PRESSEMELDUNG

Positive Signale für die deutsche Touristikbranche:

Nach dem erfolgreichen Urlaubsjahr 2023 sieht der Verband Internet Reisevertrieb (VIR) aufgrund der aktuellen FUR-Reiseanalyse zum Online-Reisemarkt eine hohe Urlaubslust auch für 2024

Der Interessenverband der Digital-Touristik präsentiert die Daten & Fakten 2024

München, 01. März 2024 – Es war ein starkes Reisejahr 2023, und auch die Vorzeichen für 2024 stehen sehr gut: Laut der aktuellen Studie der FUR-Reiseanalyse, die der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) in seinen Daten & Fakten 2024 zum Online-Reisemarkt im Vorfeld der weltgrößten Reisemesse ITB Berlin veröffentlichte, erweist sich die deutsche Bevölkerung auch für 2024 überaus reisefreudig. Der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik zeigt sich daher zuversichtlich, dass das aktuelle Reisejahr nahtlos an die Erfolgsbilanzen des Vorjahres anschließen wird, in dem vor allem der Anteil der Auslandsreisen einen neuen Rekordwert erreichte. Zudem legte der Buchungsweg über die digitalen Kanäle in 2023 weiter zu. Bei Reisen mit mindestens einer Übernachtung wurden 63 Prozent ausschließlich digital gebucht. Weitere acht Prozent nutzten sowohl analoge als auch digitale Kanäle für ihre Urlaubsbuchung.

„Es läuft, die Buchungszahlen aus 2023 waren enorm stark“, stellte VIR-Vorstand Michael Buller einleitend zur Präsentation der aktuellen Daten & Fakten Analysen und Prognosen fest, die der VIR jährlich zur ITB Berlin vorstellt. Grundlage des aktuellen Stimmungsbildes bildete die Reiseanalyse 2024 von FUR. Demnach gab es im Vorjahr zahlreiche Erfolgsbilanzen für die deutsche Reiseindustrie. „Obwohl 2023 das erste Nach-Corona-Erholungsjahr war, ist es extrem stark gelaufen“, freute sich der Verbandschef. Der Anteil der Auslandsreisen erreichte mit 78 Prozent einen neuen Rekordwert. Insgesamt konnten sowohl bei den Haupturlaubsreisen (+5 Tage) als auch bei den Kurzreisen (unter 5 Tage) neue Rekorde bei den Ausgaben gemessen werden.

Erfolgreiche Bilanz für das Reisejahr 2023

Ulf Sonntag, Geschäftsführer des NIT und Leiter der FUR-Reiseanalyse, ging in seiner Präsentation weiter ins Detail: 77 Prozent der deutschen Bevölkerung haben in 2023 mindestens eine Urlaubsreise mit einer Dauer von fünf Tagen oder länger unternommen. Der Anteil der Reisenden stieg leicht im Vergleich zum Vorjahr und liegt nur noch knapp unter dem (Vor-Corona) Wert von 2019. 54,6 Millionen Menschen unternahmen insgesamt 65 Millionen Urlaubsreisen mit einer Dauer von mindestens fünf Tagen. Dabei stieg die Zahl der Reisenden im Vergleich zum Vorjahr 2022 leicht an, die Zahl der Urlaubsreisen insgesamt sank jedoch leicht. Dennoch erhöhten sich die Ausgaben in 2023 erneut und erreichten mit 86,9 Milliarden Euro wieder einen Rekordwert.

Zusätzlich unternahmen 30,9 Millionen Menschen 74,1 Millionen Kurzurlaubsreisen von zwei bis vier Tagen Dauer, wofür rund 27,2 Milliarden Euro ausgegeben wurden - dies ist ebenfalls für den Kurzurlaubsreisemarkt ein neuer Höchstwert. „Beide Rekorde sind auch den Preissteigerungen geschuldet, denn bei der Anzahl der Reisenden liegen wir noch hinter 2019“, betonte Ulf Sonntag.

Reiseverhalten 2023 im Detail

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 Prozent, gefolgt von Italien und der Türkei mit jeweils acht Prozent. Die Inlandsreisen wiederum gingen zurück, wodurch auch die Marktanteile der Bundesländer sanken. Dabei blieb Bayern das beliebteste Inlandsreiseziel, gefolgt von Schleswig-Holstein.

Erstmals überholte im Reisejahr 2023 das Flugzeug den PKW als das meistgenutzte Verkehrsmittel für Urlaubsreisen ab fünf Tagen, was vor allem dem hohen Anteil an Auslandsreisen geschuldet ist. Bahn und Bus wurden von rund fünf Prozent der Reisen genutzt.

Pauschalreisen machten 44 Prozent aller Urlaubsreisen aus, was einen Anstieg im Vergleich zum Vorjahr darstellt. Bei Kurzurlaubsreisen waren Einzelbuchungen der Unterkunft die dominierende Organisationsform.

„Man sieht bei den Haupturlaubsreisen, dass dort vor allem die Zweitreisen fehlen“, so die Bilanz von VIR-Vorstand Michael Buller. „Wurden 2019 noch 15,6 Millionen zweite Reisen unternommen, so sind es in 2023 nur noch 10,4 Millionen. Dies beeinträchtigt natürlich die Gesamtzahl an Urlaubsreisen.“

Weiterwachsende Stärke der digitalen Kanäle

Die Buchungswege über digitale Kanäle legten auch in 2023 weiter zu und liegen bei den Haupturlaubsreisen (+5 Tage) bei mittlerweile 59 Prozent - in 2019 lag der Wert noch bei 51 Prozent. Bei den Kurzurlaubsreisen wurden sogar 82 Prozent ausschließlich digital gebucht. Insgesamt wurden 63 Prozent aller Reisen mit mindestens einer Übernachtung (Haupturlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen) ausschließlich digital gebucht. 2019 lag dieser Wert noch bei 61 Prozent. Darüber hinaus nutzten weitere acht Prozent sowohl analoge als auch digitale Kanäle für ihre Urlaubsbuchung.

Trotz etwas geringerer Reisetätigkeit 2023 wurden häufiger Urlaubsinhalte im Internet gesucht als 2022, was den hohen Stellenwert des Internets als Informationsquelle bei Urlaubsreisen verdeutlicht. Und: Noch immer bevorzugen jüngere Reisende im Vergleich zu Älteren vermehrt digitale Buchungen. Dennoch überwiegt auch bei den 50- bis 69-jährigen die Anzahl der digitalen Buchungen verglichen mit analogen Kanälen. Dies unterstreicht den stetig wachsenden Stellenwert der digitalen Kanäle auch bei älteren Reisenden.

Die Reiseabsichten der Deutschen für 2024 sind überaus positiv

Die FUR-Reiseanalyse zeigt auf, dass die Reiseabsichten der deutschen Bevölkerung im Vergleich zu den Vorjahren positiver sind und auf einem ähnlichen Niveau wie bei der Befragung im Januar 2020 liegen. Dabei werden die individuellen Reiseabsichten stärker von der persönlichen wirtschaftlichen Situation beeinflusst als von der allgemeinen Lage. Insgesamt gehen 57 Prozent der Befragten von einer stabilen finanziellen Situation aus, 14 Prozent erwarten sogar eine Verbesserung.

„Urlaubsreisen sind für die Reisenden nach Lebensmitteln das wichtigste Konsumgut und eine liebgewonnene Gewohnheit“, bilanzierte Ulf Sonntag. Allerdings empfinden der FUR-Reiseanalyse zufolge große Teile der Bevölkerung die gestiegene Preisentwicklung als Belastung, vor allem in den unteren Einkommensgruppen sei dies deutlich spürbar. Dennoch haben über die Hälfte der befragten Personen, die sich durch die Preissteigerungen sehr belastet fühlen, eine positive Reiseabsicht für 2024.

Insgesamt sind sich 73 Prozent der Menschen sicher, dass sie im kommenden Jahr eine Urlaubsreise von mindestens fünf Tagen Dauer machen werden. „Die Urlaubslust war gegen Jahresende 2023 mit 54 Prozent auf einem hohen Stand“, so der Reise-Experte der FUR. „Die Mehrheit von 54 Prozent ist sich zudem sicher, dass auch das Geld für den Urlaub im aktuellen Jahr vorhanden sein wird.“ Dennoch liegt dieser Wert noch unter dem Ergebnis der Befragung aus 2019.

Urlaubsreisebudget 2023

2023 lag der Anteil der Ausgaben für Urlaubsreisen bei 7,1 Prozent des Nettohaushaltseinkommens. Trotz der gestiegenen Reisekosten war das Niveau für das Urlaubsreisebudget identisch zu 2019, dort lag der Wert ebenfalls bei 7,1 Prozent. Bei Personen, die 2024 weniger ausgeben wollen, suchten 34 Prozent nach Sonderangeboten, 28 Prozent wählten ein preisgünstigeres Reiseziel, 25 Prozent eine günstigere Unterkunft und 24 Prozent möchten in der günstigeren Nebensaison Urlaub machen.

Die Buchungszahlen im Januar 2024 übertreffen den starken Vorjahresmonat

Die positiven Trends für die Reisesaison 2024 setzten sich im Beitrag von Roland Gaßner, Direktor Business Development, Travel Data + Analytics GmbH, fort. Er zeigte auf, dass der Januar 2024 den Vorjahresmonat trotz eines Frühbucheraufkommens zurück in alter Stärke sogar noch übertroffen hat. „Dies spricht für eine bemerkenswert stabile Urlaubsnachfrage im deutschen Markt“, bekräftige er. Im Januar 2024 haben die Bundesbürger rund 3,3 Milliarden Euro für ihre pauschal oder in Bausteinen organisierten Urlaubsreisen ausgegeben. Dies entspricht einem Zuwachs von sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Der Januar ist im deutschen Urlaubsreisemarkt mit Abstand der stärkste Buchungsmonat des Jahres.

Ausgabeverhalten Städtetrip versus Urlaubsreise

Neu in den Daten & Fakten des VIR ist eine Analyse der Ausgaben vor Ort von Urlaubern anhand eines Vergleichs der Reiseziele Paris und Teneriffa, das Resultat einer Zusammenarbeit des VIR mit Mastercard. Oliver Gabriel, Director Advisors BD bei Mastercard, zeigte in seinem Beitrag beim VIR Online Summit das Verhalten der Reisenden vor Ort auf: Die durchschnittlichen Ausgaben pro Besuch auf Teneriffa liegen bei 354 Euro und in Paris bei 346 Euro. Im Vergleich dazu geben die Deutschen im Schnitt für ihren Besuch 352 Euro auf Teneriffa und 212 Euro in Paris aus. Der Unterschied der Ausgaben in Paris liegt daran, dass die Golfstaaten mit über 2.000 Euro in Paris die ausgabenfreudigsten Besucher aufgrund ihres Shoppingverhaltens sind – dies treibt den Gesamtschnitt hoch.

Nachhaltigkeit: Die Reisebranche ist gefordert

Wie die FUR-Reiseanalyse zur Digital-Touristik aufzeigt, hat der Großteil der Deutschen nach wie vor eine positive Einstellung zur Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen. Gleichwohl ist der Anteil an Auslandsreisen und insbesondere an Flugreisen so hoch wie nie zuvor. „Unsere Branche hat noch viele Hausaufgaben in puncto nachhaltig buchbaren Angeboten zu machen“, betont VIR-Vorstand Michael Buller. „Der Verbraucher hat hierfür ein Bewusstsein und wünscht sich eine Transformation im Tourismus zu mehr Nachhaltigkeit. Wir dürfen nicht auf die Nachfrage warten, sondern müssen die Branche zukunftsfähig machen - auch, um die vereinbarten und nicht zuletzt gesetzlich vorgeschriebenen Klimaziele zu erreichen.“

Die „VIR Daten + Fakten zum Online Reisemarkt 2024“ sind abrufbar unter:

https://v-i-r.de/marktforschung/daten-und-fakten-zum-online-reisemarkt/

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, adigi, AERTiCKET, Allianz Travel, AlpacaCamping, Amadeus Germany, avanera, Bewotec, Berge & Meer, Booking.com, .BOSYS, BPCS Consulting Services, CampNerd, Chain4Travel, DER Touristik, EC Travel, elysium audio solutions, ERGO Reiseversicherung, Europ Assistance, Evaneos, expipoint, Expedia Group, faircations, FairWeg, fanz, FerienDiscounter, FLYLA, For You Travel, GIATA, Hamburg Tourismus GmbH, HanseMerkur, HolidayCheck, holidayheroes, Holistic Hotel Group, Hospitality Communication, HRS, Invia Group, Involatus Carrier Consulting, journaway, Juvigo, LEGOLAND Holidays, Lohospo, Midoco GmbH, MyCabin, NeedNect Solutions, Nexi, nieds, OBS OnlineBuchungsService, Passolution, Payone, PayPal, Peakwork, rhome, Sabre, sailwithus, schauinsland-reisen, socialbnb, Solamento, Sunny Cars, taa travel agency accounting GmbH, ta.ts, team neusta, traffics, TraSo, travelbasys, travely, Travelport, TURESPAÑA, Voyage Privé, We Love Holidays Deutschland GmbH, 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.