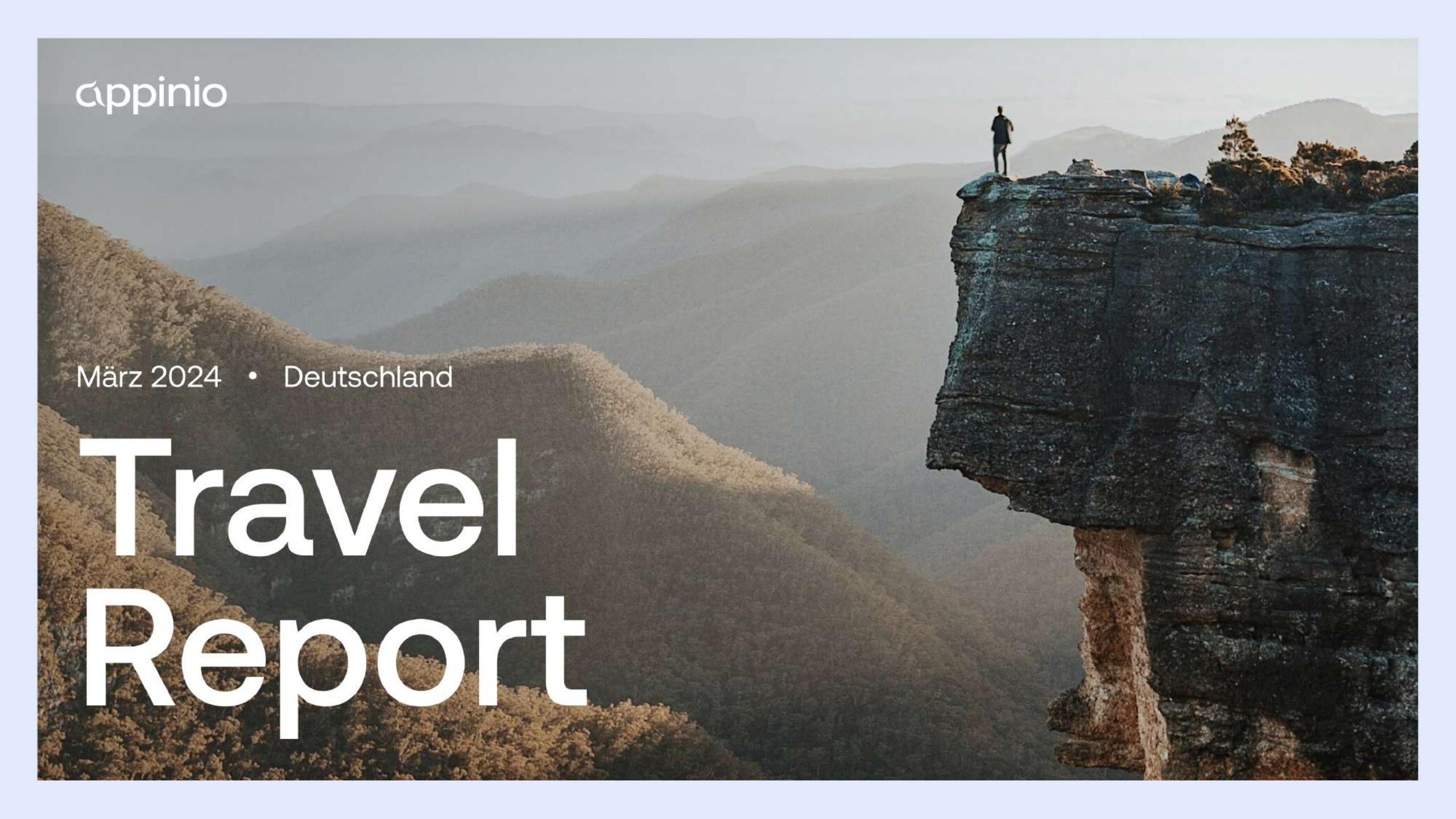


A person stands on the edge of a dark, layered rock formation that juts out over a deep valley. The valley is filled with dense green forests, and in the distance, a series of rolling mountain ranges are visible under a hazy, overcast sky. The lighting suggests early morning or late afternoon, with soft light filtering through the haze.

appinio

März 2024 • Deutschland

Travel Report

Agenda

01
2024 – ein Jahr voller Reisen 3

02
Reiseplanung 12

03
Reisewünsche 20

04
Liebe auf Reisen 25

05
Aktuelle Reisetrends 29

Einleitung zum Report

2024 – das Jahr des Reisens? Bereits 2023 haben wir die Deutschen nach ihrem Reiseverhalten befragt und herausgefunden, wohin sie reisen, mit wem sie verreisen, wie viel ihre Reisen kosten, welche Rolle das eigene Haustier dabei spielt, wer eine Workation plant und vieles mehr. Es zeigte sich: das Bedürfnis zu reisen ist groß. Deshalb wollten wir auch dieses Jahr von den Deutschen wissen, wie es um ihre Reisepläne steht. Worauf kommt es ihnen 2024 an? An welche Orte schlägt es sie, mit welchem Transportmittel verreisen sie und spielt Nachhaltigkeit dabei auch eine Rolle? Außerdem haben wir aktuelle Reisetrends wie Virtual Reality auf Reisen und smarte Reise-Apps unter die Lupe genommen.

Der Report basiert auf einer national repräsentativen Studie (quotiert nach Alter und Geschlecht, Zensus 2011), in der wir 1.000 Deutsche nach ihren Reisegewohnheiten und -plänen befragt haben.

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg, Deutschland.



Du möchtest mehr Einblicke? Klicke auf das Dashboard-Icon im Report, um zu den Ergebnissen zu gelangen. Dort kannst du die Daten einsehen und genauer analysieren.

A wide-angle photograph of a coastal scene. In the foreground, a large, dark, craggy rock formation stands in the shallow water. To its left, a black sand beach is visible with gentle waves washing onto it. In the background, a long, flat-topped cliff or headland stretches across the horizon under a pale, overcast sky. Further out in the sea, a small group of rocky islets is visible.

01

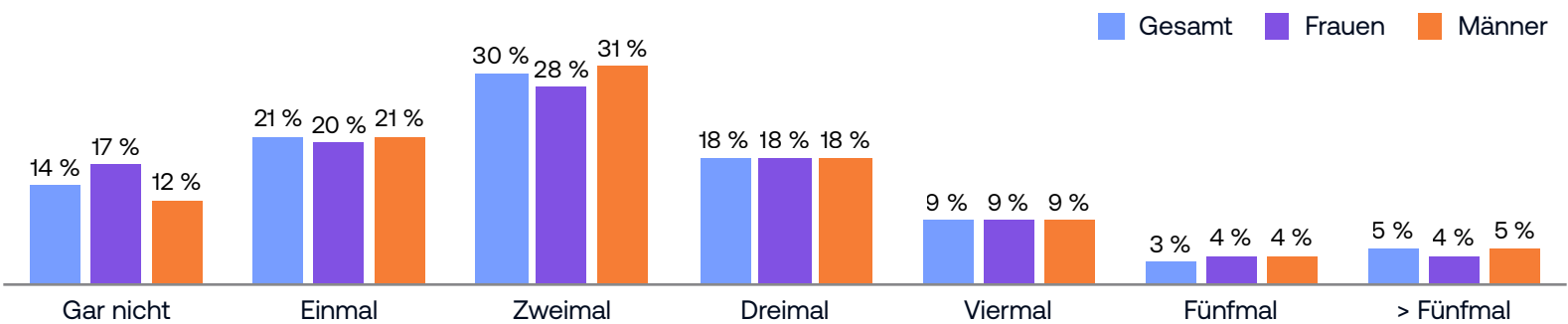
2024 – ein Jahr voller Reisen

appinio

01 2024 – ein Jahr voller Reisen | Die Reisebereitschaft steigt

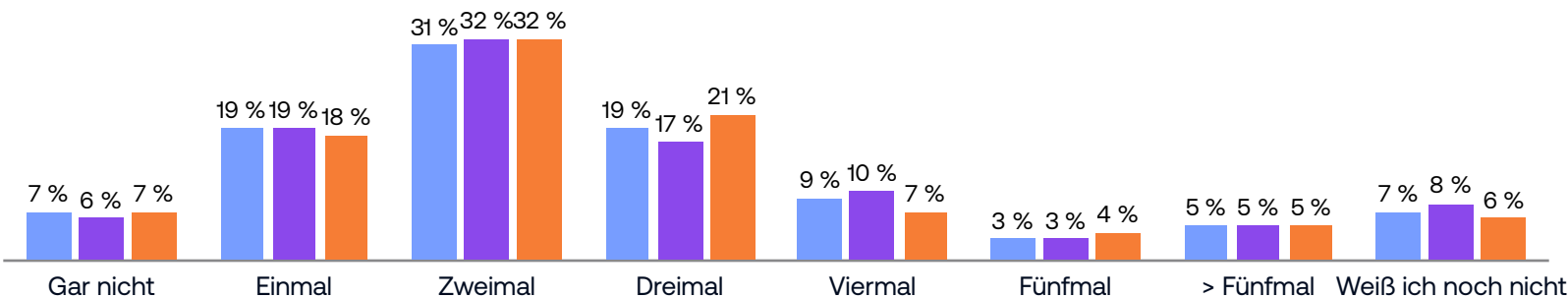
Die Deutschen reisten 2023 gerne – am liebsten zweimal im Jahr.

„Wie oft bist du in 2023 verreist?“ (N=1000, Single Choice)



2024 steigt die Reisebereitschaft leicht. Während 2023 14 Prozent gar nicht verreisten, sind es 2024 nur 7 Prozent, wobei sich weitere 7 Prozent noch nicht sicher sind.

„Wie oft planst du 2024 zu verreisen?“ (N=1000, Single Choice)



„Die Umfrage verdeutlicht, dass Reisen ein Grundbedürfnis für viele darstellt, wobei ein Großteil eine starke Neigung zur häufigen Reisegestaltung zeigt. Dies unterstreicht die Vorstellung, dass Reisen als elementar betrachtet wird. Wir setzen uns weiterhin dafür ein, erschwingliche Möglichkeiten zur Weltentdeckung anzubieten. Diese Präferenzen reflektieren unsere Umfrageergebnisse, in der viele angeben, trotz steigender Kosten Reisen als Budgetpriorität zu sehen. Darüber hinaus planen einige, für eine Reise im Jahr 2024 zu sparen, was den hohen Stellenwert von Reisen in der Finanzplanung und den Wunsch nach neuen Erfahrungen unterstreicht.“



David Armstrong
CEO HolidayPirates Group

Seit 2014 ist David die treibende Kraft hinter der internationalen Strategie und Geschäftsentwicklung der HolidayPirates Group. Unter seiner Führung hat sich das Unternehmen zu Europas führender Plattform für Reiseangebote und -inspirationen entwickelt und verfügt über das stärkste Social-Media- und Direct-Messaging-Publikum der Branche.

01 2024 – ein Jahr voller Reisen | Die Top Reiseziele für dieses Jahr



Klare Sache: Die Deutschen wollen an's Meer! Zumindest drei Viertel von ihnen. Auf Platz 2 sind Städtetrips, auf Platz 3 landet der Ausflug in die Berge.

„Wohin verschlägt es dich am ehesten auf Reisen?“ (N=1000, Multiple Choice, 3 % verreisen nicht und 2 % zieht es an andere Orte)



74 %

An's Meer



49 %

In eine Stadt



34 %

In die Berge



19 %

Auf's Land



17 %

In den Schnee



16 %

In die Tropen



11 %

In die Wüste

Und in welche Länder soll die Reise gehen? Beliebt bei denen, die schon geplant haben, sind die Türkei, Italien, Spanien und Österreich.

„Wir wollen es genauer wissen. Du hast angegeben, in 2024 zu verreisen. Wo wird die Reise für dich hingehen?“ (N=864, Freitext, Top 4)



8 %

Türkei



8 %

Italien



7 %

Spanien



7 %

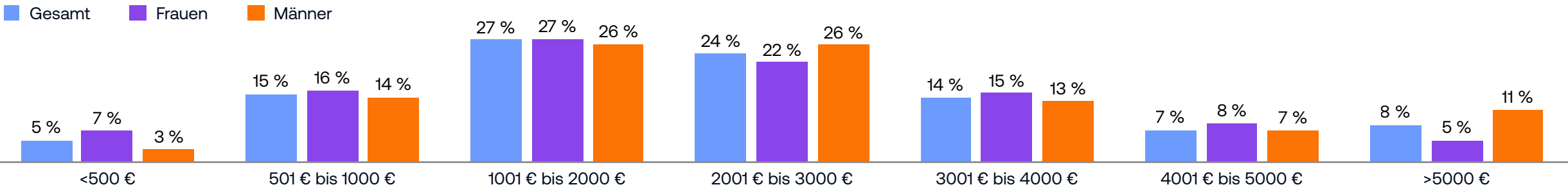
Österreich

01 2024 – ein Jahr voller Reisen | Reisekosten



1001€ bis 3000€ – So viel geben die meisten Deutschen dieses Jahr für Reisen aus.

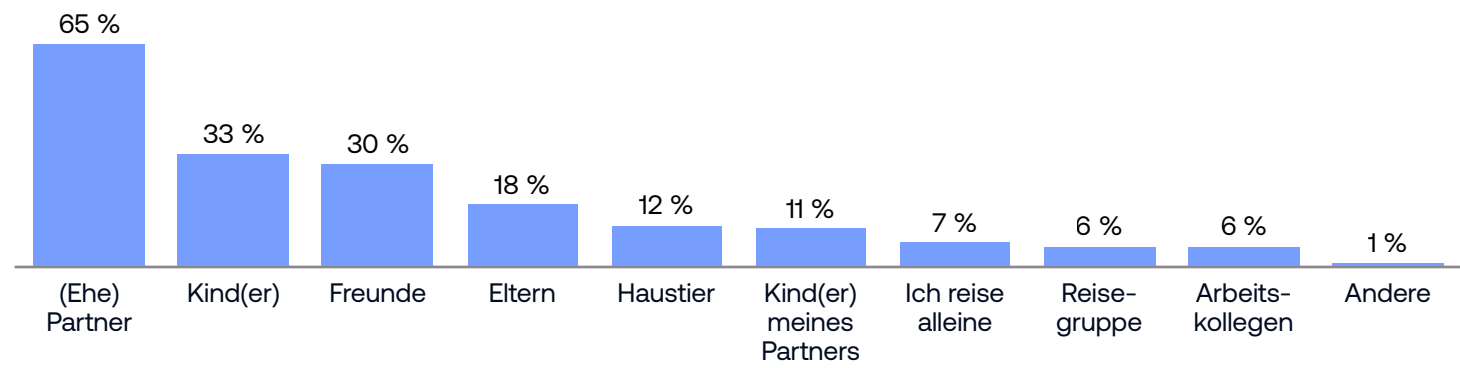
„Wie viel planst du dieses Jahr für Reisen auszugeben?“ (N=864, Single Choice)



01 2024 – ein Jahr voller Reisen | Reisebegleitung und Reisedauer

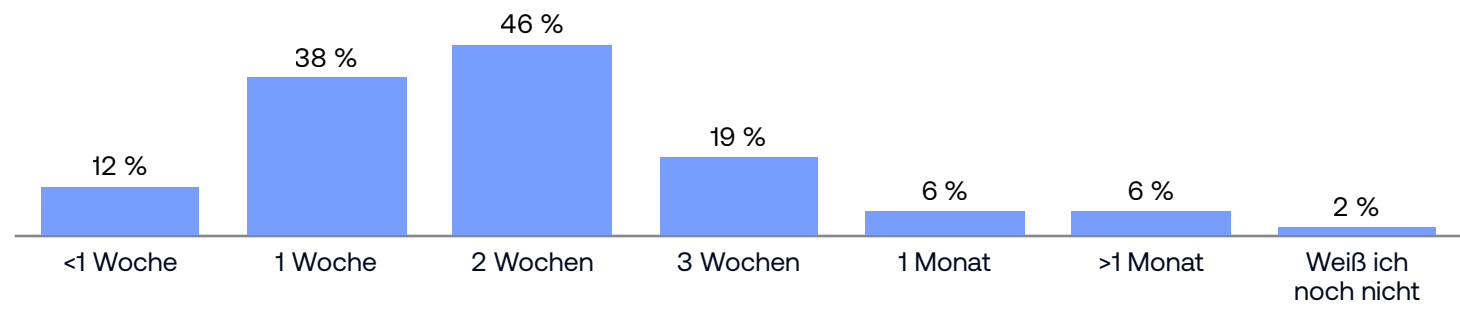
Die beliebteste Reisebegleitung: (Ehe)Partner.

„Wird dich in 2024 jemand auf deinen Reisen begleiten?“ (N=864, Multiple Choice)



Die beliebteste Reisedauer: 2 Wochen.

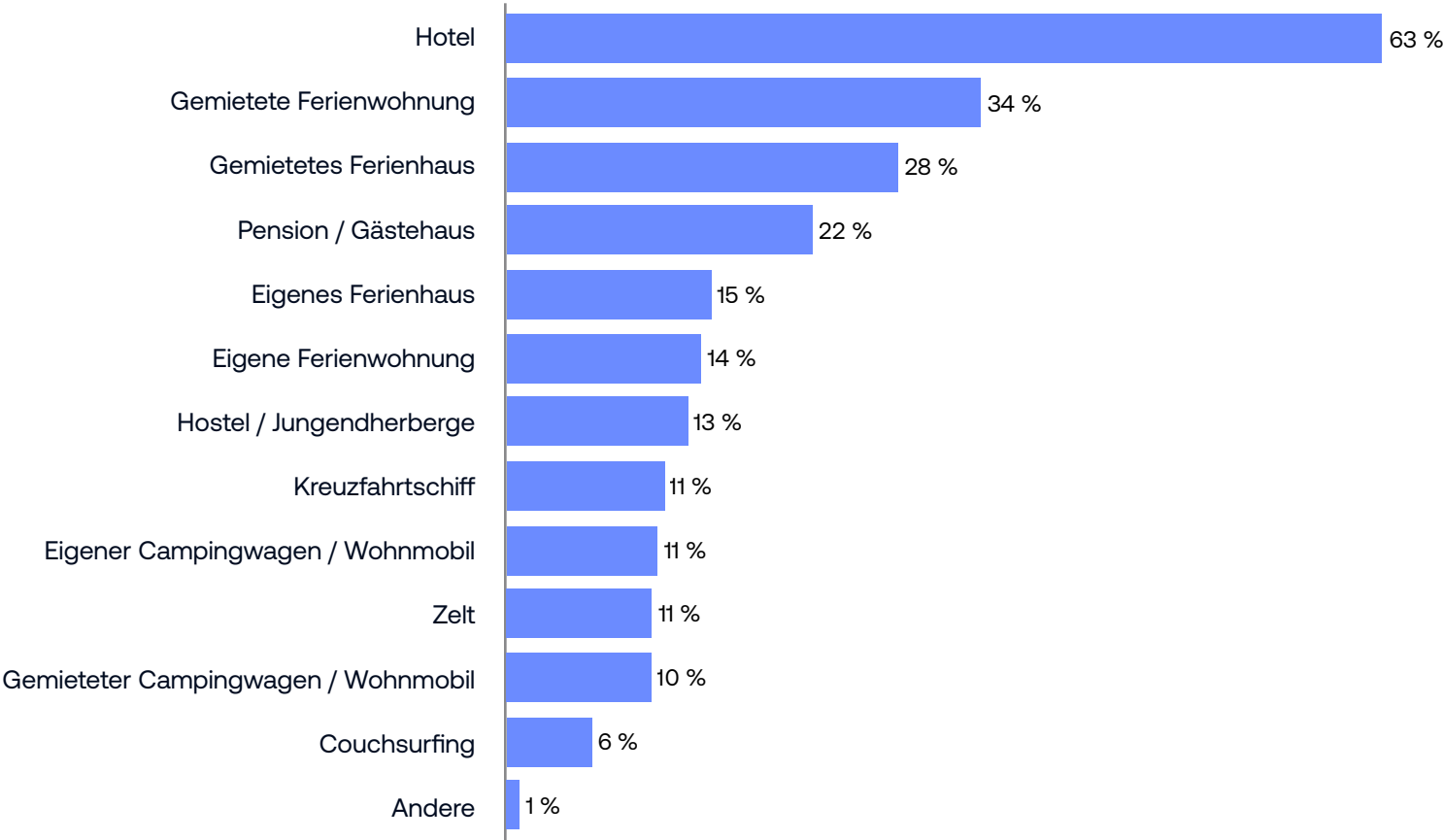
„Wie lange wird deine Reise/werden deine Reisen dieses Jahr jeweils sein?“ (N=864, Multiple Choice)



01 2024 – ein Jahr voller Reisen | Urlaubsunterkünfte

Das Hotel ist und bleibt die beliebteste Unterkunft der Deutschen. Insgesamt 63 Prozent haben in 2024 ein Hotel gebucht oder wollen eins buchen.

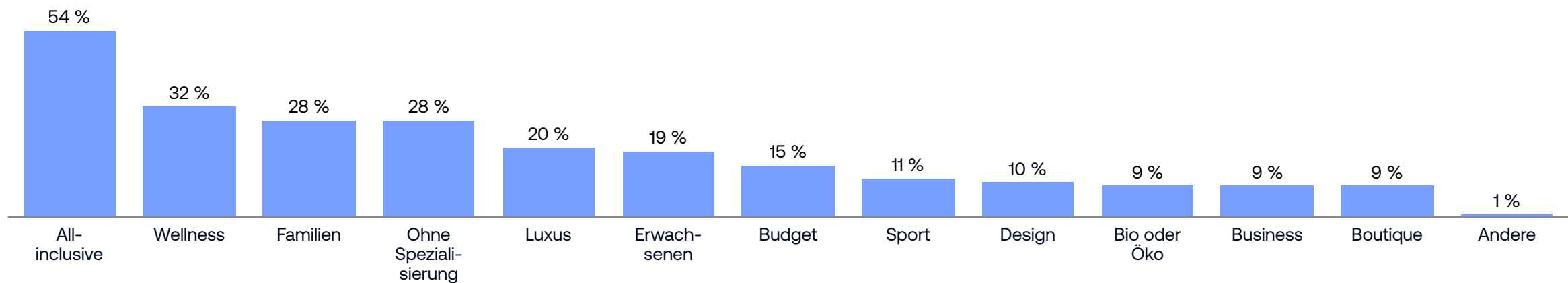
„Welche Art der Unterkunft hast du für deine diesjährigen Reisen gebucht oder möchtest du buchen?“
(N=885, Multiple Choice)





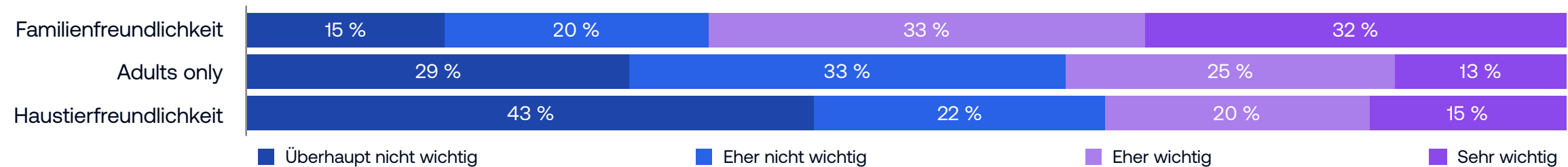
Das Rundum-sorglos-Paket: Mehr als die Hälfte der Deutschen hat ein All-inclusive Hotel gebucht oder möchte es buchen.

„Welche Art von Hotel hast du dieses Jahr gebucht oder möchtest du buchen?“ (N=543, Multiple Choice)



Familienfreundlichkeit hat bei der Hotelbuchung eine höhere Wichtigkeit als Haustierfreundlichkeit und Adults only.

„Wie wichtig sind dir die folgenden Aspekte bei der Buchung eines Hotels?“ (N=543, Single Choice)



„Die Geschäftsreise- und Meeting-Kultur hat sich, aufgrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds, verändert. Geschäftsreisen werden deutlich komprimierter geplant und Business-Trips auf das Notwendige reduziert. Umso erfreulicher entwickeln sich dagegen die touristischen Märkte. Internationale Ferienzeile sind wieder voll im Trend, aber auch Städtereisen in Deutschland und in die europäischen Großstädten laufen auf hohem Niveau. Die touristische Nachfrage und insbesondere die Event-orientierten Reisen boomen und sorgen für gute Stimmung in der Branche. Groß-Events, wie die Fußball-EM in Deutschland, die Olympiade in Frankreich aber auch Specials, wie die Taylor-Swift-Tour in Europa sorgen 2024 für einen Run auf die Hotels. So kann's weiter gehen.“

appinio

LINDNER
HOTELS
& RESORTS



Andreas Krökel

Senior Vice President Lindner Hotels & Resorts / me and all hotels

Andreas Krökel war über 25 Jahre als Vorstand der Lindner Hotels AG für die Bereiche Operations, Vertrieb und Marketing verantwortlich. Seit 2022 berät er in selbstständiger Funktion u.a. die Gesellschafter der Lindner Unternehmensgruppe.

02

Reiseplanung

Caprinio

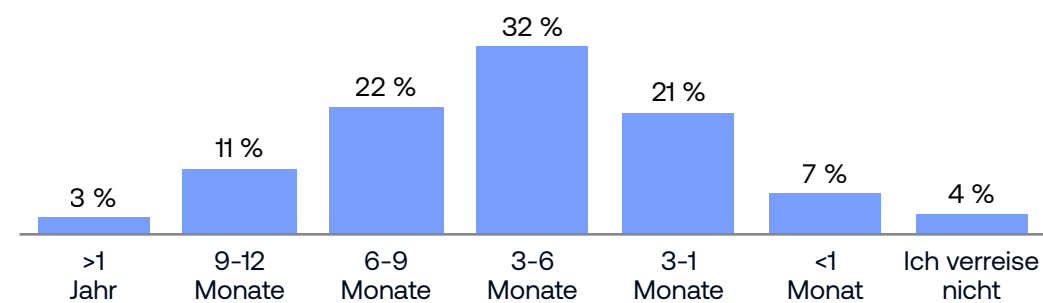


02 Reiseplanung | Buchung und Transport



Zwei Drittel der Urlauber buchen 3-6 Monate vor der Abreise.

„Wie weit im Voraus buchst du eine Reise in der Regel?“ (N=1000, Single Choice)



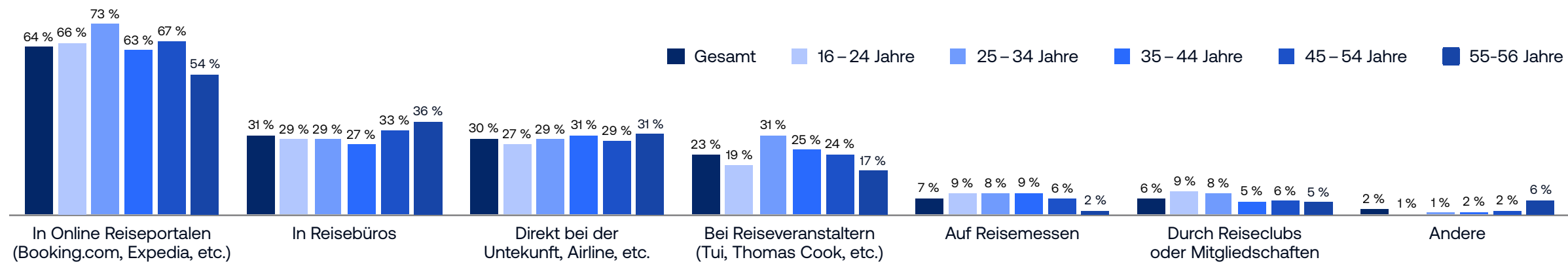
Wir fahren in den Urlaub: Das Auto ist das beliebteste Reise-Verkehrsmittel. Das Flugzeug ist dennoch weiterhin sehr beliebt.

„Wie häufig verwendest du die folgenden Verkehrsmittel, um zu einem Reiseziel zu kommen, wenn du verreist?“ (N=964, Matrix-Frage, diejenigen, die “häufig” und “immer” für die folgenden Verkehrsmittel angegeben haben)



Online Reiseportale erfreuen sich für alle Generationen an großer Beliebtheit. Jede/r dritte der 25- bis 34-Jährigen bucht bei Reiseveranstaltern.

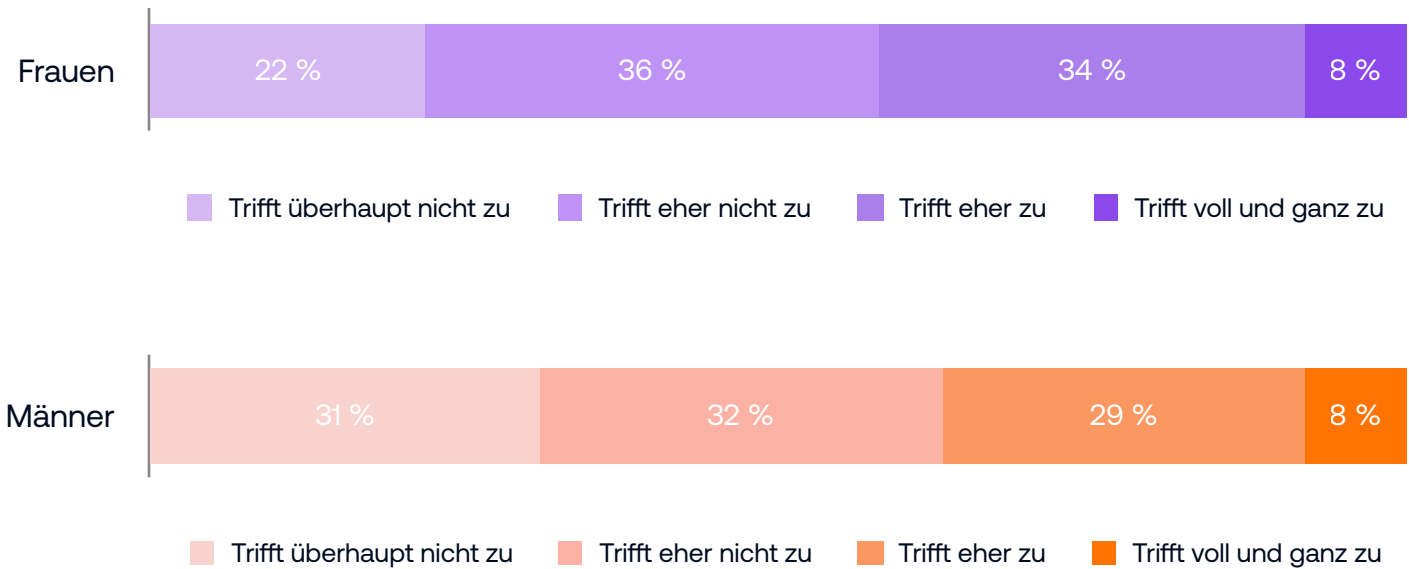
„Wie buchst du Reisen typischerweise?“ (N=964, Multiple Choice)



02 Reiseplanung | Nachhaltigkeit beim Reisen

Die Deutschen geben an bewusst an ihre Reiseplanung heranzugehen und das Thema Nachhaltigkeit zu berücksichtigen.

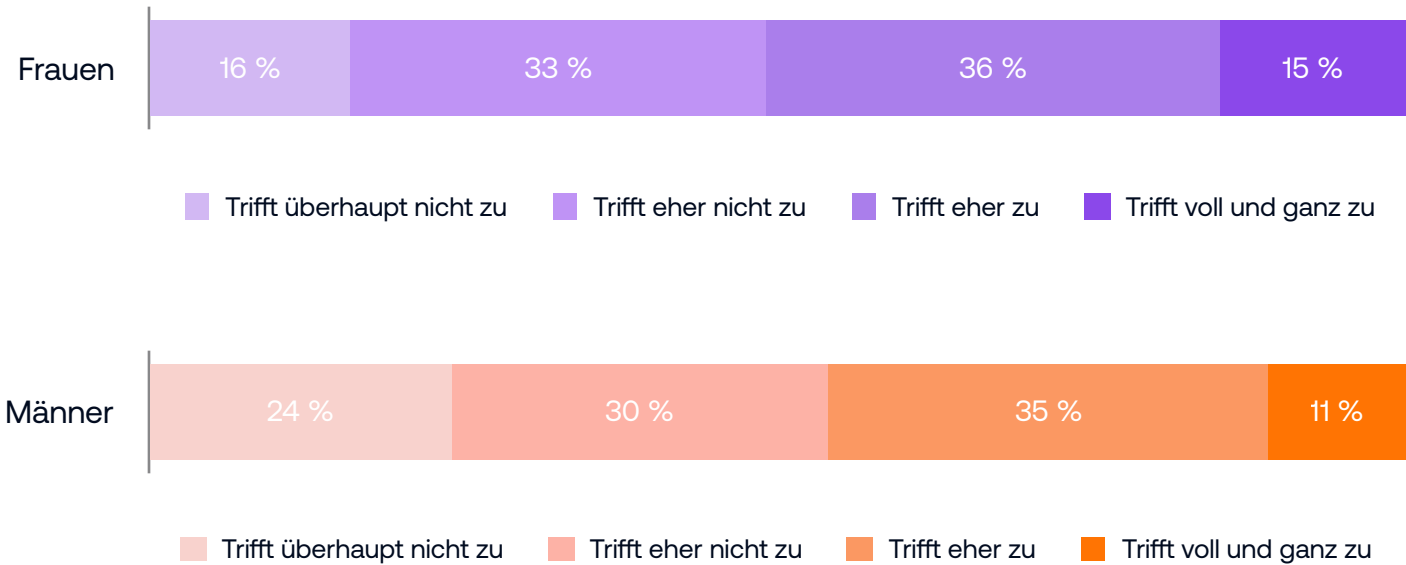
„Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen: Wenn ich reise, gleiche ich meinen dadurch entstandenen CO2-Fußabdruck aus.“ (N=964, Single Choice)



02 Reiseplanung | Nachhaltigkeit beim Reisen

Knapp die Hälfte der Deutschen (48 %) gibt an, ihr Transportmittel während einer Reise danach auszuwählen, wie nachhaltig es ist. Auch hier tun dies Frauen öfter als Männer (51 % vs. 46 %).

„Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen: *Wenn ich reise, wähle ich Transportmittel bewusst danach aus, dass diese möglichst nachhaltig sind.*“ (N=964, Single Choice)



„2024 wird wieder ein nachfragestarkes Reisejahr. Die meisten Deutschen halten daran fest, zweimal im Jahr Urlaub machen zu wollen – vorwiegend ans Meer und in neue Städte. Dabei sind Airlines nicht nur für den Weg in den Urlaub weiterhin beliebt – zunehmend wird gleich die gesamte Reise gerne direkt über die Website der Fluggesellschaften gebucht. Ganzheitliche Produkt- und Serviceangebote wie Eurowings Holidays werden also immer wichtiger. Auch das Angebot nachhaltigerer Optionen, wie unsere „PlanetBlue“ Tarife, die den Kunden den Ausgleich ihres flugbezogenen CO2-Fußabdrucks erlauben, treffen die Wünsche der Kunden – jeder Zweite legt darauf heute großen Wert.“



Dirk Otto

Head of Marketing, Eurowings
Aviation GmbH

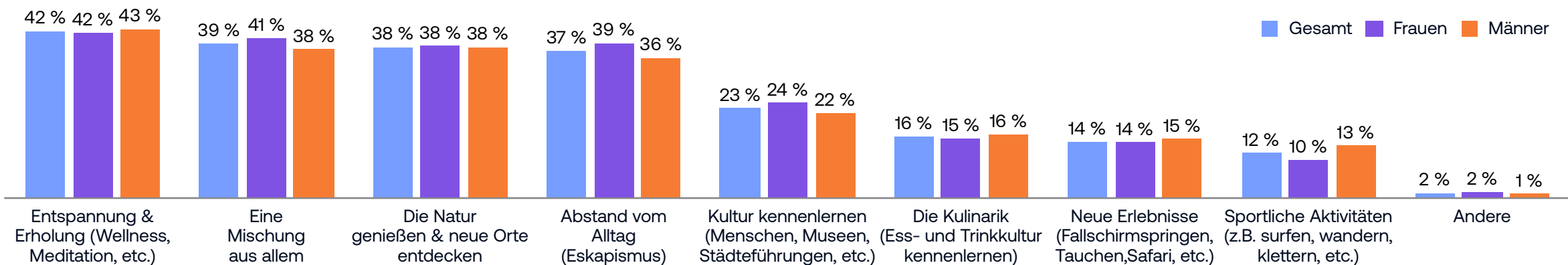
Dirk Otto leitet seit 2018 das nationale und internationale Marketing bei Eurowings und verantwortet u.a. die erfolgreiche Repositionierung der Marke vom preis-orientierten Low-Cost Carrier zur führenden Value-Airline Europas, die Neuentwicklung des Markendesigns und die Einführung des Marken Claims „Fly Your Way“.

02 Reiseplanung | Der Grund für Urlaub und Urlaubsinspiration



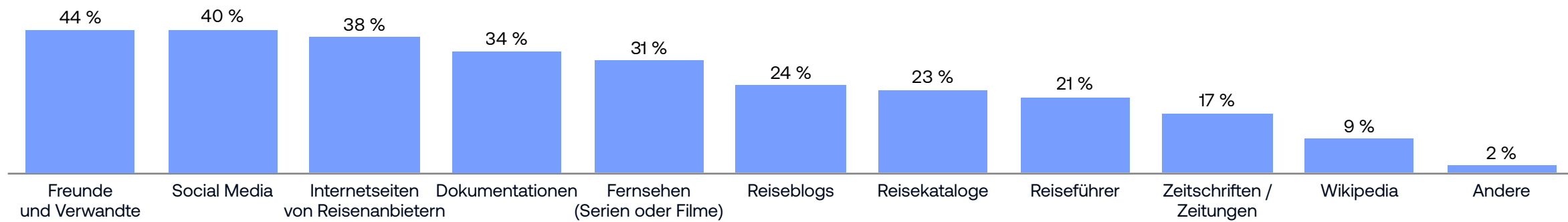
Warum Urlaub? Die Deutschen suchen vor allem nach Entspannung, einer Zuflucht in die Natur und wollen neue Orte entdecken.

„Aus welchen Gründen verreist du hauptsächlich?“ (N=964, Multiple Choice)



Die größten Inspirationsquellen sind Freunde und Verwandte, Social Media und Internetseiten von Reiseanbietern.

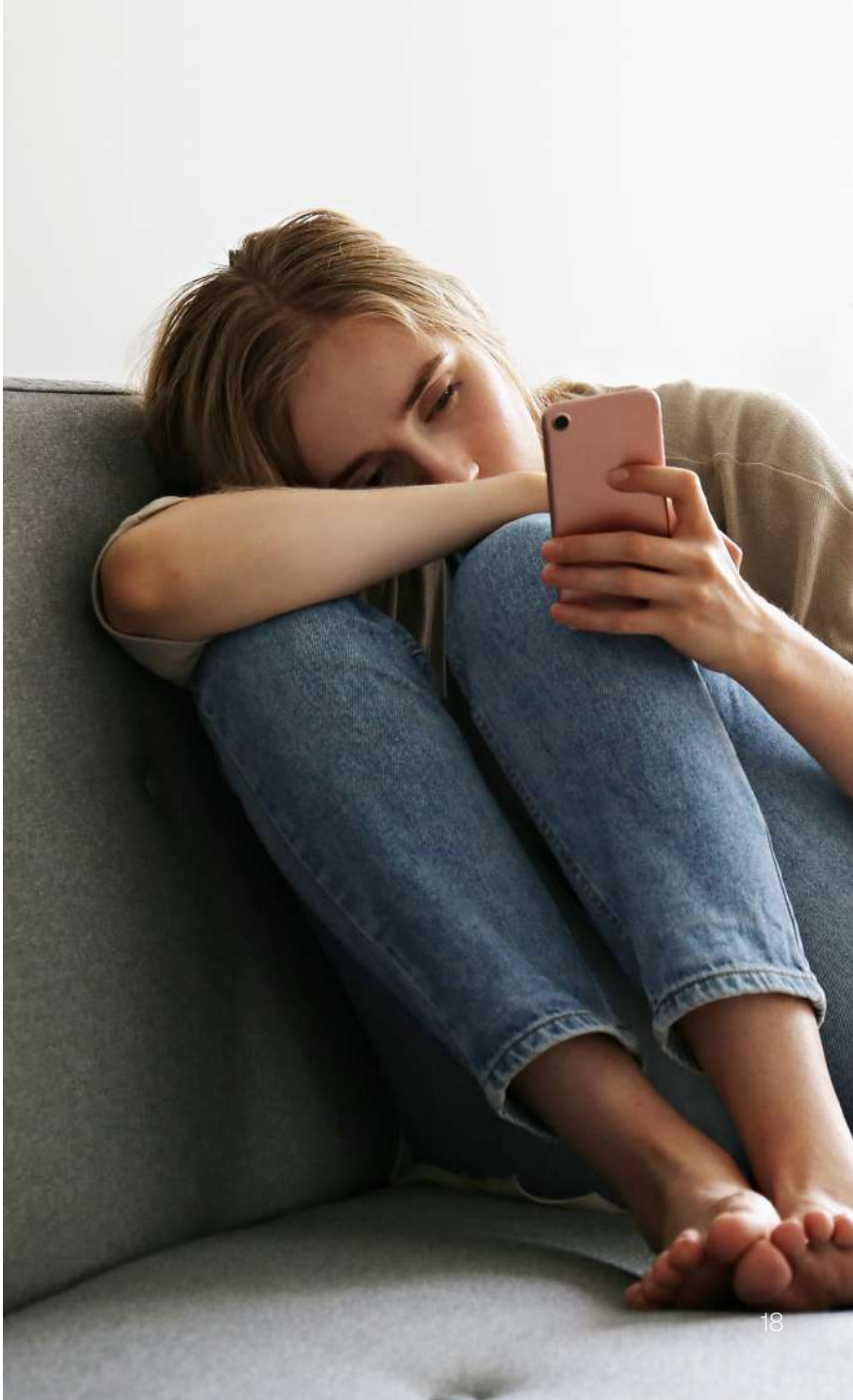
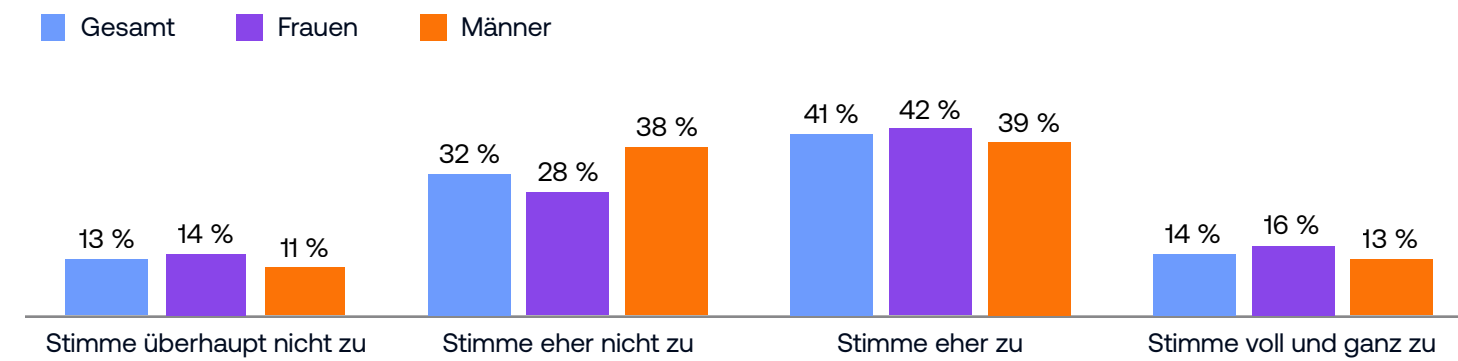
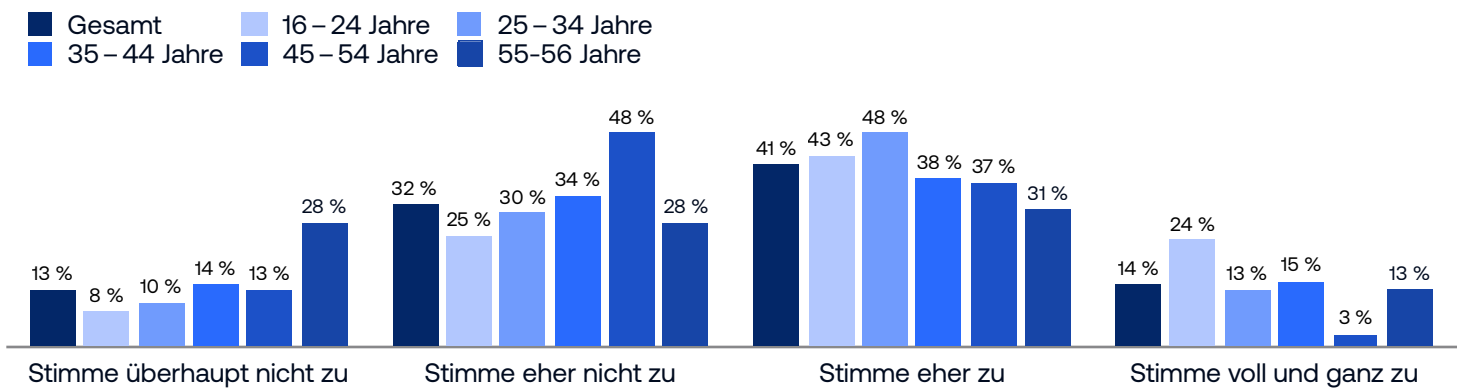
„Wo holst du dir Inspiration für zukünftige Reisen?“ (N=964, Multiple Choice)



02 Reiseplanung | Der Einfluss von Social Media

A pro pos Social Media: Bei über der Hälfte der Nutzenden führt der Konsum zu “Fear of Missing Out” in Bezug auf Reisen. Besonders bei jungen Generationen und bei Frauen.

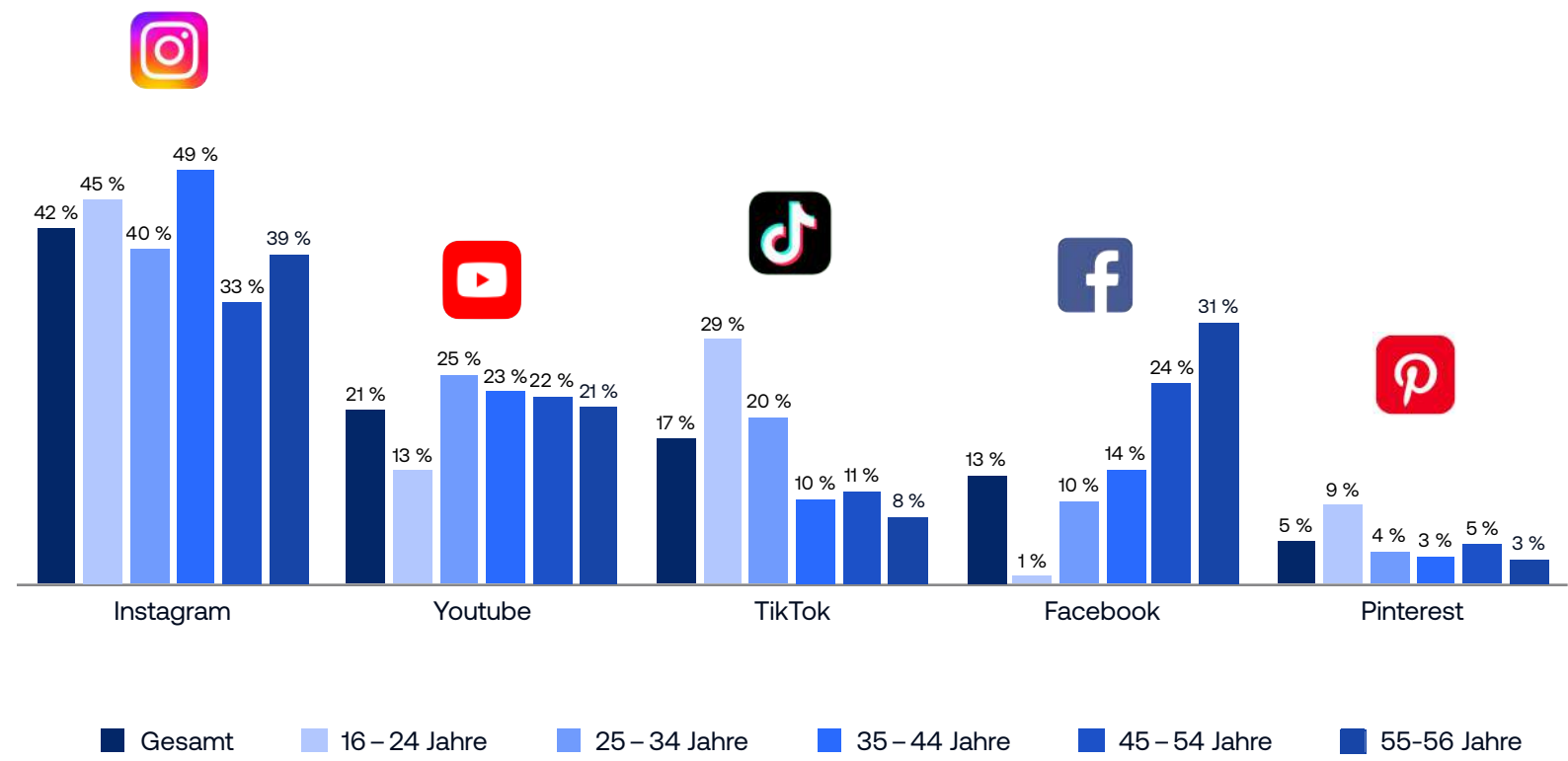
„Bitte gib an, inwiefern die folgenden Aussagen auf dich zutreffen: Durch den Konsum von Social Media hatte ich in Bezug auf Reisen schon einmal das Gefühl, etwas zu verpassen.“ (N=388, Single Choice)



02 Reiseplanung | Der Einfluss von Social Media

Instagram: Die Inspirations-Plattform Nummer Eins.

“Auf welcher Plattform lässt du dich hauptsächlich inspirieren?“ (N=380, Single Choice, 2 % geben “Andere” an)



03

Reisewünsche

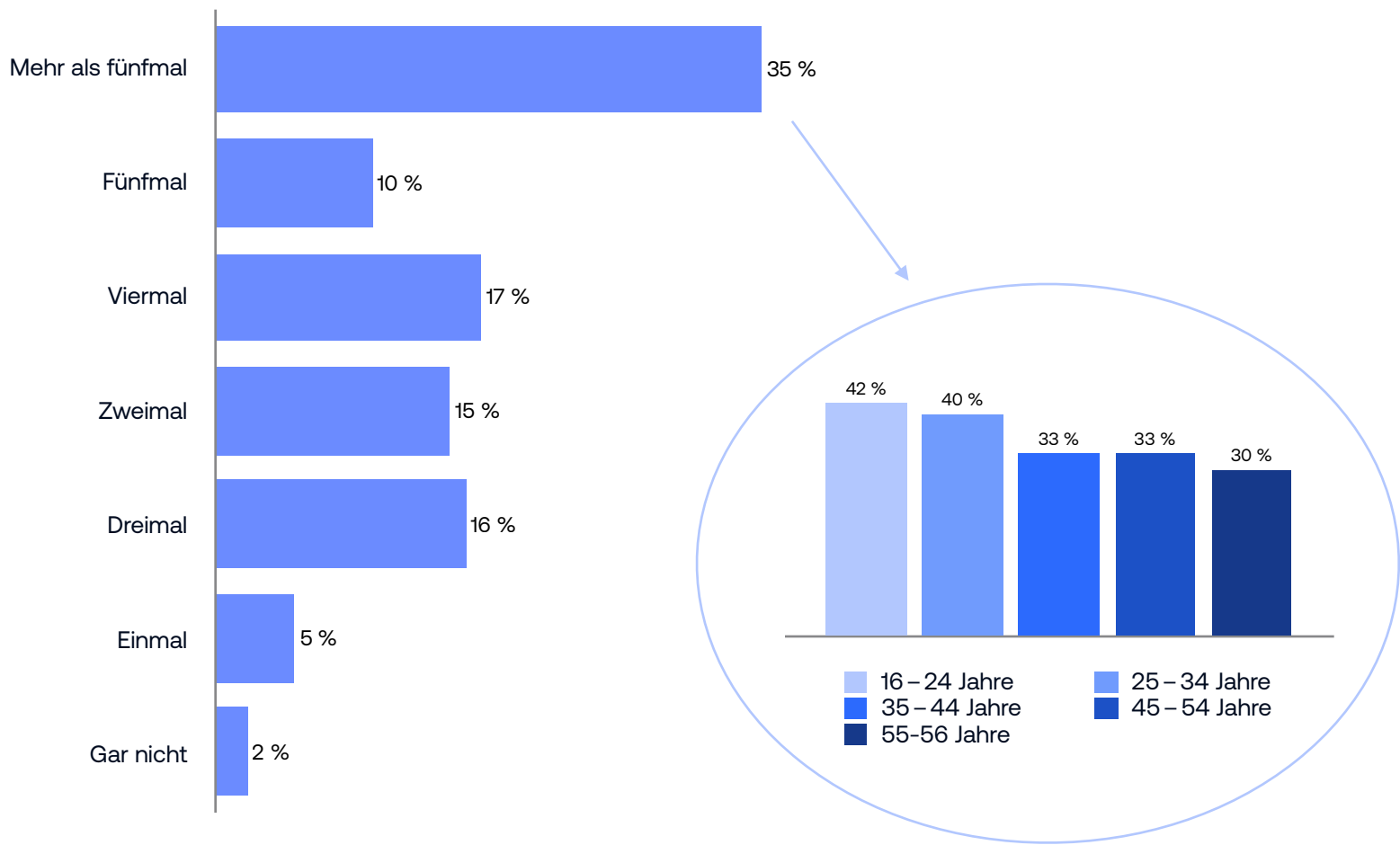
appinio



03 Reisewünsche | Würde Geld keine Rolle spielen

Wenn Geld keine Rolle spielen würde, würde jede/r dritte Deutsche mehr als fünfmal reisen. Besonders die 14- bis 24-Jährigen und die 25- bis 34-Jährigen.

„Wenn Geld keine Rolle spielen würde, wie oft würdest du gerne im Jahr verreisen?“ (N=1000, Single Choice)



03 Reisewünsche | Traumdestinationen



Die Bucket List ist prall gefüllt. Die Top drei Destinationen der Deutschen: New York, Japan und die Malediven.

„Wir wollen einen Blick auf deine Bucket List werfen. Gibt es einen Ort, den du zukünftig unbedingt bereisen möchtest?“ (N=964, Freitext)



New York



Japan

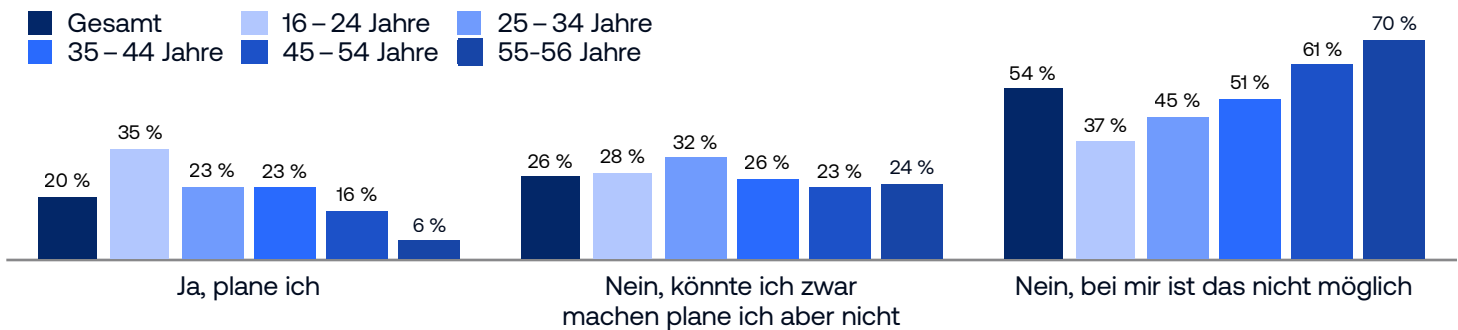


Malediven

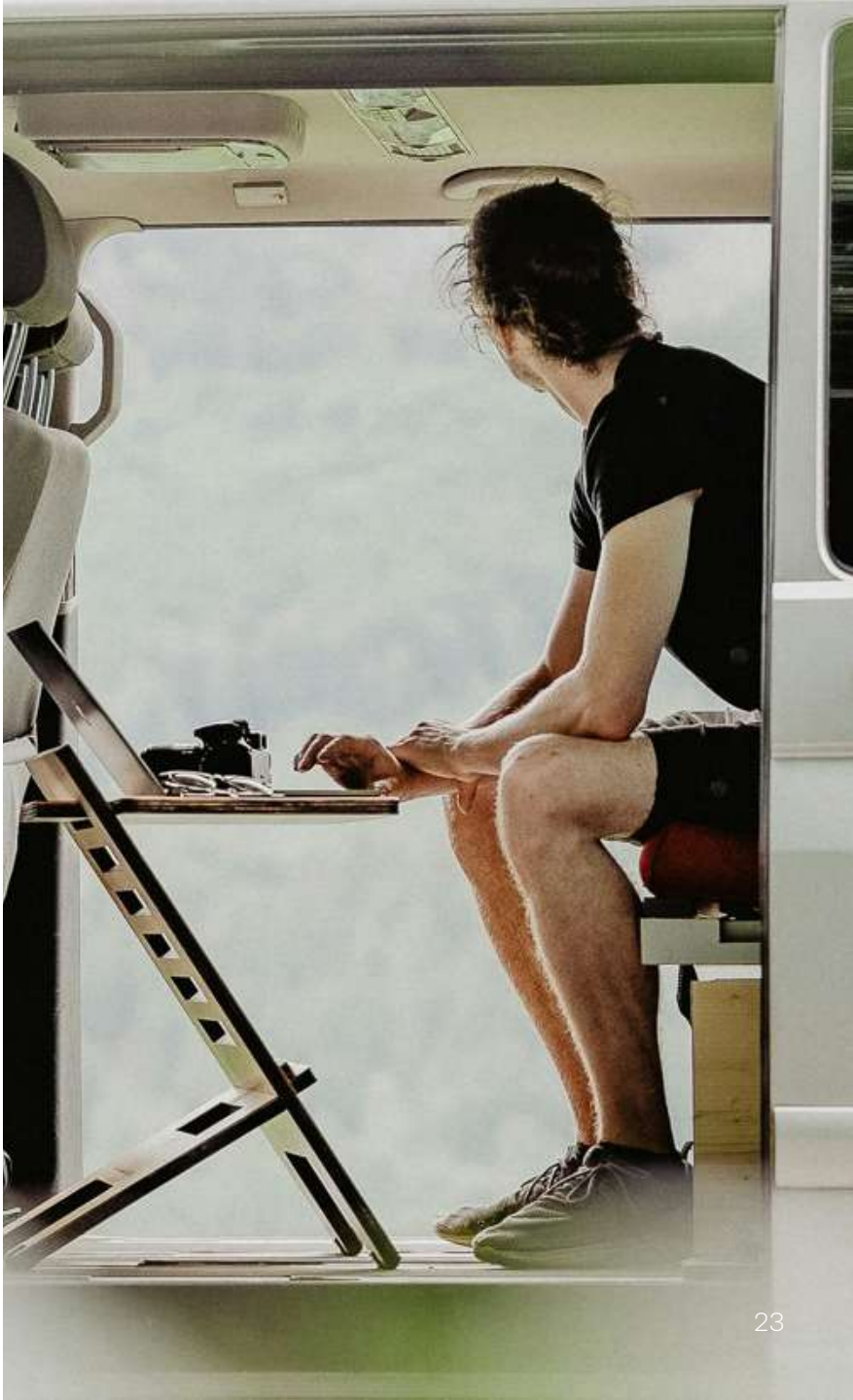
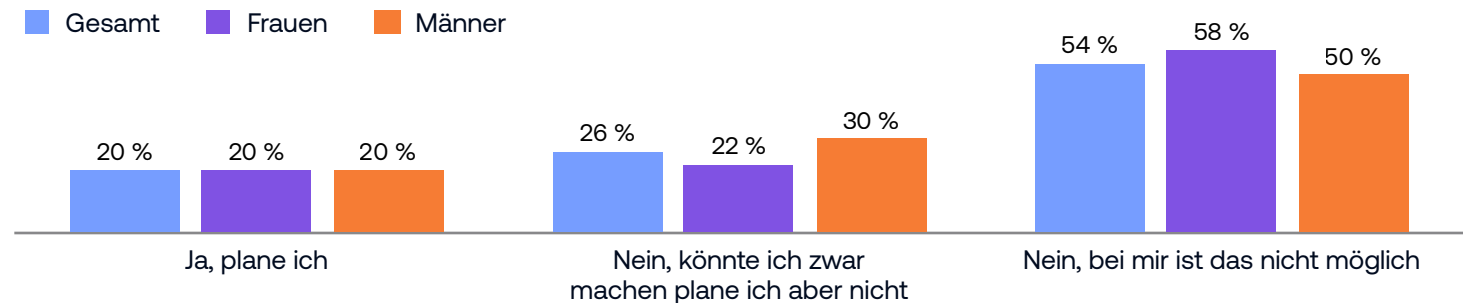
03 Reisewünsche | Workation

Workation: Etwas weniger als die Hälfte der Deutschen (46 %) könnte eine machen, 20 Prozent planen eine. Am verbreitetsten ist sie unter den 16- bis 24-Jährigen (35 %).

„Planst du dieses Jahr eine Workation (einen Urlaub in Verbindung mit Arbeit) zu machen?“ (N=825, Single Choice, diejenigen, die berufstätig sind)



8 Prozent mehr Männer als Frauen könnten eine Workation machen, planen aber dennoch keine.



*„Jede Reise beginnt bereits mit der Vorfreude bei der Planung und zu jeder Reise gehört die passende Unterkunft. Die Ergebnisse zeigen, dass Ferienhäuser, -wohnungen und Pensionen/Gästehäuser in Summe die beliebtesten Arten der Ferienunterkünfte sind. Kein Wunder. Sei es als Pärchen in einem romantischen Urlaub in Italien, als Familie in den Sommerferien an der Ostsee, auf Workation in Portugal oder mit Freunden auf einem Wochenendausflug am See: Erst die passende Ferienunterkunft am Lieblingsort sorgt für einen entspannten Urlaub. Der AI Mode von HomeToGo ist der erste KI-gesteuerte Reiseplaner seiner Art und hilft in unserer smarten Reise-App dabei, mit eigenen Worten genau diese passende Unterkunft zu finden und bedient damit schon jetzt den Wunsch von vielen Kund*innen bei der Reiseplanung.“*

appinio

**home
to go_**



Jonas Upmann

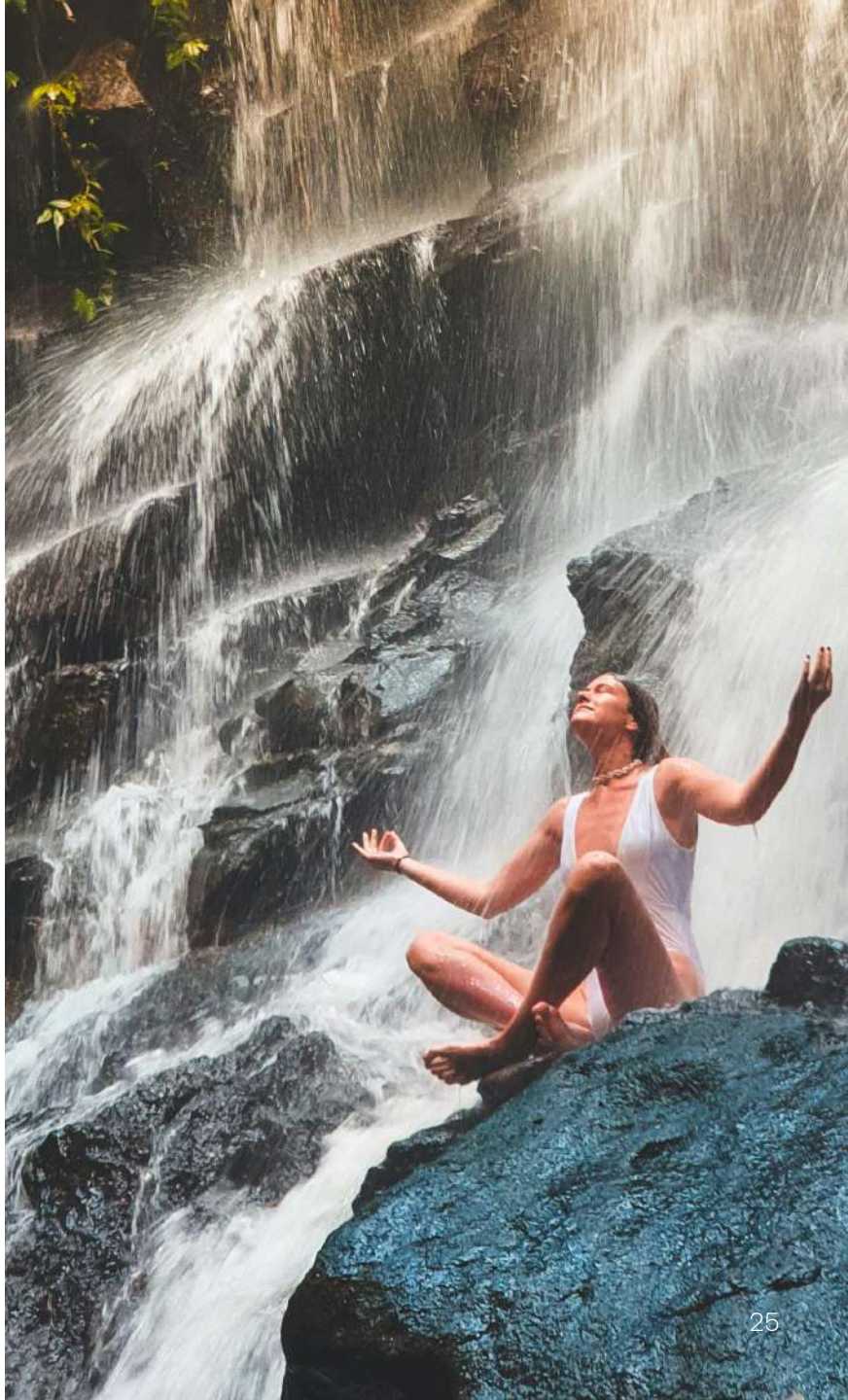
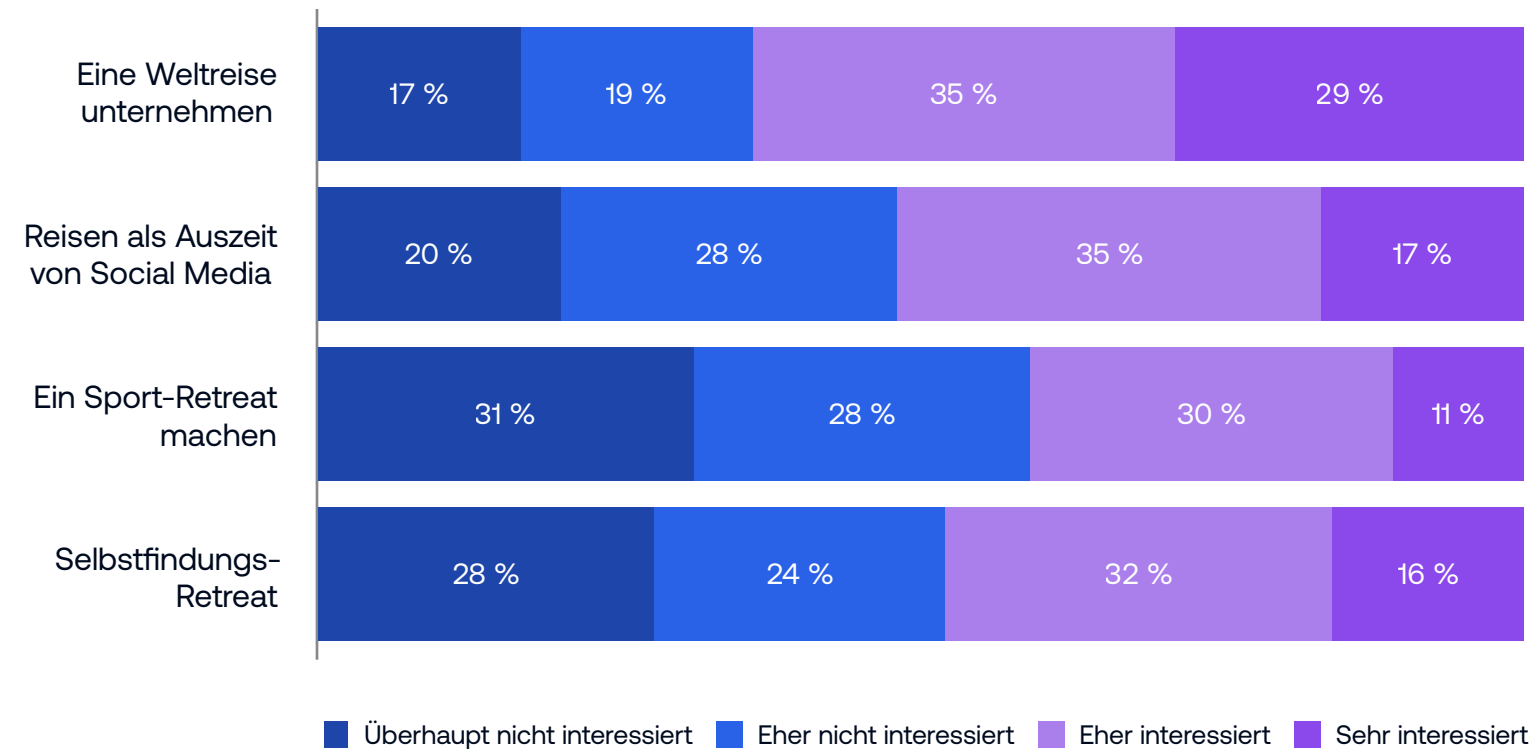
Head of Consumer
Communication, HomeToGo

Mit Fachkenntnissen in den Bereichen Content-Marketing, PR und SEO sowie mehr als acht Jahren Erfahrung in einem der führenden Reise-Technologieunternehmen Berlins ist Jonas ein erfahrener Branchenprofi und ein echter Reiseexperte. Darüber hinaus ist Jonas als Dozent für verschiedenen Hochschulen unterwegs mit Fokus auf Storytelling und der Verbreitung von Inhalten.

03 Reisewünsche | Retreats und Weltreisen

Retreats sind stark im Trend und bei den Deutschen beliebt, nichts schlägt jedoch die Beliebtheit einer Weltreise. 64 Prozent sind an einer Weltreise eher bis sehr interessiert.

„Bitte gib an, inwiefern die Aussage auf dich zutreffen.“ (N=964, Single Choice)



04

Liebe auf Reisen

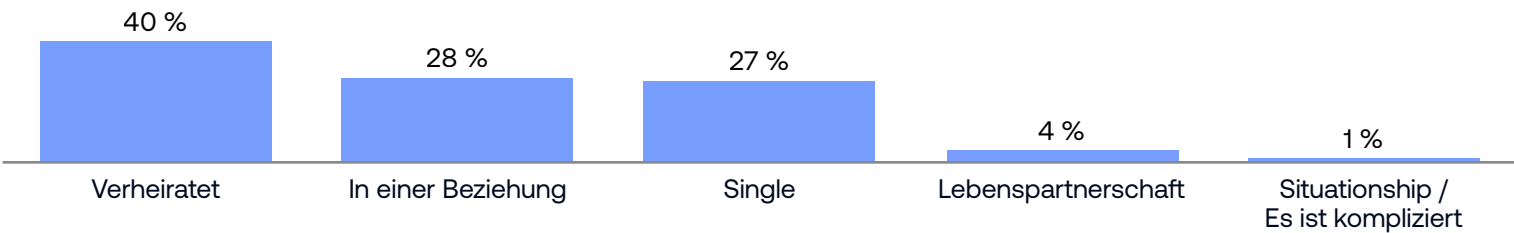
appinio



04 Liebe auf Reisen | Dating-Apps im Urlaub

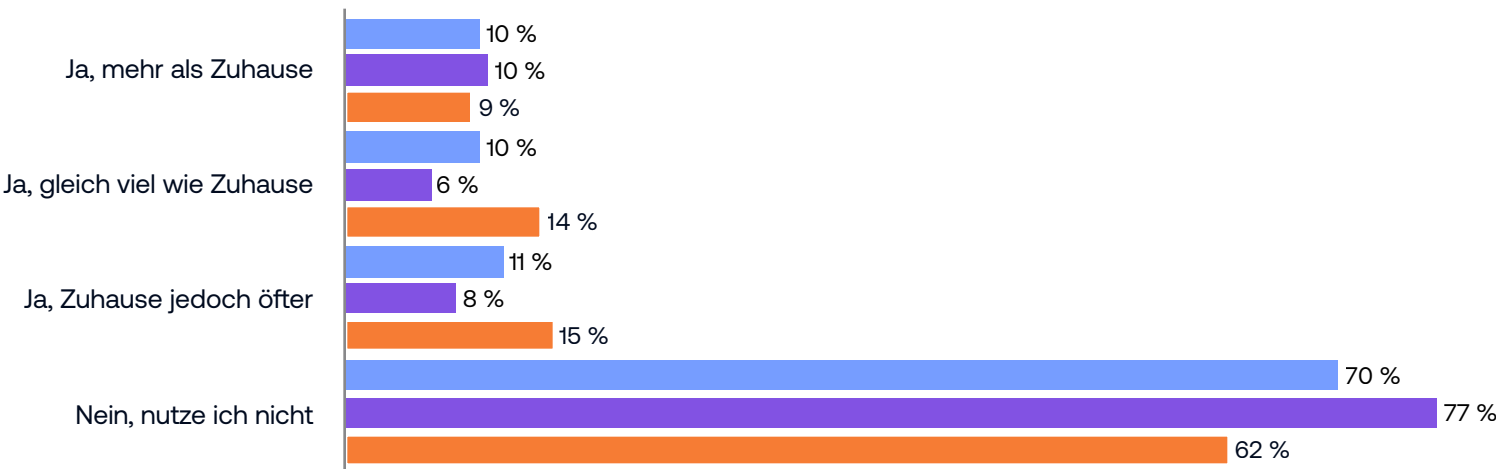
Etwas mehr als ein Viertel der Befragten ist aktuell single.

„Wie lautet dein aktueller Beziehungsstatus?“ (N=1000, Single Choice)



Die meisten von ihnen nutzen im Urlaub bestimmt häufiger Dating-Apps, oder? Fehlanzeige, 70 Prozent nutzen diese nicht im Urlaub, nur 10 Prozent nutzen sie häufiger als Zuhause.

„Benutzt du im Urlaub Dating-Apps?“ (N=252, Single Choice)

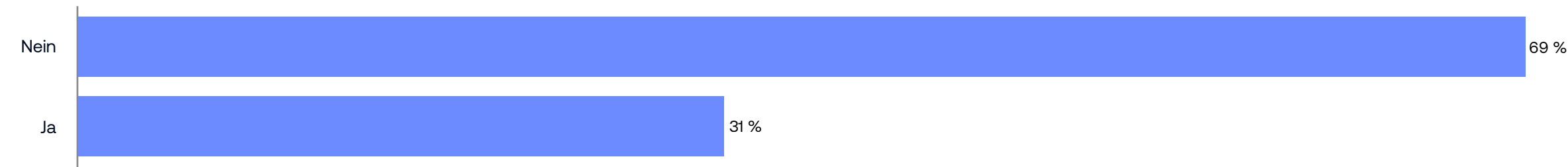


04 Liebe auf Reisen | Urlaubs-Romanzen



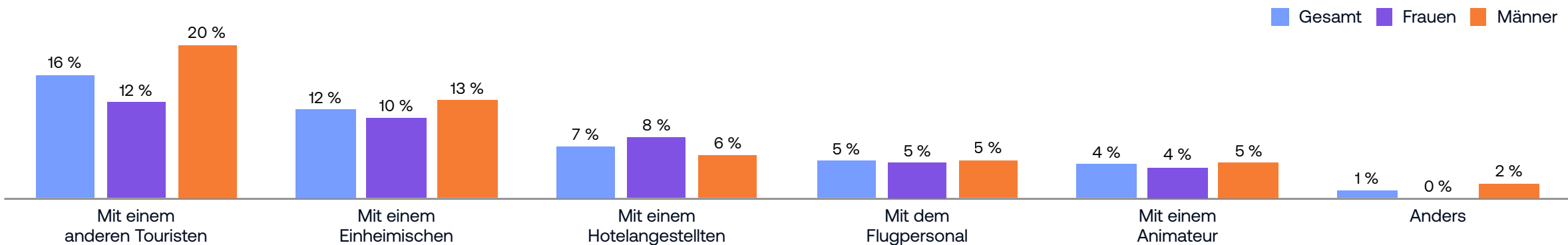
Von denen, die reisen, hatte knapp jede/r Dritte schon eine Urlaubs-Romanze. Männer im Schnitt häufiger als Frauen.

„Hattest du schon mal eine Urlaubs-Romanze? ?“ (N=964, Multiple Choice)



Besonders beliebte Urlaubs-Liebhaber: Andere Touristen.

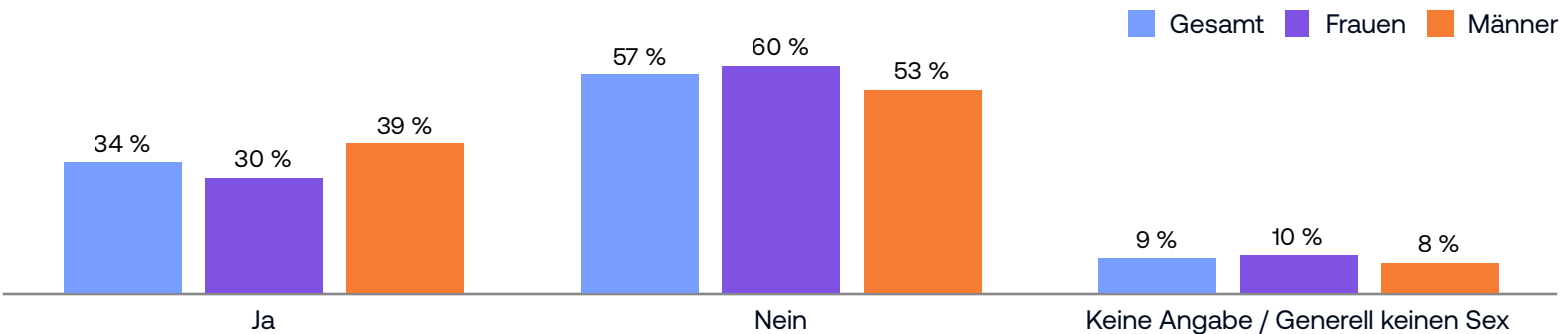
„Hattest du schon mal eine Urlaubs-Romanze?“ (N=298, diejenigen, die mit “Ja” geantwortet haben, Multiple Choice)



04 Liebe auf Reisen | Sex im Urlaub

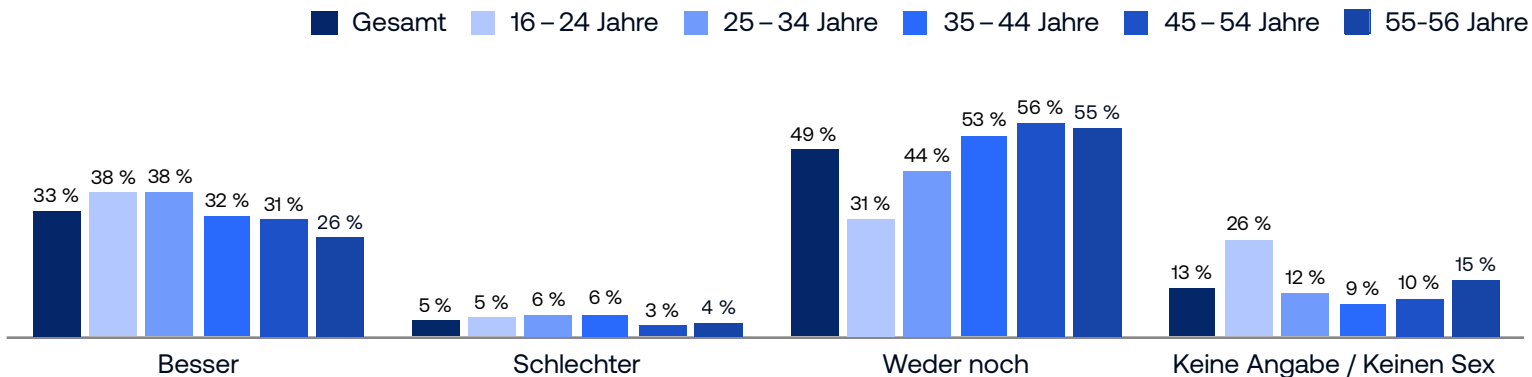
Mehr Sex im Urlaub? Ein klares “ja” für ein Drittel der Deutschen.

„Hast du im Urlaub häufiger Sex?“ (N=964, Single Choice)



Ist Sex im Urlaub besser als Zuhause? Für die Hälfte der Deutschen tut sich da nichts, für ein weiteres Drittel ist Sex im Urlaub besser; besonders für jüngere Befragte.

„Findest du, Sex ist im Urlaub besser oder schlechter als zuhause?“ (N=964, Single Choice)



05

Aktuelle Reisetrends

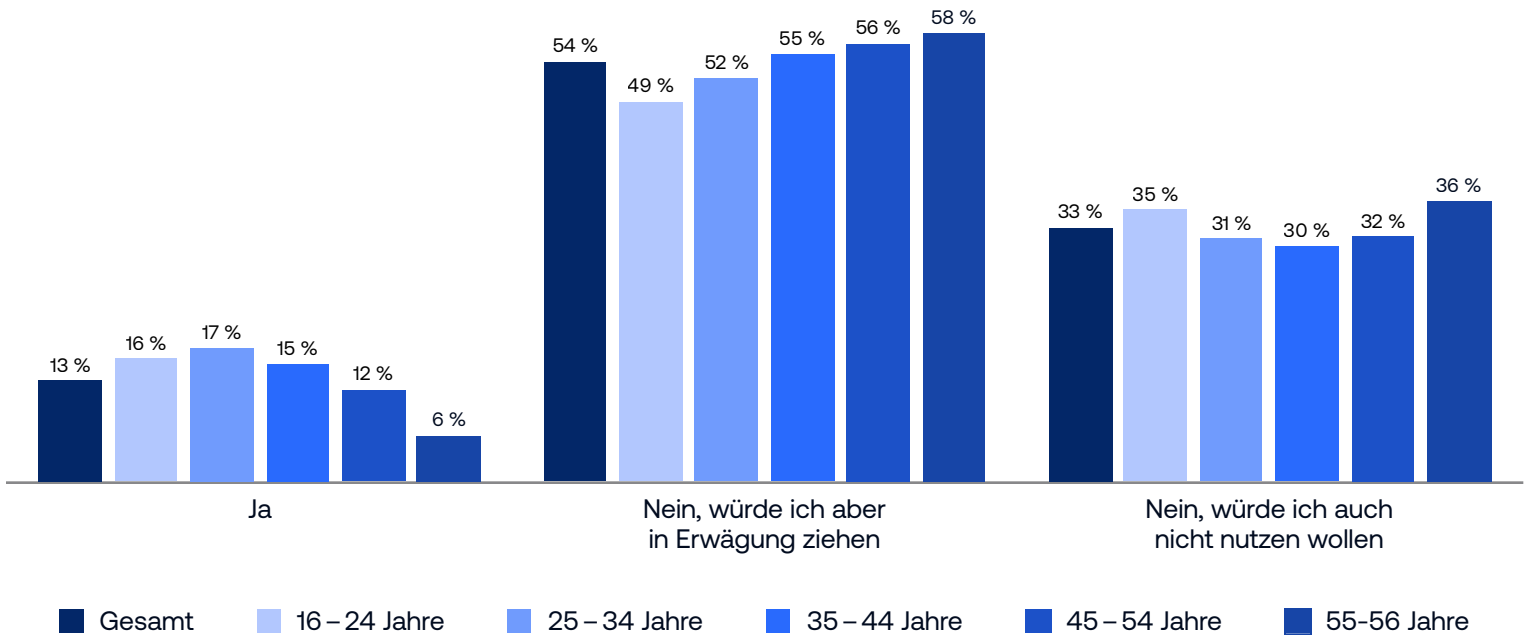
appinio



05 Aktuelle Reisetrends | Virtual Reality

Auch wenn VR für viele mittlerweile ein Begriff ist, auf einer Reise haben es erst 13 Prozent genutzt. Aber: Mehr als die Hälfte würde die Nutzung in Erwägung ziehen, auch viele ältere Befragte.

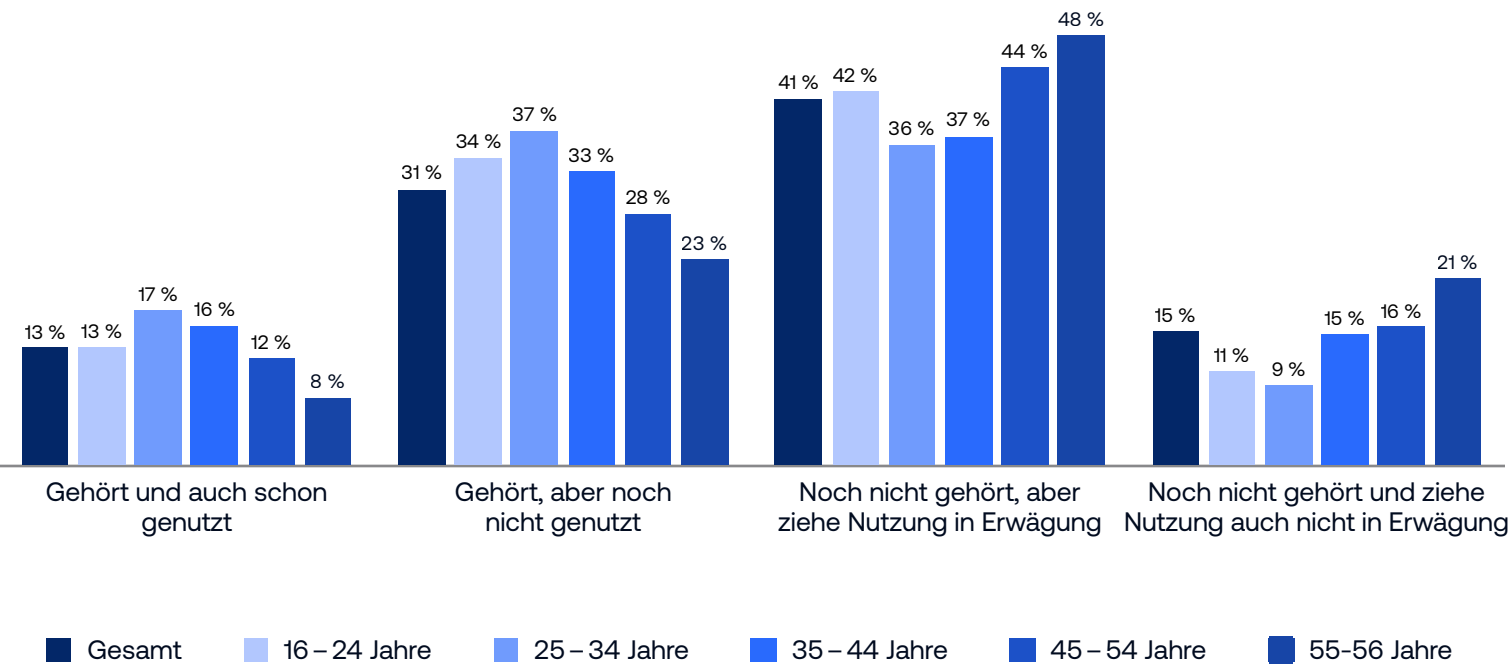
„Hast du während einer Reise schon einmal VR benutzt?“ (N=964, Single Choice)



05 Aktuelle Reisetrends | Smarte Reise-Apps

Smarte Reise-Apps sollen uns die Planung, Organisation und Optimierung einer Reise erleichtern. Bisher haben sie aber erst 13 Prozent der Deutschen genutzt. 42 Prozent haben davon noch nicht gehört, möchten sie in Zukunft jedoch nutzen.

„Hast du schon einmal von einer smarten Reise-App gehört?“ (N=964, Single Choice)





Constanze Schumann-Plekat

Team Lead Marketing DACH

constanze.schumannplekat@appinio.com

Methode

- Mobiler Fragebogen, ausgespielt über die Appinio-App
- Die Befragung erfolgte vom 25.01.2024 bis 01.02.2024
- Daten können immer unter research.appinio.com eingesehen werden
- Erhebungsland Deutschland

Stichprobe

1000 41

Teilnehmende Durchschnittsalter

National repräsentativ – quotiert nach Alter & Geschlecht–
Zum Dashboard: [Hier](#)

Stichprobenzusammensetzung

