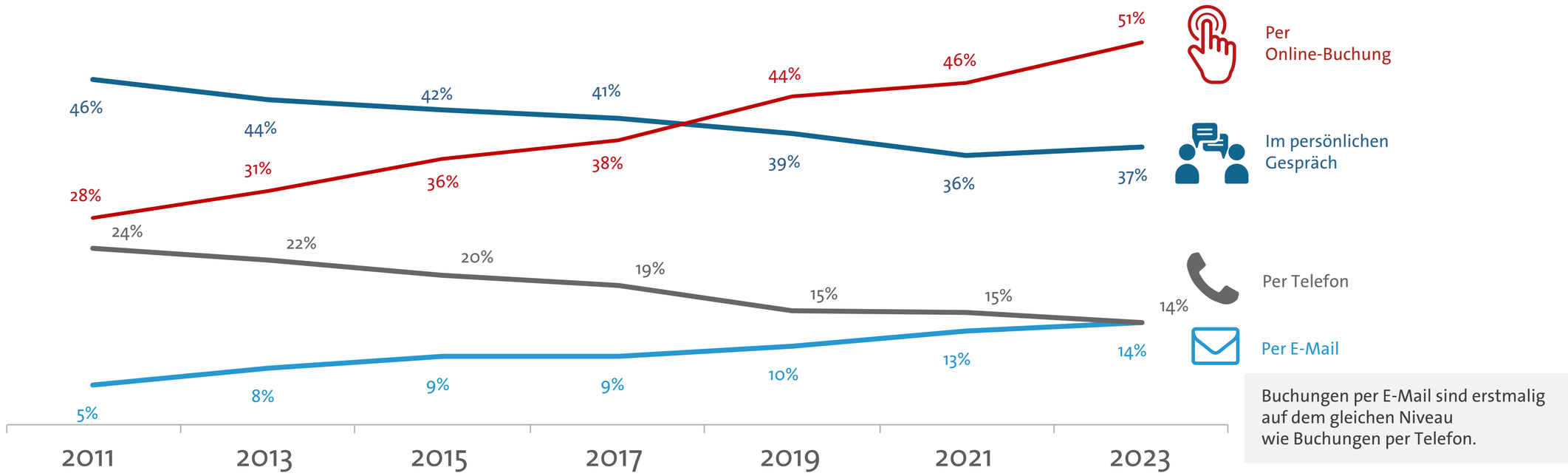


Bei allen Reisen ab einer Übernachtung lag der Anteil der ausschließlich digitalen Buchungen 2023 bei 63%. Ausschließlich analog wurden 29% aller Reisen gebucht, 4 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr. Bei 8% der Reisen wurden sowohl digitale als auch analoge Buchungen vorgenommen.

Langfristige Entwicklung der Buchungswege von Urlaubsreisen

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Reiseanalyse 2012 – 2024, FUR



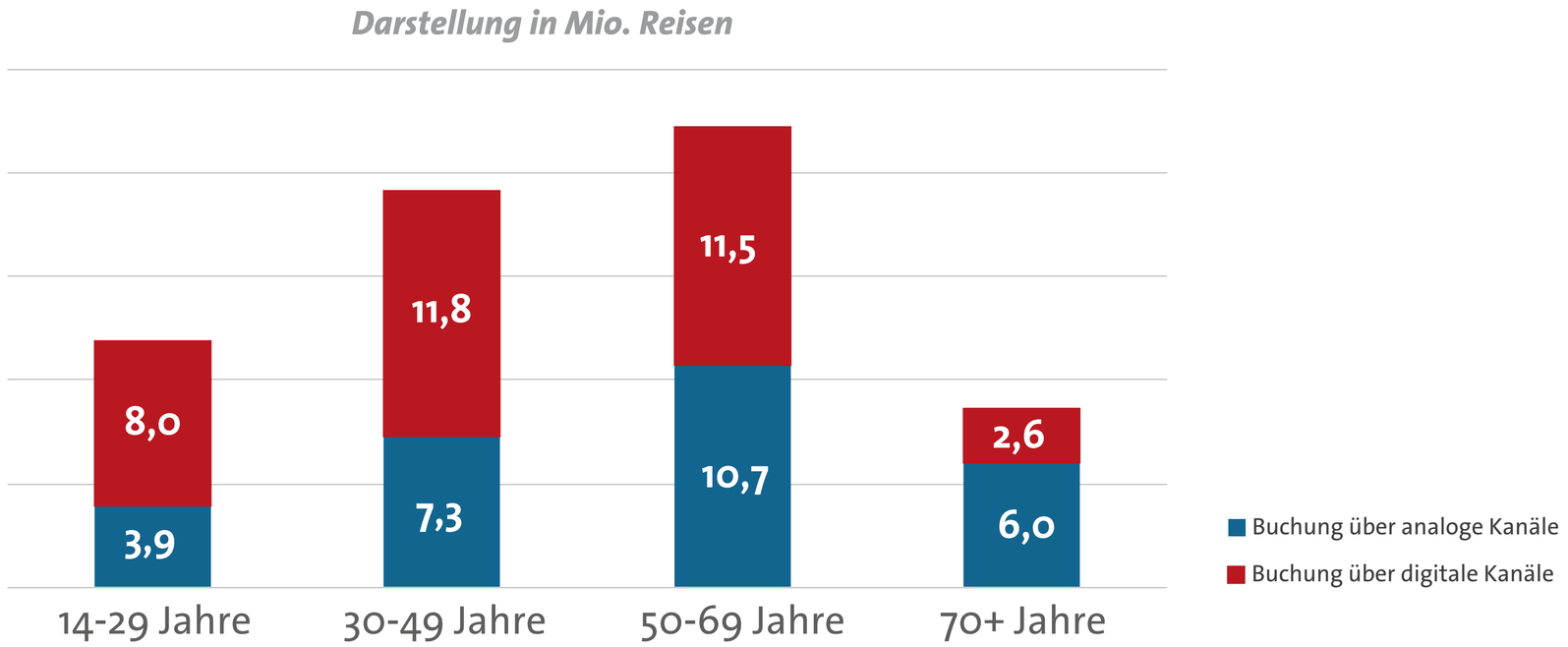
Buchungen per E-Mail sind erstmalig auf dem gleichen Niveau wie Buchungen per Telefon.

Seit 2018 werden jedes Jahr mehr Urlaubsreisen per Online-Buchung gebucht als im persönlichen Gespräch. Seitdem ist die Online-Buchung der dominierende Buchungsweg für Urlaubsreisen. Bei 51% der Reisen wurde für mindestens einen Leistungsbestandteil die Online-Buchung genutzt, 37% wurden im persönlichen Gespräch gebucht. Auch die Buchung per Mail konnte zulegen und holt erstmals gegenüber der Telefonbuchung auf. Beide wurden für 14% aller Reisen für mindestens einen Bestandteil genutzt.

Buchungskanäle 2024 bei Urlaubsreisen nach Alter

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Reiseanalyse 2024, FUR

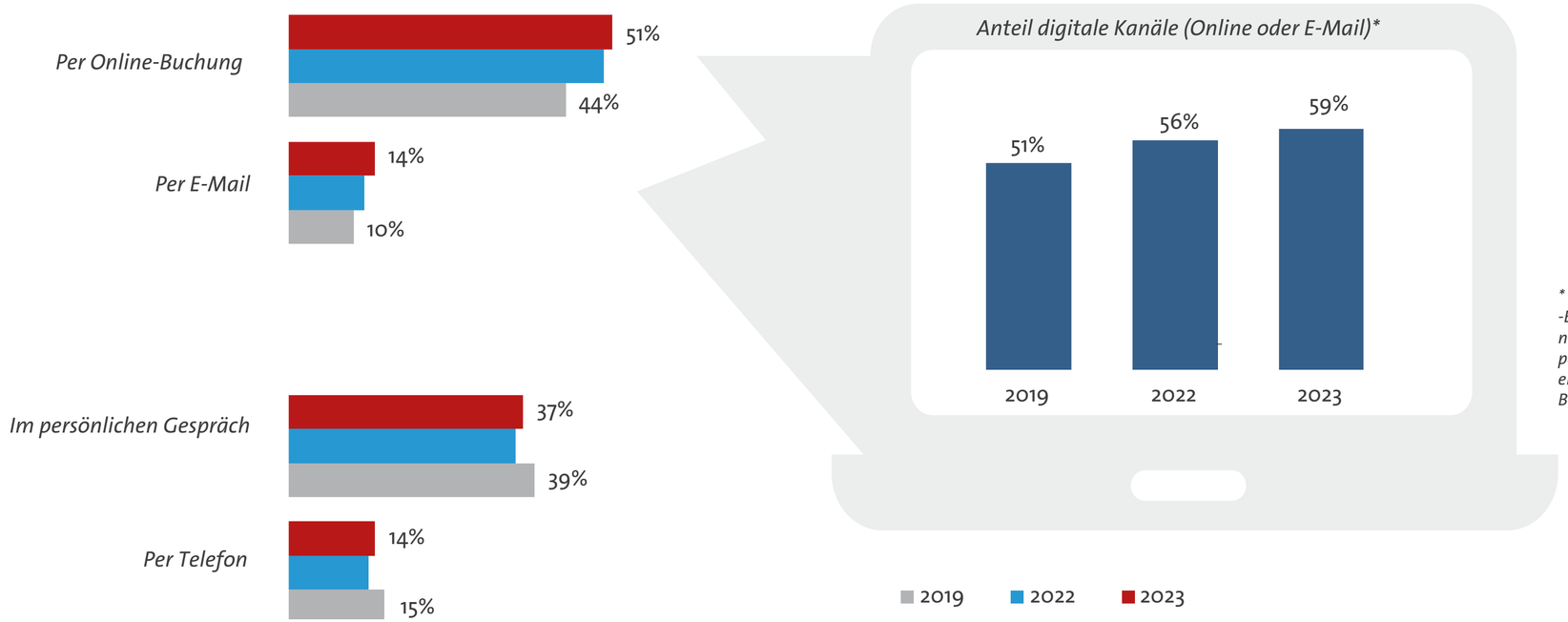


Das Alter von Reisenden beeinflusst die genutzten Kanäle zur Urlaubsbuchung. Dabei gilt: Je jünger die Reisenden, desto höher ist der Anteil der digital gebuchten im Vergleich zu analog gebuchten Reisen. Insgesamt dominieren die digitalen Buchungskanäle mittlerweile in fast allen Altersgruppen, nur bei den über 70-jährigen ist der Anteil der digital gebuchten Reisen größer als der Anteil analog gebuchter Reisen.

Buchungswege von Urlaubsreisen

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Reiseanalyse 2020, 2023 und 2024, FUR



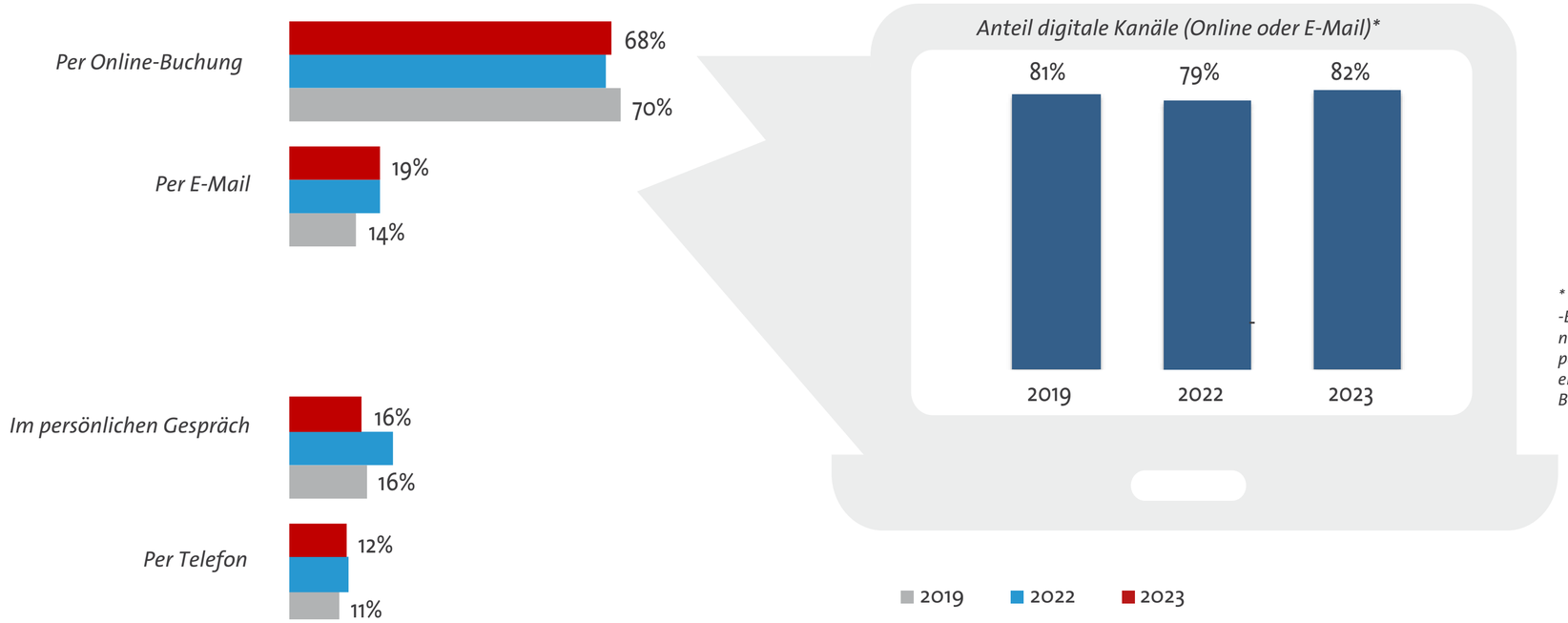
** Beim Gruppieren von Online- und E-Mail -Buchungen werden Überschneidungen eliminiert. Reisen, bei denen Leistungen online und per E-Mail gebucht wurden, werden nun nur einmal registriert. Von einer Addition der Buchungswege wird daher abgesehen.*

Mehr als die Hälfte aller Urlaubsreisen mit Vorabbuchung wurde 2023 per Online-Buchung gebucht, 14% per E-Mail. Die Reisen, bei denen mindestens ein Reisebestandteil digital gebucht wurde, überwiegen mit 59% aller vorabgebuchten Reisen. Auch die Reisebuchung im persönlichen Gespräch ist weiterhin beliebt: 2023 wurden 37% aller Reisen mit Vorabbuchung im persönlichen Gespräch geplant und organisiert. 14% der Reisen wurden per Telefon gebucht.

Buchungswege von Kurzurlaubsreisen

Reisedauer
2-4 Tage

Basis: 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre zwischen November und Oktober
Quelle: Reiseanalyse 2020, 2023 und 2024, FUR

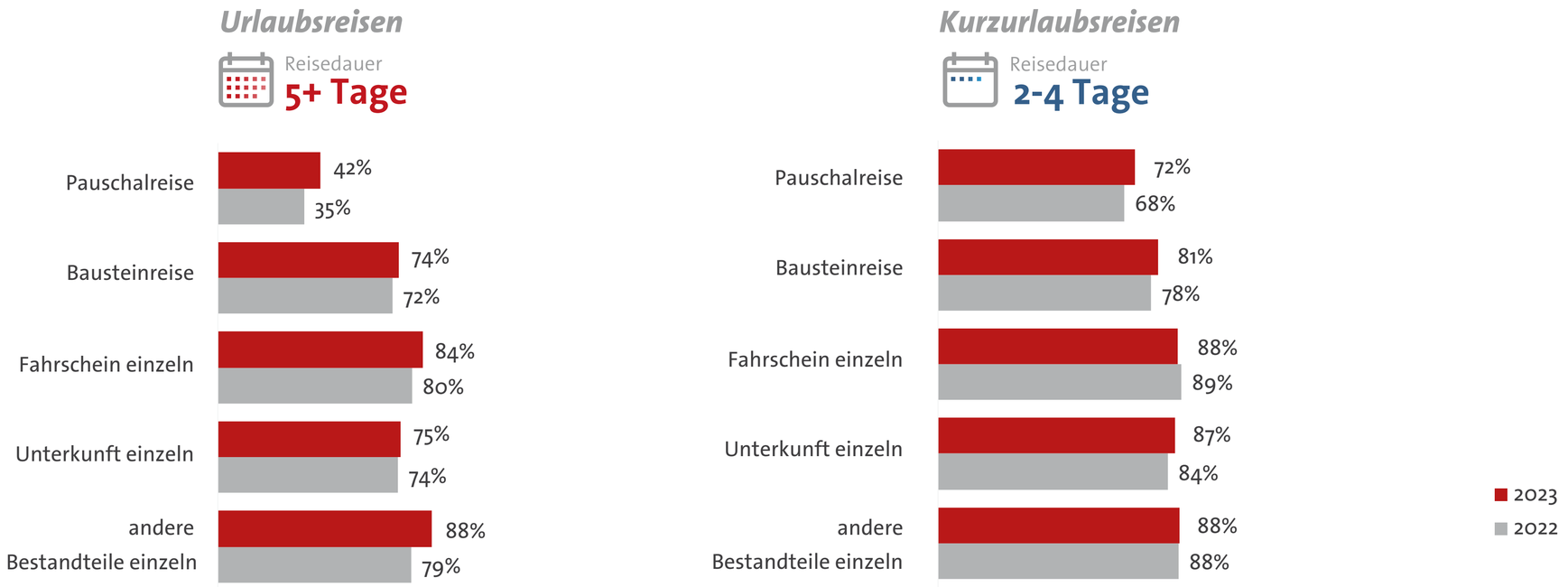


** Beim Gruppieren von Online- und E-Mail -Buchungen werden Überschneidungen eliminiert. Reisen, bei denen Leistungen online und per E-Mail gebucht wurden, werden nun nur einmal registriert. Von einer Addition der Buchungswege wird daher abgesehen.*

Kurzurlaubsreisen werden noch häufiger online gebucht als Urlaubsreisen. 2023 betrug der Anteil der online gebuchten Kurzreisen 68%, 19% wurden per E-Mail gebucht. Damit machen die digitalen Buchungskanäle insgesamt 82% aller Buchungen aus. Dagegen wurden 16% der Kurzreisen im persönlichen Gespräch und weitere 12% per Telefon gebucht.

Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre und 1.-3. Kurzurlaubsreise (2-4 Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung 14-75 Jahre *mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich
Quelle: Reiseanalyse 2023 und 2024, FUR

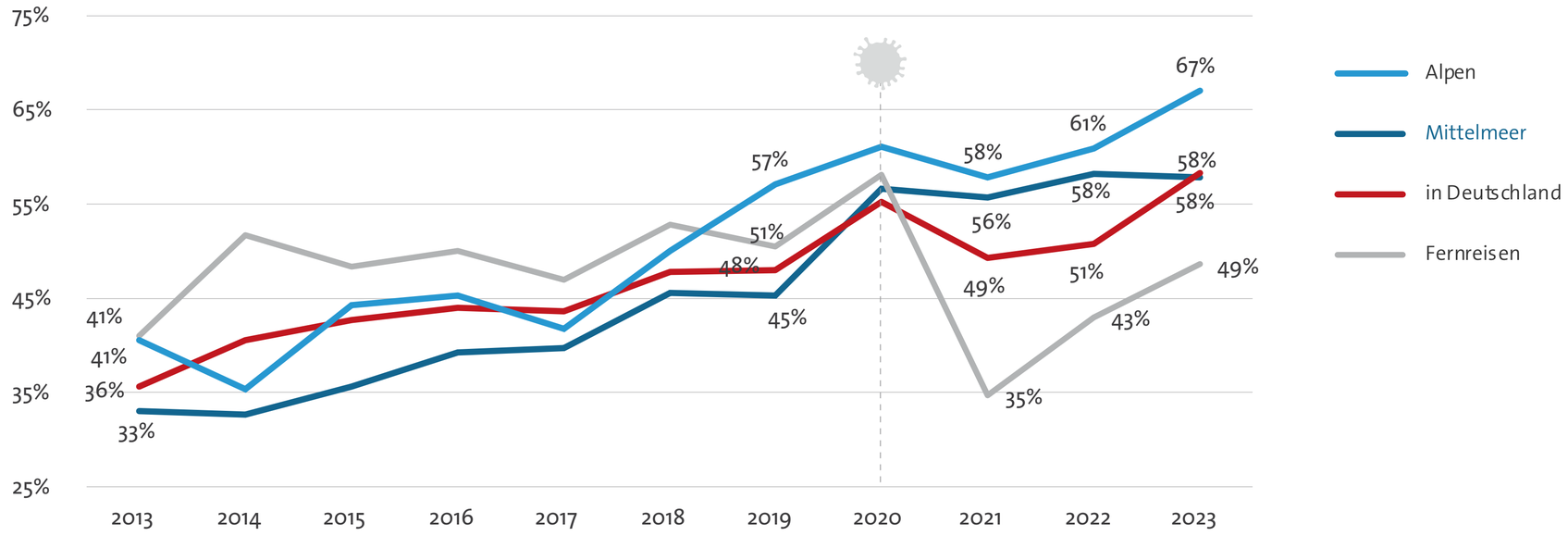


Bei den Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer hat die Buchung über digitale Kanäle bei allen Organisationsformen von 2022 auf 2023 erneut zugenommen. Am häufigsten werden einzelne Bestandteile digital gebucht (88%), am seltensten die Pauschalreise (42%). Kurzurlaubsreisen werden generell häufiger über digitale Kanäle gebucht als längere Urlaubsreisen, die digitalen Anteile liegen bei den Organisationsformen zwischen 72% und 88%.

Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Zielgebiet im Zeitverlauf

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, in die jeweilige Destination, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; *Reiseziele außerhalb Europas & des Mittelmeerraums
Quelle: Reiseanalyse 2014 – 2024, FUR

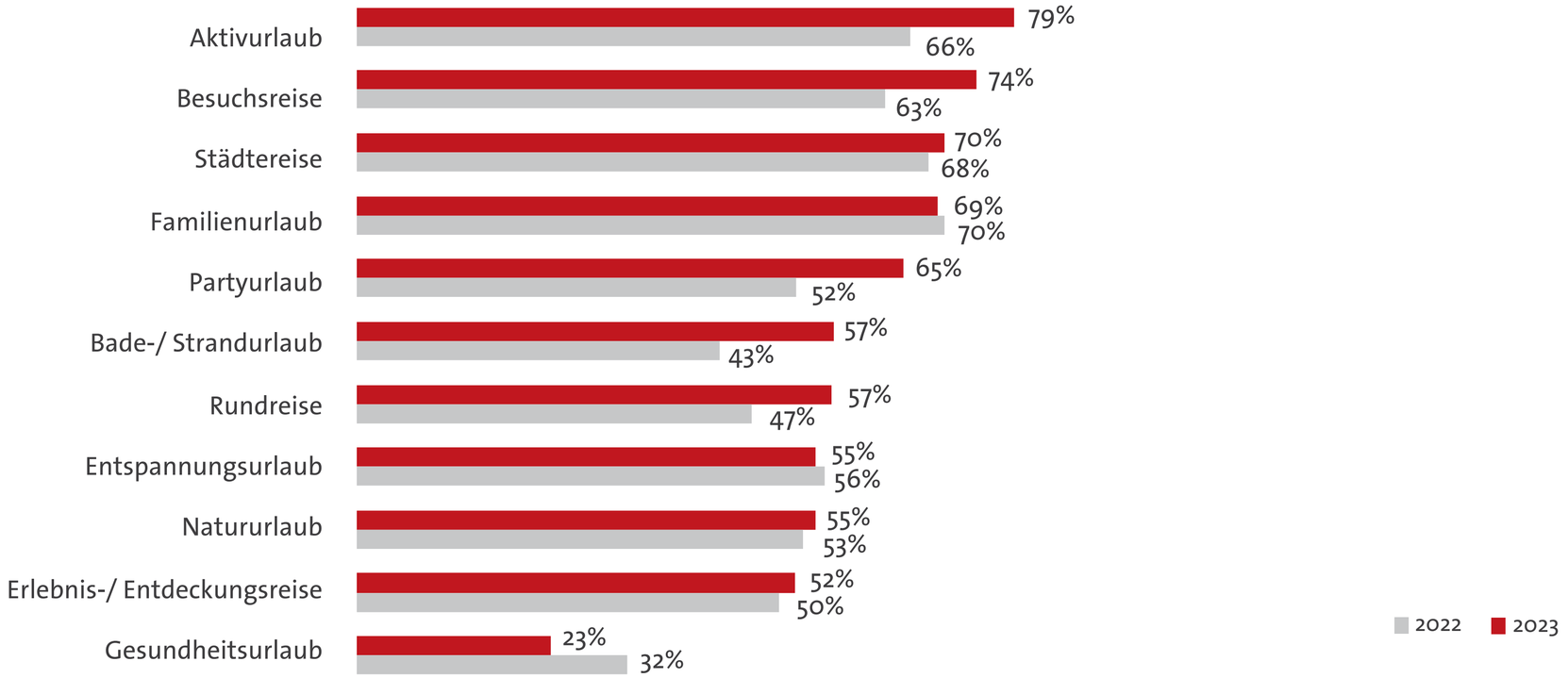


Die Anteile der digitalen Buchungen haben sich in den vergangenen 10 Jahren in allen Reisegebieten deutlich erhöht. Am größten ist der digitale Anteil bei Alpenreisen mit 67% im Reisejahr 2023. Deutschlandurlaube und Reisen ans Mittelmeer lagen 2023 hinsichtlich des digitalen Buchungsanteils mit 58% gleichauf. Bei Fernreisen gab es während der Corona Pandemie einen Einbruch im Anteil der digitalen Buchungen. Dieser Anteil ist seit 2021 wieder von 35% auf 49% angestiegen.

Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseart 2022 und 2023*

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre, in der jeweiligen Urlaubsart, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils
Quelle: Reiseanalyse 2023 und 2024, FUR *Reiseart einer Urlaubsreise in erster Linie (Einfachnennung)

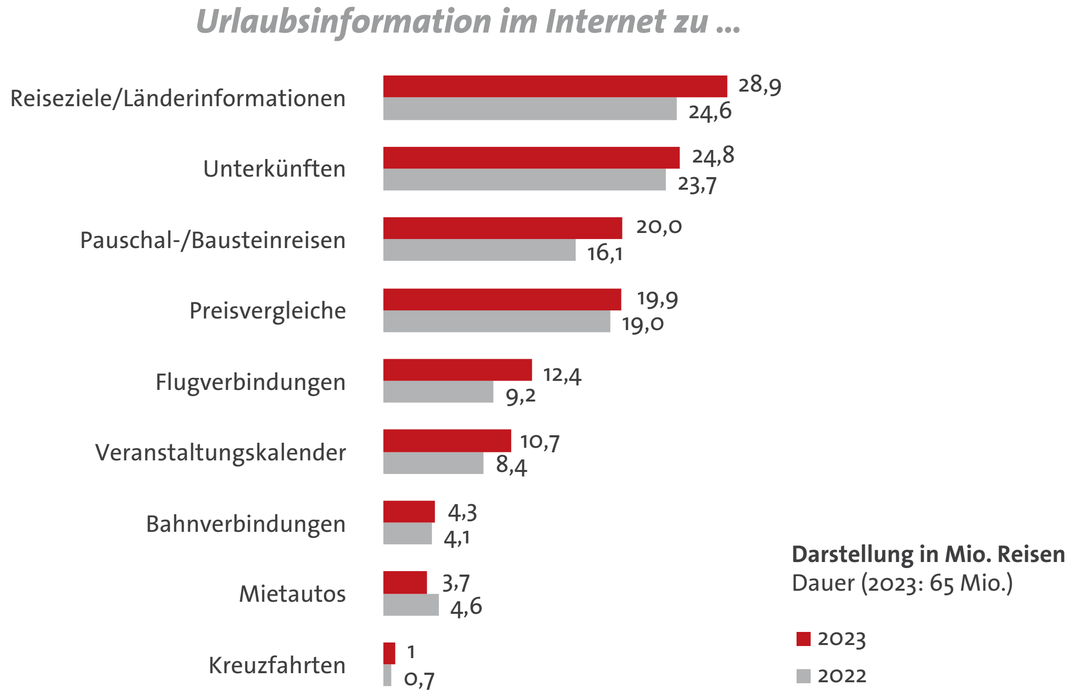


Die Urlaubsart mit dem höchsten Anteil an digitalen Buchungen im Jahr 2023 war der Aktivurlaub mit 79% digitalen Buchungen. Bei den meisten Reisearten hat der Anteil der digitalen Buchungen im vergangenen Jahr gegenüber dem Vorjahr weiter zugenommen. Mittlerweile überwiegt der Anteil der digitalen Buchungen den Anteil der analogen Buchungen, abgesehen vom Gesundheitsurlaub.

Gesuchte Inhalte bei der Urlaubsinformation im Internet

Reisedauer
5+ Tage

Basis: Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise (5+ Tage) eines Jahres) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre
Quelle: Reiseanalyse 2023 – 2024, FUR



Trotz etwas geringerer Reisetätigkeit 2023 wurden viele Urlaubsinhalte häufiger im Internet gesucht als 2022, was den Stellenwert vom Internet als Informationsquelle bei Urlaubsreisen verdeutlicht. 81% aller Reisenden haben in 2023 Urlaubsinformationen im Internet eingeholt. Für rund 29 Millionen Reisen wurden Informationen zum Reiseziel abgerufen, für rund 25 Millionen Reisen wurden Informationen zu Unterkünften gesucht. Auf Platz drei im Ranking stehen Internetsuchen nach Pauschal- und Bausteinreisen, die für 20 Millionen Urlaubsreisen angestellt wurden.

Nachhaltigkeit

- Nach wie vor hat ein Großteil der Menschen in Deutschland eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Das verdeutlicht ein großes Potenzial für nachhaltige Urlaubsreisen im deutschen Reisemarkt.

- Gleichwohl ist der Anteil an Auslandsreisen und insbesondere an Flugreisen so hoch wie noch nie zuvor. Das steht in einem Widerspruch zu den geäußerten Präferenzen zu nachhaltigen Reisen.

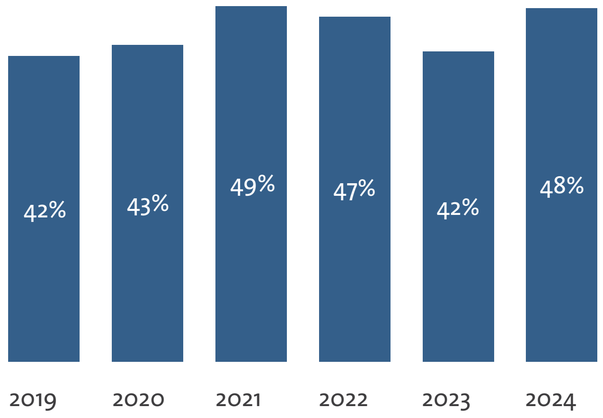
- Die Flugscham, das schlechte Gewissen wegen der Klimabelastung von Flugreisenden, hat in den vergangenen fünf Jahren zugenommen. Im November 2023 hatten 50% der flugreisenden Personen ein schlechtes Gewissen deswegen.

- Die Wünsche der Reisenden und das eher gegenteilige Verhalten zeigen: Eine Transformation im Tourismus zu mehr Nachhaltigkeit darf nicht auf die Nachfrage nach Nachhaltigkeit warten. Sie ist unabhängig davon nötig, um die Branche zukunftsfähig zu machen, und um die vereinbarten Klimaziele zu erreichen.

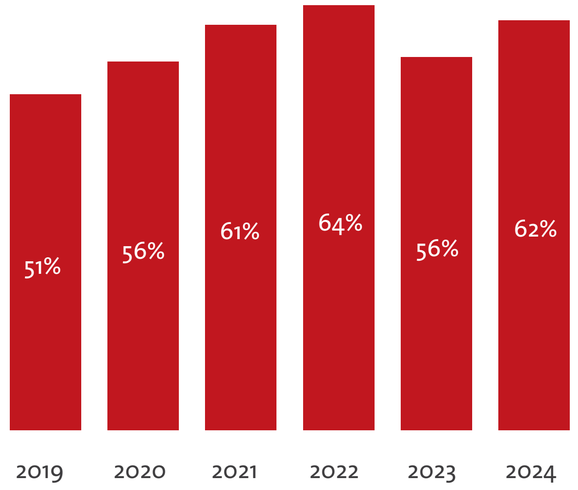
Der Wunsch nach ökologisch- und sozialverträglichem Urlaub

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren
Quelle: Reiseanalyse 2020 – 2024, FUR; Top2-Werte „trifft voll und ganz zu“ und „trifft eher zu“

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.



Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein.

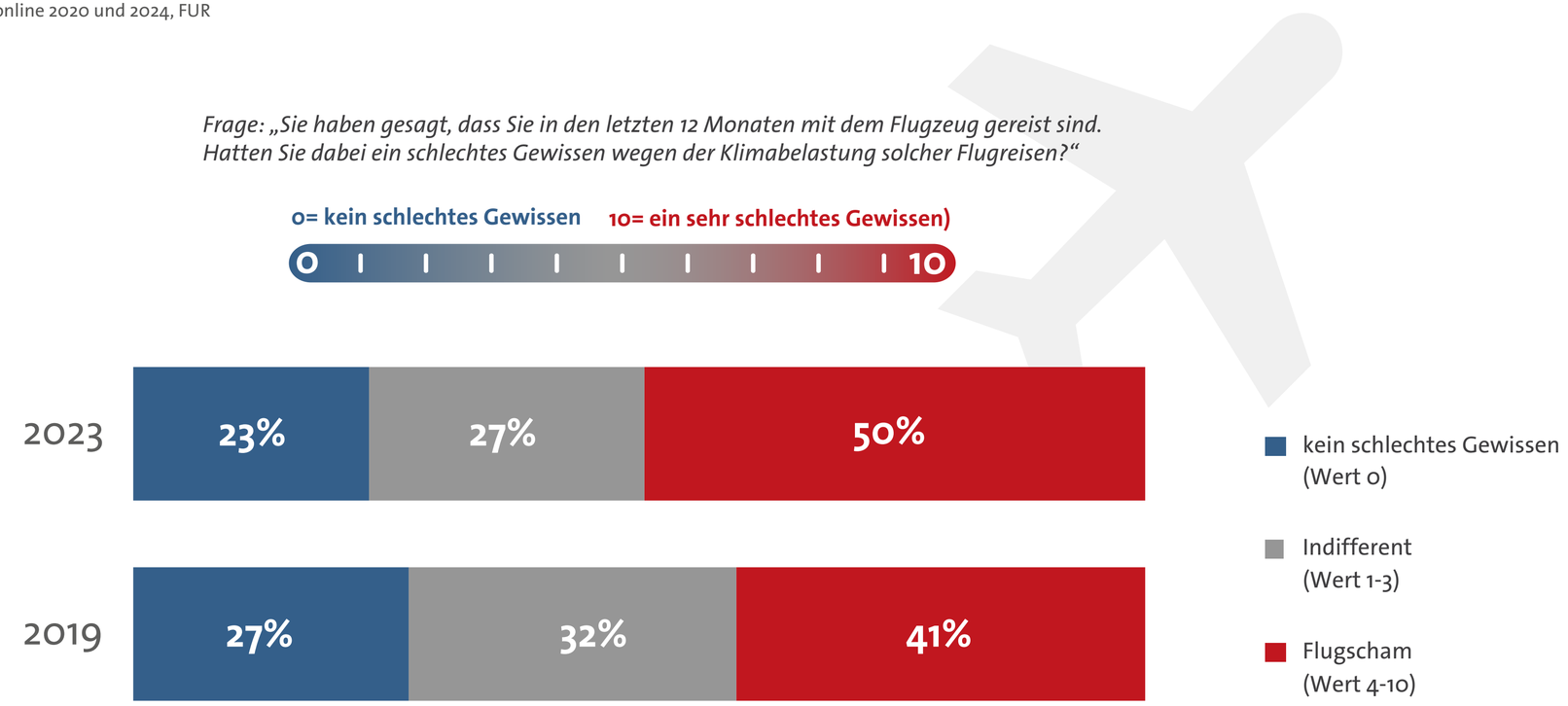


Die überwiegende Zahl der Deutschen hat eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit beim Reisen. 48% der Menschen wünschen sich ökologisch verträgliche Urlaubsreisen, 58% wünschen sich sozialverträgliche Urlaubsreisen. Die Zustimmung für die soziale Nachhaltigkeit ist seit jeher größer als der Wunsch nach ökologischer Nachhaltigkeit. Diese Werte verdeutlichen das große Potenzial für nachhaltige Urlaubsreisen in der deutschen Bevölkerung.

„Flugscham“ und Flugreisen

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-75 Jahre
Quelle: Reiseanalyse online 2020 und 2024, FUR

Frage: „Sie haben gesagt, dass Sie in den letzten 12 Monaten mit dem Flugzeug gereist sind. Hatten Sie dabei ein schlechtes Gewissen wegen der Klimabelastung solcher Flugreisen?“



Der Anteil an Flugreisen war noch nie so hoch wie im Jahr 2023. Von allen Urlaubsreisen wurden 47% mit dem Flugzeug unternommen, 2019 waren es noch 42%. Gleichzeitig wächst auch das schlechte Gewissen bei den Flugreisenden. Im November 2023 hatten 50% der Personen, die eine Flugreise unternommen haben, zumindest ein leicht schlechtes Gewissen wegen der Klimabelastung.

AUSGABEVERHALTEN STÄDTETRIP VS. URLAUBSREISE (PARIS VS. TENERIFFA)

WACHSTUM UND SAISONALITÄT

- Die Erholung der Gesamtausgaben von Covid19 setzt bereits im September 2021 ein.
- 2023 ist gegenüber 2022 ein weiteres deutliches Wachstum zu beobachten, wobei der Anstieg in Teneriffa mit 26% den von Paris mit 17% übertraf. Die Destinationen haben in Bezug auf den Ausgabenverlauf eine gegenläufige Saisonalität (Hochsaison von Paris ist von Mai bis September, bei Teneriffa ist es von Oktober bis April).

BEDEUTUNG DER QUELLMÄRKTE

- Die Zusammensetzung und Bedeutung der Quellmärkte sind stark unterschiedlich in den beiden Destinationen, haben sich aber seit 2019 kaum verändert.
- In Paris machen die Top5 der Quellmärkte knapp 50% aus, in Teneriffa sind es fast 70% in 2023. Teneriffa hat primär europäische Gäste – mehr als jeder 3. kommt dabei aus UK. Für Paris dagegen sind auch USA, Golfstaaten und Asien wichtige Quellmärkte.

mastercard

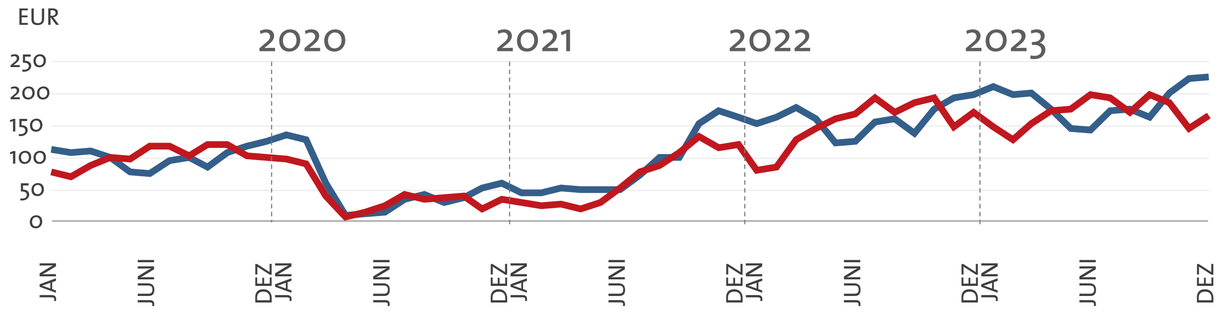
WERTSCHÖPFUNG

- Paris ist eine Destination, in der die Gäste die Gelegenheit zum (Luxus)-Shopping und Essengehen stark nutzen. Im Gegensatz dazu haben Besucher auf Teneriffa einen deutlich höheren Ausgabeanteil für Supermärkte.
- Die durchschnittlichen Gesamtausgaben sind je nach Quellmarkt sehr unterschiedlich. Während die Golfstaaten mit über 2.000 € in Paris die ausgabefreudigsten Besucher sind, sind es auf Teneriffa die Isländer mit mehr als 600€ in 2023. Über alle Besucher hinweg sind die durchschnittlichen Gesamtausgaben pro Besuch in Paris (346 €) und in Teneriffa (354 €) über alle Kategorien hinweg dagegen recht ähnlich.

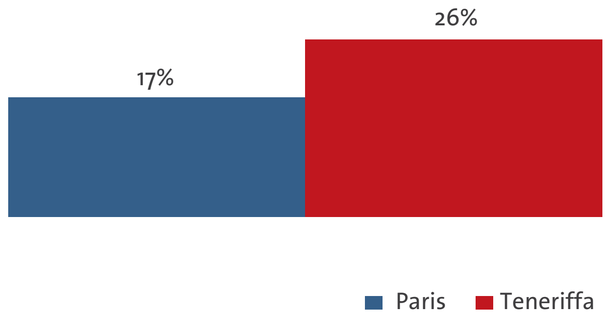
Entwicklung der Ausgaben seit Januar 2019 bis Ende Dezember 2023

Basis: Internationale Ausgaben = Kumulierte Gesamtausgaben internationaler Besucher an einem Zielort in einem Zeitraum; Monatliche vs. durchschnittliche internationale Ausgaben = Ausgaben eines Monats geteilt durch den Monatsdurchschnitt aller Monate des Referenzjahres 2019, berechnet aus den Jahresausgaben geteilt durch 12
Quelle: Mastercard Sonderauswertung "internationale Ausgaben Städtereise vs. Urlaubsreise (Paris vs. Teneriffa)"

Entwicklung der monatlichen internationalen Ausgaben vs. durchschnittliche internationale Ausgaben pro Monat 2019, % Index



Wachstum der jährlichen internationalen Ausgaben in % 2023 vs. 2022

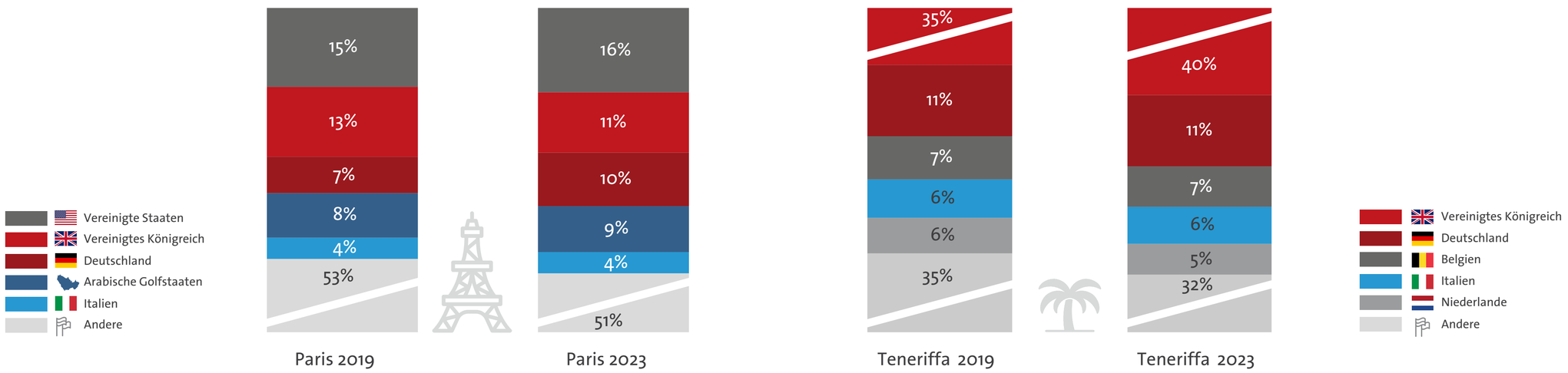


Die Erholungsdynamik ist ab September 2021 deutlich zu beobachten. Auch 2023 vs. 2022 verzeichneten die internationalen Ausgaben ein deutliches Wachstum. Teneriffa übertrifft mit einer Steigerung von 26% sogar noch Paris, das eine Steigerung von 17% verzeichnete. Die Destinationen zeigen eine klar unterschiedliche Saisonalität: In Paris sind die ausgabestärksten Monate Mai bis September, in Teneriffa sind es Oktober bis April.

Entwicklung der Anteile der Quellmärkte nach Gesamtausgaben

Quelle: Mastercard Sonderauswertung "internationale Ausgaben Städtereise vs. Urlaubsreise (Paris vs. Teneriffa)"

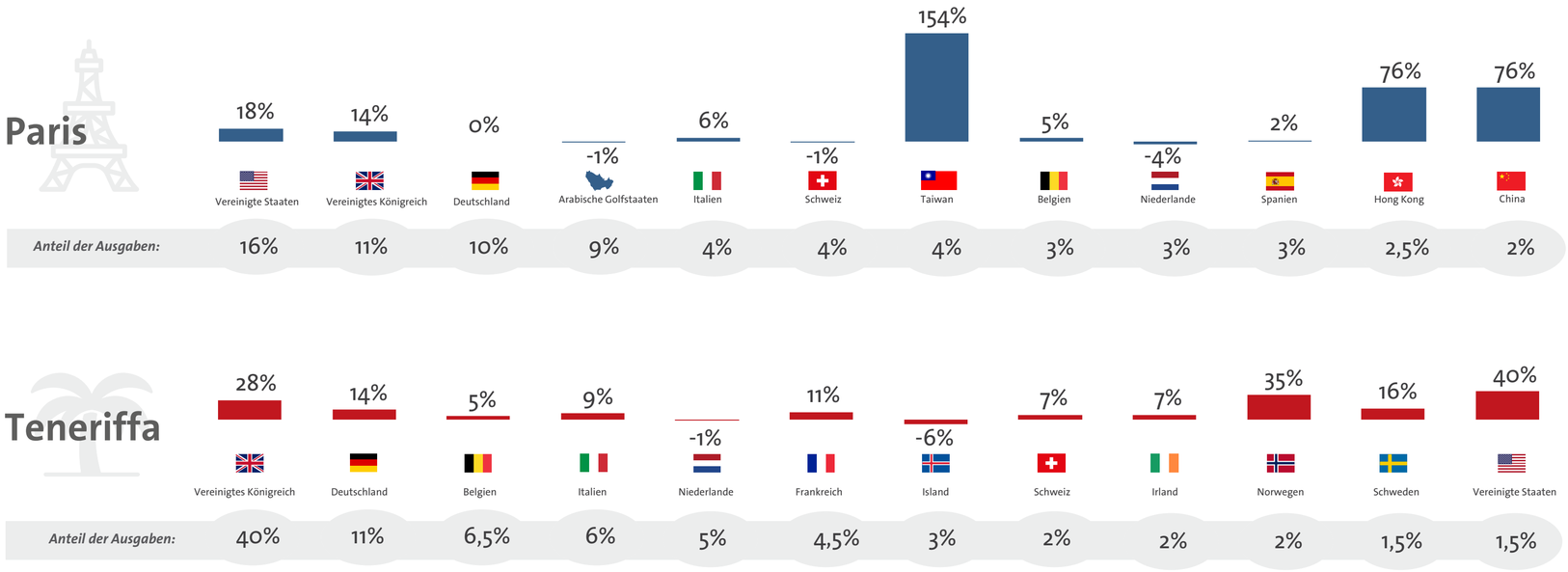
Anteile der Ausgaben aus den TOP5 Quellmärkten an den internationalen Gesamtausgaben in Paris und Teneriffa



Zusammensetzung und Bedeutung der Quellmärkte sind stark unterschiedlich in den beiden Destinationen, haben sich aber innerhalb der Destination im Zeitvergleich kaum verändert. In Paris machen die Top5 knapp 50% der Gesamtausgaben aus, in Teneriffa sind es fast 70% in 2023. Teneriffa hat primär europäische Gäste – davon sehr viele aus UK. Für Paris dagegen sind auch die USA, die Golfstaaten und Asien wichtige Quellmärkte. Siehe dazu auch nächste Seite.

Wachstum und Anteile der internationalen Ausgaben nach Quellmärkten

Basis: Wachstum der internationalen Ausgaben = Die Differenz zwischen den internationalen Ausgaben in einem bestimmten Zeitraum und den internationalen Ausgaben in einem vergleichbaren vorherigen Zeitraum, geteilt durch die internationalen Ausgaben im vergleichbaren vorherigen Zeitraum
Quelle: Mastercard Sonderauswertung "internationale Ausgaben Städtereise vs. Urlaubsreise (Paris vs. Teneriffa)"

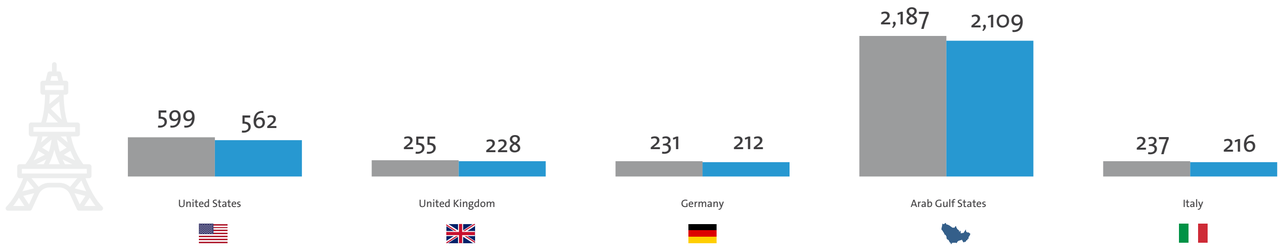


Das Ausgabenwachstum in Paris kommt hauptsächlich aus Asien und wird von Taiwan angeführt, während sich das Wachstum in Teneriffa weiter neben den traditionellen europäischen Märkten ein starkes Wachstum aus den USA erfährt.

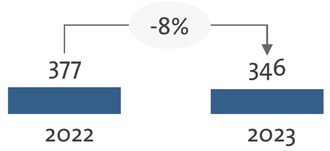
Ausgabenverteilung nach Konsum-Kategorien

Basis: Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch = Die international generierten Ausgaben in einem Zielort, erfasst durch Karten von internationalen Besuchern, geteilt durch die Gesamtzahl der Besuche im Zielort von den entsprechenden Besuchern im angegebenen Jahr
Quelle: Mastercard Sonderauswertung "internationale Ausgaben Städtereise vs. Urlaubsreise (Paris vs. Teneriffa)"

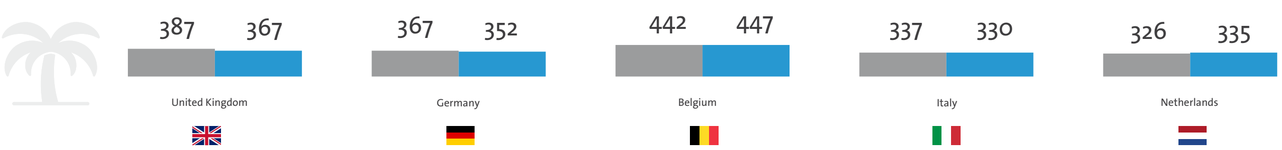
Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch nach Quellmarkt – Paris, EUR



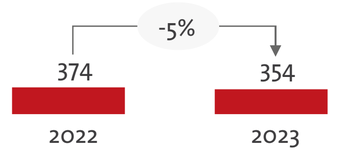
Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch



Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch nach Quellmarkt – Teneriffa, EUR



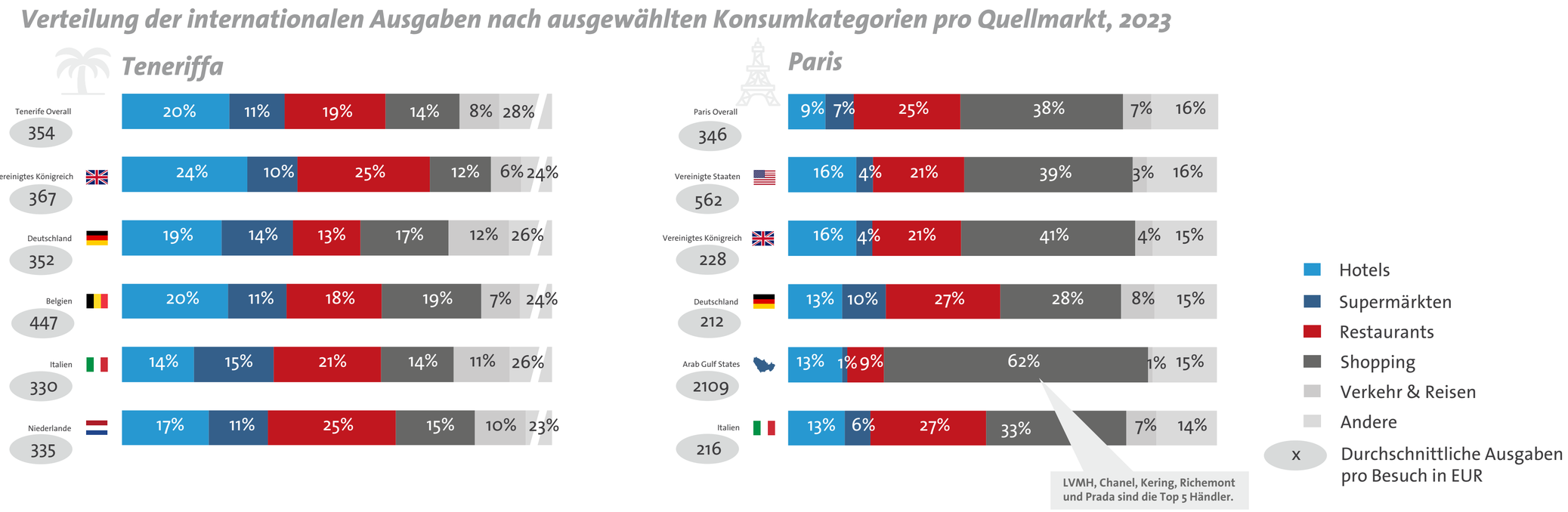
Durchschnittliche Ausgaben pro Besuch



Paris und Teneriffa verzeichnen einen leichten Rückgang bei den Ausgaben pro Besuch. In Paris sind die durchschnittlichen Ausgaben der Top5 Quellmärkte leicht gesunken. Teneriffa verzeichnet in Belgien und den Niederlanden ein leichtes Wachstum. Besucher aus Island sind auf Teneriffa die ausgabefreudigsten, mit 639 € pro Besuch in 2023.

Ausgabenverteilung nach Konsum-Kategorien

Basis: Verteilung der internationalen Ausgaben über ausgewählte Gruppen von Konsumkategorien für jede Händlerkategorie = Internationale Ausgaben in der gegebenen Händlerkategorie in einem bestimmten Jahr geteilt durch die internationalen Ausgaben über alle Händlerkategorie im selben Jahr
Quelle: Mastercard Sonderauswertung "internationale Ausgaben Städtereise vs. Urlaubsreise (Paris vs. Teneriffa)"



Teneriffa zieht Besucher an, die einen hohen Ausgabenanteil in Supermärkten und Restaurants haben, während in Paris der Shopping-Anteil bei den Ausgaben signifikant höher ist. Bei den Golfstaaten lässt sich der hohe Shopping-Anteil auch durch die Luxusmarken bei den Top5 Händlern erklären.

Der Verband

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik und vertritt diese seit 2004 in der Öffentlichkeit.

Dabei ist er nicht nur Ansprechpartner für die Branche, sondern auch für Verbraucher, Medien und Politik. Mit mehr als 80 Mitgliedsunternehmen hat sich eine Vielzahl der wichtigsten Marktteilnehmer dem Verband angeschlossen.

Aufgeteilt sind sie in die Cluster

- OTA
- Supplier & Tour Operator
- Service- und Travel Technology Provider
- Start-up

Der Verband treibt Neuentwicklungen voran und sensibilisiert die Touristik für wichtige Trends und Themen.

Zu den Aufgaben zählen ebenso die Beobachtung des Marktes und der Medienberichterstattung, sowie das Engagement in der öffentlichen und politischen Debatte rund um gesetzliche Entwicklungen im Tourismus und E-Commerce.

Des Weiteren gehört es zu den Verbandszielen, sowohl den Nachwuchs an Hochschulen als auch junge Unternehmen zu fördern, um Innovationen in der Branche mit voranzutreiben.

VERBAND INTERNET REISEVERTRIEB
WWW.V-I-R.DE

Der VIR ist ein starker Verband
mit starken Mitgliedern –
denn nur im gemeinsamen Dialog
kann man die
Digital-Touristik voranbringen.

Vorstand

Michael Buller
Vorstand

Geschäftsstelle

Jacqueline Petzinger
Geschäftsstellenleiterin

Laura Rimböck
Junior Marketing- und
Prokektmanagerin

Mitglieder Cluster

OTA

Booking.com
expedia group
Holiday Discounter
HolidayCheck
HRS
invia Group
Juvigo
solamento
weloveholidays
weg.de

SUPPLIER & TOUR OPERATOR

Allianz Travel
evaneos
LEGOLAND HOLIDAYS
berge & meer
For You Travel
OBS OnlineBuchungService
TRAVEL
Hamburg Tourismus
schauinsland reisen
DER Touristik
Hand in Hand ist HanseMerkur
sunnycars RENT A SMILE
ERGO Reiseversicherung
ICC INVOLATUS
TURESPAÑA
europ assistance you live we care
journaway
voyage privé

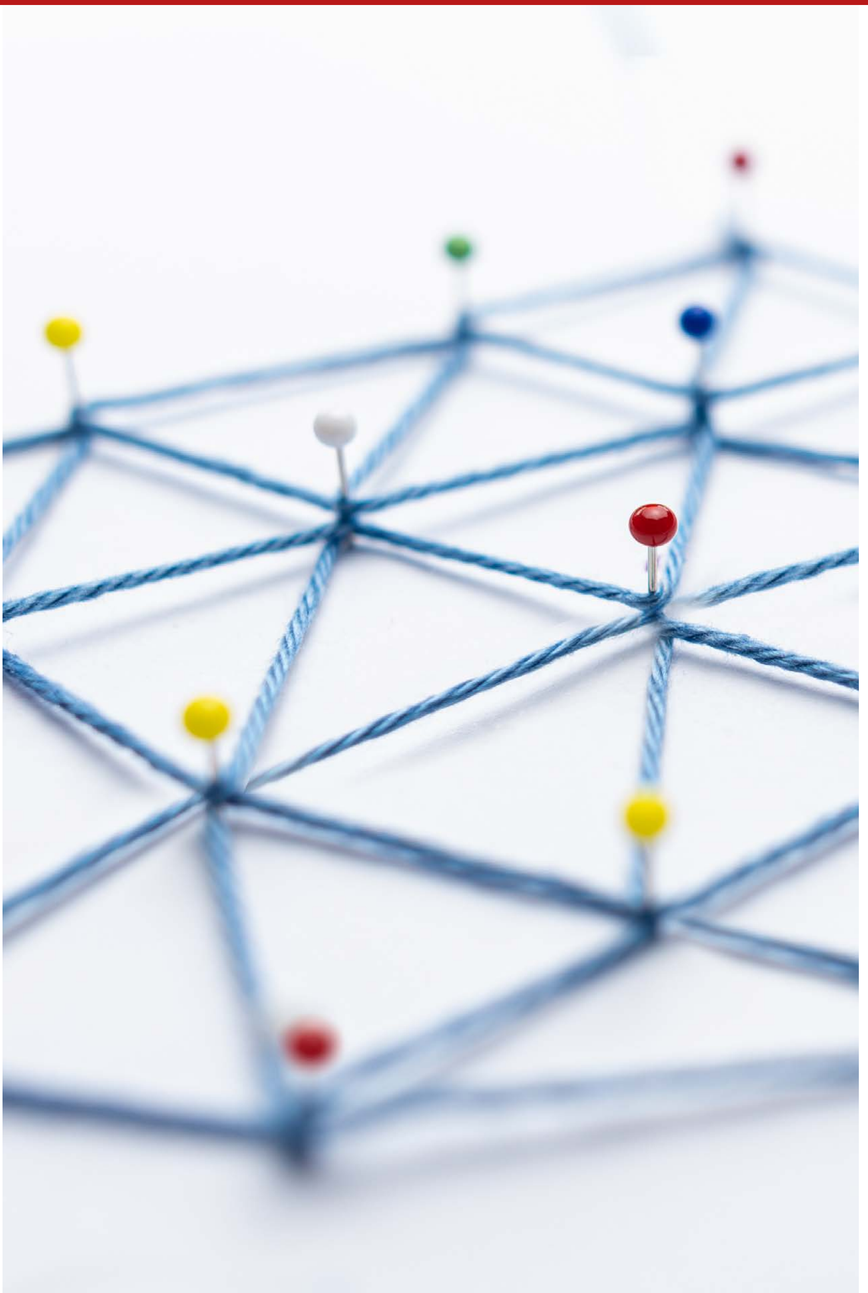
SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER

ACCON-RVS Accounting & Consulting GmbH
lohospo Service für Gastgeber
ta.ts
AERTICKET TICKETS. TECHNIK. SERVICE.
MIDOCO OPTIMIZING WORKFLOWS
team neusta the digital family
amadeus
nexi
TraSo Travel Solutions
A3M
Passolution
traffics
BEWOTEC
PayPal
travelbasys Your Operating System for Success
.BOSYS SOFTWARE GMBH
PAYONE
TRAVELPORT
BPCS
PEAKWORK THE PLAYER HUB NETWORK
Wirelane
Chain4Travel
Sabre
XAMINE
GIATA
TAA THE ACCOUNTING EXPERTS

START-UP

adigi.ai
ALPACA CAMPING
HOSCOM
avanera
MY CABIN
CAMP NERD
NeedNect Solutions
elysium
nieds
expipoint
RHOME
FAIRCATIONS
sailwithus
FAIR WEG
socialbnb
fanz
Travely
FLYLA
ZAUBAR
holidayheroes

Mitglieder Verband Internet Reisevertieb e.V. | Stand März 2024



Kooperationspartner

Mit diesen Partnern erreichen wir gemeinsam unser Ziel:

bevh
DENKFABRIK ZUKUNFT DER GASTWELT
DTV Deutscher Tourismusverband e.V.
EBC HOCHSCHULE
Staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM)
FH Westküste Wirtschaft und Technik
FHDW Fachhochschule der Wirtschaft
GRÜNDER PLATTFORM
HSB Hochschule Bremen City University of Applied Sciences
Hochschule für angewandtes Management FH
Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde
Hochschule Harz ITF
HHN HOCHSCHULE HEILBRONN
Hochschule Kempten University of Applied Sciences
HM Hochschule München University of Applied Sciences
Hochschule Worms University of Applied Sciences
Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin Berlin School of Economics and Law
Hochschule Zittau/Görlitz
ISM INTERNATIONAL SCHOOL OF MANAGEMENT University of Applied Sciences
ITB BERLIN The World's Leading Travel Trade Show
iu INTERNATIONALE HOCHSCHULE
KlimaLink Travel Footprint Database
OTDS
Realizing Progress
ReiseZukunft
rtk online
söp
THD TECHNISCHE HOCHSCHULE DEGGENDORF EUROPEAN CAMPUS
TRAVEL INDUSTRY CLUB The Open Minds Network.
TRUSTED SHOPS
XAMINE

Initiativen des VIR

Im Aktionsbündnis Tourismusvielfalt (ATV) haben sich 27 touristische Branchenverbände zusammengeschlossen. Die gemeinsame Zielsetzung ist es, die vielfältige Tourismuslandschaft zu erhalten. Das Aktionsbündnis tritt gemeinsam und mit einer Stimme gegenüber Politik und Öffentlichkeit auf und bündelt die Interessen der Branche.

Der VIR ist Mitglied im „Verein zur Förderung eines offenen touristischen Datenstandards e.V.“ (OTDS e.V.). Der OTDS e.V. hat sich zum Ziel gesetzt, mit OTDS ein offenes, kostenfreies und standardisiertes Datenformat in der Touristik zu etablieren – und ist damit erfolgreich: Die wichtigsten Vertriebssysteme verarbeiten heute bevorzugt OTDS, mit dem viele Reiseveranstalter und deren Technik-Dienstleister ihre Angebotsdaten übermitteln.

Der VIR unterstützt eine nachhaltige Entwicklung im Tourismus und fördert deshalb Initiativen der Branche. Der VIR ist zudem Gründungsmitglied im Verein KlimaLink. KlimaLink ist eine Initiative gegründet aus dem Branchenprojekt „Klimabewusst Reisen“. In diesem Projekt von Futouris e. V. wurde mit der Entwicklung eines Standards zur Klimabilanzierung von Reisen begonnen.

Gemeinsam mit Realizing Progress hat der VIR das 26-seitige Manifest mit acht Aspekten und Themenbereichen, basierend auf den Erfahrungen und dem Wissen einer breiten touristischen Basis, veröffentlicht, das dem Tourismus neue Handlungsoptionen aufzeigt.

Der VIR ist aktiver Validator im Camino Mainnet von Chain4Travel. Chain4Travel ist ein Travel Technology Unternehmen, welches mit Camino eine Konsortium-Blockchain erschaffen hat, die auf die Bedürfnisse der Reisebranche abgestimmt ist. Camino bietet ein vielseitiges Entwicklungsnetzwerk, womit auf völlig neue Art und Weise mit dem Reisenden der Zukunft interagiert wird.

Der VIR ist Gründungsmitglied bei der Deutschen Reisesicherungsfonds GmbH, die für den Fall der Zahlungsunfähigkeit eines Reiseanbieters die von den Reisenden erbrachten Vorauszahlungen sowie den Rücktransport der Reisenden absichert. Seit dem 1. November 2021 muss sich nun jeder Reiseanbieter, der in Deutschland über EUR 10 Mio. Umsatz im Jahr erwirtschaftet, beim DRSF für den Fall der Zahlungsunfähigkeit absichern.

VIR[O]IT

Innovationen Raum geben.

INFOS & ANMELDUNG: www.v-i-r.de

VIR[IT]

Berlin, 18. + 19. Juni 2024

SAME SAME BUT VERY DIFFERENT:

Die VIR Innovationstage kehren 2024 zurück

- noch innovativer, kreativer und aufregender als je zuvor!

[INNOVATIONEN] **[START-UP]** **[NEUE PERSPEKTIVEN]** **[NETWORKING]**

VIR[OIT]

Berlin, 18. + 19. Juni 2024

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) hat ein **professionelles Forum** geschaffen, um Menschen mit **Visionen und Ideen** mit **EntscheidungsträgerInnen der digitalen Reisebranche** zusammenzubringen – dies sind die VIR Innovationstage. Die VIR OIT sind bereits seit 2010 ein wichtiger Termin in den Kalendern der Touristiker und haben sich in der in der Branche etabliert. Dabei konzentriert sich die Veranstaltung auf die **neuesten Entwicklungen, Innovationen und Trends** in der digitalen Reisebranche. Wir erwarten eine Teilnehmerzahl von über **200 TouristikerInnen**, darunter EntscheidungsträgerInnen, ExpertInnen, InnovatorInnen und MeinungsführerInnen aus der Branche. Die VIR OIT bieten eine gute Gelegenheit, wichtige AkteurInnen der digitalen Reisebranche zusammenzubringen, **Wissen auszutauschen, Beziehungen aufzubauen und Geschäftsmöglichkeiten zu erkunden**.

Tickets buchen

TIC + VIR

TRAVEL Start-up *night*

- Der Start-up Wettbewerb in der Tourismusbranche
- Die Travel Start-up Nights sind eine gemeinsame Initiative des Travel Industry Clubs und des Verband Internet Reisevertriebs und verfolgen das Ziel, die Innovationskraft der Touristik in Deutschland weiter zu fördern
- Alle Start-ups, die nicht älter als 5 Jahre sind und einen Bezug zur Reiseindustrie haben, dürfen teilnehmen
- 2024 finden vier Ausgaben in Stuttgart, Heilbronn, Berlin und Zürich statt

JETZT bewerben:
www.v-i-r.de

IMPRESSUM

Herausgeber: Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)
Leonhardsweg 2 | D-82008 Unterhaching

Vertretungsberechtigter Vorstand: Michael Buller

Telefon: 0049-(0)89-610 667 29
E-Mail: info@v-i-r.de
Internet: www.v-i-r.de

Redaktion: VIR: Jacqueline Petzinger

Konzept & Grafik: www.einfach-kommunikationsdesign.de
Christian Brözel

Bildnachweise Imagefotos vor den Kapiteln: Midjourney KI-genriert durch Michael Buller
S.71 Adobe Stock / Thorsten Malinowsky
S. 72 Design Offices
S. 75 Fotos: Verband Internet Reisevertrieb e.V.
Cover/Grafik vor den Kapiteln: einfach. Kommunikationsdesign