

16.07.2024 - 07:59 Uhr

Travel-Trends-Studie: Generation Z wirbelt Reisebranche auf - Der klassische zweiwöchige Sommer-Urlaub stirbt aus



Travel-Trends-Studie

Generation Z wirbelt Reisebranche auf
Die Generation Z (18- bis 25-Jährige):



Reduziert ihr Reisebudget um über 14 %



Reist im Sommer bis zu 8,5-mal häufiger international als Baby Boomer



Hat mit 6,5 Tagen die kürzeste Reisezeit



Verreist bis zu 4 x im Jahr allein



Lässt sich 3 x so stark wie Baby Boomer durch Treueprogramme beeinflussen



Legt nur zu 23 % Wert auf nachhaltigeres Reisen, aber immer noch öfter als ältere Generationen

Köln (ots) -

Öfter, kürzer, günstiger und häufig allein: Das Reiseverhalten der Gen Z unterscheidet sich laut der Simon-Kucher Travel-Trends-Studie stark von älteren Menschen. So beschneidet die Gen Z ihr Reisebudget um ganze 14 Prozent und reist dennoch 4,5-mal häufiger als Baby Boomer. Möglich wird das durch kurze Reisen von unter einer Woche. Ein Viertel unternimmt dabei pro Halbjahr mindestens zwei Solo-Reisen. Spannend: Neben Nachhaltigkeit und den angebotenen Aktivitäten vor Ort sind der Gen Z vor allem auch Treueprogramme viel wichtiger als anderen Altersgruppen.

- Gen Z (18 bis 25 Jahre) reduziert ihr Reisebudget besonders drastisch um über 14 %
- Trotz kleinerer Budgets reist die Gen Z im Sommer bis zu 8,5-mal häufiger als Baby Boomer
- Gen Z hat mit 6,5 Tagen die kürzeste Reisezeit vor Millennials (7,7), Gen X (8,8) und Baby Boomern (9,5)
- Solo-Reisen im Trend: Bei Gen Z und Millennials verreisen 24 % mind. 2-mal pro Halbjahr allein
- Treueprogramme beeinflussen Gen Z (24 %) drei Mal so stark wie Baby Boomer (7 %)
- Angebotene Aktivitäten vor Ort sind für Gen Z (43 %) deutlich ausschlaggebender als andere (23-33 %)
- Nachhaltigkeit ist der Gen Z (23 %) deutlich wichtiger als älteren Altersgruppen (16-19 %)
- Nur Luxusreisende (alle Altersgruppen) legen noch mehr Wert auf Nachhaltigkeit

Die Travel-Trends-Studie der Strategieberatung Simon-Kucher zeigt, dass die Generation Z die Reisebranche ordentlich aufwirbelt. "Die Gen Z definiert Reisen komplett neu. Alte Regeln werden gebrochen, neue Muster etabliert", betont Alexander Dyskin, Senior Director bei Simon-Kucher.

Minus 14 Prozent: Gen Z reduziert ihr Reisebudget drastisch

Besonders drastisch fällt die Entwicklung beim Budget aus. Um ganze 14 Prozent wollen die 18- bis 25-Jährigen ihre Ausgaben reduzieren. "Der Effekt ist so stark, dass er sogar den gesamtdeutschen Trend auf minus 3,5 Prozent einbrechen lässt. Und dies entgegen der globalen Entwicklung", weiß Dyskin. "Dies liegt aber nicht zwangsläufig an einer geringeren Zahlungsbereitschaft. Im Gegenteil: Die Gen Z legt mehr Wert auf Erlebnisse als auf materiellen Besitz. Sie ist allerdings spontan, flexibel und technik-versiert genug, um budgetfreundliche Optionen zu finden. Das Ziel: Maximale Erlebnisse zu minimalen Preisen."

Gen Z reist fast 9-mal so oft

Reisemuffel aber seien die jungen Menschen nicht - im Gegenteil! Trotz kleiner Budgets reist die Gen Z deutlich häufiger als andere Altersgruppen. Im Sommer machen Sie im Schnitt 2,6 internationale Reisen pro Monat. Millennials (26 bis 41 Jahre) kommen hier nur auf 1,7 Reisen, die Gen X (42 bis 57 Jahre) sogar nur auf 0,8 Reisen. Das Schlusslicht bilden Personen über 58 Jahren mit nur 0,3 Reisen. "Die Gen Z verreist fast 9-mal so oft wie die Babyboomer!", unterstreicht Dyskin. "Die Reisebranche hat also weiterhin gut zu tun."

"Der klassische zweiwöchige Sommer-Urlaub stirbt aus!"

Lang ist die Gen Z allerdings nicht unterwegs. Mit durchschnittlich 6,5 Tagen haben die 18- bis 25-Jährigen die mit Abstand kürzeste Reisezeit vor Millennials (7,7 Tagen), Gen X (8,8 Tagen) und Baby Boomern (9,5 Tagen). "Der klassische zweiwöchige Sommer-Urlaub stirbt aus!", resümiert Dyskin.

Solo-Reisen-Trend: Junge Menschen reisen 4-mal pro Jahr allein

Eine Sache haben Millennials und Gen Z aber doch gemeinsam. Jeder Vierte von ihnen (24 Prozent) verreist mindestens 2-mal pro Halbjahr ohne Begleitperson. "Digitale Angebote und Buchungsplattformen machen es heute einfach, an fremden Orten über Aktivitäten & Co. Anschluss zu finden", so Dyskin. "Dies eröffnet auch ganz neue Wachstumschancen für lokale Anbieter."

Treuepunkte begeistern vor allem Gen Z statt Baby Boomer

Ein Mittel, um Gen Z Reisende für sich zu gewinnen: Treueprogramme! "Dass die Gen Z Treue-Programme mehr als drei Mal so wichtig findet, wie Baby Boomer, hat uns extrem überrascht", gesteht Dyskin. So ist der kostenlose Zugang zu Zusatzleistungen nur sieben Prozent der 58-Jährigen wichtig. Mit abnehmendem Alter steigt die Bedeutung. 10 Prozent der Gen X und 15 Prozent der Millennials sehen Treueprogramme als bedeutsame Entscheidungsfaktor. Bei der Gen Z sind es ganze 24 Prozent.

"Gen Z fordert Authentizität und Engagement"

Wo hat die Gen Z noch die Nase vorn? Die Jüngeren verlassen sich bei ihren Buchungsentscheidungen auch stärker auf positive Bewertungen (58 Prozent vs. 30 Prozent der Babyboomer), Personalisierungen (17 Prozent vs. 11 Prozent der Babyboomer) und angebotene Ergebnisse vor Ort (43 Prozent vs. 23 Prozent der Babyboomer). "Die Gen Z fordert Authentizität und Engagement", betont Dyskin.

Nur 18 Prozent der Deutschen suchen Urlaubsort nach Nachhaltigkeit aus

Auch Nachhaltigkeit ist der Gen Z (23 %) wichtiger als Millennials (19 %), der Gen (16 %) und den Baby Boomern (17 %). Nur Luxusreisende, wenn man alle Altersgruppen vereint, legen noch mehr Wert auf Nachhaltigkeit. "Insgesamt hinkt Deutschland beim Thema Nachhaltigkeit als Reisekriterium hinterher" berichtet Dyskin. So lässt sich zwar ungefähr die Hälfte der Deutschen bei der Wahl ihres Urlaubsortes durch dessen Nachhaltigkeit beeinflussen. Besondere Bedeutung ordnen ihr aber nur etwa 18 Prozent zu. Und: Mehr als 30 Prozent beachten das Thema Nachhaltigkeit während des Entscheidungsprozesses gar nicht.

***Über die Studie:** Die repräsentative Simon-Kucher Travel-Trends-Studie 2024 wurde im April 2024 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut Cint durchgeführt. 982 Konsumenten in Deutschland wurden zu ihrem Reiseverhalten, Reisebudget und Reisetrends befragt.

Weitere bzw. vertiefende Studienergebnisse (nur für Presse/Medien/Partnerunternehmen) auf Anfrage.

Über Simon-Kucher

Simon-Kucher ist eine globale Unternehmensberatung mit über 2.000 Mitarbeitenden in 30 Ländern. Unser Fokus: "Unlocking Better Growth". Wir helfen unseren Kunden, "besser" zu wachsen, indem wir jeden Aspekt ihrer Unternehmensstrategie optimieren,

von Produkten und Preisen bis hin zu Innovation, Digitalisierung, Marketing und Vertrieb. Mit rund 40 Jahren Erfahrung in Monetarisierung und Pricing gelten wir als weltweit führend in den Bereichen Preisberatung und Unternehmenswachstum

simon-kucher.com

Pressekontakt:

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

Linda Katharina Klein (Communications & Marketing Managerin)

Tel: +49 173 5381929

E-Mail: linda.klein@simon-kucher.com

Medieninhalte



Simon-Kucher Travel-Trends-Studie: Gen Z wirbelt Reisebranche auf / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/78805 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100019081/100921509> abgerufen werden.