



Stuttgart, 17.1.2025



Forschungsgemeinschaft  
Urlaub und Reisen e.V.

# Urlaubsreisetrends 2025

Martin Lohmann

**Tourismus bleibt verlässlich.**

**Stabile Reiseverhaltensmuster und steigende Nachfrage kennzeichnen die Jahre 2024 und 2025.**



**Urlaubsreisende haben so breit gestreute Interessen und Motive, dass sie mit ganz verschiedenen Angeboten glücklich werden können.**

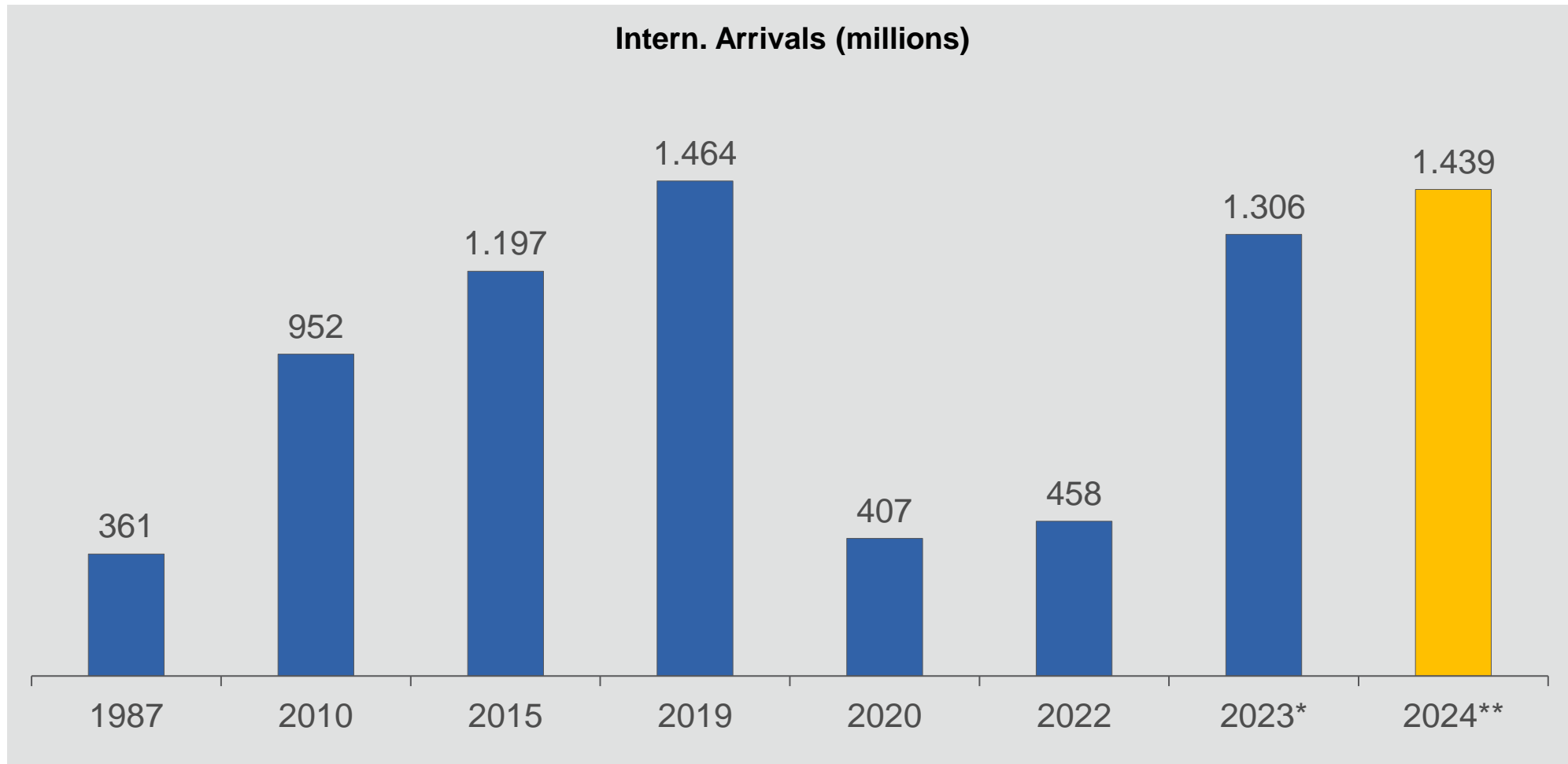
St. Paul, Réunion, F. Photo: Lohmann, 2018

# Reisejahr 2024



## Vorläufige Bilanz

# Tourismus in der Welt: + 10% von 23 auf 24.



Internationale Ankünfte weltweit. Quelle: UNWTO Nov. 2024  
\*vorläufig, \*\*Schätzung FUR

### In Deutschland: Deutliche Steigerungen im **Inlands-Tourismus**

- Für den Zeitraum Januar bis Oktober 2024 stieg die Zahl der Gästeübernachtungen im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum auf 433,1 Mio. (+1,6%).
- **Übernachtungen in Deutschland im Gesamtjahr 2024, Erwartung: 496 Millionen Übernachtungen\*\*, +1,6%\*\* zum Vorjahr;** (2016: 447 Mio.; 2019: 496 Mio., 2020: 302 Mio., 2023: 487,1 Mio.).

### Nach Deutschland: Nachfrage aus dem **Ausland**

- 2024 Wachstum der **Zahl der Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland (+5,5%\* zu 2023, auf 86 Mio.\*\*;** 2019: 77,4 Mio.).
- Rund 17% der Übernachtungen\*\* in Deutschland sind von ausländischen Gästen.

\* Januar – Okt. 2024; \*\* Schätzung FUR

Datenquelle: Statistisches Bundesamt, Dez. 2024, eigene Berechnungen, Angaben gerundet.  
Angaben beziehen sich auf Beherbergungsbetriebe mit mindestens zehn Schlafgelegenheiten.

# Die Reisen der Deutschen 2024: *Stabile Nachfrage auf hohem Niveau*

Die Reisen der deutschen Bevölkerung 2024:

- ca. 71 Mio. **Urlaubsreisen\***  
(wie 2019; 2020: 50,5 Mio.)
- davon rund 13% aus Baden-Württemberg\*

Hinzu kommen noch

- ca. 81 Mio. **Kurzurlaubsreisen\***  
(-12% geg. 2019; 2020: 53,7 Mio.)
- Geschäftsreisen
- und sonstige Reisen.

\* Vorläufige Trendabschätzungen für das Kalenderjahr 2024 auf Basis der RA 25, Erhebung RA *online* 11/24 und der RA 2024  
Basis: deutschsprachige Bev. ab 14 Jahre in Privathaushalten in Deutschland.

## Deutsche Reiseveranstalter:

- Umsatz für Reiseveranstalterreisen im Touristikjahr 2023/24 über dem Vorjahr (+12%)\*, gebuchte Personen (+8%)\*.

## Vertrieb:

- Reisebüroumsatz +2 % im Vergleich zum Vorjahr\*\*

## Flug:

- Plus an Fluggästen auf deutschen Flughäfen (197 Mio., +7,4% zum Vorjahr)°

## Kreuzfahrt:

- Umsatz +8% zum Vorjahr bei Buchungen im Reisebüro\*\*

Quellen:

\* traveldataanalytics.de, Nov. 2024 \*\* Daten für Jan. bis Nov. 2024; ta.ts, Dez. 2024

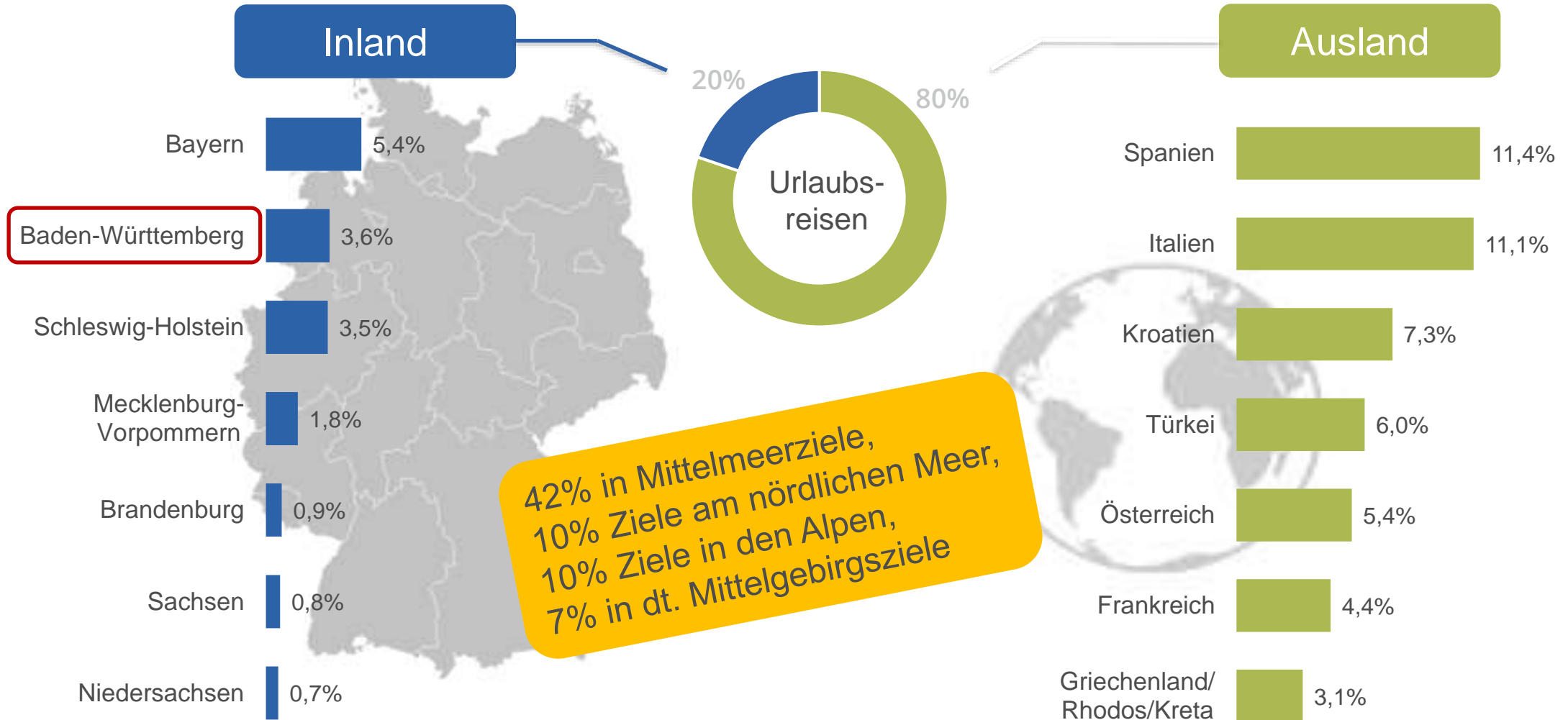
° Passagieraufkommen An- und Abflüge, Daten für Jan. bis Nov. 2024; Flughafenverband ADV, Dez. 2024

# Die Reisen der Bevölkerung aus Baden- Württemberg

**Wichtiger Quellmarkt**

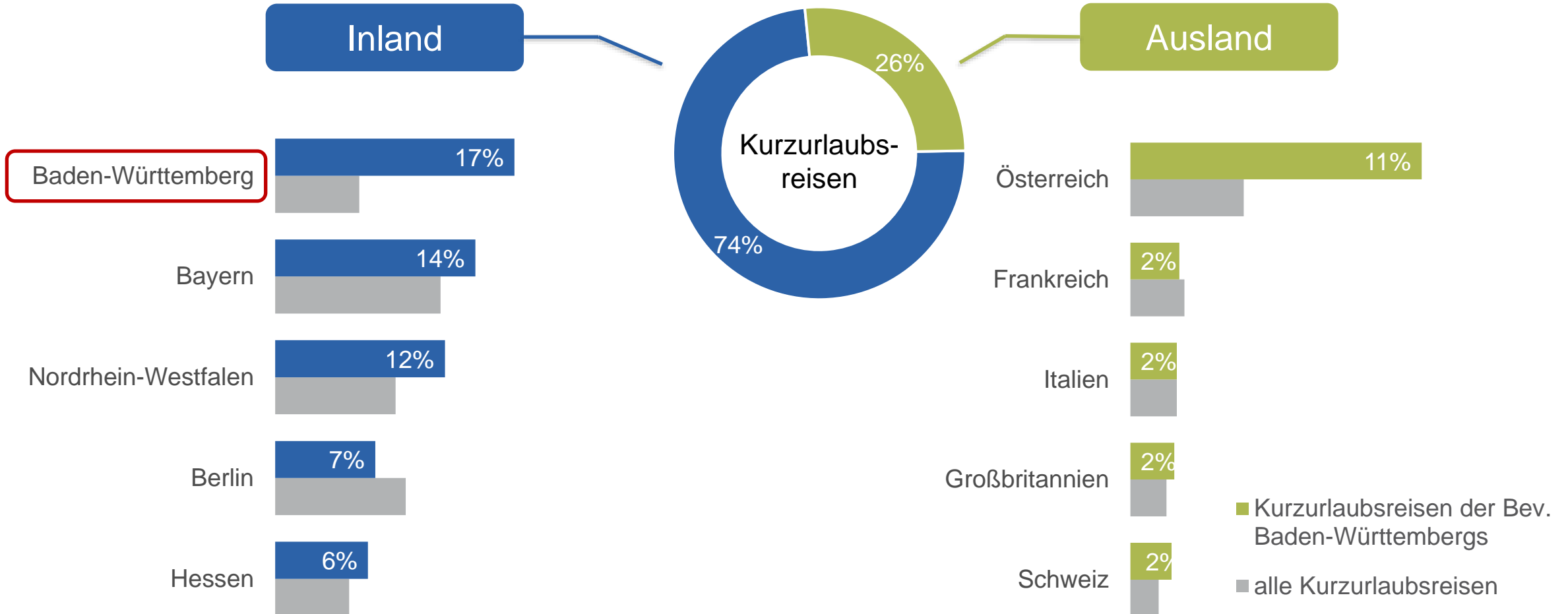


# Urlaubsreiseziele der Bevölkerung Baden-Württembergs: gern ins Ausland



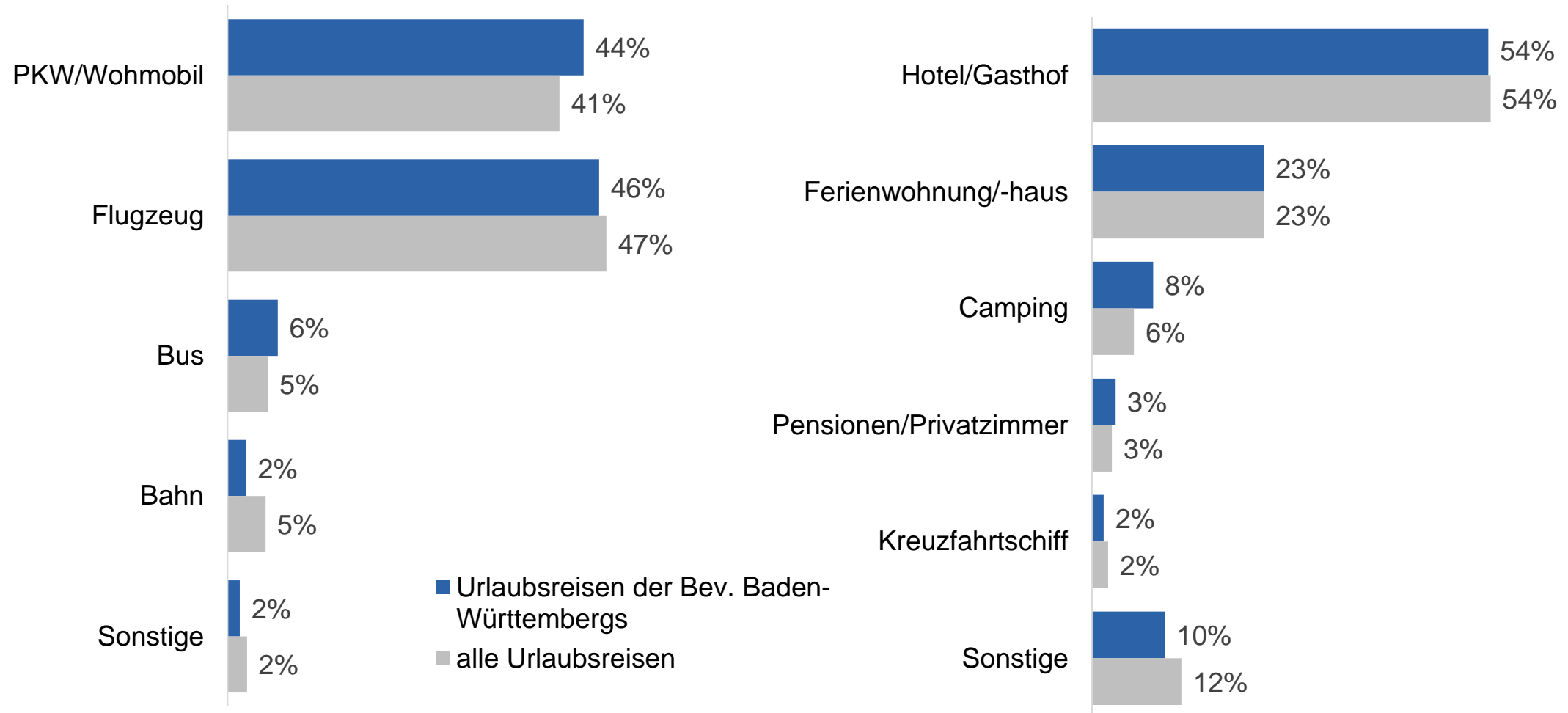
Basis: Urlaubsreisen 2023 (ab 5 Tagen Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung Baden-Württembergs, 14+ Jahre;  
Quelle: RA 2024 face-to-face

# Kurzurlaubsreiseziele der Bevölkerung Baden-Württembergs: Gern im eigenen Bundesland



Basis: 1.-3. Kurzurlaubsreise 2023 der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, bzw. der Bevölkerung Baden-Württembergs;  
 Quelle: RA online 5/2023 & 11/2023

# Urlaubsreisen der BaWü – Verkehrsmittel und Unterkunft: Auto & Camping überdurchschnittlich.

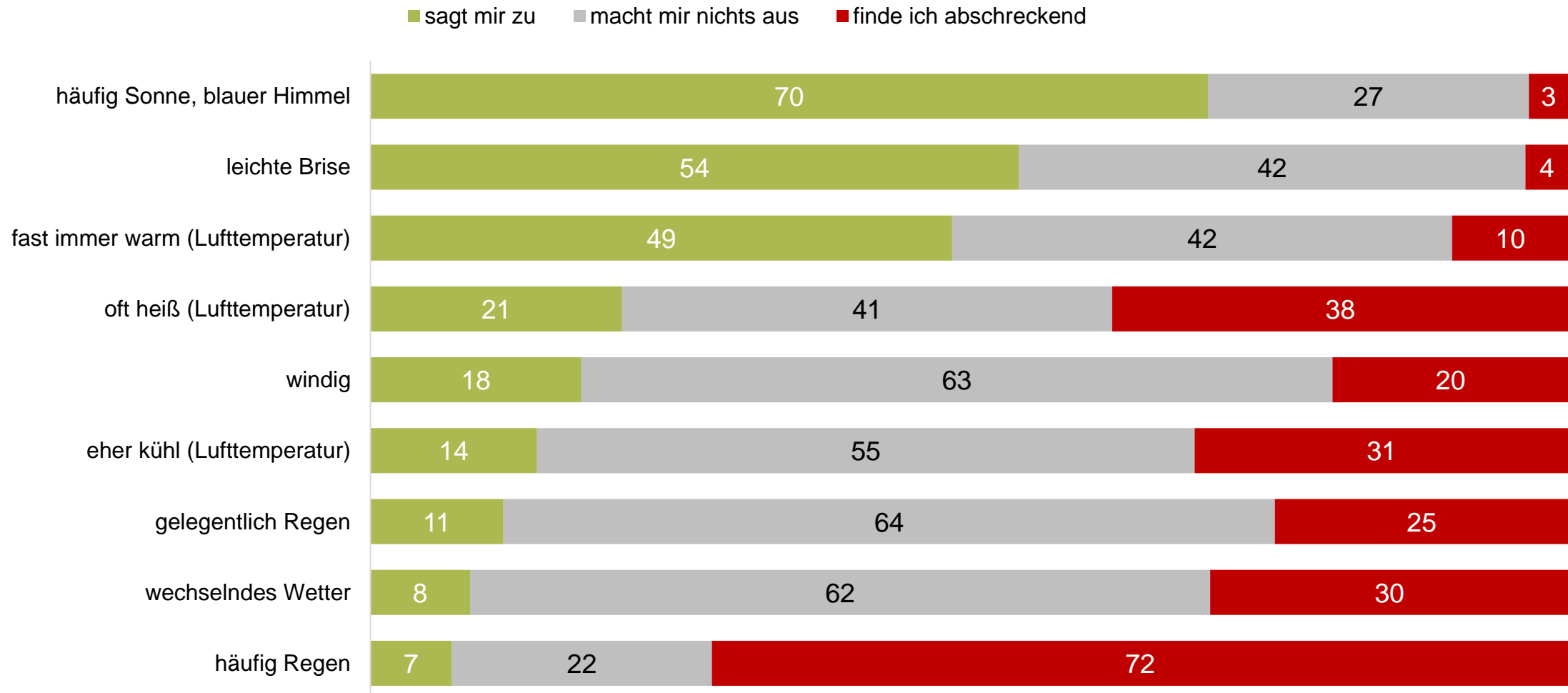


Basis: Urlaubsreisen 2023 (ab 5 Tagen Dauer) der deutschsprachigen Bevölkerung Baden-Württembergs, 14+ Jahre  
 Hauptverkehrsmittel (=längste Strecke) und Hauptunterkunft;  
 Quelle: RA 2024 *face-to-face*

# Wetter auf Urlaubsreisen

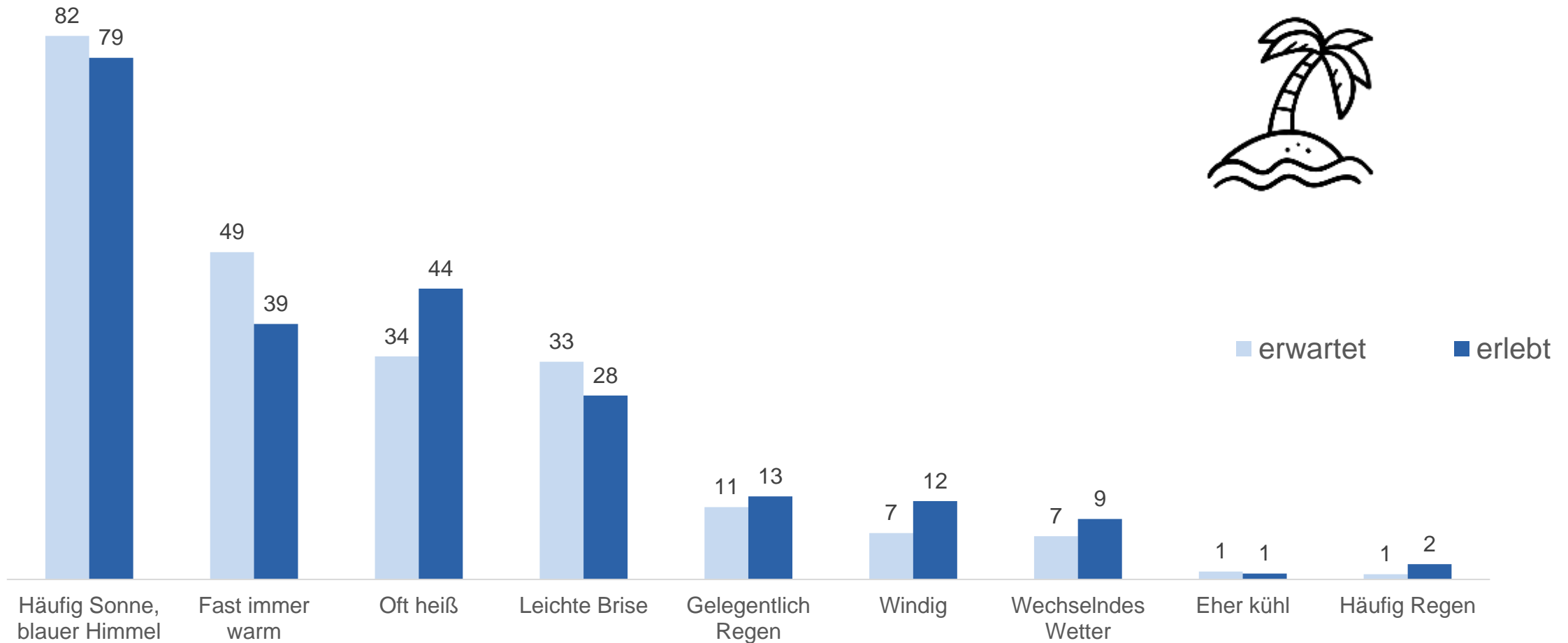
**Präferenzen, Erlebnisse  
und Bewertungen**

# Präferenzen Urlaubswetter: Sonne, leichte Brise, warm.



Frage: „Im Folgenden sind einige Wettermerkmale beschrieben, die überall und immer wieder vorkommen können.  
Bitte geben Sie an, ob Ihnen das jeweils genannte Wetter für einen Sommerurlaub zusagt, nichts ausmacht oder Sie abschreckt.“  
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre  
Quelle: RA 2025, Update Reisepläne 2024/2025, Sept. 2024

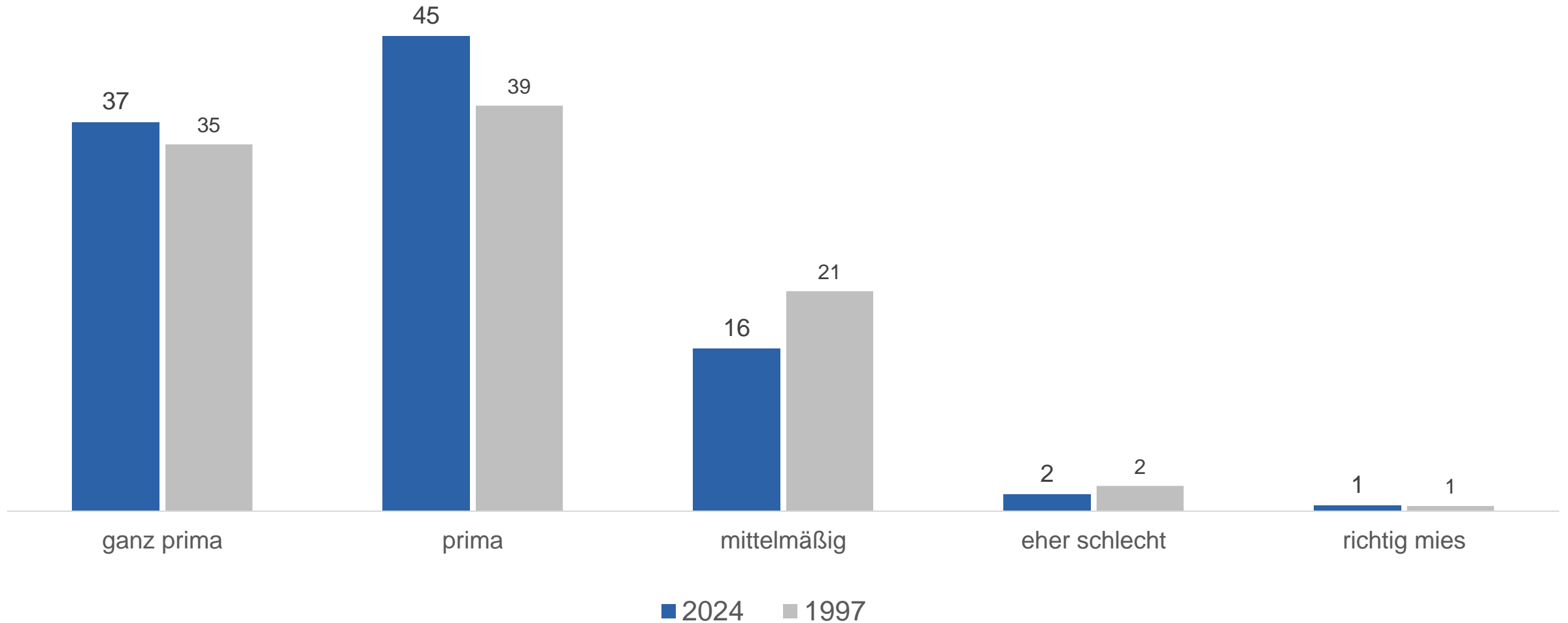
# Erwartete und erlebte Wettermerkmale - z.B. am europäischen Mittelmeer



Frage: „Welches Wetter hatten Sie vor der Reise für Ihren Sommerurlaub in [...] erwartet? Welches Wetter haben Sie tatsächlich während Ihres Sommerurlaubs in [...] erlebt?“

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die zwischen Mai und September 2024 eine/mehrere Urlaubs- oder Kurzreise(n) ans europäische Mittelmeer unternommen haben. Werte in %; Quelle: RA 2025, Update Reisepläne 2024/2025, Sept. 2024

# Bewertung des Wetters während des Sommerurlaubs 2024 vs. 1997



Frage: „Wie würden Sie abschließend das Wetter während Ihres Sommerurlaubs in [...] im Großen und Ganzen beurteilen?“

Basis: deutschsprachige Bevölkerung 18-75 Jahre, die zwischen Mai und September 2024 eine/mehrere Urlaubs- oder Kurzreise(n) unternommen haben. Werte in %.

Quelle: RA 2025, Update Reisepläne 2024/2025; Sept. 2024

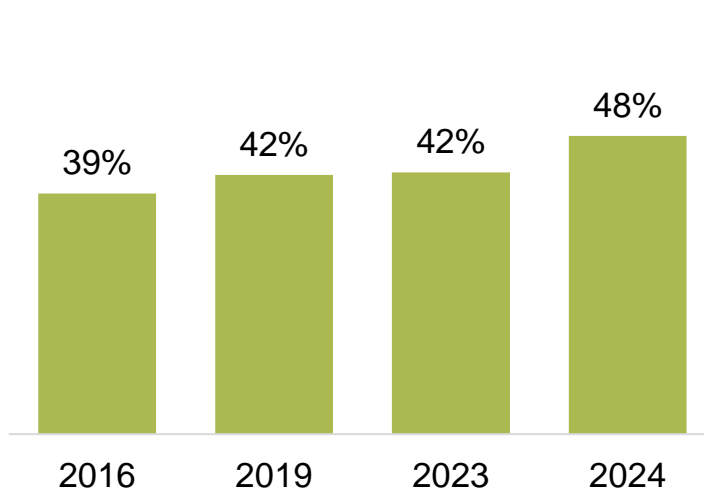
# Nachhaltigkeit

## Einstellung und Aufgabe



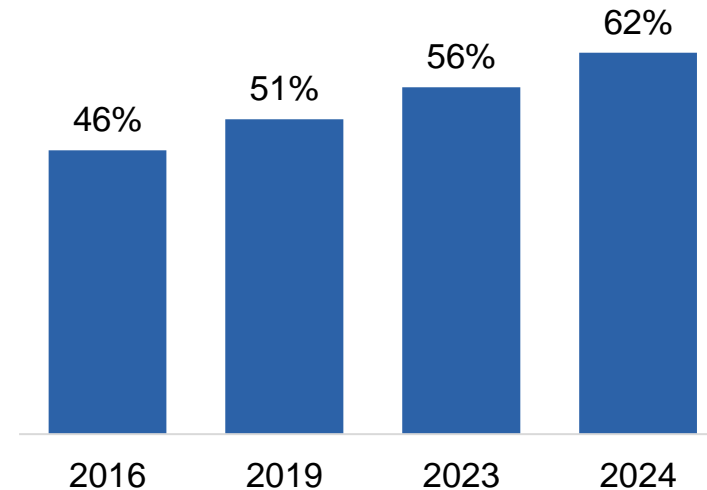
# Einstellungen zu Nachhaltigkeitsthemen.

## Ökologische Nachhaltigkeit



Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.

## Soziale Nachhaltigkeit



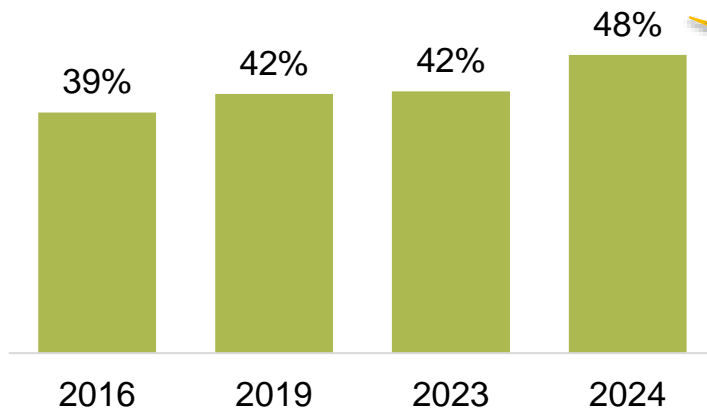
Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

- Nachhaltige Tourismus-Produkte brauchen die Akzeptanz, noch besser die Präferenz der Kunden.
- Die Einsicht, dass Nachhaltigkeit im Tourismus wichtig ist, wächst auf der Nachfrageseite.

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren; Werte für „1 = stimme voll und ganz zu“ und „2 = stimme zu“ auf einer 5er Skala in %  
Quelle: RA 2016 bis 2024 face-to-face

# Nachhaltige Produkte brauchen Kunden.

## Ökologische Nachhaltigkeit



52% ist ökologische  
Nachhaltigkeit  
eher egal!

Mein Urlaub soll möglichst ökologisch  
verträglich, ressourcenschonend und  
umweltfreundlich sein.

Aufgabe:  
Nachhaltige Produkte  
an Menschen  
verkaufen, denen  
Nachhaltigkeit egal  
ist.

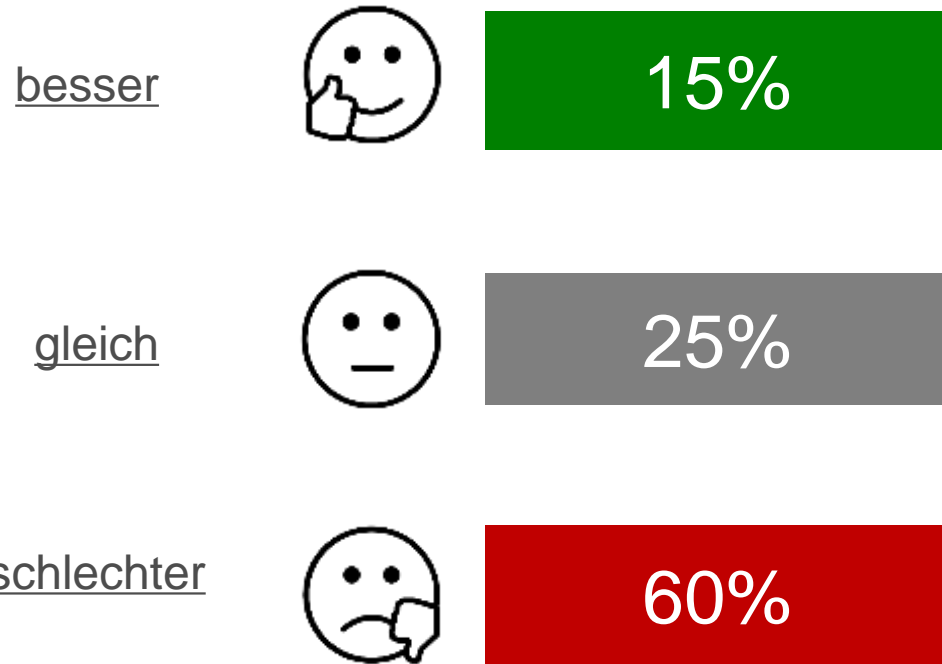
Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren; Werte für „1 = stimme voll und ganz zu“ und „2 = stimme zu“ auf einer 5er Skala in %  
Quelle: RA 2016 bis 2024 *face-to-face*

# 2025

## **Indikatoren für die Entwicklung der touristischen Nachfrage**

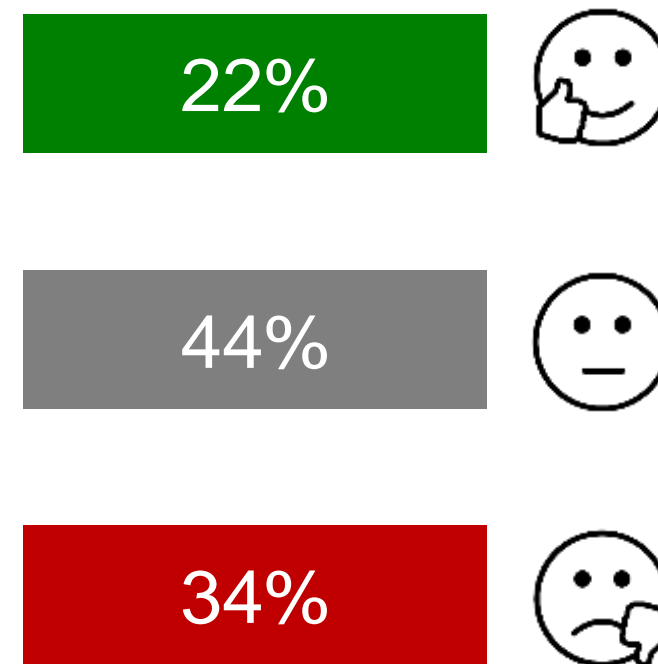
# Erwartung der wirtschaftlichen Entwicklung: *Allgemein pessimistisch – Persönlich stabil.*

## Allgemeine wirtschaftliche Lage in einem Jahr



Frage:  
Wie schätzen Sie die **allgemeine wirtschaftliche Lage** in Deutschland ein? Wird die wirtschaftliche Lage in ca. einem Jahr besser sein, schlechter sein oder wird sie gleich bleiben?

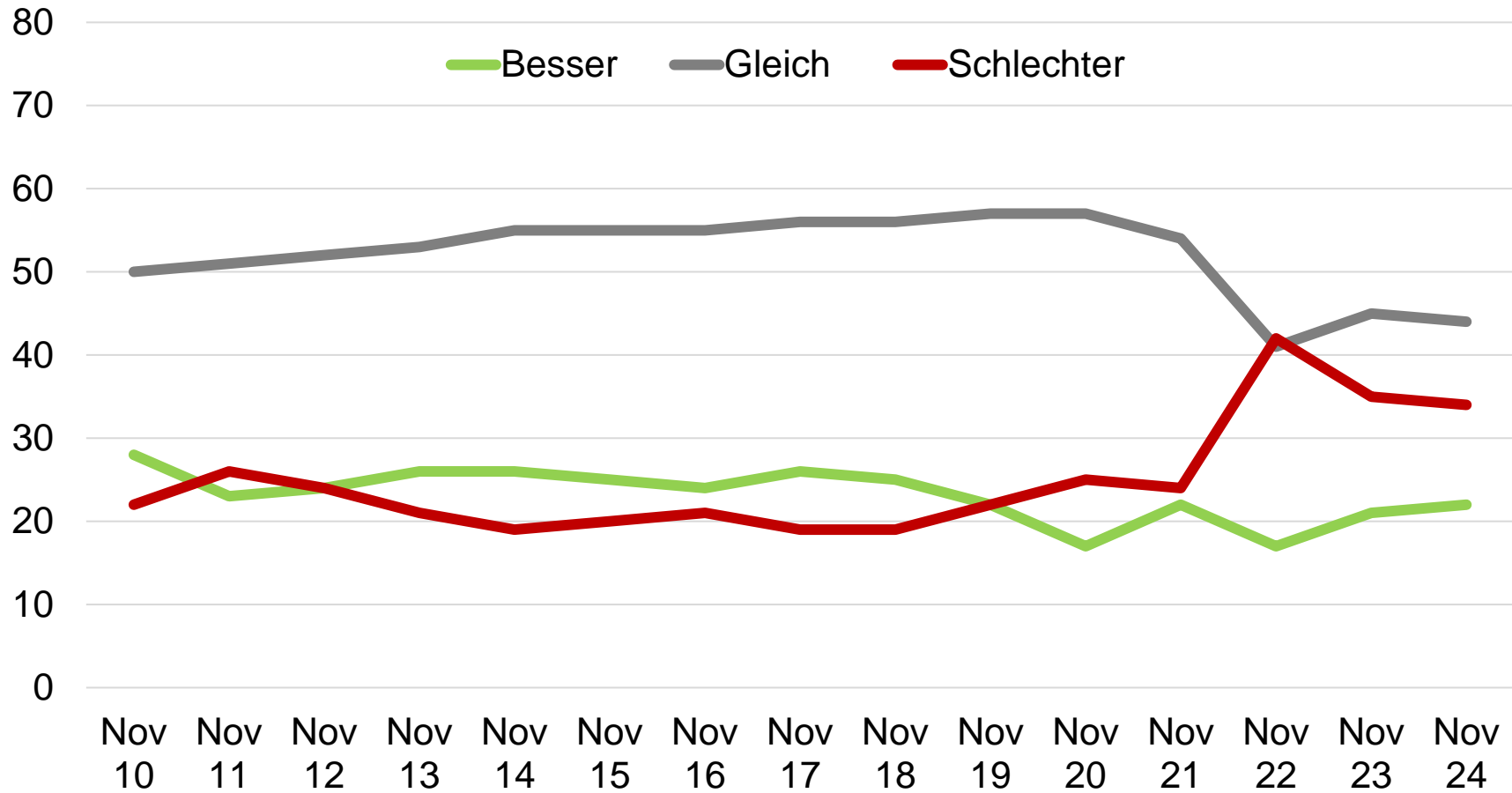
## Persönliche wirtschaftliche Situation in einem Jahr



Frage:  
Und wie wird Ihre **persönliche wirtschaftliche Situation** in ca. einem Jahr sein? Wird sie sich eher verbessern oder verschlechtern oder gleich bleiben?

Angaben in %  
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14-75 J. in Privathaushalten  
n=2.557, 62,8 Mio.  
Quelle: FUR, RA 2025, Erhebung RAonline 11/2024

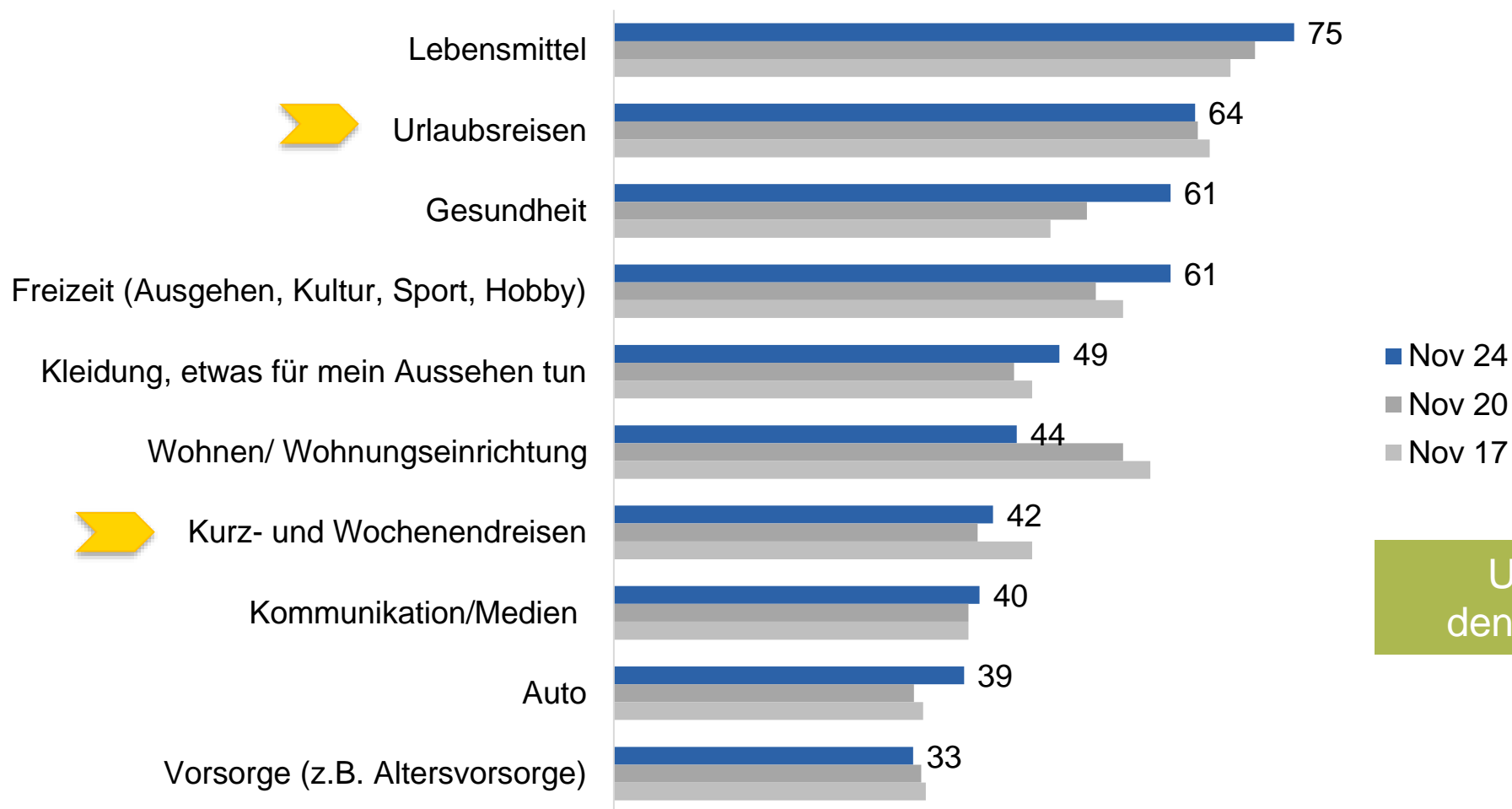
# Erwartung der wirtschaftlichen Entwicklung: Zeitreihe „persönliche wirtschaftliche Situation“.



Angaben in %  
 Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14-75 Jahre in Privathaushalten (bis inkl. 11/2017: 14-70 J.);  
 n=2.557, 62,8 Mio.  
 Quelle: FUR, RA 2025, Erhebung RAonline 11/2024 und Vorgänger

Frage:  
 Und wie wird Ihre **persönliche wirtschaftliche Situation** in ca. einem Jahr sein? Wird sie sich eher verbessern oder verschlechtern oder gleich bleiben?

# Konsumprioritäten neu: Urlaubsreisen konstant an zweiter Stelle.

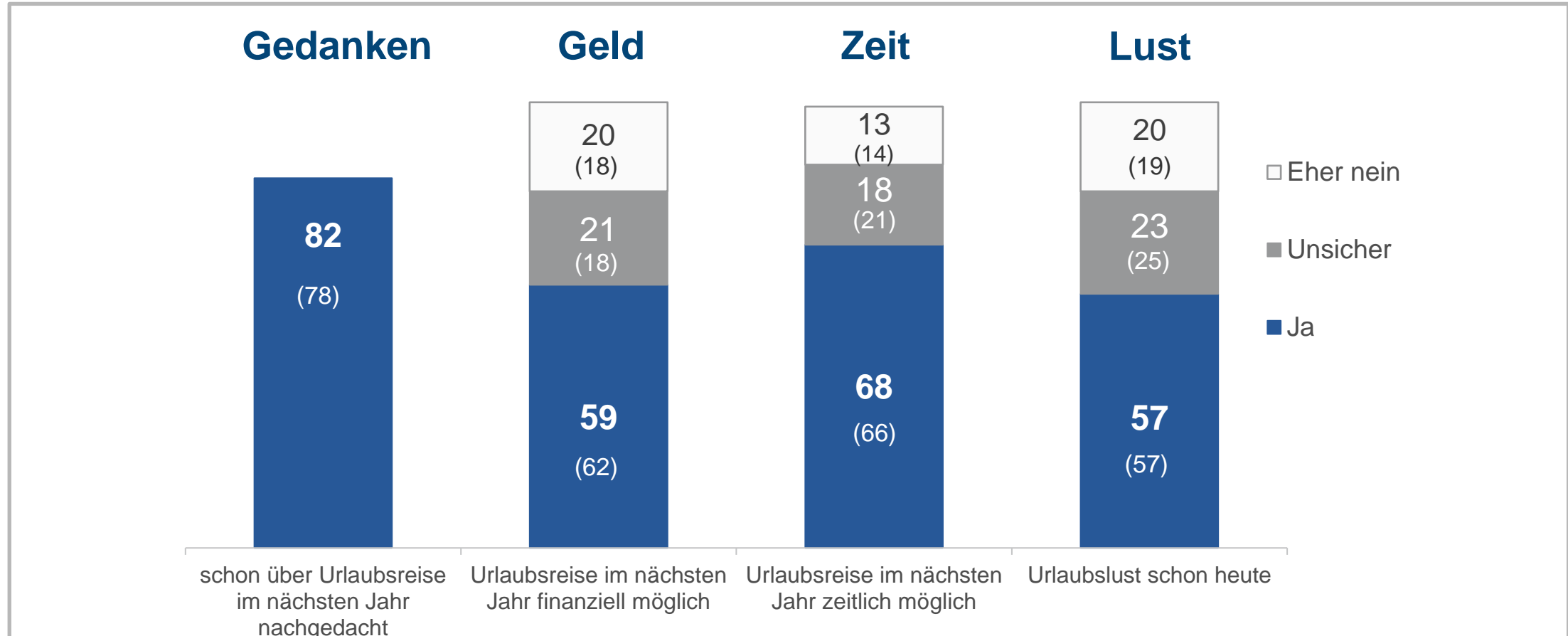


Urlaubsreisen sind den Deutschen wichtig.

Frage: „Ich habe hier eine Liste mit unterschiedlichen Dingen, für die man sein Geld ausgeben kann. Welche dieser Bereiche sind Ihnen persönlich besonders wichtig?“;  
 Basis: Reisende (Urlaubsreise oder Kurzurlaubsreise letzte 12 Monate) in der deutschsprachigen Bevölkerung 14-75 Jahre, Jahre Angaben in %  
 Quelle: FUR, RA 2025, Erhebung RAonline 11/2024 und Vorgängeruntersuchungen

# Urlaubsreisen 2025 – Trendindikatoren

## Die Mehrheit schon auf Urlaubskurs - Finanzen als mögliche Bremse.

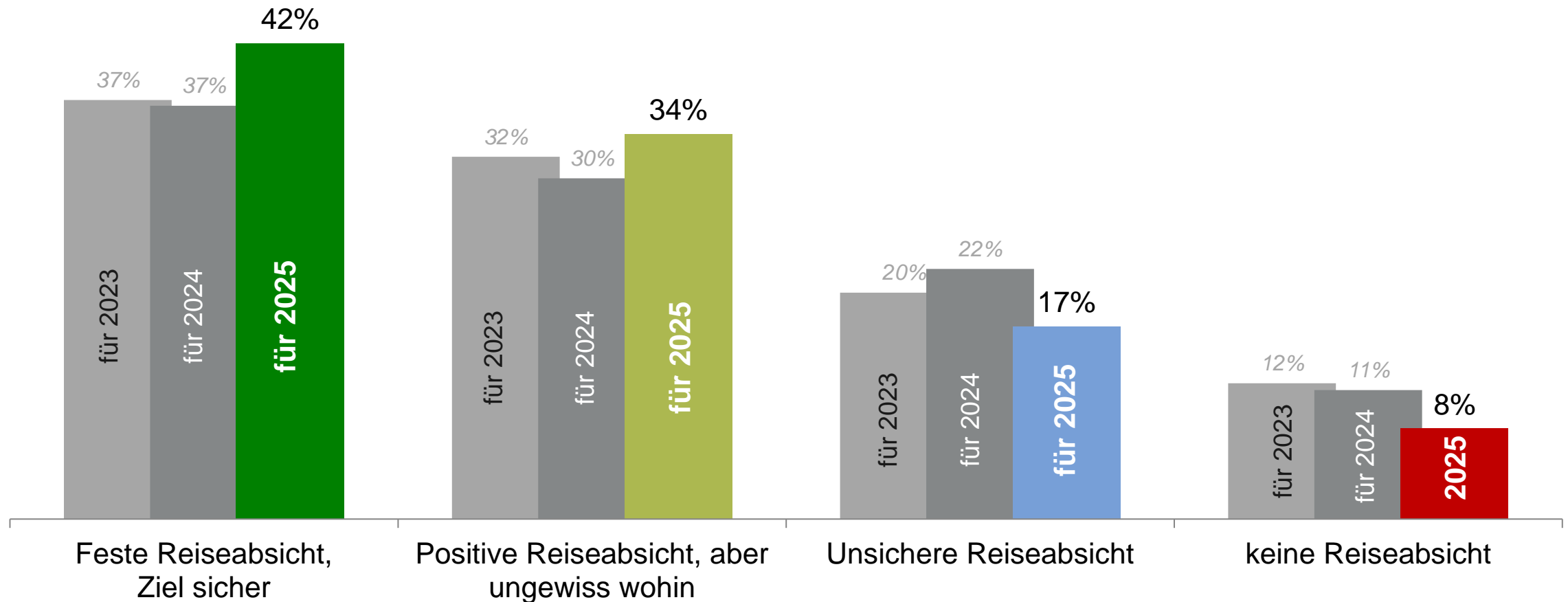


Angaben in % (Werte in Klammern für 2020)  
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14-75 J. in Privathaushalten,  
n=2.612, 62,8 Mio.  
Quelle: RA 2020, RA 2024, Erhebung RAonline 11/2023 und 11/2019

# Urlaubsreisen 2025 – Trendindikatoren: Urlaubspläne

## Deutliche Steigerung der Reiseabsichten

Wenn Sie jetzt an [2023, 2024, 2025] denken: Haben Sie für diese Zeit schon Urlaubspläne?



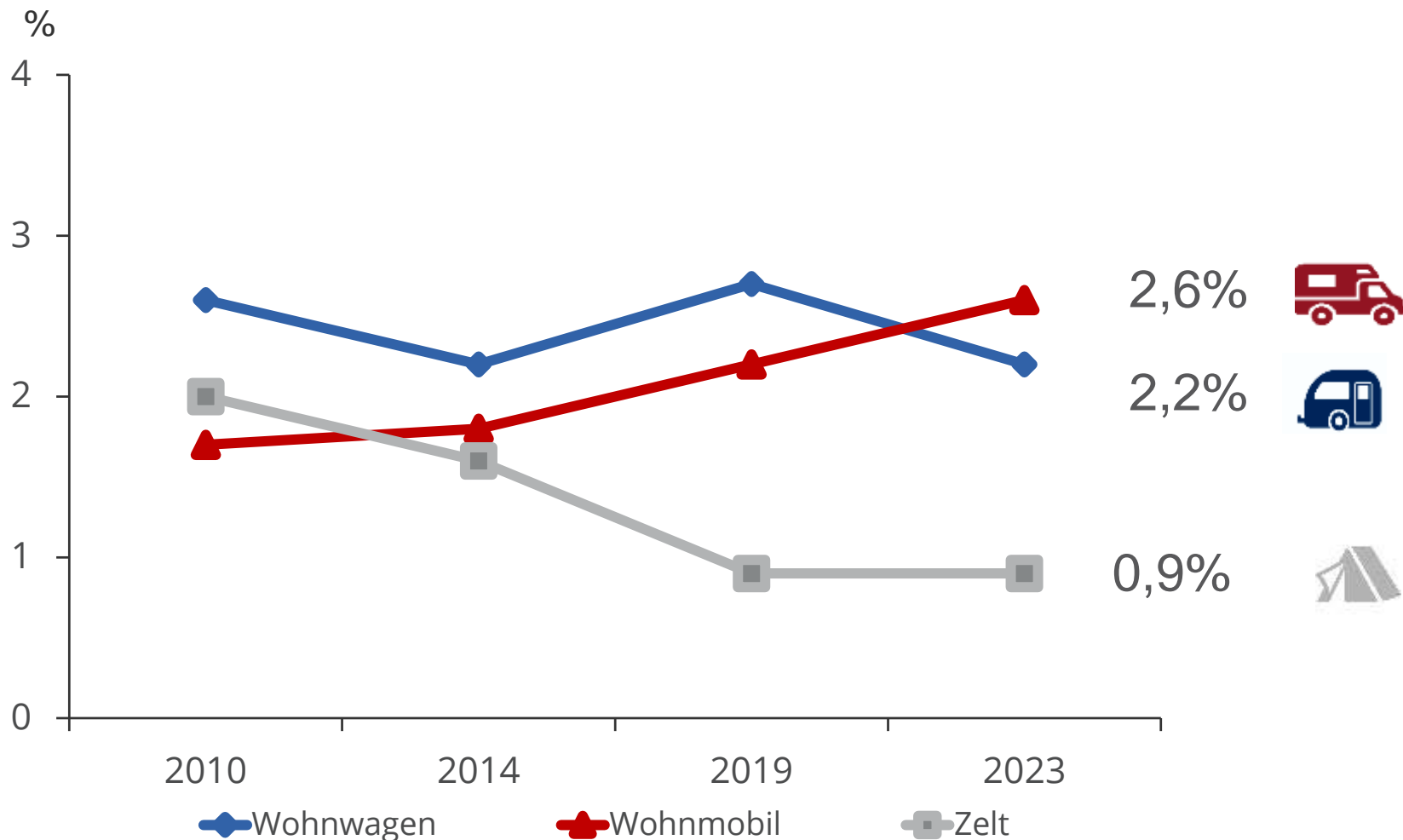
Basis: Nov. 24 deutschsprachige Bevölkerung 14-75; Angaben in %  
Quelle: RA 25 / RAonline 11/2024 und Vorgängeruntersuchungen



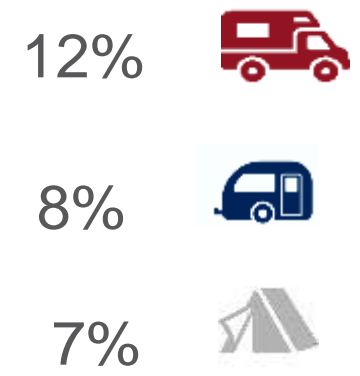
# Camping

**Neue Potenziale**

# Unterkunft Camping bei Urlaubsreisen 2010-2023 (Marktanteile) und Potenzial für 2024-2026



## Interesse 2024-2026, in %



Wichtigste Unterkunft der Urlaubsreise;  
 Basis: Urlaubsreisen (5 Tage +) der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; Angaben in %.  
 Quelle: FUR, RA 24 face-to-face und Vorgängeruntersuchungen

Campingurlaub-Interessierte nächste 3 Jahre  
 („plane ziemlich sicher“ oder „kommt generell in Frage“);  
 Basis: deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre;  
 Angaben in %. Vergleich zum Vorjahr nicht möglich.  
 Quelle: FUR, RA 2024 face-to-face

# 2025 – mehr Trends

**Ziele, Reiseart, Organisation**

## Trends Ziele: mehr Ausland.

- Deutschland bleibt Nr. 1, Interesse steigt wieder.
- Mittelmeer [Interesse deutlich gestiegen]
- Alpen [leichter Zuwachs an Interesse]
- Fernreisen [Interesse leicht zunehmend]

## Trends Buchung /Organisationsform:

- Buchungen: eher frühzeitig als kurzfristig.
- Wachsende Neigung zu Reisebürobuchungen und Veranstalterreisen.
- Mehr Flugreisen geplant

## Trends Reisearten:

- Die „Großen“ bleiben groß: Entspannungsurlaub, Strand-/Badeurlaub und Familienferien.
- Breites Interesse für spezielle Urlaubsformen:
  - Städte (deutlicher Interessenszuwachs)
  - Wellness (deutlicher Interessenszuwachs)
  - Kultur
  - Camping
  - Kreuzfahrten

Stabile Nachfragemuster, aber  
individuell viel Neues.

Multioptionalität (Interesse an  
vielen) wächst und macht  
Reisende flexibel.

Frage: „Was trifft auf Sie zu?... Ich werde 2025 wahrscheinlich ... machen“  
Interessensbekundungen im Vergleich zum Vorjahr;  
Basis: deutschsprachige Bevölkerung 14-75 J. in Privathaushalten,  
Quelle: FUR, RA 25 und RA 24, Erhebungen RAonline 11/2024 und 11/23.

# Fazit

# Urlaubsreisen: Volumen und Zielregionen

## Stabilität mit Wachstumstendenz.



Anzahl:	<b>71 Mio.</b>	<b>51 Mio.</b>	<b>65 Mio.</b>	<b>71 Mio.*</b>	<b>72 Mio.**</b>
	30% Inland (D)	45% Inland (D)	22% Inland (D)	21%* Inland (D)	+/- 23%** <i>Inland (D)</i>
	35% Mittelmeer	26% Mittelmeer	43% Mittelmeer	44%* Mittelmeer	+/- 42%** <i>Mittelmeer</i>
	7% Fernziele	4% Fernziele	9% Fernziele	10%* Fernziele	+/- 8% ** <i>Fernziele</i>
	28% andere	25% andere	26% andere	25%* andere	+/- 27% ** <i>andere</i>

Basis: Urlaubsreisen der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, 5+ Tage Dauer

Quelle: RA 2024/RA 2025; RA Trendstudie 2030; \* Daten für 2024 vorläufige Schätzung auf Basis RAonline 11/24; \*\* Daten für 2025 Erwartung auf Basis RA Trendstudie 2030 und RAonline 11/24

# Reisejahr 2025 und weiter: Trendthemen

**Starkes Reisejahr  
2024**

**Hohe  
Reiseabsicht für  
2025**

**Nachfrage-  
volumen:**  
hoch und stabil mit  
Wachstumstendenz

**Motive:**  
Anspruchsvoll  
und multi-  
optional

**Demo-Wandel:**  
Weder vergreisen  
die Touristinnen,  
noch werden  
Familienurlauber  
weniger.

**Reiseziele:**  
Gern ins Warme

**Kommunikation &  
Vertrieb:**  
Online informieren,  
persönlich inspirieren.  
Veranstalterreisen  
und Reisebüro  
bleiben wichtig.

**Nachhaltigkeit:**  
Geht im Tourismus  
nicht ohne.  
Im Marketing allen  
Gästegruppen  
Nachhaltigkeit  
schmackhaft machen.

**Urlaubs-  
wohnen:**  
Mehr Qualität  
in zielgruppen-  
spezifischen  
Aspekten



### Untersuchungsprofil:

- » Touristische Nachfrage für Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen  
Verhalten - Motive – Präferenzen – Interessen
- » Jährliche Durchführung seit 1970
- » Jährlich über 7.000 *face-to-face*-Interviews  
plus mind. 5.000 *Online*-Interviews p.a.
- » Neutrale Interessengemeinschaft  
FUR e.V. als Träger der Untersuchung
- » Mehr Informationen:  
[www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de)



CUNARD





Diese Unterlage ist durch die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) für die Eröffnungspressekonferenz der CMT 2025 erarbeitet worden. Die FUR ist der Träger der jährlichen Reiseanalyse (RA) [[www.Reiseanalyse.de](http://www.Reiseanalyse.de)].

Zur fachlichen Vorbereitung der CMT 2025 hat die FUR im November 2024 eine aktuelle Umfrage durchgeführt (repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14-75 Jahre; n=2.557; online Befragung durch Ipsos) und die Zeitreihen der Reiseanalyse f-2-f (jährlich, 2024 n= 7.288, repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahre) ausgewertet.

Der Vortragende, Prof. Dr. Martin Lohmann, ist wissenschaftlicher Berater der FUR. Er lehrt an verschiedenen Hochschulen in Österreich, in der Schweiz und in Dänemark. Mit Destinationen, Marketingagenturen und Verbänden im Tourismus arbeitet er zusammen im Hinblick auf die Vermittlung von Forschungsergebnissen durch Workshops, Vorträge und Expertisen. Thematisch geht es dabei u.a. um die touristische Nachfrage, Trends, Nachhaltigkeit, Krisenauswirkungen oder die Effekte der Reisen auf die Touristen.



Mehr Informationen unter [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de) und <https://de.linkedin.com/in/martin-lohmann-92664a5>



**FUR**  
**Forschungsgemeinschaft**  
**Urlaub und Reisen e.V.**  
Fleethörn 23  
D-24103 Kiel  
Germany

Tel.: +49 (0)431 88888 00  
Fax: +49 (0)431 8888 679

Martin Lohmann  
E-Mail: [lohmann@reiseanalyse.de](mailto:lohmann@reiseanalyse.de)  
Website: [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de)

