EUROPEAN-NEWS-AGENCY.COM

EUROPEAN NEWS AGENCY

International Press Service

Ressort: Reise & Tourismus

Reisetrends 2025: Preis schlägt Nachhaltigkeit

Berlin, 24.07.2025 [ENA]

Der deutsche Reisemarkt präsentiert sich zur Sommersaison 2025 in dynamischer Verfassung. Die Lust auf Urlaub ist so groß wie lange nicht. Doch unter dem Eindruck schwacher Konjunktur und steigender Preise werden die Folgen des Klimawandels zunehmend ausgeblendet.

Als weltweit führende Reisefachmesse ordnet die ITB Berlin aktuelle Entwicklungen ein und richtet den Blick auf neue Herausforderungen und Chancen im Markt. Handelskonflikte, Zollschranken, Wachstumsflaute – während die Weltwirtschaft 2025 von Unsicherheit und Stagnation geprägt ist, erweist sich die Konsumstimmung der Deutschen als erstaunlich robust. Zumindest wenn es um Themen wie Reisen und Erholung geht. Ungeachtet eines auch in Deutschland schwierigen Konjunkturklimas besitzt der Sommerurlaub für die Bundesbürger unverändert hohe Priorität.

Für Reiseleistungen, die vor Urlaubsantritt ausgegeben werden, wollen die Deutschen 2025 nach Schätzungen des Deutschen ReiseVerbandes (DRV) rund 85 Milliarden Euro ausgeben - deutliche sechs Prozent mehr als im Jahr zuvor. Besonders stark entwickelt sich der organisierte Reisemarkt mit Pauschal- und Bausteinreisen. Nach Erwartungen der Branche werden im Verlauf des Jahres fast 40 Milliarden Euro und damit rund sieben Prozent mehr als im Vorjahr für Angebote von Reiseveranstaltern ausgegeben. Organisierte Reisen liegen damit fast gleichauf mit individuell zusammengestellten Urlaubsleistungen.

Ziele, Preise und neue Dynamiken

Wichtiger Wachstumstreiber auf dem deutschen Reisemarkt ist das Interesse an Kreuzfahrten, das bereits 2024 mit 3,8 Millionen Urlaubern auf Fluss- und Hochseekreuzfahrtschiffen einen neuen Rekord erreichte und in diesem Jahr weiter wachsen dürfte. Bei der Wahl ihrer Urlaubsziele im Sommer 2025 verhalten sich die Bundesbürger berechenbar. Die beliebten Warmwasserziele am Mittelmeer erleben erneut eine starke Nachfrage, wobei die Zahl der Frühbucher weiter zunimmt. Vor allem Familien sorgen dafür, dass die Türkei mit ihrem umfangreichen All-inclusive-Angebot erneut beim Umsatz zulegt. Das Land bleibt auch in diesem Jahr umsatzstärkstes Flugpauschalreiseziel, gefolgt von Spanien und dem Drittplatzierten Griechenland.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



„Reisen steht auch in diesem Jahr ganz oben auf der Konsumwunschliste – trotz aller ökonomischen und geopolitischen Herausforderungen. Reisen und Urlaub scheint das Letzte, worauf die Deutschen verzichten wollen“, bilanziert DRV-Präsident Norbert Fiebig. Die robuste Stimmung auf dem deutschen Reisemarkt steht im Widerspruch zu internationalen Trends, die sich gegenüber dem Vorjahr auf vielen Ebenen der touristischen Wertschöpfungskette verschlechtert haben. „Die weltweit deutlich gestiegenen Kosten für Flug und Unterkunft sowie eine schwache Konjunktur in vielen Ländern machen sich im Markt zunehmend bemerkbar“, beobachtet Zoritsa Urosevic, Tourism Executive Director bei den Vereinten Nationen.

Doch das hohe Buchungsaufkommen auf dem deutschen Markt kann nicht darüber hinweg täuschen, dass auch im Land der ehemaligen Reiseweltmeister die Folgen der Inflation spürbar werden. Obwohl rund ein Viertel der Deutschen plant, in diesem Jahr mehr Geld für Urlaub auszugeben, zeigt sich bei der Wahl der Reiseziele eine zunehmende Preissensibilität. Traditionell günstigere Destinationen wie Bulgarien und Tunesien gewinnen an Beliebtheit. Auch Ägypten, wo Preissteigerungen bisher moderat ausfielen, erlebt eine steigende Nachfrage. Wenig etablierte und vergleichsweise günstige Ziele auf dem Balkan wie Montenegro und Albanien verzeichnen ebenfalls einen moderaten Anstieg der Buchungszahlen.

Laut einer Untersuchung von ADAC-Reisemonitor ist mittlerweile bereits jeder dritte Bundesbürger bei der Planung seines Sommerurlaubs von Sparzwängen betroffen. Gleichzeitig wächst der Anteil jener Verbraucher, die gerne verreisen würden, den Urlaub aber kaum noch finanzieren können. Rund 32 Prozent der Deutschen werden 2025 komplett auf eine größere Urlaubsreise verzichten. 2022 waren dies nur 17 Prozent. „Kostensteigerungen drücken die generelle Konsumlaune und belasten das frei verfügbare Einkommen in den privaten Haushaltskassen.

Zwischen Nachhaltigkeitswunsch und Realität

Dennoch sehen wir: Die Zahlen in der Reisebranche zeigen nach oben. Sollten sich die negativen wirtschaftlichen Trends allerdings verfestigen, wird dies auch Auswirkungen auf das Reiseverhalten haben“, befürchtet DRV-Präsident Fiebig. Wo Verbraucherentscheidungen über Urlaubsmodalitäten zunehmend von Preiskriterien dominiert werden, geraten qualitative Faktoren in den Hintergrund. Nachhaltigkeitsaspekte, wie etwa eine umweltfreundliche Anreise oder das Mobilitätsangebot am Urlaubsort, rangieren bei den Kriterien für die Buchung nach wie vor auf den hinteren Plätzen.

Laut ADAC-Reisemonitor ist nur etwa ein Fünftel der Menschen grundsätzlich bereit, einen Aufpreis für nachhaltige Zusatzleistungen wie etwa regionale Produkte zu bezahlen. Gleichzeitig jedoch ist der Wunsch nach intakten Umweltbedingungen vor Ort größer denn je: 18 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie bei ihrer Urlaubsplanung die Gefahr möglicher Naturkatastrophen wie Waldbrände, Fluten oder andere Wetterextreme in Betracht ziehen. 2022 waren dies nur 14 Prozent gewesen.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



Derartige Sorgen dürften in Zukunft unter dem Eindruck des Klimawandels noch größer werden. „Neben den aktuellen geopolitischen Spannungen sind es vor allem die zunehmenden Wetterextreme, die die Entwicklung des globalen Tourismus erheblich beeinträchtigen“, registriert UN-Direktorin Urosevic. Hier geht’s zum vollständigen Videointerview mit Zoritsa Urosevic, Executive Tourism Director bei den Vereinten Nationen, zum Thema „Risiken und Chancen in der internationalen Reisebranche."

Klimabedingte Überschwemmungen wie in der Region Valencia oder auch ungewöhnliche Hitzewellen in Teilen des Mittelmeerraums im Sommer des vergangenen Jahres beeinflussen das Buchungsverhalten bisher jedoch nur marginal. Dass Reisende Mittelmeerziele aufgrund wachsender Klimarisiken meiden und etwa Richtung Nordeuropa ausweichen, ist kaum zu beobachten, wobei die Ursache auch in den erheblichen Preisunterschieden zwischen skandinavischen und südeuropäischen Urlaubszielen liegen dürfte.

Branche in der Verantwortung

Das aktuelle Buchungsverhalten bestätigt einen Trend, der unter dem Eindruck ökonomischer Krisen und stagnierender Kaufkraft noch zunehmen dürfte. Eine wachsende Zahl der Urlauber lebt im Konflikt zwischen Anspruch und realem Verhalten. Obwohl das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Nachhaltigkeitsmaßnahmen bei vielen Reisenden zu wachsen scheint, spiegelt sich dies in der Realität kaum wider. Viel bedeutender als Maßnahmen zum Klimaschutz sind für die Reisenden die Attraktivität des Reiseziels und der Preis – ein Phänomen, das in der Wissenschaft als „attitude behaviour gap“ bezeichnet wird.

Dass Urlauber allein durch Preissignale zu nachhaltigerem Reiseverhalten motiviert werden können, steht vor diesem Hintergrund nicht zu erwarten. Wissenschaftler wie Heinz-Dieter Quack, Professor für Tourismusmanagement an der Ostfalia Hochschule, sieht bei dieser Aufgabe eher die touristischen Leistungsträger in der Verantwortung: „Nachhaltigkeit ist nicht nachfragegetrieben. Nicht die Urlauber, sondern die Reiseunternehmen müssen voran gehen“, verlangt Quack.

Dabei gehe es nicht nur darum, nachhaltige Konzepte zu erstellen und in das touristische Produkt zu integrieren, sondern auch darum, diese Angebote im Rahmen der unternehmenseigenen Marketingstrategie sichtbar zu machen. Auch bei einem Problem wie Overtourism verweist der Wissenschaftler auf die Verantwortung der Anbieter. Digitale Lösungen zur Regulierung von Besucherströmen sowie im Extremfall auch Verbote unerwünschter touristischer Aktivitäten könnten helfen, Umwelt und Aufenthaltsqualität von Destinationen zu schützen. Anmerkung: Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text an manchen Stellen die männliche Form gewählt, nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige sämtlicher Geschlechter.

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.



Bericht online lesen:
https://berlin.en-a.eu/reise_tourismus/reisetrends_2025_preis_schlaegt_nachhaltigkeit_-91838/

Redaktion und Verantwortlichkeit:
V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV: Axel Schmidt

Redaktioneller Programmdienst:
European News Agency

Annette-Kolb-Str. 16
D-85055 Ingolstadt
Telefon: +49 (0) 841-951. 99.660
Telefax: +49 (0) 841-951. 99.661
Email: contact@european-news-agency.com
Internet: european-news-agency.com

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.