

Pressemitteilung

Neue Studie zeigt: Fernweh der Deutschen ist hoch, rund 50% wollen im Jahr 2021 wieder reisen

Die Mehrheit der Konsumenten plant keine Kürzung ihres Reisebudgets, der Trend zu „Revenge Travel“ sowie attraktive Angebote könnten die Tourismusbranche wieder voranbringen. Doch das Reiseverhalten der Deutschen wird sich auch aufgrund der COVID-19 Pandemie erheblich ändern.

München/Köln, 26. Januar 2021 - Die globale Travel Trends 2021 Studie*, durchgeführt von der globalen Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners und ROIRocket, prognostiziert einer Erholung des Reisemarktes in der zweiten Jahreshälfte 2020: Die Hälfte der Freizeitreisenden in Deutschland (53 Prozent) erwartet 2021 wieder zu verreisen, vor allem ab dem Sommer. Bei jedem Fünften dagegen überwiegt die Unsicherheit: Sie wissen noch nicht, wann sie wieder verreisen. Die Studie offenbart auch, dass nicht nur die Aufhebung von COVID-19-Beschränkungen (28 Prozent), sondern auch die Verbreitung der Impfungen entscheidende Kriterien für den Zeitpunkt der nächsten Reise sind: 23 Prozent wollen erst dann verreisen, wenn sie oder die Mehrheit der Bevölkerung geimpft sind.

Mehrheit der deutschen Reisenden hält am ursprünglichen Reisebudget fest

Lediglich 19 Prozent der Deutschen wollen nach der COVID-19-Krise weniger für Reisen ausgeben als vorher. Das überrascht vor allem im internationalen Vergleich, so will rund ein Viertel der Briten und sogar 42 Prozent der Spanier ihr Budget reduzieren. Für rund die Hälfte der deutschen Reisenden, die ein gekürztes Reisebudget einplanen, ist die Unsicherheit in Bezug auf ihren Beschäftigungsstatus und Einkommen der Hauptgrund für die Kürzung der Ausgaben; 21 Prozent haben neue Aktivitäten alternativ zum Reisen aufgenommen.

Rund 70 Prozent der deutschen Befragten erwarten keine Veränderung ihres Reisebudgets gegenüber der Zeit vor der Pandemie - diese Zahl ist deutlich höher als der länderübergreifende Durchschnitt von 60 Prozent.

Dimitris Hiotis, Partner und Head der Leisure, Travel and Tourism Practice bei Simon-Kucher, kommentiert: "Die Covid-19-Pandemie hat die Reisebranche auf eine noch nie dagewesenen

Weise beeinflusst. Unsere Erkenntnisse deuten darauf hin, dass 2021 das Jahr sein wird, in dem sich das Reisegeschäft wieder erholt, insbesondere in der zweiten Hälfte des Jahres, da die Mehrheit der deutschen Verbraucher reisen und dafür genauso viel oder sogar mehr ausgeben will als vor der Pandemie. Das ist ein Hoffnungszeichen für die Branche, vor allem in Deutschland scheint die Lust aufs Reisen hoch zu sein. Reise- und Touristikunternehmen sollten ihre Geschäftsstrategie und ihr Geschäftsmodell so gestalten, dass sie agil genug sind, um auf den erwartbaren Reiseaufschwung zu reagieren.“

"Revenge Traveler" könnten Branche neuen Aufschwung bringen

Der Trend des sogenannten „Revenge Travel“ bedeutet, dass Verbraucher mehr für Reisen ausgeben wollen, als sie es üblicherweise getan haben, da sie lange vom Reisen abgehalten wurden. In Deutschland fallen laut Umfrageergebnis etwa 10 Prozent in das Segment der Revenge Traveler. Davon wollen 54 Prozent eine längere Reise unternehmen, während 46 Prozent kürzere, häufigere Urlaube planen. Ebenso sind sie auch bereit, mehr für Unterkunft und Verpflegung auszugeben.

Nachhaltiger Wandel im Reiseverhalten

Der „Staycation“-Trend aus 2020 – Urlaub zu Hause machen - wird auch zukünftig bleiben. Generell wollen 40 Prozent der deutschen Befragten häufiger im Inland Urlaub machen als vor der Pandemie und rund 50 Prozent geben an, künftig seltener international verreisen zu wollen.

Darüber hinaus hat die Pandemie auch Auswirkungen auf die Wahl der Verkehrsmittel: 46 Prozent der deutschen Befragten werden bei der Urlaubsplanung mehr auf das Auto zurückgreifen. 57 Prozent wollen ihre Flugreisen zukünftig reduzieren, knapp die Hälfte der Konsumenten plant, künftig weniger mit dem Zug zu reisen. Auch die Kreuzfahrtindustrie muss mit einer gesunkenen Nachfrage rechnen: 59 Prozent der Deutschen geben an, dass sie weniger Kreuzfahrten als vor der Pandemie antreten werden.

Interessant ist auch das Buchungsverhalten der Verbraucher: 40 Prozent der Befragten tendieren aufgrund der Unsicherheit mehr zu Last-Minute-Angeboten; weitere 40 Prozent

werden zu Frühbuchern. Pauschalreisen erfreuen sich vor allem bei den unteren Einkommenschichten (57 Prozent der Verbraucher mit einem Haushaltseinkommen unter 50.000) und der jüngeren Generation zunehmender Beliebtheit.

Lisa Remmelberger, Partnerin in der Leisure, Travel and Tourism Practice: „Das Buchungsverhalten der Verbraucher wird von der Pandemie maßgeblich beeinflusst. Sie sehnen sich nach Urlaub, sind sich aber angesichts des Pandemie-Verlaufs unsicher und tun sich schwer, zu planen. Reiseunternehmen müssen gute Anreize und Angebotsstrukturen bieten, die zu einer frühzeitigen Buchung verleiten, aber gleichzeitig die Garantie bieten, dass Kunden ihr Geld zurückbekommen oder flexibel umbuchen können. Auf diese Weise können sie auf die angestaute Nachfrage von Revenge Travelern reagieren und gleichzeitig den Verbrauchern Sicherheit bieten, indem sie Buchungsflexibilität bieten.“

***Über die Studie:** Die globale Studie "Travel Trends 2021" wurde von Simon-Kucher & Partners und ROIRocket im Dezember 2020 durchgeführt. Mehr als 3.900 Personen in Frankreich, Deutschland, Spanien, Großbritannien und den Vereinigten Staaten wurden zu ihrem Reise- und Buchungsverhalten für 2021 befragt. **Die Studienergebnisse sind auf Anfrage erhältlich.**

Simon-Kucher & Partners, Strategy & Marketing Consultants: Die Beratungsarbeit von Simon-Kucher & Partners ist ganz auf TopLine Power® ausgerichtet. Laut mehrerer Studien unter deutschen Top-Managern (manager magazin, Wirtschaftswoche, brand eins) ist Simon-Kucher bester Marketing- und Vertriebsberater und führend im Bereich Pricing und Wertsteigerung. Die Unternehmensberatung ist mit rund 1.400 Mitarbeitern in 40 Büros weltweit vertreten.

ROIRocket: ROIRocket ist ein führender Anbieter von Full-Service-Forschung, Fulfillment sowie digitalem und direktem Marketing-Support für einen breiten Kundenstamm von Beratern, Investoren, öffentlichen und privaten Unternehmen, Agenturen und Marktforschungsunternehmen. Für Details besuchen Sie www.roirocket.com

Für Rückfragen und detaillierte Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Sabrina Müller (Communications & Marketing)

Tel.: +49 221 36794 128

Email: sabrina.mueller@simon-kucher.com

www.simon-kucher.com