



Nachhaltiges Reisen liegt bei Konsument:innen im Trend

- **Nachhaltigkeit beim Reisen ist 74 Prozent der Befragten (teilweise) wichtig**
- **26 Prozent reisen seltener und 21 Prozent gar nicht mit dem Flugzeug in den Urlaub**
- **Die große Mehrheit reist in Deutschland oder Europa. 20 Prozent machen Urlaub außerhalb Europas**

Berlin, 22. Februar 2024 – Die Initiative Digitale Handelskommunikation (IDH), angeführt von Bonial, markt guru und Offerista, veröffentlicht heute ihren ersten Konsumentenreport des Jahres 2024. Dazu wurden bundesweit 4.510 Personen zum Thema Reisen und Urlaub befragt.

Die gute Nachricht: Um das Klima zu schonen, setzt ein Großteil der Konsument:innen (74%) auf nachhaltiges Reisen. Dazu nutzen 26 Prozent das Flugzeug weniger und 21 Prozent gar nicht. 34 Prozent wählen Urlaubsziele, die nicht so weit weg sind. Die große Mehrheit der Befragten reist in diesem Jahr innerhalb von Deutschland (47%) oder Europa (53%). 20 Prozent reisen über Europas Grenzen hinaus.

Auch die wirtschaftliche Lage spielt bei der Urlaubsplanung eine Rolle. So geben 69 Prozent an, dass die Inflation negative Auswirkungen auf ihr Reiseverhalten hat. 38 Prozent derjenigen, die in diesem Jahr in den Urlaub fahren, reisen weniger als gewohnt. 36 Prozent gestalten ihren Urlaub günstiger. Dennoch zeigt der Konsumentenreport, dass die meisten Befragten (56%) in diesem Jahr eine Urlaubsreise planen. 39 Prozent möchten ein bis zwei Reisen machen, 12 Prozent zwei bis drei. Mehr als dreimal wollen fünf Prozent der Befragten verreisen. 32 Prozent geben an, in diesem Jahr gar nicht in den Urlaub zu fahren, während 12 Prozent sich noch nicht sicher sind, ob sie einen Urlaub machen werden.

Als Jahresurlaubsbudget pro Kopf plant ein Drittel der Reisenden, zwischen 1.000 und 2.000 Euro ein, während 24 Prozent mit 500 bis 1.000 Euro darunter, und 27 Prozent mit 2.000-5.000 Euro darüber liegen. Sieben Prozent wollen mehr als 5.000 Euro in diesem Jahr für Urlaube ausgeben.

In Bezug auf die Reiseplanung geben 39 Prozent an, ihren großen Jahresurlaub mehr als sechs Monate im Voraus zu planen. Fast ein Drittel der Befragten (32%) planen diesen drei bis sechs Monate im Voraus und 10 Prozent buchen weniger als einen Monat vorher.

Inspiration für die Reiseziele erhält etwa die Hälfte (51%) von Familie, Freunden oder Bekannten. Ein knappes Viertel (24%) nutzt Reiseportale und Websites zur Inspiration und 18 Prozent lassen sich von Werbung der Reiseanbieter "verführen". 17 Prozent nutzen Social Media zur Inspiration.

Badeurlaub ist mit Abstand die beliebteste Art des Urlaubs (46%). 32 Prozent planen eine Städte- bzw. Kulturreise. 18 Prozent wollen in den Wellness-Urlaub und 15 Prozent wollen wandern gehen.

Wenn die Konsument:innen erst einmal im Urlaub sind, gönnen sie sich durchaus etwas. 31 Prozent sparen im Urlaub überhaupt nicht, während 63 Prozent zwar aufs Geld achten, aber zumindest gewisse Dinge genießen. Jeweils 66 Prozent sagen, dass sie ihr Geld in der Gastronomie oder für Aktivitäten wie Ausflüge etc. ausgeben. 39 Prozent kaufen Lebensmittel und ein Viertel kauft Souvenirs.



PRESSEMITTEILUNG

Benjamin Thym, CEO von Offerista und Mitinitiator der Initiative Digitale Handelskommunikation:
„Deutschland ist weltweit als Reisenation bekannt. Allerdings zeigt unser aktueller Konsumentenreport, dass viele Menschen ihr Reiseverhalten aufgrund der wirtschaftlichen Lage und auch mit Blick auf den Klimawandel anpassen. Es wird weniger und weniger weit gereist. Umso wichtiger sind Angebote mit guten Preisen und passenden Reisezielen, die nachhaltiger sind und so den Wunsch der Kundinnen und Kunden treffen.“

###

Pressematerial (inklusive der zugehörigen Infografik) finden Sie hier:

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1JmsonokcYZGdUJnZ_OB_ennO7cDSGniV

Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende markt guru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Schlegelstr. 4 | D-10115 Berlin

indh@vonroeder-communications.com

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>