

INFOGRAFIK

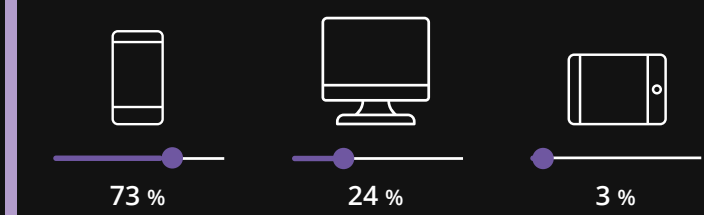
netzvitamine

DER (DIGITALE) REISEMARKT DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ.

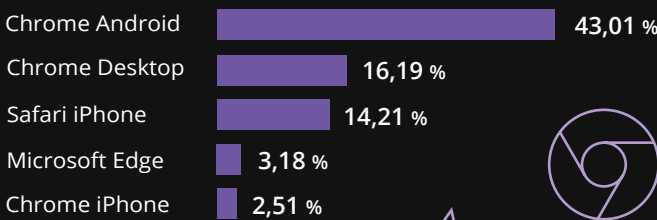
SUCHEN

MOBILE ONLY

Gerätenutzung ausgewählter netzvitamineKUNDEN (GA 4, 08/2024, n = 22). Auf Hotelwebsites gibt es erstmals mehr Buchungen über Mobile als über Desktop.



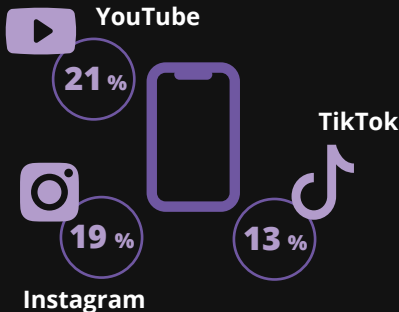
Diese Browser werden dabei am häufigsten genutzt:



KI überholt Smartphone
Die Geschwindigkeit der weltweiten Verbreitung von KI-Anwendungen stellt den bisherigen Rekord der Smartphones in den Schatten.

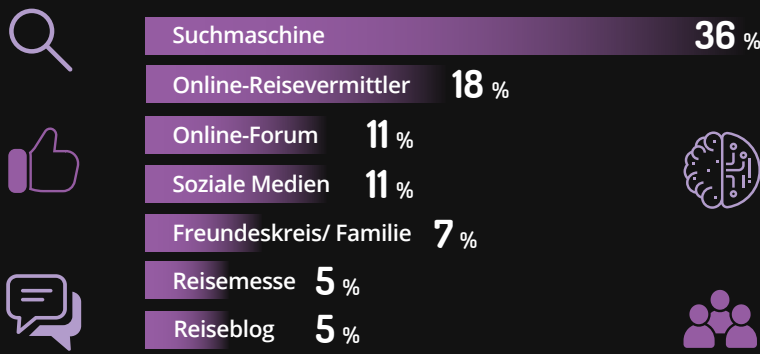
SOCIAL MEDIA ALS INSPIRATION

69 % der deutschen Reisenden lassen sich von sozialen Medien inspirieren.



WELCHE MEDIEN NUTZT DER GAST 2025 ZUR UNTERKUNFTSSUCHE?

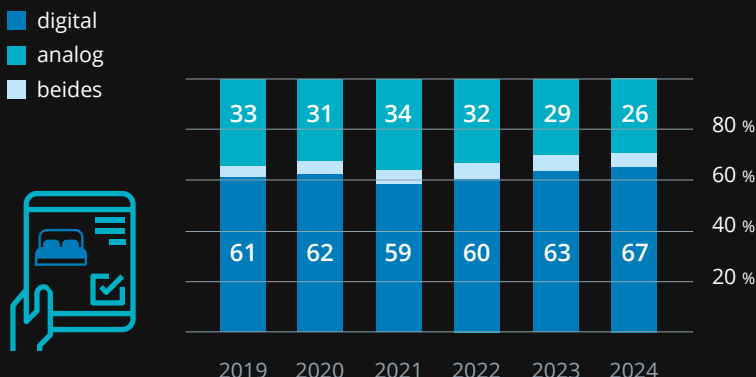
Der größte Teil der Unterkunftssuche findet weltweit online statt.



BUCHEN

DIGITALE BUCHUNGEN

Der Trend zur digitalen Buchung setzt sich im DACH-Raum weiter fort.



53 %
der weltweiten TikTok-User kauften ein Reiseprodukt oder eine Aktivität, nachdem sie diese auf der Plattform entdeckt haben.

ENTWICKLUNG DER VORAUS-BUCHUNGSFRIST

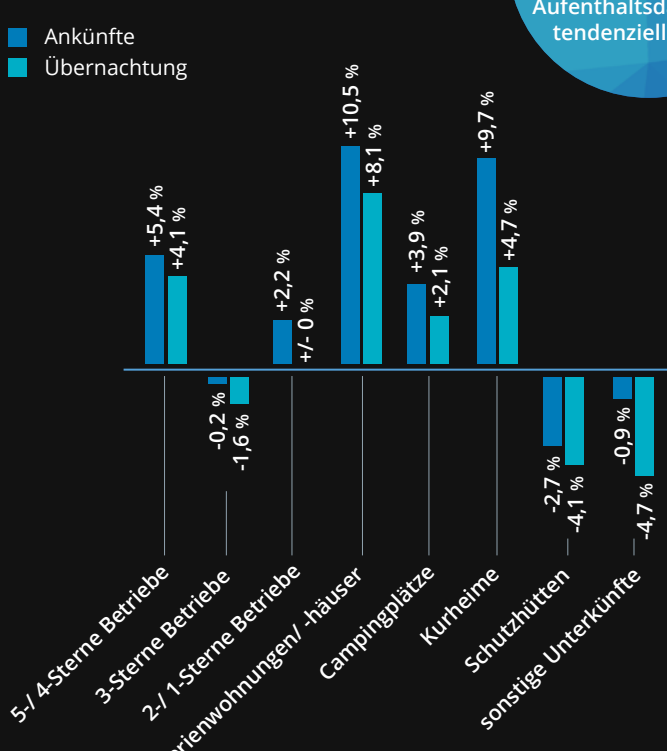
2025 im Vergleich zu 2024 (Special Insight der MyRate GmbH).

In den DACH-Regionen, in denen Gastgeber mit einer moderaten Preispolitik auf das Marktgeschehen reagieren, zeigt sich eine bessere Vorausbuchungslage im Vergleich zum Vorjahr.

Die klassischen Urlaube mit einer Aufenthaltsdauer von 14 Tagen werden weniger nachgefragt. Immer häufiger werden mehrere Destinationen in einer Reise verbunden. Events und Konzerte dienen zunehmend als Anlass für Kurzaufenthalte.

DIE BELIEBTESTEN UNTERKUNFTSARTEN IN AT

Veränderung gegenüber Vorjahr.



Trotz gestiegener Anreisen entwickeln sich die Übernachtungen prozentual geringer. Das bedeutet, die Aufenthaltsdauer wird tendenziell kürzer.

TEILEN

SOCIAL MEDIA BLEIBT EIN WICHTIGER TEIL DES URLAUBSERLEBNISSES

Reiseinhalte werden weiterhin in sozialen Medien geteilt. Dabei werden Transparenz, Authentizität und echte zwischenmenschliche Beziehungen immer wichtiger.

65 %

der Social Media-Nutzenden teilen mehr Content aus ihrem Urlaub als aus ihrem Alltag.

> 40 %

der Millennials & Gen Z würden die Wahl ihres Reiseziels überdenken, wenn sie den Standort nicht auf Social Media taggen können.

52 %
gaben an, dass Empfehlungen von Reisebloggern ihr Budget weit überschreiten.

24 %
beklagten die fehlende Kostentransparenz bei Influencer-Reisetipps.

8 %
lassen sich noch von Influencer-Reiseinhalten auf Instagram oder YouTube inspirieren.

> 53 %
der Reisenden taggen keine Orte, wenn sie ein weniger bekanntes Reiseziel besuchen, um es geheim zu halten.

53 %
hoffen, Technologie einsetzen zu können, um weniger überfüllte Orte zu finden.

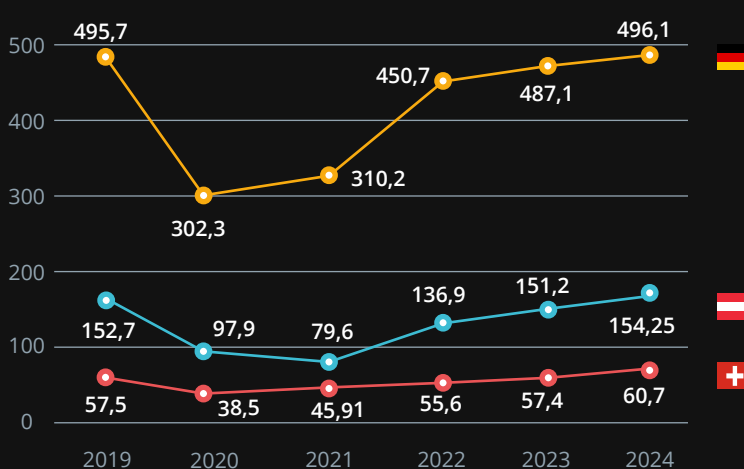
13 %
nutzen Apps mit Echtzeit-Informationen, um überfüllte Orte zu meiden.

Reiseerlebnisse teilen, aber authentisch

Reiseerlebnisse teilen, aber verantwortungsbewusst

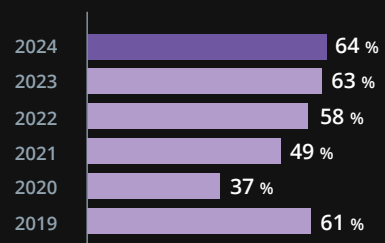
ÜBERNACHTUNGEN AUF REKORD-NIVEAU

Übernachtungszahlen (in Millionen) in Deutschland, Österreich und der Schweiz steigen weiter.



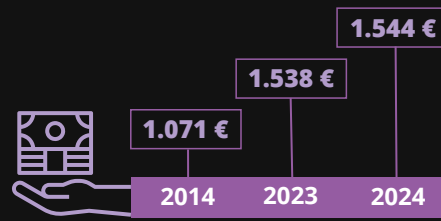
MEHR REISELUST

So viele Deutsche wie noch nie haben in 2024 eine Reise von mindestens 5 Tagen unternommen.



URLAUBS-AUSGABEN STEIGEN

Die Ausgaben der Deutschen bei Reisen von mind. 5 Tagen liegen höher als je zuvor.



PLANEN

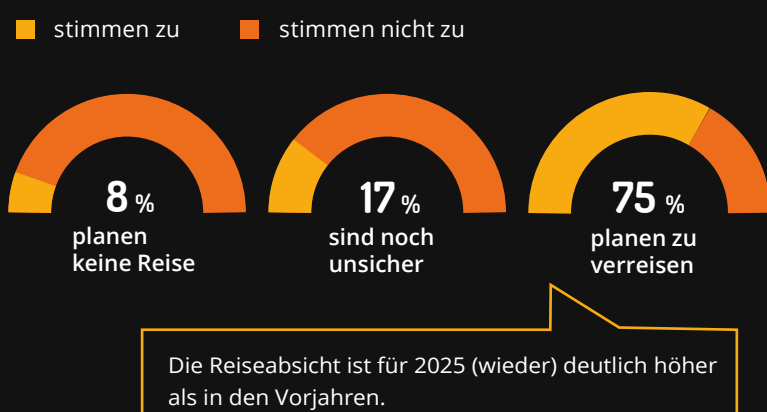
5 REISETRENDS, DIE 2025 WICHTIG WERDEN

Ergebnisse aktueller Befragungen der OTA in DACH.

- COOLCATION** Reisen in eine Region, in der gemäßigt und kühleres Klima herrscht.
- SLOW TRAVEL** Langsames, bewusstes Reisen mit weniger aber dafür intensiveren Eindrücken.
- UNDERTOURISM** Der Besuch von Zielen, die nicht zu den üblichen Touristen-Hotspots zählen.
- TRIP-CHAINING** Reisen mit mehreren Zwischenstopps, um mehrere „Urlaube“ in einem einzigen Abenteuer zu kombinieren.
- BLEISURE** Geschäftsreisen verlängern, um die besuchten Orte anschließend auch privat zu erkunden.

DIE REISEABSICHTEN FÜR 2025 SIND POSITIV

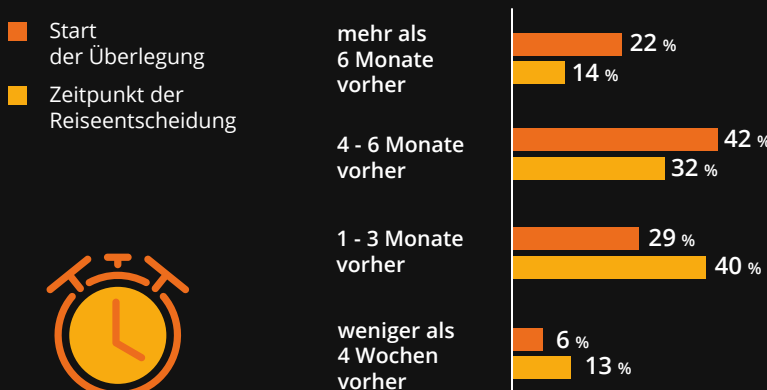
75 % der Deutschen haben Urlaubspläne für 2025.



Die Reiseabsicht ist für 2025 (wieder) deutlich höher als in den Vorjahren.

TIMING DER URLAUBSPLANUNG

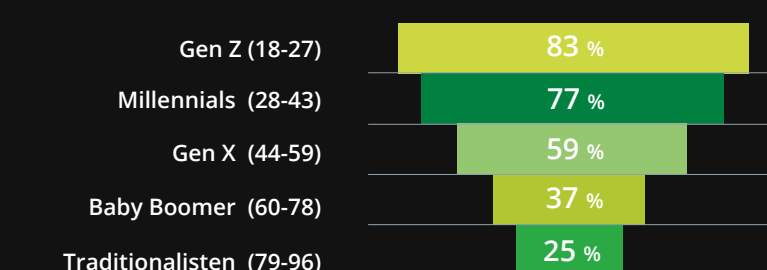
Die meisten deutschen Reisenden haben 2024 ca. 4 - 6 Monate vor der Reise mit der Planung begonnen.



ERLEBEN

ERLEBNISSE ALS BUCHUNGSANREIZ

Internationale Befragung von SiteMinder: Vor allem für jüngere Zielgruppen sind Erlebnisse ein Reiseanlass.



NATUR- & KULTUR-ERLEBNISSE ALS VORAUSSETZUNG

Für fast 20 % der deutschen Reisenden sind Aktivitäten und Erlebnisse in der Umgebung die wichtigsten Faktoren bei der Auswahl des Reiseziels.

45 % der Deutschen überlegen, Reiseziele ohne Lichtverschmutzung zu besuchen. Stark im Trend sind besondere Nachtaktivitäten (Sternbaden, Wiesenbett, Nordlichter).

Naturereignisse



Retreats



Food & Drink Festivals



Musikevents/Festivals



KI UNTERSTÜTZT, ERSETZT JEDOCH KEINE ZWISCHENMENSCHLICHKEIT

49 % der Reisenden aus Deutschland nutzen laut einer GfK-Umfrage KI, um authentische Erlebnisse zu finden. Der zwischenmenschliche Kontakt ist jedoch schwer zu ersetzen.

