

# Travel Trends – Fokus Deutschland

Wintersaison | 2024/2025

**SIMON**   
**KUCHER**  
Unlocking better growth



# Willkommen bei Travel Trends

Wintersaison 2024/2025

---

Der von Simon-Kucher erstellte Bericht Travel Trends bietet Einblicke in das Verhalten der Freizeit-, Reise- und Tourismusbranche.

Die Studie von Simon-Kucher liefert alle 6 Monate aussagekräftige Erkenntnisse, die in konkrete Maßnahmen für Unternehmen zur Steuerung ihrer Strategie umgesetzt werden können.

[Jetzt entdecken →](#)



# Travel Trends Studie – Fokus Deutschland

Die Dynamik von Reisebudgets und Bedürfnissen erfordert Agilität und kluge kommerzielle Entscheidungen auf Seiten der Reiseindustrie



## Wieder steigendes Reisebudget

Für die Wintersaison steigt das Reisebudget um 2 % im Vergleich zum Vorjahr. Die positive Veränderung wird insbesondere durch Gen Z getrieben.

Das **Budgetwachstum** in den verschiedenen Generationen reicht von **0,0 % bis +4,6 %**. Das Wachstum wird vor allem auf die **Inflation und häufigeres Reiseaufkommen** zurückgeführt.

## Economy-Reisen als die neue Norm

Ein bedeutender Anteil der Reisenden nutzt günstigere Unterkünfte und näher gelegene Reiseziele, um das Reisebudget zu schonen.

Während **Babyboomer** die Wahl zu **näher gelegenen Reisezielen** als Sparmaßnahme bevorzugen, tendieren **jüngere Reisende** stärker dazu, bei der **Qualität der Unterkunft zu sparen**.

## Unterschiede in der Haltung zur Nachhaltigkeit

Über 40 % der „Gen Z“-Reisenden wären bereit einen Preisaufschlag für nachhaltigere Reisen zu zahlen.

Dieser **Effekt nimmt für ältere Altersgruppen ab**. Lediglich **jeder 4. bis 5. Babyboomer** würde mehr für nachhaltigere Reisen zahlen.

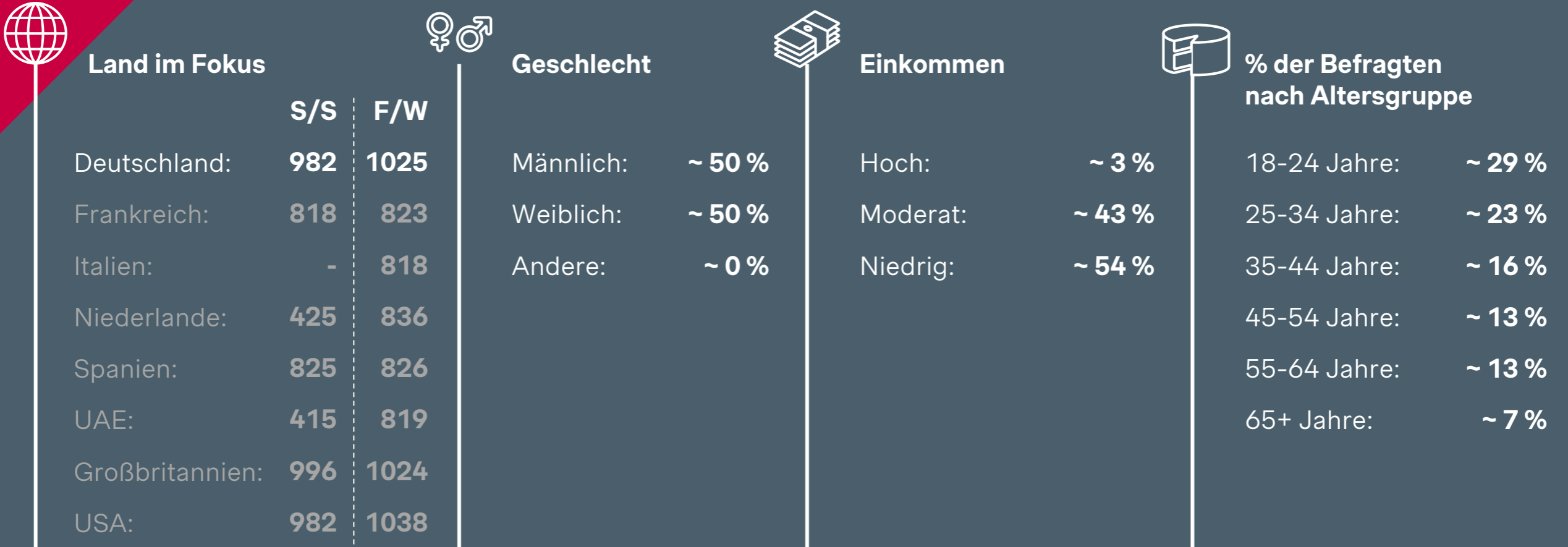
## Digitalisierung der Reiseplanung

OTAs sind mit 47 % der beliebteste Kanal für Reisebuchungen unter den Freizeitreisenden.

Über alle Altersgruppen hinweg, sind OTAs der präferierte Buchungskanal. Primäre Gründe sind die **Bequemlichkeit und Flexibilität** bei der Buchung. Ebenfalls werden OTAs häufig genutzt, um **Hotels zu entdecken** und **letztlich direkt über die Hotels zu buchen**.

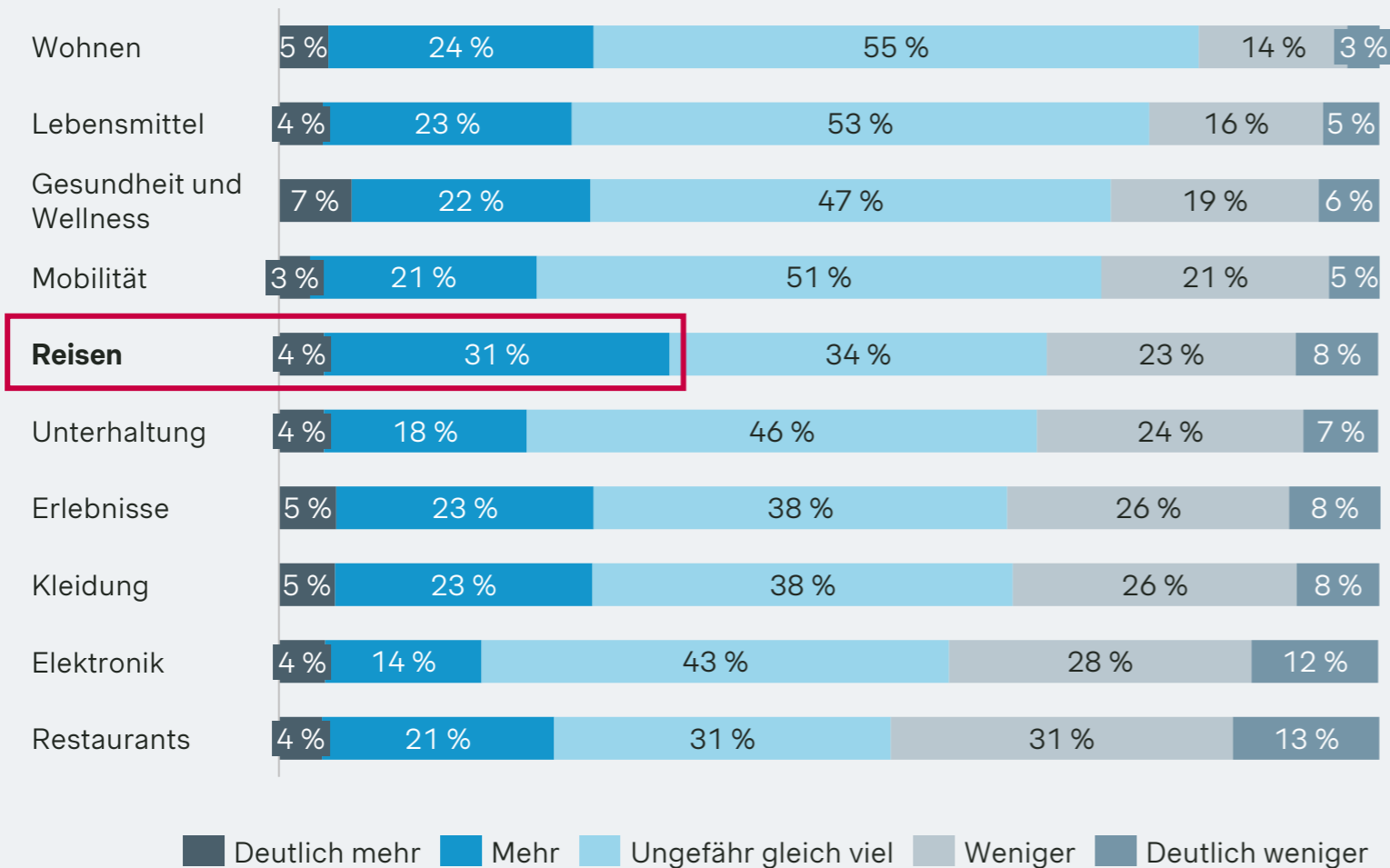
# Demografische Daten

Unsere Studie über Reisetrends befragte 1025 Personen in Deutschland, die die folgenden demografischen Merkmale abdeckten:



## Erwartete Ausgaben nach Kategorie % der Befragten

Im Vergleich zum Vorjahr verschieben sich die Ausgaben für die Wintersaison:



## 35 % der Deutschen erwarten (deutlich) höhere Ausgaben für Reisen im Vergleich zum Vorjahr

Reisen ist die Kategorie, in der die meisten Personen ihr Budget zum Vorjahr gesteigert haben.

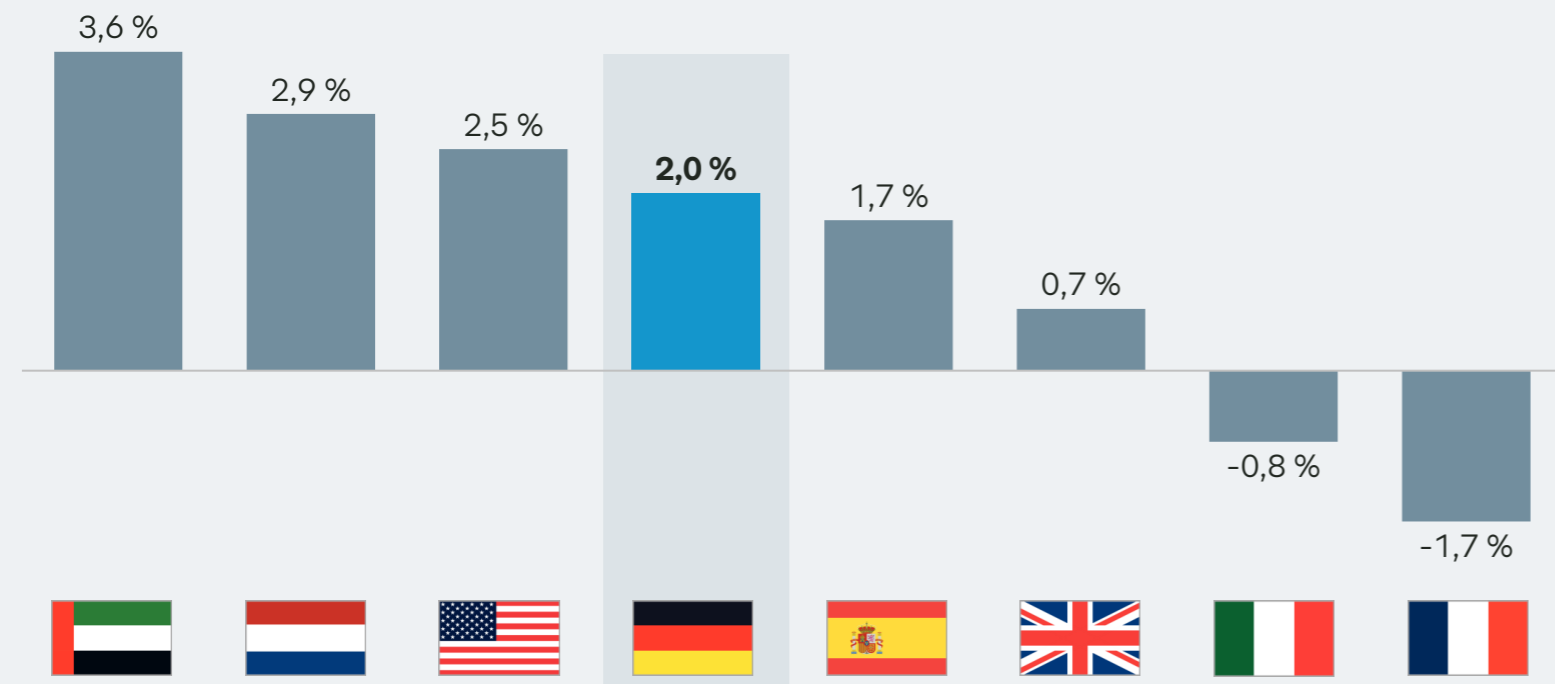
Mehr als 35 % der Reisenden planen, ihr Reisebudget im Vergleich zum Vorjahr zu erhöhen.

Dem gegenüber stehen 31 % der Reisenden, die ihr Budget im Vergleich zum Vorjahr senken möchten.

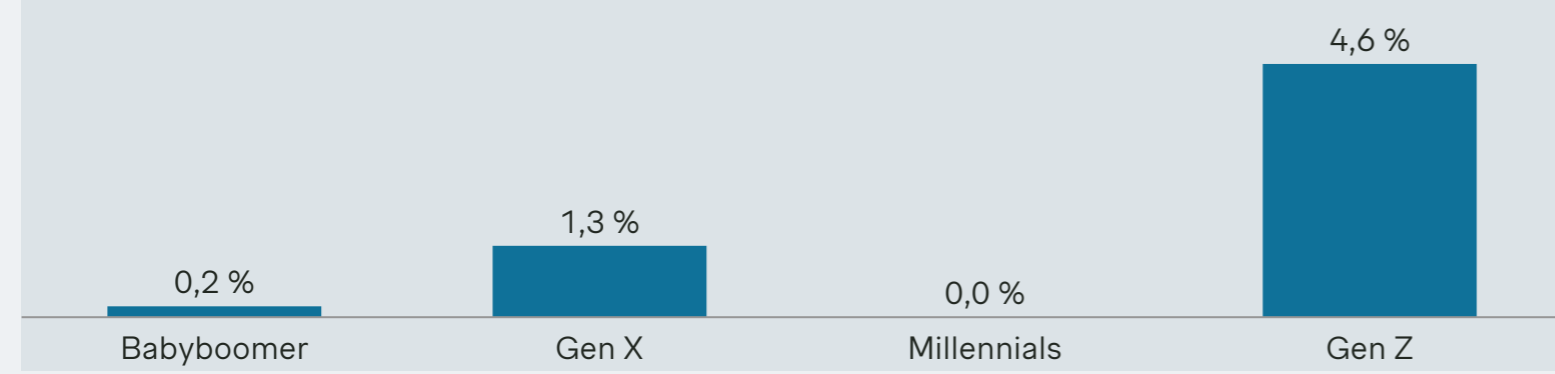
[Q13]: Wie wird sich Ihr allgemeines Ausgabeverhalten in der nächsten Herbst-/Wintersaison im Vergleich zur letzten Herbst-/Wintersaison ändern?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Wachstum des Budgets für Freizeitreisen im Vergleich zum Vorjahr

Veränderungen in % gegenüber dem Vorjahr



### Veränderungen in % gegenüber dem Vorjahr in Deutschland nach Generationen



## Das Wachstum deutscher Reisebudgets wird vor allem durch die Gen Z getrieben

Im Schnitt wird für die Wintersaison mit erhöhtem Reisebudget von 2 % gerechnet. Im Sommer waren die Budgets noch rückläufig.

Das Wachstum ist dabei über Generationen hinweg ungleichmäßig. Während das geplante Budget der Gen Z im Schnitt um 4,6 % steigt, rechnen andere Generationen mit minimalen Veränderungen.

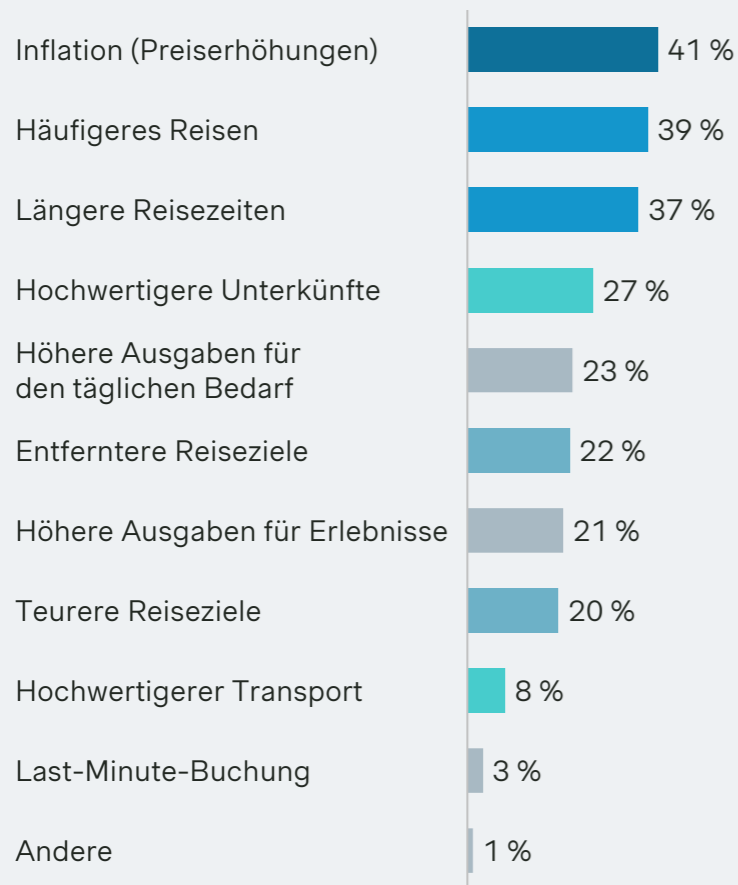
In dieser Wintersaison wird eine geringere Nachfrage aus Frankreich und Italien erwartet, während Länder wie die Vereinigten Arabischen Emirate, USA, Spanien und Niederlande als Feeder-Märkte voraussichtlich wachsen werden.

[Q8]: Wie hoch sind die voraussichtlichen Gesamtausgaben Ihres Haushalts für Freizeitreisen in der kommenden Herbst-/Wintersaison im Vergleich zur letzten Herbst-/Wintersaison?  
 Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 5.443. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 7.209)

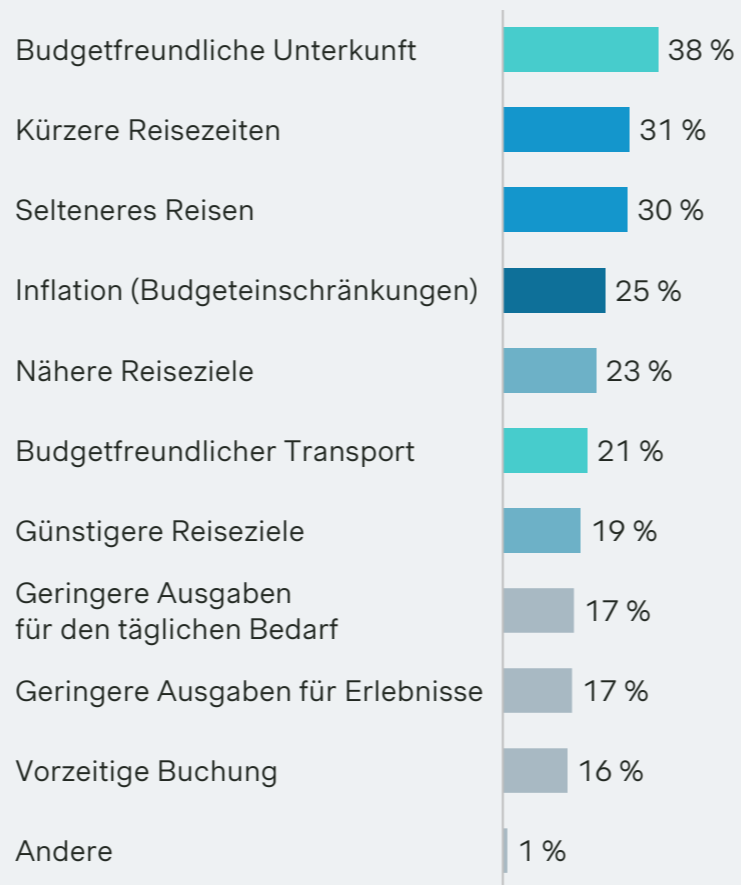
## Gründe für eine Budgetänderung bei Freizeitreisen

% der Befragten

### Ich werde mehr ausgeben, aufgrund von...



### Ich werde weniger ausgeben, aufgrund von...



**Gründe für die Änderung:** Inflation (dunkelblau), Quantität (hellblau), Qualität (hellgrün), Reiseziel (mittelblau), Andere (grau)

## Häufigeres und längeres Reisen bei >35 % die wichtigsten Treiber für höhere Reiseausgaben

Der Hauptgrund für die gestiegenen Reisebudgets sind steigende Preise, wobei auch eine höhere Reisefrequenz dazu beiträgt.

Mehr Reisende möchten bei den Unterkünften sparen (38 %) im Vergleich zu jenen, die mehr für die Unterkunft ausgeben wollen (25 %).

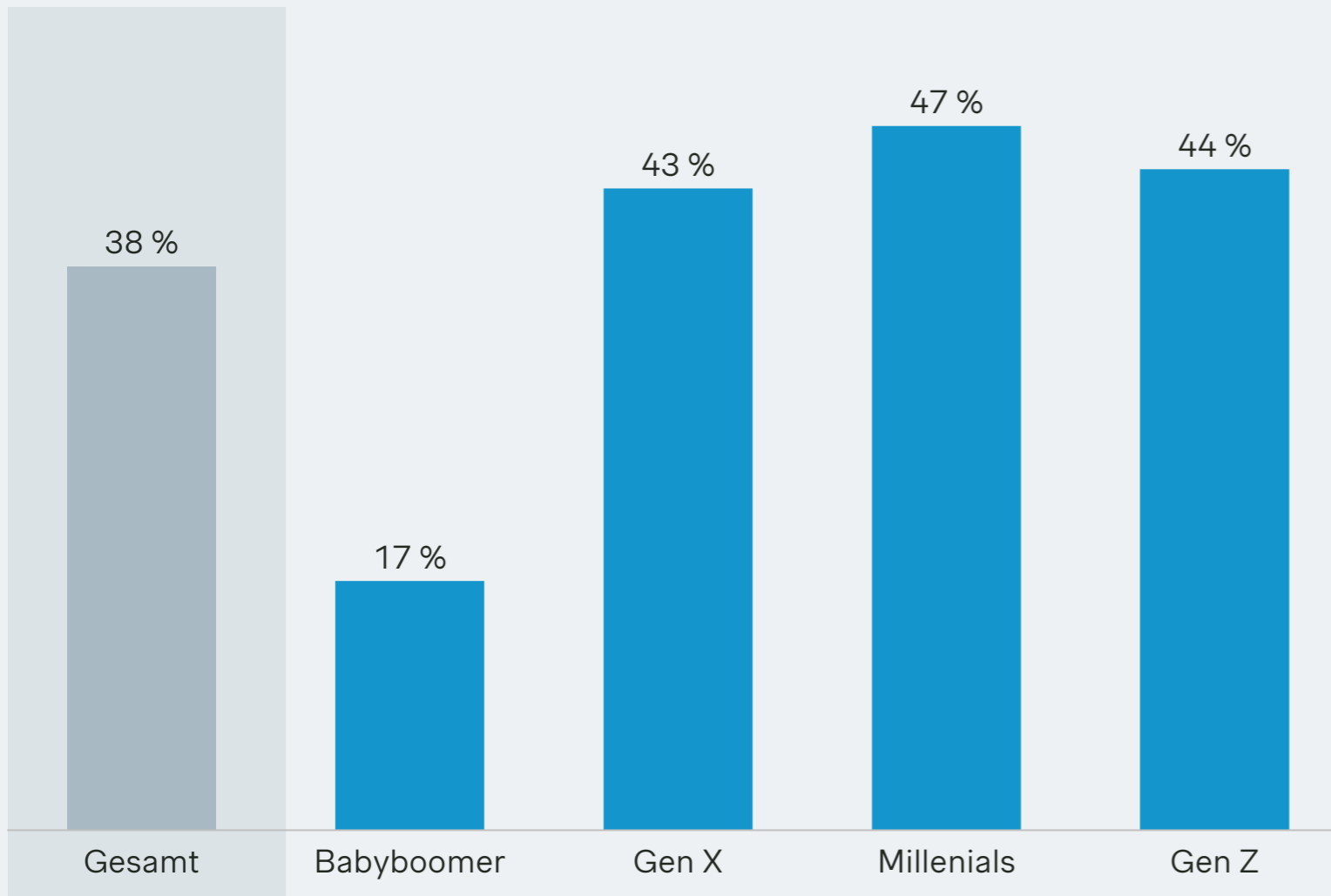
Darüber hinaus nennt ein Drittel der Reisenden, die weniger für Reisen ausgeben möchten, eine geringere Reisefrequenz und kürzere Reisedauer als Faktoren für ihre Budgetkürzungen.

[Q9.A]: Was sind die Hauptgründe für die Erhöhung Ihres Budgets für Freizeitreisen?; [Q9.B]: Was sind die Hauptgründe für die Verringerung Ihres Budgets für Freizeitreisen?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Senkung der Qualität der Unterkünfte, um die Reisekosten zu reduzieren

% der Befragten mit verringertem Reisebudget

Die Befragten wählen eine preisgünstige Unterkunft, um die Reisekosten zu reduzieren:



## Besonders junge Reisende sind bereit an der Unterkunft zu sparen

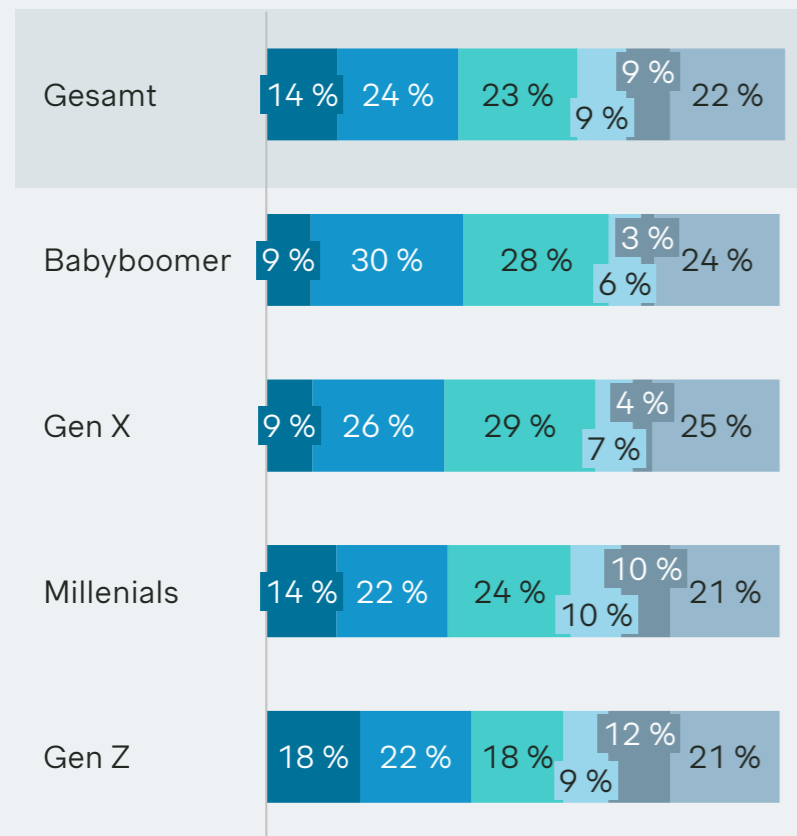
Babyboomer bevorzugen Komfort und sind bereit, für Premium-Unterkünfte zu bezahlen, während jüngere Generationen, insbesondere Millennials (47 %), nach budgetfreundlichen Optionen suchen, um ihre Ausgaben zu reduzieren.



## Präferenzen für Unterkunfts-kategorien bei Freizeitreisen

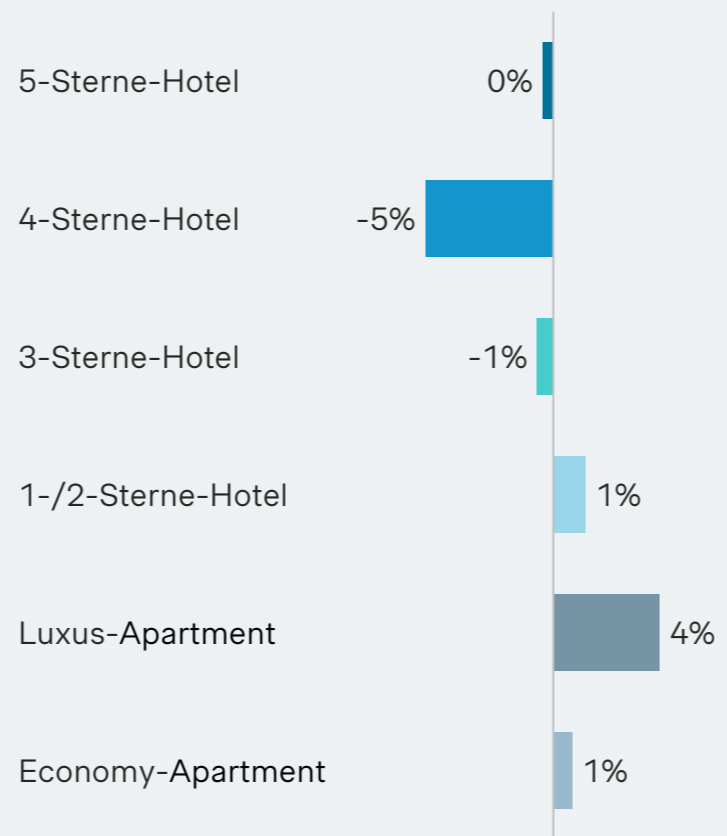
% der Befragten

### Unterkunftspräferenz nach Generation



■ 5-Sterne-Hotel   
 ■ 3-Sterne-Hotel   
 ■ Luxus-Apartment (inkl. Airbnb's)  
■ 4-Sterne-Hotel   
 ■ 1-/2-Sterne-Hotel   
 ■ Economy-Apartment (inkl. Airbnb's)

### Winter vs. Sommer-Saison (%)



## Beliebtheit von preisgünstigen Unterkünften wie Apartments & Economy-Hotels steigt an

In der Nebensaison reduzieren Reisende oft lange, kostspielige Reisen in luxuriösere Hotels mit Familie oder Partnern und entscheiden sich stattdessen für budgetfreundliche Optionen wie Apartments und 1-/2-Sterne-Hotels, um Geld zu sparen.

Hotels geraten durch das Angebot von Apartments unter Druck, da diese durch ihre Erschwinglichkeit und Leichtigkeit der gemeinsamen Nutzung immer beliebter werden.

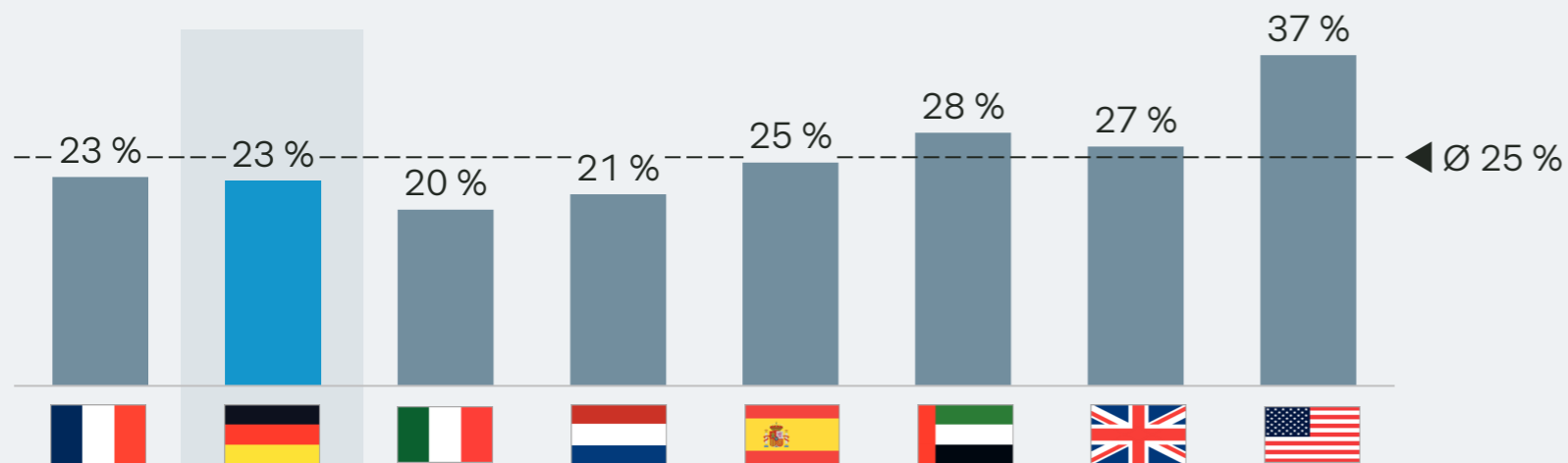
Besonders junge Reisende setzen bei ihren Unterkünften auf Apartments.

[Q16]: Welche Kategorien von Unterkünften planen Sie für Freizeitreisen zu buchen (ungefähr)?  
 Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 982 für Deutschland. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

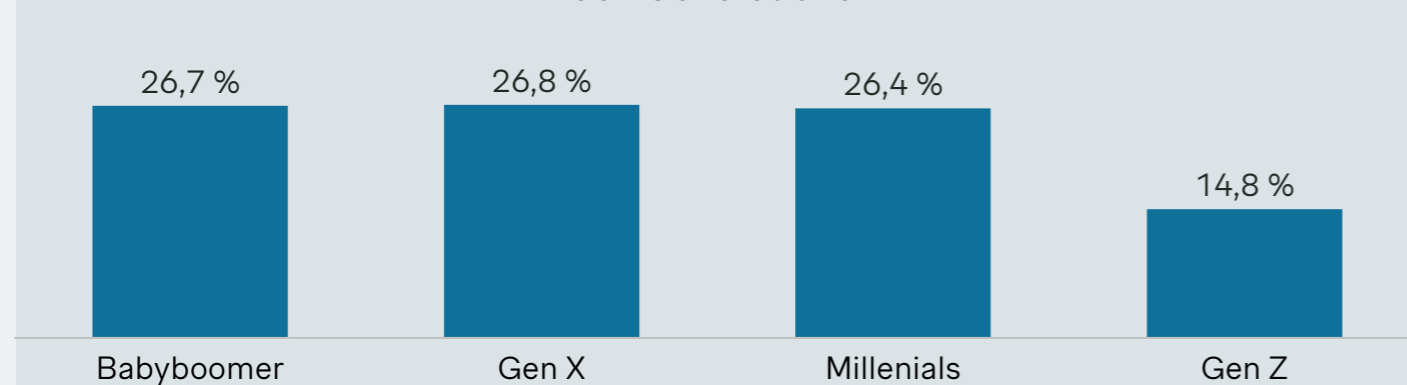
## Wahl eines näher gelegenen Reisezieles, um Reisekosten zu senken

% der Befragten mit verringertem Reisebudget, nach Herkunftsland

Befragte, die sich dafür entscheiden, zu näher gelegenen Zielen zu reisen, um die Reisekosten zu senken:



### Nach Generationen



## 23 % der Sparer wählen lokale Reiseziele, um Reisekosten zu senken

23 % der Reisenden beschließen, sich auf inländische und nahe gelegene Ziele zu konzentrieren, um ihre Budgets zu kürzen.

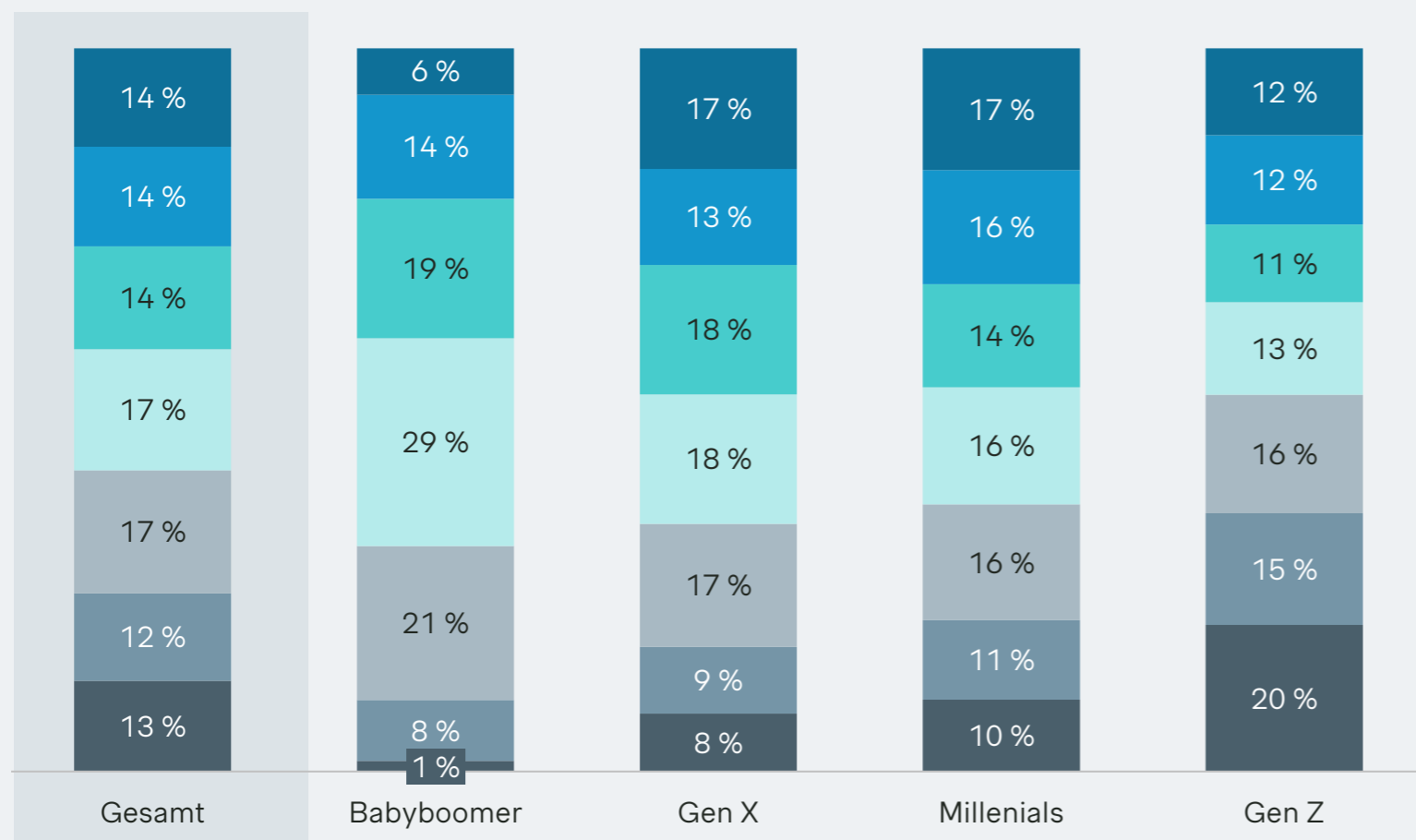
Deutlich weniger stark ist der Effekt für Gen Z, die weniger von ihren gewünschten Destinationen abzuweichen scheinen.

[Q9.B]: Was sind die Hauptgründe für die Verringerung Ihres Budgets für Freizeitreisen?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 7.209)

## Vorlaufzeit für Reisebuchungen

% der Befragten

### Vorlaufzeit für die Buchung von Freizeitreisen



0-7 Tage 8-14 Tage 15-30 Tage 31-60 Tage 61-180 Tage 181-365 Tage > 365 Tage

## Gen Z neigt dazu, früher ihre Reisen zu buchen - 35 % buchen mindestens ein halbes Jahr im Voraus

Jüngere Generationen neigen stärker dazu, ihre Reisen frühzeitig zu buchen. Dies lässt sich auf die bessere Planbarkeit von Reisen in jungen Jahren sowie auf das Bestreben, Early-Bird-Angebote zu sichern, zurückführen.

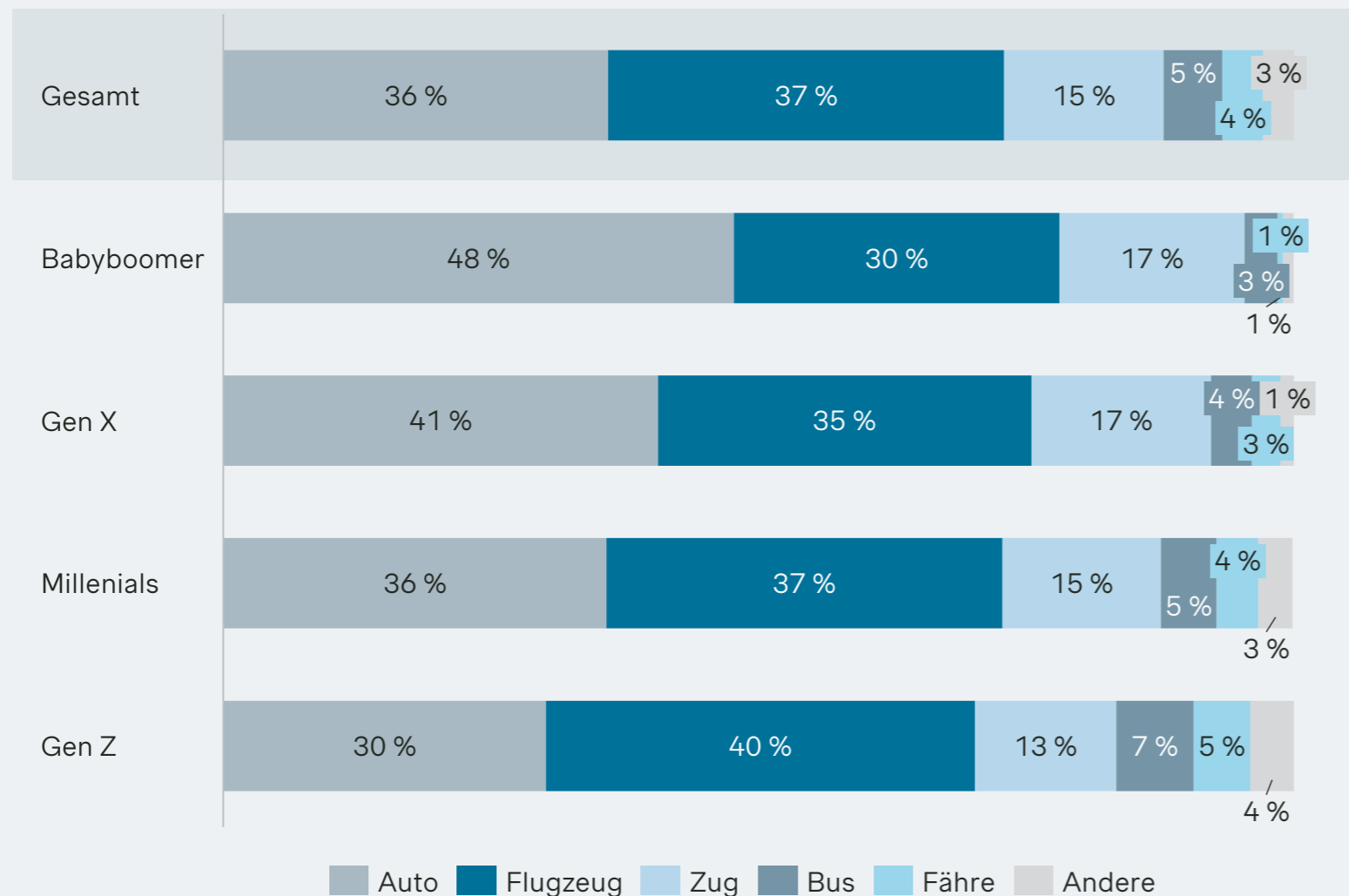
Allgemein besteht jedoch eine Bewegung zu Last-Minute-Reservierungen im Vergleich zur Sommersaison.

[Q32]: Wie weit im Voraus buchen Sie normalerweise Ihre Unterkunft?  
 Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 982 für Deutschland. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Verkehrsmittelpräferenz für Freizeitreisen

% der Befragten

### Verkehrsmittelpräferenz



## Autoreisen weiterhin beliebt - Fliegen ist nun die beliebteste Reisemöglichkeit

In dieser Wintersaison wird ein Anstieg des Flugverkehrs über alle Generationen hinweg erwartet.

Dennoch wird das Auto auch in dieser Wintersaison das beliebteste Verkehrsmittel der Babyboomer und der Generation X bleiben.

Die Bahn ist das am dritthäufigsten genutzte Verkehrsmittel für Freizeitreisen und wird insbesondere bei den Babyboomern um 2 Prozentpunkte und bei der Generation X um fast 1 Prozentpunkt im Vergleich zur Sommersaison zulegen.

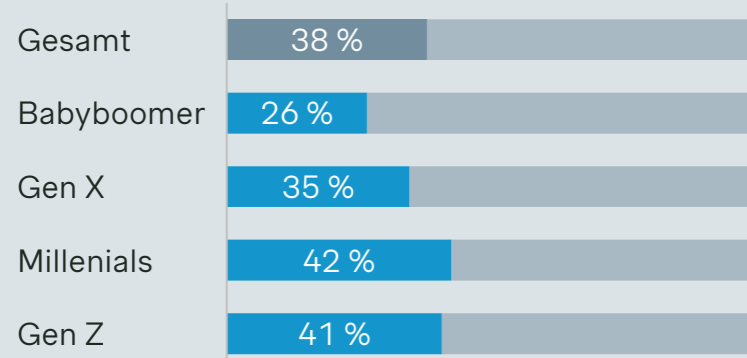
[Q24]. Welches Verkehrsmittel werden Sie auf Ihren Reisen benutzen, um an Ihr Ziel zu gelangen?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 982 für Deutschland. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Nachhaltigkeit Zahlungsbereitschaft

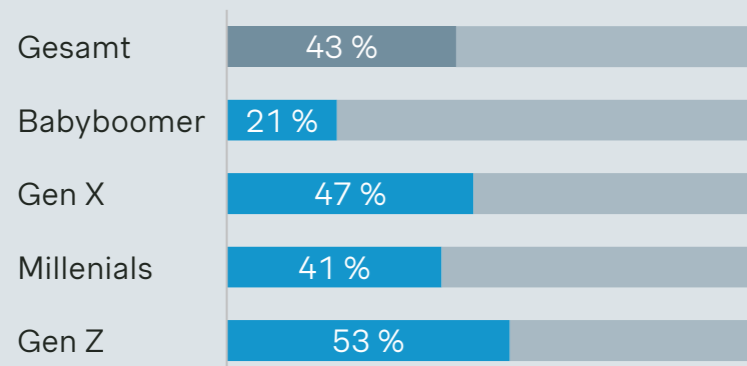
% der Befragten; Durchschnittlicher Prozentsatz über dem regulären Preis

### Befragte, die bereit sind, mehr zu zahlen für eine(n) nachhaltige(n)...

#### ... Flug

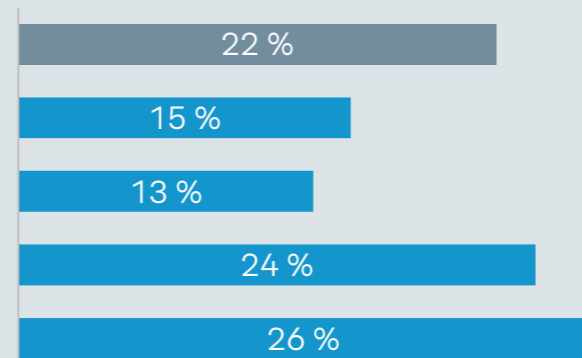


#### ... Unterkunft

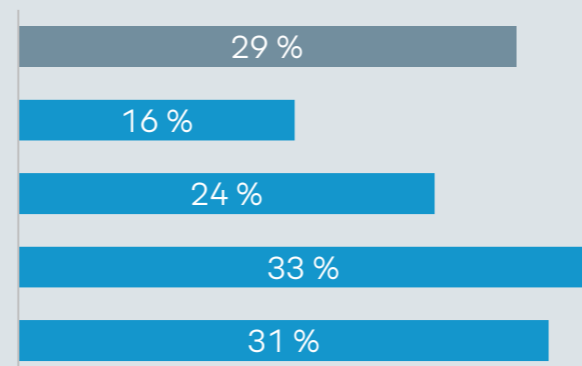


### Im Durchschnitt sind nachhaltige Reisende bereit, ...

#### ... mehr als den regulären Flugpreis zu bezahlen.



#### ... mehr als den regulären Unterkunftspreis zu bezahlen.



## Reisende achten auf die Nachhaltigkeit ihrer Reisen und akzeptieren dafür potenzielle Preiserhöhungen

Vor allem für Unterkünfte besteht eine höhere Zahlungsbereitschaft für mehr Nachhaltigkeit. Besonders deutlich zeigt sich dies für jüngere Altersgruppen.

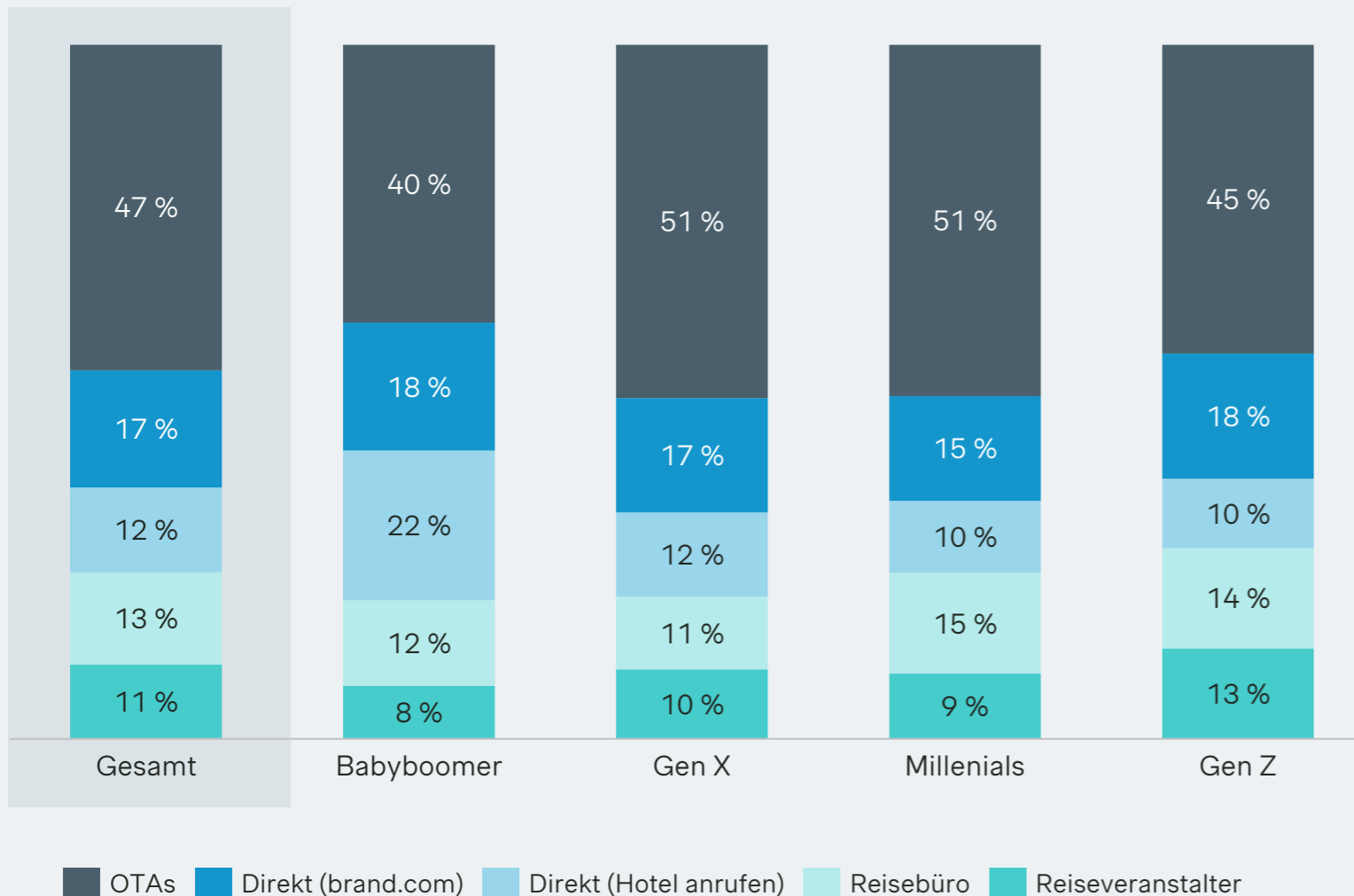
Für diese Altersgruppen lassen sich durch nachhaltigere Angebote Preiserhöhungen von ca. 25-30 % für Reisen durchsetzen.

Ein ähnliches Muster zeigt sich im globalen Vergleich. USA führt die Spitze mit erhöhten Zahlungsbereitschaften von 27-35 % an.

Wären Sie bereit, mehr für ein Zimmer zu bezahlen, das die CO2-Emissionen kompensiert?; [Q39B]: Wären Sie bereit, mehr für einen Flug zu bezahlen, der die CO2-emissionen kompensiert?  
 Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 982 für Deutschland. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Präferenzen für Buchungskanäle % der Befragten

### Channel Mix für Freizeitreisen



## Freizeitreisende bevorzugen Onlinebuchungen über OTA's deutlich gegenüber alternativen Kanälen

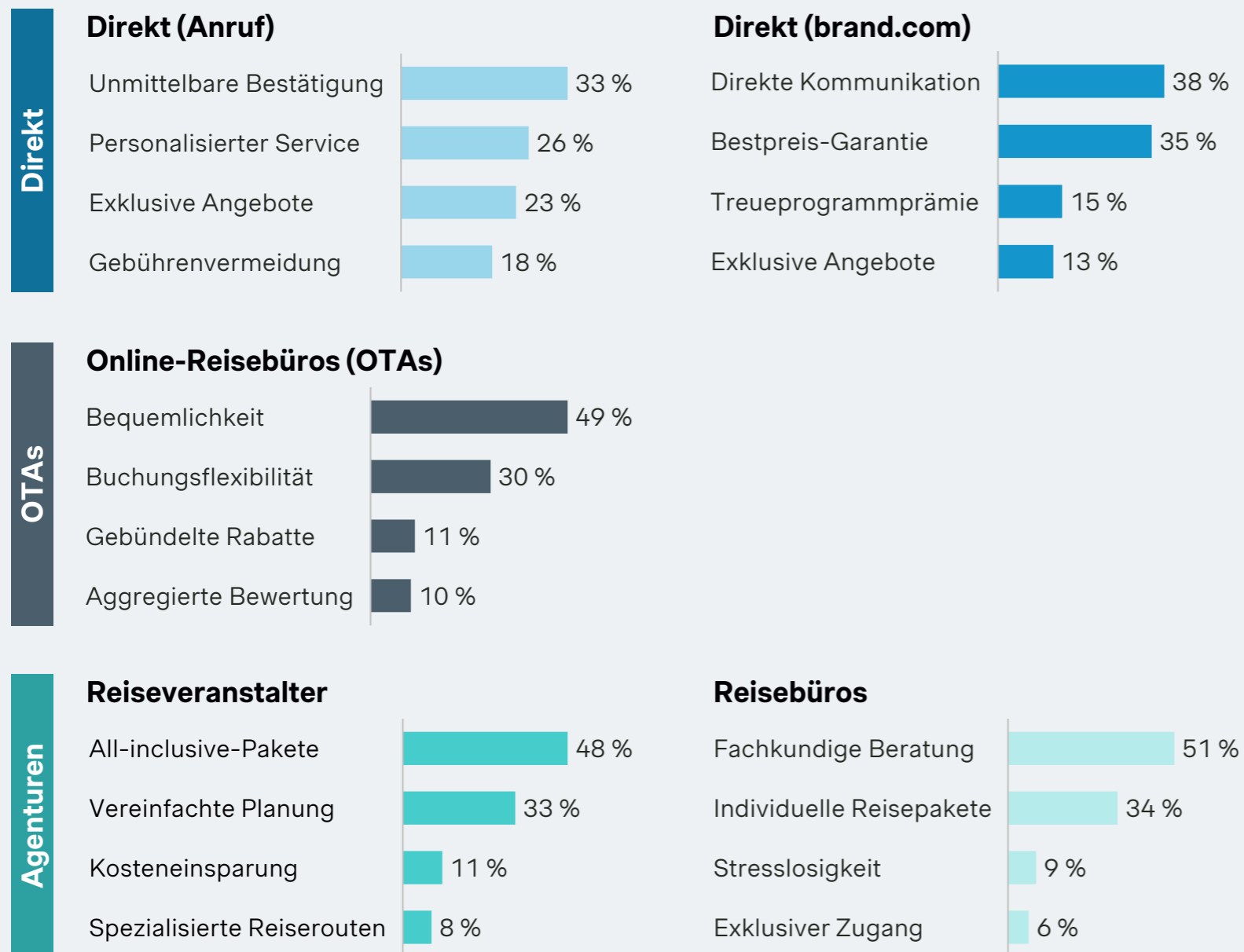
OTAs ist über alle Generationen hinweg der beliebteste Kanal für Buchungen, mit 47 % unter den Freizeitreisenden.

Begünstigt wird dies durch einen erwarteten Rückgang von Direktbuchungen bei Hotels. Hiervon profitieren auch Reisebüros sowie Reiseveranstalter.

[Q19]: Wenn Sie in Ihrer Freizeit verreisen, welchen Kanal planen Sie zu nutzen (ungefähr)?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Sommer-Erhebung im April 2024, n = 982 für Deutschland. Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

## Gründe für die Kanalpräferenz

% der Befragten



## Die Buchung über OTAs ist für Reisende eine bequeme Möglichkeit

Reisende buchen telefonisch direkt beim Hotel aufgrund sofortiger Bestätigung und persönlichem Service; nur 18 % nennen die Vermeidung von Gebühren als Grund.

Brand.com wird primär für direkte Kommunikation und Bestpreisgarantie geschätzt.

OTAs überzeugen durch Bequemlichkeit und Flexibilität, während Reiseveranstalter mit All-inclusive-Paketen und einfacher Planung punkten.

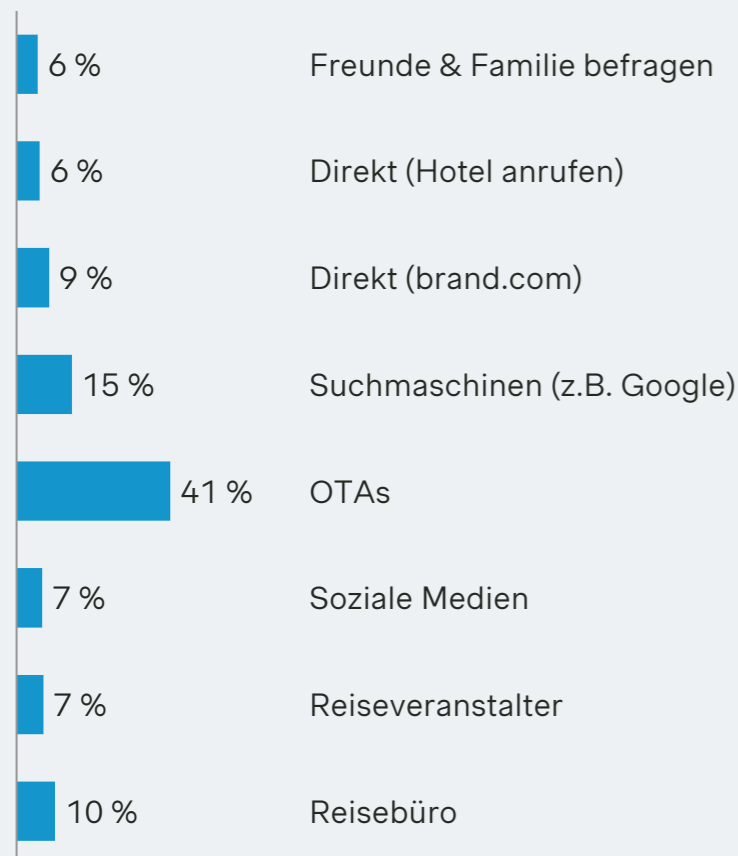
Reisebüros sind wegen fachkundiger Beratung und maßgeschneiderter Optionen weiterhin beliebt.

[Q20]: Sie haben erwähnt, dass Sie Ihre Hotels in der Regel über XX buchen. Warum gefällt Ihnen diese Option am besten?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)

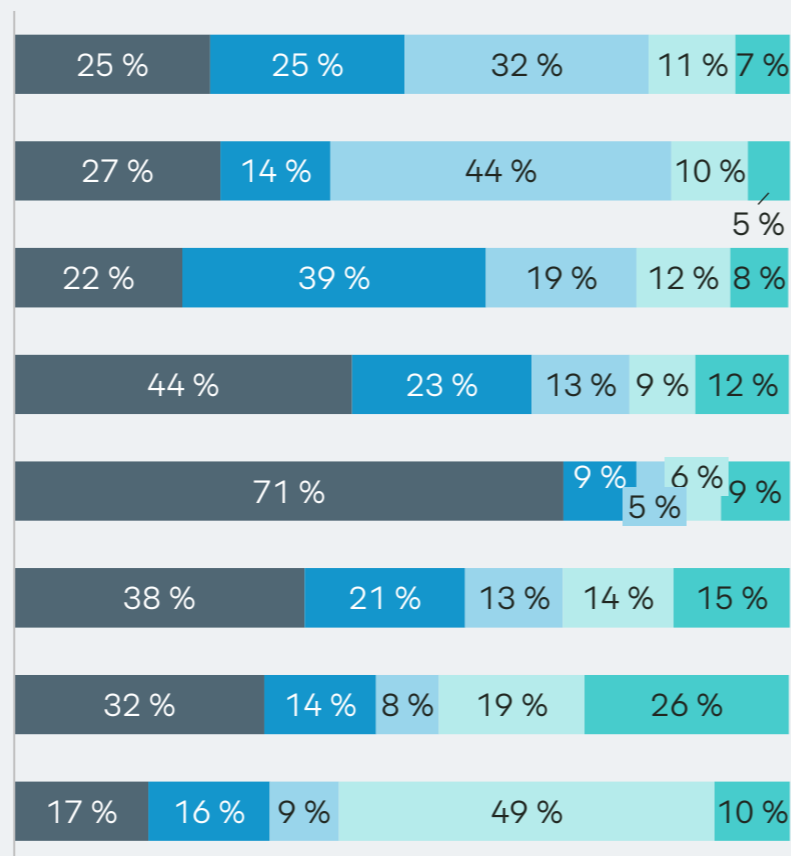
## Billboard-Effekt % der Befragten

### Erste Suchmethode...

% der Befragten



### ... endgültige Buchungsmethode



Reiseveranstalter   Reisebüro   Direkt (Hotel anrufen)   Direkt (brand.com)   OTAs

## 14 % der Reisenden, die auf OTAs suchen, buchen Hotels letztlich über direkte Kanäle

Online-Reisebüros (OTAs) sind für 41 % der bevorzugte Ausgangspunkt für Inspiration und Recherche, gefolgt von Suchmaschinen wie Google (15 %) oder Reisebüros (10 %).

Interessanterweise ist ein "Billboard-Effekt" erkennbar: Bis zu 14 % der Reisenden, die ein Hotel zum ersten Mal auf einem OTA entdecken, entscheiden sich letztendlich dafür, direkt über die Website des Hotels zu buchen.

[Q19]: Welchen Kanal benutzen Sie, um Ihre Buchung abzuschließen?  
Quelle: Simon-Kucher Travel Trends Studie. (Winter-Erhebung im Oktober 2024, n = 1.025 für Deutschland)



# Für weitere Information über die Studie wenden Sie sich bitte an:



**LISA  
NEUMEIER**  
Partner

[Lisa.Neumeier@simon-kucher.com](mailto:Lisa.Neumeier@simon-kucher.com)

+49 89 544793 624



**ALEXANDER  
DYSKIN**  
Senior Director

[Alexander.Dyskin@simon-kucher.com](mailto:Alexander.Dyskin@simon-kucher.com)

+49 221 36794 0



**LINDA  
KLEIN**  
Communications &  
Marketing Manager

[Linda.Klein@simon-kucher.com](mailto:Linda.Klein@simon-kucher.com)

+49 221 36794 0



**SIMON**   
**KUCHER**  
Unlocking better growth

[www.simon-kucher.com](http://www.simon-kucher.com)