



# Key Facts - RA Trendstudie 2030

*Urlaubsnachfrage am Quellmarkt Deutschland  
Inkl. Update 2022*

*Tirol Werbung  
Daten & Innovation  
[www.tirolwerbung.at](http://www.tirolwerbung.at)*

Der Inhalt dieser Studie ist Eigentum der Tirol Werbung und darf grundsätzlich nur zum internen Gebrauch verwendet werden. Einzelne Ergebnisse dieser Studie dürfen nur unter Angabe der Quelle (Tirol Werbung) an Dritte weitergegeben werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist grundsätzlich nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Tirol Werbung erlaubt.

## Inhaltsverzeichnis

Reiseanalyse Trendstudie 2030 – Das Wichtigste im Überblick	3
1. Umfeldanalyse und das touristische Angebot	4
2. Corona-Pandemie und Einflüsse auf Urlaubsnachfrage	5
3. Der Kunde im Tourismus 2030	5
4. Reisen der Deutschen: Reisevolumen, Reisevorbereitung und Reiseziele	6
5. Reiseverhalten der deutschen Urlauber	7
6. Fazit	9

### Kontakt

Laura Fitz, BSc

[laura.fitz@tirolwerbung.at](mailto:laura.fitz@tirolwerbung.at) // +43.512.5320-255

Daten & Innovation

## Reiseanalyse Trendstudie 2030

### Hintergrund

Die **Reiseanalyse (RA) Trendstudie** beschäftigt sich mit Trends und der Entwicklung hinsichtlich des Urlaubstourismus der deutschen Bevölkerung.

Zusätzlich wurde ein Update 2022 aufgrund der Veränderungen durch die Corona-Pandemie inkludiert, welches jene Auswirkungen in die Trendentwicklung miteinbeziehen.

### Das Wichtigste im Überblick

#### DER KUNDE 2030:

- Der Kunde 2030 ist nicht nur reiseerfahren, kompetent und anspruchsvoll, sondern auch multioptional und flexibel, wenn es ums Thema Reisen geht.
- Aufgrund des demografischen Wandels wird die Bevölkerung immer älter.
- Nachhaltigkeit (soziale und ökologische) gewinnt an Bedeutung, zeigt sich jedoch derzeit noch wenig im tatsächlichen Verhalten.
- Urlaubsmotive der deutschen Bevölkerung werden sich bis 2030 kaum verändern: sich entspannen, keinen Stress, Abstand vom Alltag gewinnen, neue Kraft tanken sind weiterhin wichtig.

#### REISEVOLUMEN, -VORBEREITUNG UND -ZIELE IN 2030:

- Für 2030 wird Stabilität bei Urlaubsreise 5+ Tage mit etwa 69,5 Mio. Reisen und geringes Wachstum bei Kurzurlaubsreisen mit 100,4 Mio. Reisen prognostiziert.
- Die Reisevorbereitung (Informationsquelle und Buchungsweg) werden von der steigenden Internetnutzung geprägt: bis 2030 wird eine fast 100% Internetnutzung der deutschen Bevölkerung angenommen
- Wachstum bei direkten Buchungen der Unterkunft wird erwartet, die Bedeutung von Reisebüros wird jedoch kaum abnehmen.
- Auslandsziele werden bis 2030 zu Lasten der Inlandsreiseziele etwas an Bedeutung gewinnen
- Die Alpen weisen einen leicht rückläufigen Trend auf, Nordwesteuropa berichtet leichtes Wachstum
- Fernziele bieten zwar Wachstumspotenziale, sind jedoch stark von der Corona-Pandemie betroffen; Vorkrisenniveau ist erst nach einigen Jahren zu erwarten
- Bis 2030 wird bezüglich der Reisebegleitung erwartet, dass 45% der Reisen zu dritt und mehr, 44% der Reisen zu zweit und 18% Reisen mit Kindern durchgeführt werden; Reisen mit Kindern als Begleitung sollen leicht ansteigen
- Die Reisedauer wird weiterhin stabil bei 12,3 Tagen bleiben, sowie der Sommer auch künftig die wichtigere Saison für den deutschen Touristen darstellen wird
- Die beliebteste Unterkunftsart wird 2030 weiterhin das Hotel darstellen, gefolgt von Ferienwohnungen/ -häusern
- 2030 wird bezüglich der Transportmittel eine Verteilung von 44% Marktanteil Flugzeug und 36% Marktanteil Pkw wie im Jahr 2019 angenommen
- Weiterhin wird die deutsche Bevölkerung großes Interesse an Erholungs-/Entspannungsurlaub sowie Strand-/Badeurlaub zeigen
- Wachstum ist bei Familienurlaub und Wellnessurlaub, Rückgänge bei Gesundheitsurlaub zu erwarten

## 1. Umfeldanalyse und touristische Angebot

### Umfeldanalyse

Aus der Umfeldanalyse ergeben sich drei grundsätzliche Entwicklungen, welche einen Einfluss auf die Urlaubsreisen bis 2030 haben werden.

- **Demografischer Wandel:** Gesellschaft wird differenzierter, älter, bunter (aufgrund von Migrationsgewinnen) und arbeitet länger
- **Zunahme der Digitalisierung:** betrifft sämtliche Bereiche; wachsende Online-Affinität; bis 2030 wird eine Internetnutzung der Bevölkerung von annähernd 100% vorhergesagt
- **Zunahme der Mobilität:** Betreffend sämtliche urlaubsrelevante Verkehrsmittel

### Grundsätzliche Einflüsse der Corona-Pandemie auf Urlaubsreisen

- **Politik:** Aufgrund der anhaltenden Corona-Pandemie werden Maßnahmen eingesetzt, welche zu Einschränkungen des Alltagslebens führen und somit auch Auswirkungen auf den Tourismus in der Mobilität, Beherbergung und Durchführung von Veranstaltungen haben
- **Ökonomie:** Das Bruttoinlandsprodukt fiel im Jahr 2020 um 4,9%; jedoch wird für die nächsten ein bis zwei Jahr eine deutliche Erholung des Wachstums erwartet

### Touristisches Angebot

Das touristische Angebot übt durch die enorme Vielfalt und Kapazität Einfluss auf die Nachfrage aus. Wesentliche Erkenntnisse inklusive der Einflüsse der Corona-Pandemie auf das Angebot lauten:

- In den letzten Jahrzehnten starke Nachfrage bei **Pauschalreisen** aufgrund von tagesaktuellen Preisen, der Möglichkeit von kurzfristigen Buchungen und der Tatsache, dass es sich um eine sichere Reiseform handelt
- Verstärkte Tendenz zu **Online-Buchungen** auf Kosten der Reisebüros aufgrund der Corona-Pandemie; mögliche Rückkehr durch „mobile Reisebüros“ anstatt stationären
- **Transportmittel:** Die Entwicklung der Transportmittel ist von den Klimaschutzziele bis 2030 bzw. 2050 zur Reduktion von CO<sub>2</sub> im Verkehr abhängig; der Fokus liegt auf der Attraktivitätssteigerung der Bahn
- **Transport per Pkw:** Bei privaten Pkws wird Elektromobilität gefördert; angenommene Zunahme der Pkw-Nutzung bei Urlaubsreisen aufgrund der Corona-Pandemie
- **Transport per Flug:** Trotz anhaltendem Nachfrageeinbruch aufgrund der Corona-Pandemie wird für die Branche mittel- bis langfristig von einem „new normal“ ausgegangen
- **Mobilitätskosten:** Aufgrund der Mehrwertsteuersenkung Vergünstigung der Ticketpreise bei Fernreisen per Bahn; prognostizierte Flugpreissteigerung aufgrund der Luftverkehrsteuer sowie der schlechten finanziellen Lage vieler Fluggesellschaften wegen der Corona-Pandemie; zur Steigerung der Nachfrage kann es kurzzeitig zu Preissenkungen bei Flügen kommen
- **Beherbergung:** mögliche strukturelle Veränderungen in der Hotellerie; es wird keine sinkende Übernachtungskapazitäten angenommen; der langanhaltende Personalmangel sorgt für Probleme - viele Arbeitskräfte haben sich während der Pandemie umgeschult und die Branche verlassen

## 2. Corona-Pandemie und Einflüsse auf Urlaubsnachfrage

- Die Corona-Pandemie führt zu wirtschaftlichen Konsequenzen sowie zu sozialen und persönlichen Folgen innerhalb der Gesellschaft (Erkrankungen und damit verbundene Ängste und Unsicherheit)
- Einschränkungen im Alltag durch Corona-Maßnahmen können zu vermehrten Drang nach Urlaubsreisen führen

### Einflüsse der Corona-Pandemie auf die Urlaubsnachfrage

- Die Urlaubsnachfrage hängt in Corona-Zeiten entscheidend vom individuellen Reisen-Können und -Wollen der Touristen sowie den Einschränkungen durch die Politik ab
- Die Reiselust der deutschen Urlauber sank in den Jahren 2020 und 2021 etwas, ist jedoch trotz der starken Einschränkungen im Wesentlichen stabil geblieben
- Aufgrund der Pandemie etablierten sich spezifische Reiseansprüche wie Hygiene, geringe Infektionsraten im Reiseland und die Möglichkeit zur sicheren Rückkehr. Erhöhte Flexibilität bei der Reiseplanung (kulante Stornobedingungen, flexible Buchungszeiten) spielt ebenfalls eine zentrale Rolle
- Hinsichtlich der Reiseziele erwartet man bis ca. 2022 einen Anstieg der Inlandsreisen, während Auslandsreisen zurückgehen werden; erst ab 2023 wird erst eine weitgehende Stabilisierung erwartet
- Aufgrund der Corona-Krise wird temporär eine Abnahme der Reiseintensität, -häufigkeit und -volumen erwartet; die touristische Nachfrage wird somit zwischen 2020 und 2023 von der prognostizierten Entwicklung (vor Corona) abweichen, jedoch voraussichtlich bis 2025 wieder größtenteils die angenommene Entwicklung erreichen (= back on track)
- Verwandten-/Bekanntebesuche werden kurzfristig von den Auswirkungen der Krise profitieren, während für Strand-/Badeurlaube am Mittelmeer kurzzeitig ein Rückgang erwartet wird; aufgrund der aktuellen Relevanz können auch Gesundheitsurlaube an Attraktivität gewinnen; eine Rückkehr zum gewohnten Niveau wird für 2023 erwartet
- Nachhaltig von der Krise beeinflusst sein werden Flugverkehr sowie Kreuzfahrten; bei Flugreisen werden ein steigendes Nachhaltigkeitsbewusstsein sowie höhere Flugpreise; die Rückkehr zum Vorkrisenniveau bei Kreuzfahrten wird es mehrere Jahre dauern

## 3. Der Kunde im Tourismus 2030

- Auch die zukünftigen Kunden sind von **Vielseitigkeit** geprägt
- Kunden im Jahr 2030 sind nicht nur **erfahrener, kompetent** sowie **anspruchsvoll**, sondern auch als **multioptional** und **flexibel**
- Aus Sicht der Motive und Einstellungen in Bezug auf Urlaubsreisen ist eine stabile **Tourismussachfrage**, sowohl aus quantitativer als auch qualitativer Sicht, erkennbar
- Die wichtigsten **Urlaubsmotive** (sich entspannen, keinen Stress, Abstand vom Alltag gewinnen, neue Kraft tanken) werden sich in den nächsten Jahren nicht ändern; für jüngere Generationen wird die *Shareability* des Erlebten an Bedeutung gewinnen
- Da Urlaubsreisen nach wie vor wichtige Bedürfnisse stillen, wird auch zukünftig in Krisenzeit eine solide touristische Grundnachfrage erwartet
- Die Einstellung der deutschen Bevölkerung zu **sozialer** und **ökologischer Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen** fällt wesentlich positiver aus, als das tatsächliche Verhalten schlussendlich zeigt; Nachhaltigkeit wird in Zukunft zwar als Reisebedingung von Bedeutung sein, allerdings steht im Vordergrund, dass Urlaubswünsche erfüllt werden

## 4. Reisen der Deutschen: Reisevolumen, Reisevorbereitung und Reiseziele

### Reisevolumen:

- Für 2030 wird mit **Stabilität bei Urlaubsreisen** (5+ Tage) und **Zuwächse bei Kurzurlaubsreisen** mit +3% gerechnet
- Die **Urlaubsreiseintensität** bleibt trotz alternder Bevölkerung auf einem sehr hohen Niveau (78%), hingegen sinkt die Zahl der Urlaubsreisen aufgrund einer leicht rückläufigen Reisehäufigkeit
- Das **Reisevolumen** ab fünf Tagen wird bis 2030 auf etwa 69,5 Mio. Reisen geschätzt und bleibt beständig (2019: 70,8 Mio.); bei Kurzurlaubsreisen wird ein Zuwachs von 92,1 Mio. (2019) auf 100,4 Mio. (2030) vermutet
- Bezüglich des Reisevolumens werden Unterschiede bei den **Altersgruppen** (aufgrund des demografischen Wandels) erkennbar sein: während die Altersgruppe 60+ vermutlich mehr Reisen unternehmen wird, wird bei jüngeren Zielgruppen (mit Ausnahme der 40- bis 49-Jährigen) einen Rückgang erwartet
- Die **Urlaubsausgaben** bleiben in etwa gleich, unter Berücksichtigung der Inflation und dem Zielgebiet; generell wird bei Auslandsreisen mehr ausgegeben als bei Reisen im Inland (dies gilt auch für Kurzurlaubsreisen)

### Reisevorbereitung:

- Der Wandel in der Reisevorbereitung wird im Wesentlichen von der enorm steigenden **Internetnutzung** vorangetrieben: Für 2030 wird eine fast 100% Internetnutzung der deutschen Bevölkerung angenommen
- Diese Veränderung beeinflusst somit **Informationsquellen und Buchungswege**; hierbei sind jedoch keine drastischen Auswirkungen zu erwarten, viel mehr wird es zu einer Umstrukturierung von offline hin zu online führen, zu Lasten telefonischer Buchungen
- Weiterhin werden zur **Inspiration** für eine Destination private/persönliche Quellen herangezogen und auch offline Marketingkommunikation (Prospekte, Plakate) bleiben künftig (trotz verstärkter Online-Nutzung) von Bedeutung; für **spezifische Informationen** werden hingegen **vorwiegend Online-Quellen** verwendet, aber auch Empfehlungen von Freunden/Bekanntem; steigende Bedeutung mobiler Endgeräte, sowohl vor als auch nach der Reise
- Ein Wachstum von **direkten Buchungen** wird erwartet; die Bedeutung von Reisebüros/Reiseveranstaltern wird jedoch kaum abnehmen
- Für **Pauschalreisen** wird eine stabile Perspektive ohne deutliches Wachstum vorhergesehen, was auf die Verschiebung und dem leichten Rückgang der Zieldestinationen von Pauschalreisen (z.B. Mittelmeer Regionen) zurückzuführen ist
- Aufgrund der **Corona-Pandemie erhöhte Beratungs- und Sicherheitsbedürfnisse**, sowie Anliegen zu Stornobedingungen könnten in Zukunft Urlaubsreisende in Reisebüros und zu Reiseveranstaltern ziehen, wenn sich die Nachfrage nach Flugreisen ins Ausland erholt

#### Reiseziele:

- **Auslandsziele** werden bis 2030 zu Lasten der **Inlandsreiseziele** etwas an Bedeutung gewinnen (Ausland 75%, Inland 25%); es wird ein Rückgang um etwa 1,3 Mio. Inlandsreisen erwartet, das Auslandsreisevolumen wird jedoch stabil bleiben
- **Die Alpen** als Urlaubsdestination (In- und Ausland) zeigen einen leicht rückläufigen Trend; aufgrund der Ausgangslage (räumliche Nähe und enormes Interessenspotenzial) kann dem jedoch mit Marketingmaßnahmen entgegengewirkt werden
- **Nordwesteuropa** berichten leichtes Wachstum
- **Beliebteste Auslandsreiseziele** bleiben weiterhin Spanien, Italien, die Türkei, Österreich und Griechenland
- **Fernreiseziele** bieten zwar Wachstumspotenzial, werden jedoch, von den Auswirkungen der Corona-Krise und den dementsprechenden Folgen der Flugbranche betroffen sein; das Volumen von 2019 ist erst nach einiger Zeit wieder zu erwarten
- **Krisen** innerhalb von Reisezielen, führen nicht zur Abnahme der touristischen Gesamtnachfrage, sondern lediglich zu Verschiebungen zwischen den Destinationen; außerdem gilt, sobald ein Reiseziel von Negativschlagzeilen herauskommt, stellt sich bald wieder die gewohnte Nachfrage ein
- Bis 2030 wird ein leichter Rückgang beim Anteil der **Kurzurlaubsreisen** innerhalb Deutschlands erwartet
- Es wird bis etwa 2023/24 mit einem kurzzeitigen Anstieg von **Inlandsreisen** und gleichzeitiger Abnahme von **Auslandsreisen** gerechnet. Als Grund kann hier Regularien wie Hygienevorgaben sowie Inzidenzen, oder nicht ausreichende Kapazitäten genannt werden
- **Großregionen** werden sich voraussichtlich ab 2023/24 wieder einpendeln, aufgrund von steigendem Nachhaltigkeitsbewusstsein, steigenden Flugpreisen und Unsicherheitsgefühl während Flügen, könnte die Pandemie negative Auswirkungen auf Flugreisen nehmen

## 5. Reiseverhalten der deutschen Urlauber

#### Reisebegleitung:

- 88% der Urlaubsreisen wurden im Jahr 2019 **in Begleitung** getätigt und somit 12% **ohne Begleitung**; stabiler Anteil Alleinreisender seit beinahe zwei Jahrzehnten
- Bis 2030 wird am deutschen Markt folgende Struktur bei den Reisenden und deren Begleitung erwartet: 45% Reisen zu dritt und mehr und 44% Reisen zu zweit
- **Reisen ohne Begleitung** können möglicherweise in der Zukunft etwas abnehmen
- **Reisen mit Kindern** macht einen Anteil von 18% der Urlaubsreisen aus; es werden Stabilität, als auch kleine Wachstumschancen erwartet

#### Reisedauer und Saisonalität:

- Die **Dauer** einer durchschnittlichen Reise wird sich – nach jahrzehntelanger Abnahme – stabilisieren (von 12,4 Tage im Jahr 2019 auf 12,3 Tage im Jahr 2030)
- Für deutsche Urlauber ist und bleibt der Sommer die wichtigste **Saison**, aufgrund von Motiven und Interessen wird auch keine Veränderung vorausgesagt

- Aufgrund Corona-Pandemie wird ein kurz- und mittelfristiger Rückgang der Reisedauer prognostiziert; Grund dafür sind geänderte Reisedestinationen und die damit einhergehende verkürzte Anreisezeit

#### Unterkunftsart:

- Die beliebteste Unterkunftsart werden weiterhin an erster Stelle **Hotels** sein, gefolgt von **Ferienwohnungen/-häuser**
- Bis 2030 wird sowohl bei den Hotels als auch im **Camping-Segment** und der **Kreuzfahrt** auf See ein Wachstumspotenzial vermutet; allerdings sind insbesondere Kreuzfahrten auf See von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen
- Aufgrund der Corona-Pandemie sind leicht Marktanteilsgewinne für **Selbstversorgerunterkünfte** (Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Camping, Wohnmobil) anzunehmen

#### Transportmittel:

- Derzeit dominieren Flugzeug und Pkw mit jeweils 40% Marktanteil
- Bis 2030 soll wieder eine ähnliche Verteilung wie 2019 mit 44% Marktanteil das **Flugzeug** an der Spitze, gefolgt von 36% Marktanteil der **Pkw** vorherrschen; die Corona-Pandemie dämpft die Zunahme an Flugreisen
- Welches Transportmittel herangezogen wird, ist abhängig von der gewählten **Destination**, der **Entfernung**, der **Begleitung** sowie den **Motiven** der Reisenden
- Der **Pkw** ist in keiner anderen Region derartig stark ausgeprägt wie in den **Alpen**, jedoch ist hier auch der **Bus** von großer Bedeutung
- Aufgrund der Corona-Pandemie wird zeitweise die Anreise per **Pkw** ansteigen, eventuell kann auch die Bahn kurz- bis mittelfristig von geänderten Reisezielwahlen profitieren
- Die Corona-Pandemie wird weiterhin den **Flugverkehr** verändern; Kurzfristig wird mit einem deutlichen Rückgang bis möglicherweise 2025 gerechnet; Mittelfristig können weitere Faktoren wie das steigende Bewusstsein für Nachhaltigkeit oder erhöhte Flugpreise den Flugverkehr schwächen

#### Urlaubsreiseart und Urlaubsaktivitäten:

- Hinsichtlich der Urlaubsreisearten gilt auch bis 2030 weiterhin dem **Erholungs-/Entspannungsurlaub** und dem **Strand-/Badeurlaub** das größte Interesse der deutschen Bevölkerung
- Leichte Wachstumschancen werden beim **Familienurlaub** und **Wellnessurlaub** erwartet; bei **Gesundheitsurlauben** sind Rückgänge zu erwarten
- Aufgrund der Corona-Pandemie werden **Verwandten-/Bekanntebesuche** in den ersten Jahren kurzfristig von dessen Effekten profitieren
- Nach der Verteilung der Reisearten, wählen die Deutschen die **Alpen** als Reiseziel, um insbesondere eine **Erholungsreise** oder einen **Aktiv-** oder **Natururlaub** zu machen
- In Bezug auf **Urlaubsreiseaktivitäten** wollen die Urlauber nicht bloß faulenzten, aber auch nicht zu aktiv sein, denn nur manche betreiben im Urlaub effektiv Sport; jedoch sehnen sich Urlauber nach **Erlebnissen** in Form von Ausflügen, Kulinarik, Shopping oder Schwimmen



## 6. Fazit

- **Kunden** im Jahr 2030 sind multioptional und flexibel in ihrem Reiseverhalten sowie reisekompetenter. Deshalb ist es wichtig, sie mit einem attraktiven Urlaubsangebot abzuholen, da sie sich für diverse Arten von Urlaubsreisen begeistern können
- **Mehr Urlaub mit Kindern:** Der Anteil an Kindern bis 14 Jahren steigt bis 2030 an, wodurch auch die Urlaubsreisen mit Kindern als Begleitung an Bedeutung gewinnen werden und das Segment des Familienurlaubs gefördert werden soll
- **Mehr ältere Gäste:** Es wird erwartet, dass der Anteil an älteren Gästen, aufgrund der alternden Bevölkerung, steigt. Diese Entwicklung bietet neue Potenziale, auf welche eingegangen werden soll
- Die **Motive** für Urlaubsreisen werden bis 2030 annähernd gleichbleiben: sich entspannen zu können, keinen Stress sowie eine Distanz zum Alltag zu haben, während gleichzeitig neue Kraft getankt wird. Dementsprechend sollten weiterhin Angebote geschaffen werden, welche dieser Motivbefriedigung dienen
- **Nachhaltigkeit** wird wichtiger: Ökologische und soziale Nachhaltigkeit gewinnt im privaten Raum an Bedeutung, was zu veränderten Reiseverhalten führen und Auswirkungen auf den Tourismus haben kann. Anbieter müssen sich ebenfalls mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen und dementsprechende Angebote schaffen
- **Die Bevölkerung wird immer digitaler:** Informationsbeschaffung via Internet sowie online Buchungen steigen weiter an. Umso wichtiger ist es, dass sich Anbieter daher stets an die digitale Entwicklung anpassen
- **Mehr Reisen, aber kürzer:** Dies bedeutet wiederum ein höherer Aufwand/Flexibilität für die Anbieter, um dies zu kompensieren
- **Corona-Pandemie:** Die Auswirkungen der Corona-Pandemie sind weiterhin spürbar, zusätzliche Anforderung an das Angebot wie Hygienemaßnahmen und niedrige Inzidenzen werden in den kommenden Jahren weiterhin für den Tourismus relevant sein