

06.02.2024 - 12:45 Uhr

Neue Studie von eDreams ODIGEO: 90 % der Verbraucher:innen machen das Reisen zu ihrer obersten Budgetpriorität



- Die zum 25-jährigen Bestehen von eDreams durchgeführte Erhebung unter 10.000 Verbraucher:innen weltweit bestätigt, dass Reisen auch 2024 eine hohe Priorität im persönlichen Budget einnehmen wird.
- Während das Reisen für alle Altersgruppen eine wichtige Rolle spielt, zeigen die Daten zudem, dass zukünftige Generationen neue Werte für ihr Reiseverhalten und ihre Reiseziele haben werden.
- 27 Prozent der weltweiten Verbraucher:innen unter 24 Jahren betonen die Bedeutung sozialer Inklusivität bei der Wahl von Reisezielen und -anbietern, verglichen mit nur 17 Prozent der über 65-Jährigen.
- Weltweit wollen 20 Prozent der 18- bis 24-Jährigen auf Reisen digital vernetzt sein, während es bei den über 65-Jährigen nur 7 Prozent sind.
- Gesundheits- und Sicherheitsaspekte sowie geopolitische Aspekte haben sich in der Zeit nach der Pandemie als sehr wichtig erwiesen: 51 Prozent der Reisenden und sogar 54 Prozent der Deutschen gaben an, dass die Sicherheit beim Reisen an erster Stelle steht.

Der führende Anbieter von Reiseabonnements [eDreams ODIGEO](#) hat anlässlich des 25-jährigen Jubiläums seiner Flaggschiffmarke [eDreams](#) eine neue Umfrage in Auftrag gegeben. Daraus geht hervor, dass die überwiegende Mehrheit der Verbraucher:innen (84 %) trotz des derzeitigen schwierigen makroökonomischen Umfelds dem Reisen innerhalb ihres persönlichen Budgets hohe Priorität einräumt.

In Deutschland gaben sogar 90 Prozent der Befragten an, dass Reisen in ihrem Haushaltsbudget eine wichtige Rolle spielen. Nur ein Prozent der Befragten in Deutschland und drei Prozent der Befragten weltweit gaben an, dass sie es nicht für wichtig halten, Geld für Reisen auszugeben.

Diese Zahlen stammen aus einer Studie mit 10.000 Verbraucher:innen weltweit. Durchgeführt wurde die Studie vom Marktforschungsunternehmen OnePoll, darunter 1.000 Befragte aus Deutschland.

Wertewandel: Kommende Generationen setzen neue Reiseprioritäten

Die Daten zeigen auch, wie sich die Prioritäten und Werte der Reisenden in den nächsten 25 Jahren mit dem Generationswechsel und der raschen Entwicklung neuer Technologien verändern werden. So ergab die Umfrage beispielsweise, dass jüngere Menschen ihre Entscheidungen darüber, wie und wohin sie reisen, weitaus häufiger auf der Grundlage digitaler Konnektivität oder sozialer Integration treffen als ältere Generationen.

Preis-Leistungs-Verhältnis

Im Durchschnitt legen 60 Prozent der Befragten in Deutschland und 55 Prozent weltweit Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Vor allem die Babyboomer achten bei der Reiseplanung stärker auf die Kosten: 58 Prozent der Befragten über 45 Jahre weltweit und sogar 63 Prozent in Deutschland achten darauf. Die jüngere Generation hingegen scheint den Kosten weniger Bedeutung beizumessen, da andere Faktoren entsprechend neuer Prioritäten in den Vordergrund rücken. So geben nur 52 Prozent der unter 34-Jährigen weltweit (59 % in Deutschland) an, dass die Kosten ein wichtiger Faktor bei ihren Reiseentscheidungen sind.

Soziale Inklusion und Werte

Weltweit gaben 27 Prozent der Befragten im Alter von 18 bis 24 Jahren an, dass Anbieter und Reiseziele, die ein inklusives soziales Umfeld bieten, eine wichtige Rolle bei der Reiseplanung spielen, während dies nur 17 Prozent der über 65-Jährigen tun. In Deutschland legen zwölf Prozent der Babyboomer bei ihren Reiseentscheidungen Wert auf soziale Inklusion und Werte, bei der Generation Z sind es bereits 18 Prozent.

Digitale Konnektivität

20 Prozent der Generation Z gaben an, dass die digitale Konnektivität für die Kommunikation und die Arbeit auf Reisen oberste Priorität hat, verglichen mit sieben Prozent der über 65-Jährigen. Dies deutet darauf hin, dass flexibles Arbeiten und Arbeiten aus der Ferne unter den jüngeren Generationen weiter verbreitet sind und dass der Austausch von Reiseerlebnissen in sozialen Netzwerken wichtig ist. Interessanterweise zeigen weibliche Verbraucher:innen ein größeres Interesse daran, während ihrer Reisen digital in Kontakt zu bleiben: 19 Prozent verglichen mit nur 14 Prozent der männlichen Verbraucher. Die genannten Generationsmerkmale sind in Deutschland noch stärker ausgeprägt. Nur acht Prozent der über 45-Jährigen gaben an, dass ihnen die digitale Vernetzung wichtig ist, während dies für 24 Prozent der 25- bis 34-Jährigen ein wichtiges Kriterium war. Und schließlich ist die Inklusion nur für 14 Prozent der über 45-Jährigen in Deutschland ein wichtiger Aspekt, während 18 Prozent der unter 35-Jährigen dies als wichtig erachten.

Gesundheits- und Sicherheitsaspekte

Als wichtige Faktoren bei der Reiseplanung haben sich Gesundheit und Sicherheit erwiesen, was möglicherweise durch die Erfahrungen mit der Pandemie beeinflusst wurde. 54 Prozent der Befragten aller Altersgruppen in Deutschland und 51 Prozent der Befragten weltweit gaben an, dass dies ein wichtiger Faktor sei. Noch ausgeprägter war dies in Deutschland bei allen über 65-Jährigen mit 63 Prozent.

Dana Dunne, CEO von eDreams ODIGEO, sagt: "Wir befinden uns in einer Zeit, in der sich die Werte der Reisenden rasant verändern und von den großen Themen unserer Zeit geprägt werden, von der Technologie über die hybride Arbeit bis hin zur generationsprägenden Pandemie.

Seit der Gründung unseres Aushängeschildes eDreams vor 25 Jahren haben wir beobachtet, dass sich die Prioritäten der Reisenden erheblich verändert haben, insbesondere durch die Technologie, die ihnen eine fast grenzenlose Auswahl an Möglichkeiten bietet.

Mit Blick auf die Zukunft liefert die Erhebung einen faszinierenden Einblick in die Prioritäten der Reisenden, wenn die nächste Generation sozial integrierter und digitaler Konsument:innen den Höhepunkt ihrer Kaufkraft erreicht.

Während wir einen Wertewandel zwischen den Generationen beobachten, sehen wir auch weiterhin, dass Reisen für Verbraucher:innen aller Altersgruppen unglaublich wichtig bleibt. Wir gehen davon aus, dass die Nachfrage nach Reisen hoch bleiben wird. Die Daten zeigen, dass wir weiterhin innovativ sein und neue Erlebnisse anbieten müssen, um künftige Generationen von Reisenden zu erreichen."

Ein Vierteljahrhundert des Wandels in der Reisebranche

Die Untersuchungen von eDreams ODIGEO und OnePoll zeigen, dass der globale Reisesektor in den nächsten Jahrzehnten wahrscheinlich erhebliche Veränderungen erleben wird, insbesondere im Hinblick auf die Verbraucherpräferenzen. Dieser erwartete Wandel folgt unmittelbar auf ein Vierteljahrhundert, in dem sich die Reisebranche grundlegend gewandelt hat.

Unerreichtes Wachstum

In den letzten 25 Jahren hat die Reisebranche ein erhebliches und kontinuierliches Wachstum erlebt. Nach Angaben der International Civil Aviation Organization (ICAO) gab es 1999 weltweit 1,56 Milliarden Flugreisende. Diese Zahl stieg auf 4,9 Milliarden im Jahr 2023, was einem Wachstum von 157 Prozent* entspricht.

Das Zeitalter der Online-Buchungen

Der größte Umbruch für die globale Reisebranche im 21. Jahrhundert ist die rasante Entwicklung der Technologie. Die Gründung von eDreams, Europas größtem Online-Reisebüro, heute vor 25 Jahren markierte den Beginn der Universalisierung von Online-Reisen. Einem Bericht der IATA zufolge wurden 1999 nur fünf Prozent der Reisebuchungen online getätigt. Im Jahr 2023 waren es bereits 70 Prozent, was einem Anstieg von 650 Prozent in 25 Jahren** entspricht.

Ebenso war 1999 der Anteil der mobilen Reisebuchungen praktisch null. Das mobile Internet steckte noch in den Kinderschuhen und nur wenige Menschen hatten Zugang dazu. Außerdem waren die damals verfügbaren Geräte nicht für die Buchung von Reisen geeignet. Im Jahr 2023 nutzten 75 % der Verbraucher ihr Mobiltelefon, um Reisen zu buchen.***

Von der Transaktion zum Abonnement

Die jüngste Revolution in der Reisebranche sind abonnementbasierte Reisedienstleistungen. Millionen von Reisenden haben sich vom traditionellen Transaktionsansatz hin zu einem Abonnementmodell für ihre Reisen entschieden. eDreams war das erste Unternehmen, das mit seiner Prime-Plattform einen Abo-Service in der Reisebranche eingeführt hat, der inzwischen mehr als 5,2 Millionen Mitglieder hat.

* [Global outlook for air transport, IATA, 2023](#), [Annual Report of the Council, 1999, International Civil Aviation Organization \(ICAO\)](#)

** [World Air Transport Statistics, IATA, 2023](#)

*** [Digital Consumer Trends, Deloitte, 2023](#)

Methodik

Die Daten in dieser Pressemitteilung basieren auf einer von OnePoll durchgeführten Umfrage unter 10.000 Verbraucher:innen weltweit. Die Umfrage wurde in acht Ländern durchgeführt, darunter das Vereinigte Königreich, die USA, Frankreich, Deutschland, Italien, Portugal, Spanien und Schweden.

Pressekontakt:

Ballou PR GmbH
edreamsodigeo@balloupr.com

Medieninhalte



25 Jahre Onlinereisen - Neue Studie von eDreams ODIGEO: 90 % der Verbraucher:innen machen das Reisen zu ihrer obersten Budgetpriorität / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/104687 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.