

PRESSEMELDUNG

Lust auf Reisen immer noch sehr hoch:

VIR präsentiert jüngste Studienergebnisse zur Haltung der Deutschen gegenüber Urlaub

München, 4. Juli 2023 (w&p) – Die meisten Deutschen wollen auf Reisen nicht verzichten. Dies ist eines der Ergebnisse, das der Verband Internet Reisevertrieb e.V. ([VIR](#)) in Zusammenarbeit mit der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) sowie mit dem Technologie-Dienstleister ta.ts GmbH ermittelt hat. Demnach zieht es die Menschen in diesem Jahr durchaus in die Ferne, eine Reihe von Einschränkungen und Verschiebungen beim Verhalten gibt es jedoch.

Im Rahmen ihrer umfangreichen [Reiseanalyse](#) befragte die FUR die Deutschen etwa danach, ob sie 2023 schon auf einer längeren Urlaubsreise bzw. auf Kurztrip(s) waren. Rund 56 Prozent verneinten dies, 27 Prozent haben jedoch schon eine längere Reise unternommen, und 24 Prozent mehrere Kurzurlaube, die stark im Trend liegen.

Reiselust stark auch vom Einkommen abhängig:

Nach ihren Plänen für das verbleibende Jahr gefragt, sagten insgesamt 66 Prozent, sie hätten noch Urlaubspläne, was einem Volumen von mehr als 40 Millionen Personen entspricht. Ein Großteil davon ist sich sogar schon schlüssig, zu welchem Ziel es geht. 21 Prozent sind noch unsicher und nur etwa 13 Prozent haben keine Reisepläne. Auch den Vergleich mit demselben Befragungszeitpunkt 2022 hat das Institut vorgenommen. Hierbei zeigt sich: Die Reiseabsichten sind leicht gestiegen. Die positive Haltung gilt erwartungsgemäß vor allem für höhere Einkommensgruppen. Dort überwiegen die Befragten mit Urlaubsplänen. Diejenigen mit einem Einkommen unter 1.999 Euro, die etwa 23 Prozent der Bevölkerung ausmachen, verkneifen sich das Reisen am ehesten.

Höhere Lebenshaltungskosten mit Einfluss auf Reiseplanung:

Klar ist, dass sich vieles in den jüngsten Monaten spürbar verteuert hat. Daher fragten die Macher der Studie die Menschen, wie dies speziell ihre Reiseplanung beeinflusse. Rund 31 Prozent sehen keinen Einfluss auf ihre persönlichen Pläne. Rund 16 Prozent gaben jedoch an, verstärkt auf den Reisepreis zu achten oder nach Sonderangeboten zu suchen. Andere möchten vor Ort sparen, weniger reisen oder kürzer unterwegs sein. In den meisten Kategorien legten diese Aussagen zu Sparplänen im Vergleich zum Vorjahr um einige Prozentpunkte zu. Gleichzeitig sank die Anzahl derer, die sich von gestiegenen Preisen gar nicht beeinflussen lassen.

Mehr Umsatz bei weniger Reisen:

Neben den Umfragedaten der FUR hat der VIR mit dem Technologie-Anbieter ta.ts konkrete Buchungs- und Reisedaten ausgewertet. Vor allem bei der Umsatzentwicklung, sowohl von bereits durchgeführten Urlauben als auch von gebuchten Reisen, weist die Tourismuswirtschaft teils deutliche Steigerungen auf. Insbesondere bei Pauschalreisen und Kreuzfahrten legten die Werte spürbar zu. Lediglich bei Versicherungsleistungen gingen die Umsätze leicht zurück. Neben den Umsätzen analysierte ta.ts für den VIR auch die Anzahl von bereits gereisten oder verkauften Reisen in der Branche. Zwar stiegen die Werte hier ebenfalls, allerdings sichtbar schwächer als beim Umsatz. Daraus folgt: Weniger Reisen resultieren in höheren Umsätzen – ein klares Indiz dafür, dass Reisewillige mehr ausgeben bzw. mehr ausgeben müssen und dafür, dass höhere Kosten für Anbieter auf die Tarifgestaltung durchschlagen. Untermauert wird die Beobachtung der Preisentwicklung von touristischen Angeboten zum Vorjahr. Auch hier fallen insbesondere Pauschalreisen und Kreuzfahrten auf, deren Durchschnittsbeträge deutlich höher als 2022 sind.

„Die untersuchten Werte liefern uns eine ganze Reihe interessanter Aspekte“, kommentiert VIR-Vorstand Michael Buller. „Reduzierte Flugpläne, Personalengpässe, höhere Energiepreise – all dies schlägt natürlich auf Reisepreise durch. Für Reisewillige bedeuten die begrenzten Kapazitäten gerade im Flugbereich auf jeden Fall, dass sie sich zeitnah für ihren Wunschurlaub entscheiden sollten.“

Sichtbare Verschiebung von stationär zu online:

Nicht zuletzt beobachtet der Verband eine deutliche Verschiebung von Buchungen je nach Kanal. Im Vergleich zu 2022 legten die Umsätze zwar sowohl bei stationären Reisebüros als auch bei Online-Anbietern deutlich zu, für den Vergleich mit 2019 ergibt sich jedoch ein völlig anderes Bild. Hier konnte der Online-Vertrieb dazugewinnen, während der klassische Reisebüro-Kanal noch nicht das Niveau von 2019 erreicht hat. VIR-Vorstand Buller führt dies vor allem auf zwei Gründe zurück: „Zum einen gibt es einfach seit Corona signifikant weniger stationäre Anbieter, zum anderen haben sich die Menschen während der Pandemie stark an die Buchung im Internet gewöhnt. Entsprechend auffällig ist die Verschiebung, die wir derzeit sehen.“

Über den VIR:

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik, die laut FUR-Zahlen von 2022 rund 60 Prozent der Urlaubsreisen ab einer Übernachtung mit vorab gebuchten Leistungen ausmacht. Der VIR ist nicht nur Ansprechpartner für die Branche, sondern auch für Verbraucher, Medien und Politik. Zu den VIR-Mitgliedern gehören rund 80 Unternehmen, die in der digitalen Touristik tätig sind. Sie unterteilen sich in die vier Cluster OTA, Supplier & Tour Operator, Service- & Travel Technology Provider sowie Start-up. Zu den Aufgaben des VIR zählen auch die Nachwuchsförderung, die Unterstützung von Innovationen und Neuentwicklungen, sowie die Sensibilisierung der Touristik für wichtige Trends und Themen.

VIR-Mitglieder sind: A3M, ACCON-RVS, act, adigi, AERTicket, Allianz Travel, Amadeus Germany, Bewotec, Berge & Meer, Booking.com, .BOSYS, BPCS Consulting Services, CamperBoys, CampNerd, Chain4Travel, Concardis, DER Touristik, DynAmaze, EC Travel, elysium audio solutions, ERGO Reiseversicherung, Europ Assistance, Evaneos, exfinity, expipoint, Expedia Group, faircations, FairWeg, fanz, FerienDiscounter, FLYLA, FreizeitMonster.de, For You Travel, GIATA, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMerkur, heymundo, HolidayCheck, holidayheroes, Holistic Hotel Group, Hospitality Communication, HRS, Invia Group, Involatus Carrier Consulting, journaWay, Juvigo, Lambus, LEGOLAND Holidays, lialo, Lohospo, Midnight Deal, Midoco GmbH, MOTOURISMO, MyCabin, NeedNect Solutions, nieds, OBS OnlineBuchungsService, Passolution, Payone, PayPal, refundrebel, rhome, Sabre, sailwithus, schauinsland-reisen, sleeperoo, socialbnb, Solamento, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, ta.ts, team neusta, traffics, TraSo, travelbasys, travely, Travelport, TripLegend, TURESPAÑA, Ucandoo, weg.de, Wirelane, Xamine und ZAUBAR.

Geschäftsstelle:

Verband Internet Reisevertrieb e.V., Leonhardsweg 2, D-82008 Unterhaching

Tel.: 089-610667-29, E-Mail: presse@v-i-r.de oder info@v-i-r.de, Internet www.v-i-r.de

Pressemeldungen im Internet: Die aktuellen Pressemeldungen stehen im Internet unter www.v-i-r.de im Bereich "Presse" zum Download zur Verfügung. Ebenfalls ist die Aufnahme in den Presseverteiler möglich. Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie den VIR im RSS-Feed.