

# DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft  
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

## Periodical Part

## Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2021

### Provided in Cooperation with:

Verband Internet Reisevertrieb (VIR), Unterhaching

*Reference:* Daten & Fakten zum Online-Reisemarkt ... / Verband Internet Reisevertrieb, VIR ; 2021 (2021).

[https://v-i-r.de/df/2021/final\\_vir-df-2021.pdf](https://v-i-r.de/df/2021/final_vir-df-2021.pdf).

This Version is available at:

<http://hdl.handle.net/11159/6150>

### Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics  
Düsternbrooker Weg 120  
24105 Kiel (Germany)  
E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)  
<https://www.zbw.eu/econis-archiv/>

### Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

<https://zbw.eu/econis-archiv/termsfuse>

### Terms of use:

*This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.*

**vit**  
**DATEN 2021**  
**& FAKTEN**  
zum Online-Reisemarkt





	Der Verband Internet Reisevertrieb e.V.	4
	VIR Mitglieder	5
	VIR Kooperationen	6
	Urlaubsnachfragevolumen	9
	Urlaubsreiseziele	13
	Urlaubsreiseverhalten	17
	Informations- und Entscheidungsverhalten	20
	Buchungsverhalten	25
	Reiseabsichten 2021	40
	Impressum	46

## *Liebe Leserinnen und Leser,*

noch ist es eine große Unbekannte, das Reisejahr 2021. Die weltweiten Auswirkungen des Corona-Virus halten die Tourismusbranche fest im Griff und lassen für Prognosen und Planungen wenig Spielraum.

Dabei hatte die Pandemie für den Tourismus bereits im Vorjahr verheerende Auswirkungen. Die Umsätze von Reisebüros, Reiseveranstaltern und Reservierungsdienstleistern lagen über das Gesamtjahr gesehen um 75 Prozent unter dem von 2019.

Welche Folgen dies für die über drei Millionen Beschäftigten alleine in der deutschen Tourismusbranche hat, lässt sich derzeit noch gar nicht absehen. Auch in Entwicklungs- und Schwellenländern wird sich der massive weltweite Einbruch im Tourismus sehr negativ bemerkbar machen. Nach über einem Jahr im Krisenmodus verarmen aber auch in Europa bereits touristische Zielgebiete, die zum Jahresbeginn 2020 scheinbar noch auf der Sonnenseite des Wohlstands standen.

Wie die Studien in unseren „VIR Daten & Fakten 2021“ aufzeigen, herrscht unter den Menschen ein starkes Bedürfnis zum Verreisen. Dennoch sind die Voraussetzungen hierfür immer noch nicht gegeben. Es muss nun alles getan werden, um Perspektiven für eine baldige Kehrtwende zu schaffen.

Wir brauchen definitiv mehr Schnelltests - gerne auch wieder für Rückreisende

direkt an den Flughäfen -, einen deutlich höheren Speed bei den Impfungen und eine stärkere Einbeziehung digitaler Möglichkeiten bei der Koordination dieser Gegenmaßnahmen, um ein schnelles Hochfahren nicht nur der touristischen Betriebe zu ermöglichen.

Noch immer haben wir in Deutschland im weltweiten Vergleich in vielen Bereichen einen Rückstand, und das gerade in der Digitalisierung. Es ist sehr bedauerlich, dass die langanhaltende Krisensituation von der Politik nicht für Zukunftsorientierung genutzt und das Geld nicht für Fortschritt, sondern für Stillstand ausgegeben wird.



Michael Buller  
Vorstand Verband Internet  
Reisevertrieb e.V. (VIR)

# Der Verband

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Interessenverband der deutschen Digital-Touristik und vertritt diese in der Öffentlichkeit.

Dabei ist er nicht nur Ansprechpartner für die Branche, sondern auch für Verbraucher, Medien und Politik. Mit mehr als 80 Mitgliedsunternehmen hat sich eine Vielzahl der wichtigsten Marktteilnehmer dem Verband angeschlossen.

Aufgeteilt sind sie in die Cluster

- » OTA
- » Supplier & Tour Operator
- » Service- und Travel Technology Provider
- » Start-up

Der Verband treibt Neuentwicklungen voran und sensibilisiert die Touristik für wichtige Trends und Themen.

---

**Der VIR ist ein starker Verband**

**mit starken Mitgliedern –**

denn nur im

**gemeinsamen Dialog**

kann man die

**Digital-Touristik voranbringen.**

---

Ebenso zählen die Beobachtung des Marktes sowie der Medienberichterstattungen und das Engagement in der öffentlichen und politischen Debatte rund um gesetzliche Entwicklungen im Tourismus und E-Commerce zu den Aufgaben.

Des Weiteren gehört es zu den Verbandszielen, sowohl den Nachwuchs an Hochschulen als auch junge Unternehmen zu fördern, um Innovationen in die Branche zu tragen.



Mitglieder Cluster

OTA



SUPPLIER & TOUR OPERATOR



SERVICE & TRAVEL TECHNOLOGY PROVIDER



START-UP





## Kooperationspartner

– mit diesen Partnern erreichen wir gemeinsam unser Ziel:



▲ Hochschule Harz



---

# *Marktforschung*

---



## Methodische Grundlagen

### REISEANALYSE RA ONLINE 11/2020 (FUR)

- ◆ n = 2.611 Befragte im November 2020
- ◆ Repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14-75 Jahre
- ◆ Befragung von Personen, die Internetzugang haben und das Internet nutzen
- ◆ Zufallsstichprobe aus einem on- und offline rekrutierten Panel mit derzeit ca. 150.000 Personen im Rahmen des Ipsos i:omnibus Plus
- ◆ Definition Kurzurlaubsreisen: Reisen mit einer Dauer von 2-4 Tagen

### REISEANALYSE RA 2021 FACE-TO-FACE (FUR)

- ◆ n = 6.207 Befragte im Dezember 2020 & Januar 2021
- ◆ Repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter 14+ Jahre
- ◆ Methode: persönliche Interviews, mehrstufige Zufallsstichprobe
- ◆ Definition Urlaubsreisen: Reisen mit einer Dauer von 5 Tagen und länger

Die hier mitgeteilten ersten ausgewählten Ergebnisse der Reiseanalyse sind zwar überprüft, dennoch können wir Abweichungen in den endgültigen Ergebnissen nicht ausschließen.

An aerial photograph of a sandy beach meeting the ocean. The water is a vibrant turquoise color, and the sand is a light beige. Several people are scattered across the beach, some sitting on towels or blankets. There are several colorful beach umbrellas, including a large striped one, a pink one, and a blue one. The overall scene is peaceful and suggests a vacation setting.

---



*Urlaubsnachfragevolumen*

---



# Eckdaten der Urlaubsnachfrage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage bzw. Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre

Quelle: Reiseanalyse 2020-2021, FUR



## Urlaubsreisen (ab 5+ Tage Dauer)

Jahr	Urlaubsreisende	Urlaubsreisen	Ausgaben bei Urlaubsreisen
2019	55,2 Mio.	70,8 Mio.	73,1 Mrd. €
2020	44,6 Mio. <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -19%</span>	50,5 Mio. <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -29%</span>	45,1 Mrd. € <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -38%</span>

Die Coronavirus-Pandemie erschütterte 2020 den Urlaubsreisemarkt. Im Zuge der verhängten Reisebeschränkungen verzichteten viele Deutsche teilweise oder ganz auf Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen. Historische Einbrüche in fast allen Teilbereichen des Reisemarktes waren die Folge. In der Jahresbilanz sank die Zahl der Urlaubsreisenden um 19%, die der angetretenen Urlaubsreisen ab 5 Tagen um 29%, die Ausgaben für Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer sogar um 38% gegenüber 2019.

## Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage)

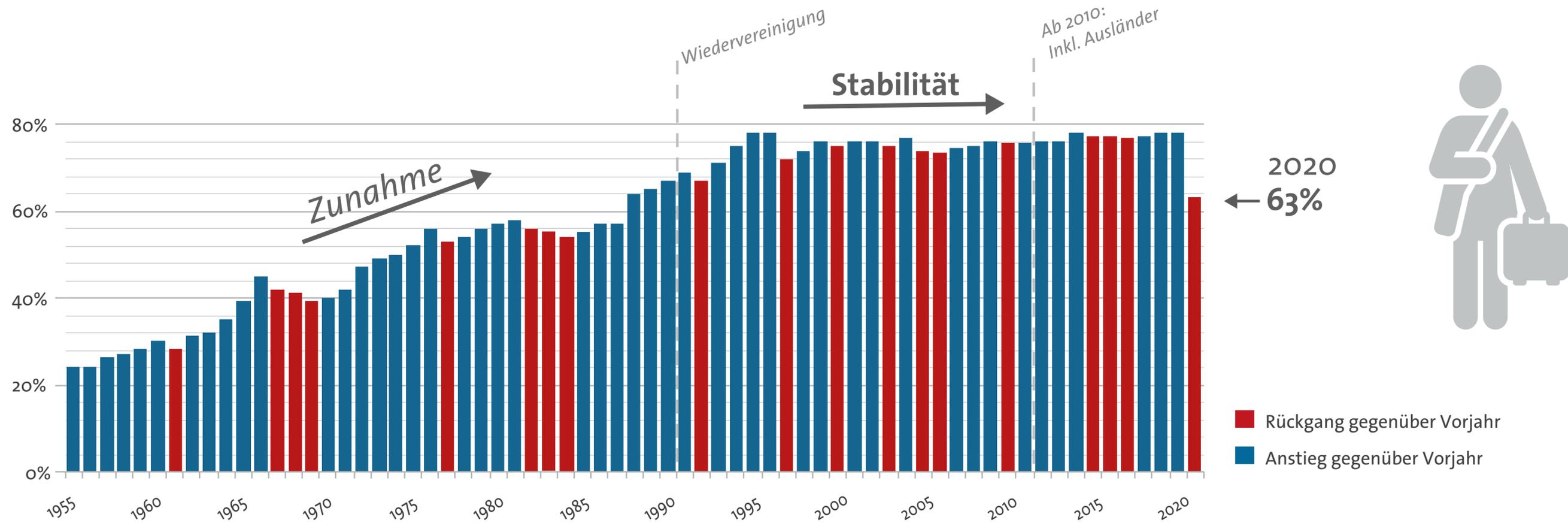
Jahr	Kurzurlaubsreisende	Kurzurlaubsreisen	Ausgaben bei Urlaubsreisen
2019	37,6 Mio.	92,1 Mio.	25,0 Mrd. €
2020	29,0 Mio. <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -23%</span>	37,1 Mio. <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -60%</span>	10,5 Mrd. € <span style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">↓ -58%</span>

Der Markt für Kurzreisen von 2 bis 4 Tagen Dauer erlitt sogar noch größere Rückgänge. In diesem Segment sank die Zahl der Kurzreisenden um 23%, jene der Kurzreisen und dadurch implizierten Ausgaben sogar um 60% bzw. 58%. Die Gesamtausgaben für Urlaubsreisen ab 1 Übernachtung sanken binnen Jahresfrist in Summe um rund 42,5 Mrd. Euro.



# Urlaubsreiseintensität 1954 bis 2020

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre, bis 1990 nur alte Bundesländer; ab 2010: inkl. deutschsprachiger Ausländer  
 Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2021, FUR; 1954-1969: Diverse Studien

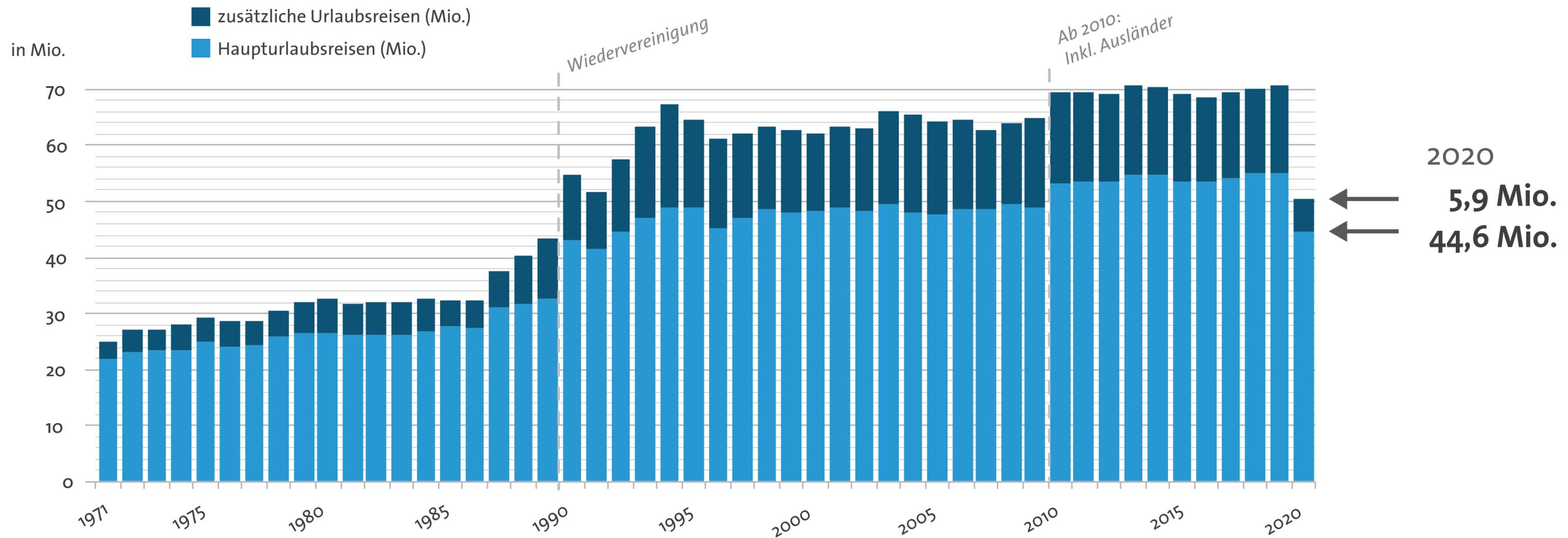


Im ersten Jahr der Coronavirus-Pandemie brach die Urlaubsreiseintensität – der Anteil der Bevölkerung, der mindestens eine Urlaubsreise ab 5 Tagen Dauer gemacht hat - auf nur noch 63% ein. Ein historischer Einbruch auf ein Niveau, welches zuletzt Ende der 1980er Jahre beobachtet wurde.



# Volumen der Urlaubsreisen 1971 bis 2020

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; Bis 1990 nur alte Bundesländer; ab 2010: inkl. deutschsprachiger Ausländern  
 Quelle: Reiseanalyse 1971 bis 2021, FUR



Mit dem Sinken der Urlaubsreiseintensität ging auch ein Rückgang des Urlaubsreisevolumen einher. 2020 wurden insgesamt nur rund 50,5 Mio. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer gemessen. Das entspricht einem prozentualen Rückgang von 29% bzw. einem Minus von 20,3 Mio. Urlaubsreisen. Seit der Wiedervereinigung wurde in keinem Jahr ein niedrigeres Reisevolumen registriert.

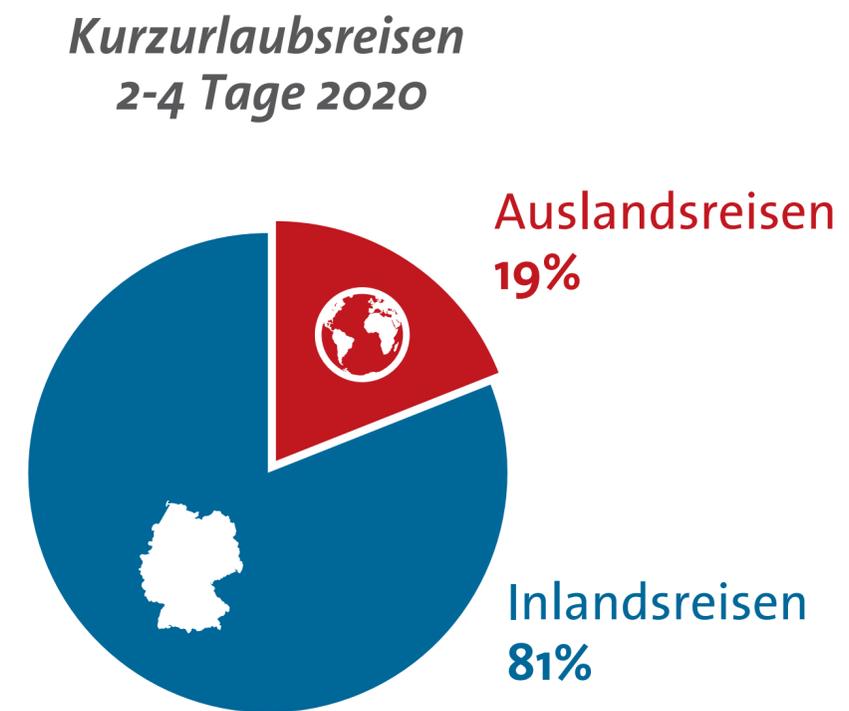
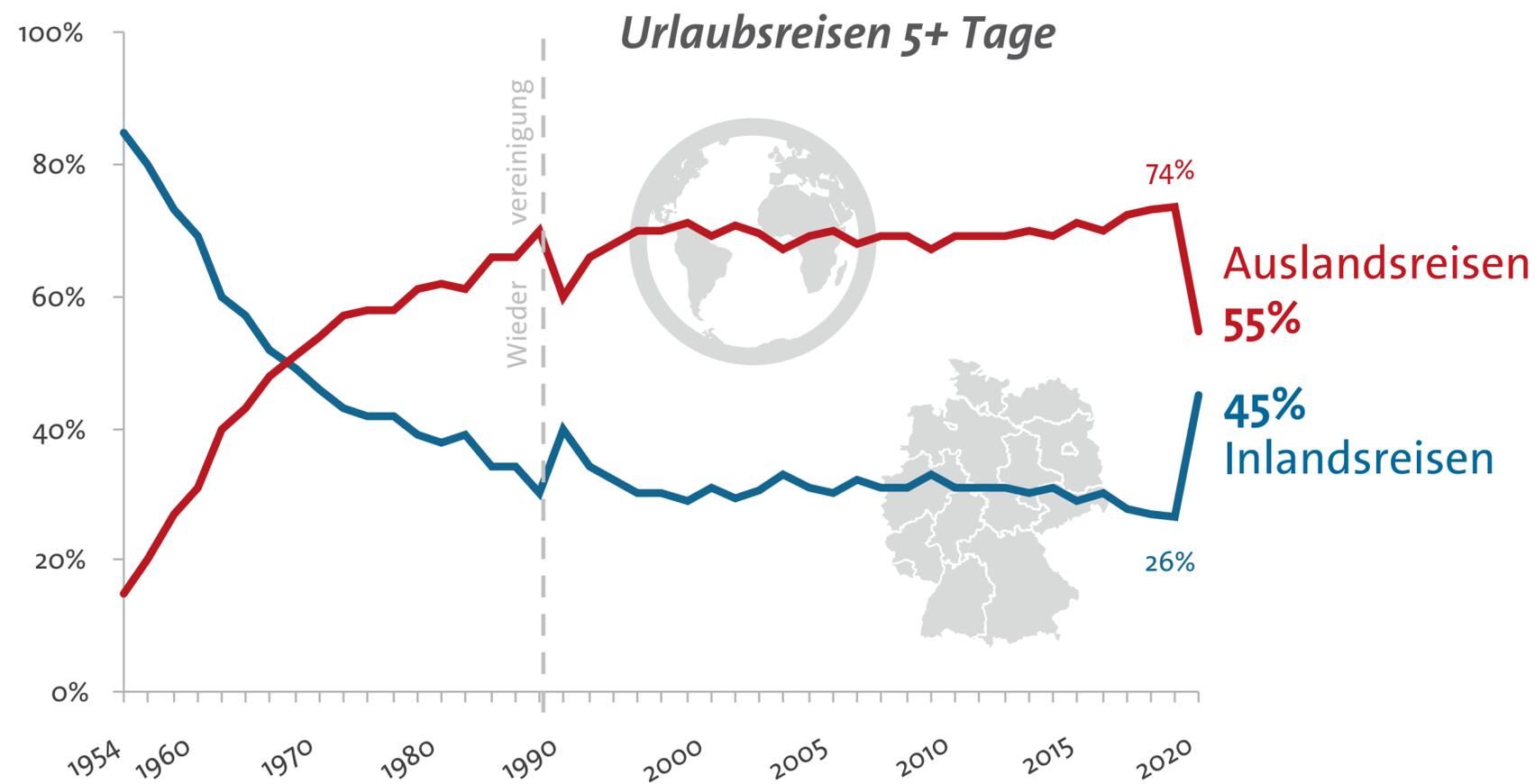


*Urlaubsreiseziele*

---

# In- und Auslandsreisen 1954 bis 2020

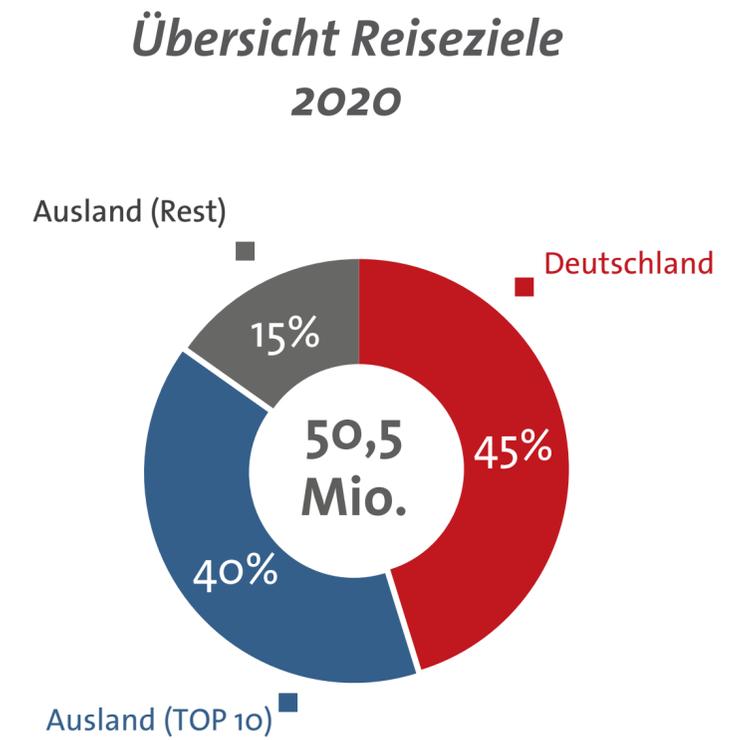
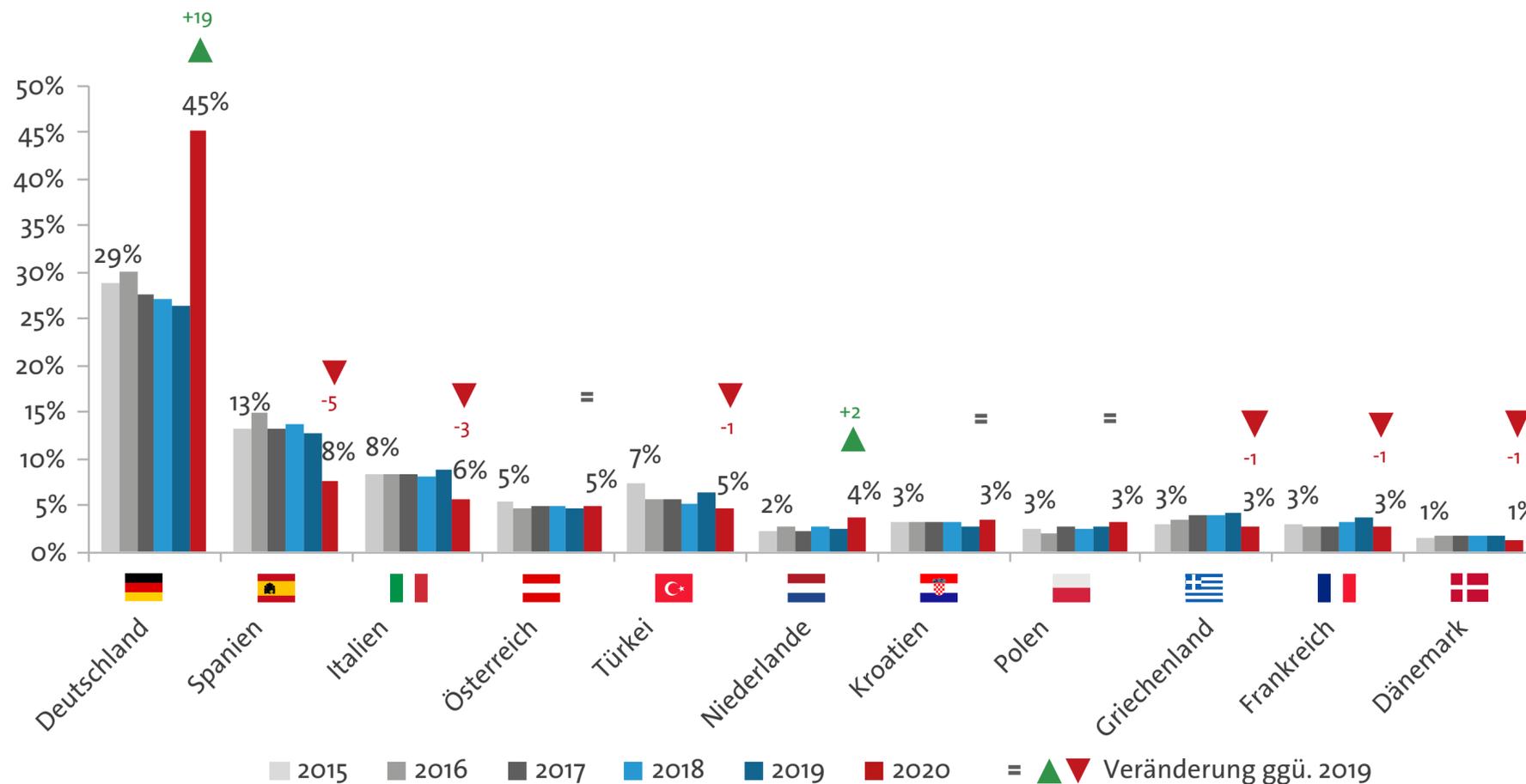
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; Bis 1990 nur alte Bundesländer; ab 2010: inkl. deutschsprachige Ausländer Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2021, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



Urlaubsreisen ins Ausland erlebten 2020 einen beispiellosen Einbruch auf nur noch 55% Marktanteil. Bei Kurzurlaubsreisen stieg der bereits traditionell hohe Inlandsreiseanteil von 75% auf 81%.

# Top-10 Auslandsziele, Urlaubsreisen 5+ Tage, 2015 bis 2020

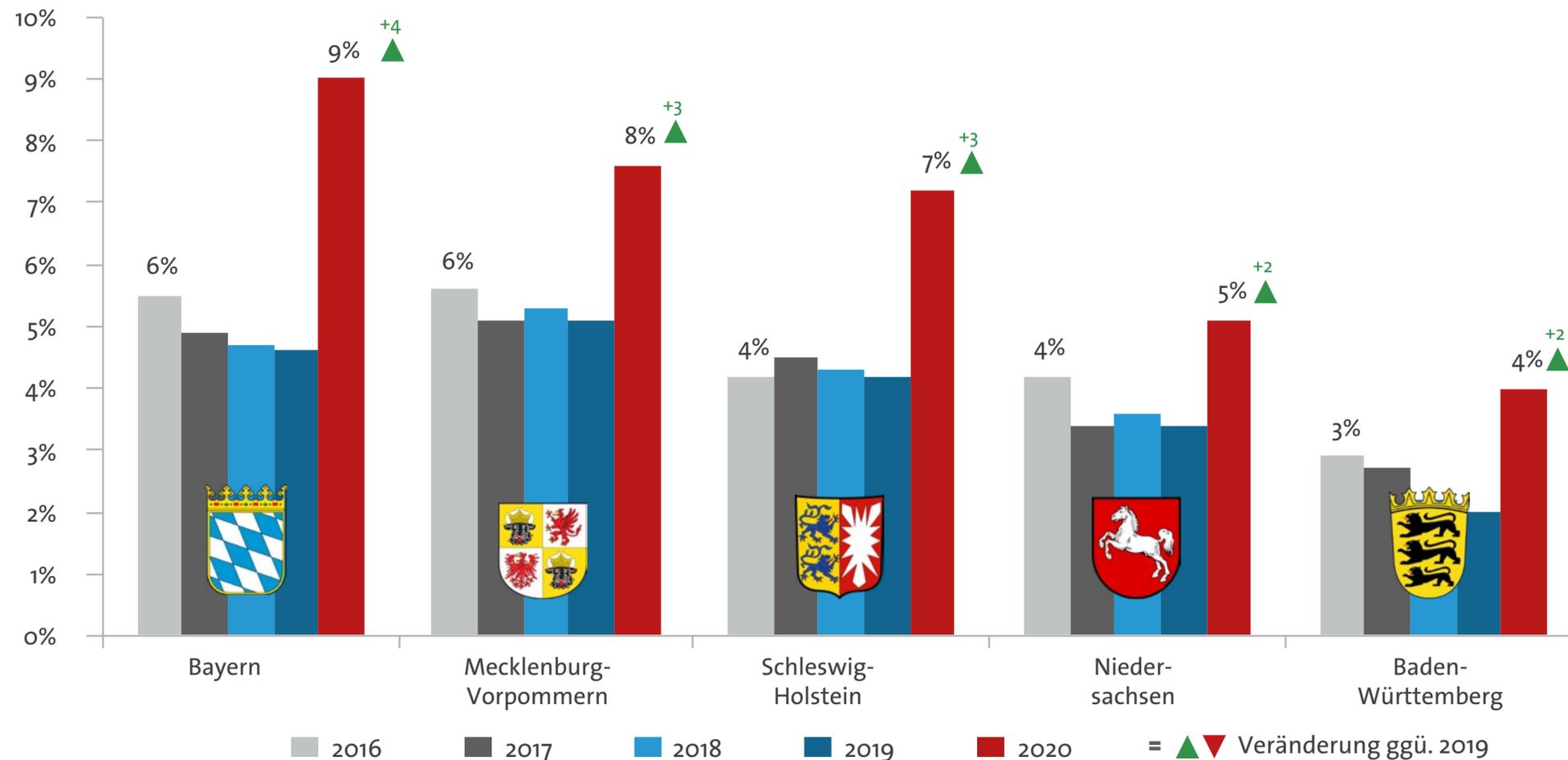
Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 2016 bis 2021, FUR



Im Ranking der beliebtesten Auslandsurlaubsziele 2020 spiegelt sich die Stabilität der Reisezielnachfrage: Ungeachtet des enormen Volumenrückgangs blieben die Marktpositionen stabil. Spanien führt weiterhin die Liste beliebtesten Auslandsziele an (8% aller Urlaubsreisen), gefolgt von Italien (6%). Österreich konnte seinen Marktanteil halten und sich somit vor die Türkei schieben (beide 5%). Allgemein konnten im letzten Jahr vor allem Nahziele, die per PKW leicht erreichbar waren, besonders punkten.

# Marktanteile der Top-5-Bundesländer, Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 2017 bis 2021, FUR



Inlandsdestinationen waren die großen Gewinner des Corona-Jahres. Sowohl der Marktanteil Deutschlands (von 26% auf 54% aller Urlaubsreisen) als auch das Reisevolumen (von 19,2 auf 22,8 Mio. Urlaubsreisen) sind deutlich gestiegen. Auf die Top-5 Bundesländer entfielen 73% aller Inlandsreisen, relativ betrachtet ein leichter Rückgang gegenüber dem Vorjahr.

---

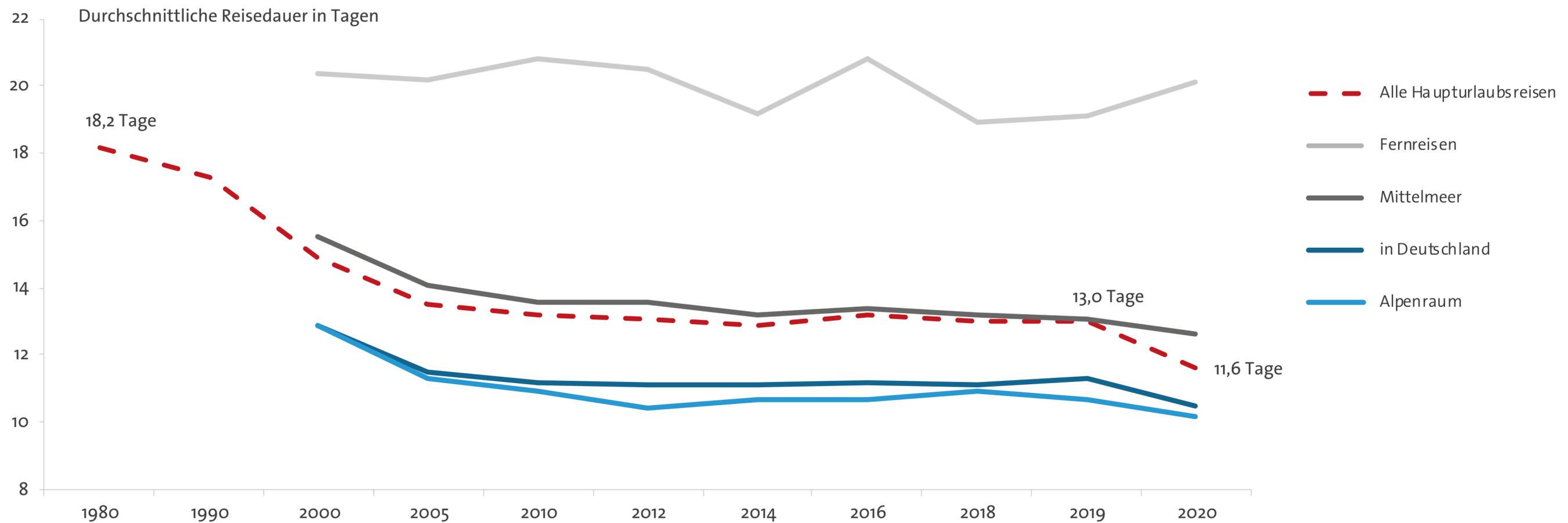
 *Urlaubsreiseverhalten*

---



# Urlaubsreisedauer 1983 bis 2020

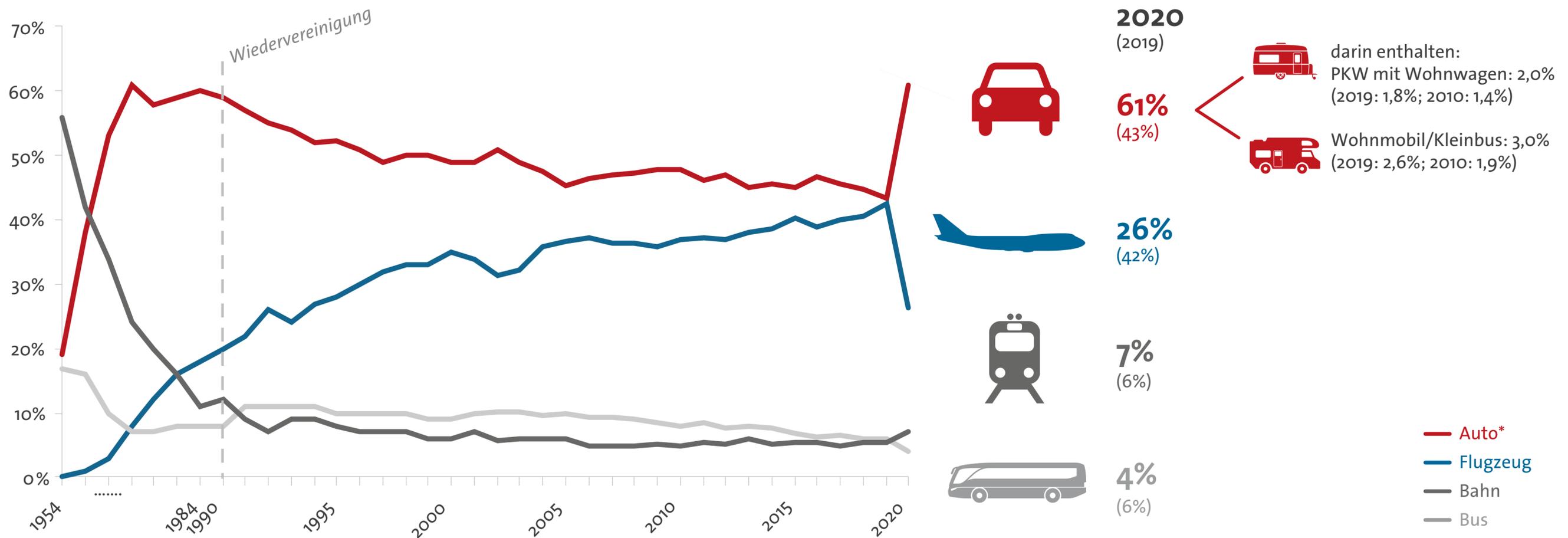
Basis: Alle Haupturlaubsreisen (= wichtigste Urlaubsreise 5+ Tage eines Jahres) der (west-)deutschen Staatsbürger, 14+ Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 1980 bis 2021, FUR



Die durchschnittliche Reisedauer, bezogen auf alle Haupturlaubsreisen der Deutschen, lag im letzten Jahr mit 11,6 Tagen rund 1,4 Tage niedriger als in den Vorjahren. Dies begründet sich vor allem aus der enormen Verschiebung des Verhältnisses von Inlands- und Auslandsreisen. Innerhalb der wichtigsten Reisezielregionen blieb die durchschnittliche Reisedauer jedoch stabil.

# Verkehrsmittel der Urlaubsreise 1954 bis 2020

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, Bis 1990 nur alte Bundesländer; ab 2010: inkl. deutschsprachiger Ausländer  
 Quelle: Reiseanalyse 1970 bis 2021, FUR; 1954-1969: Diverse Studien



Urlaubsreisen mit dem eigenen PKW waren klarer Gewinner der schwierigen Reisebedingungen im Jahr 2020. Entsprechend profitierten auch alle mit dem eigenen Auto zu erreichenden Reiseziele besonders. Die drastische Reduktion des Flugangebots im Frühjahr und Spätherbst 2020 führte gleichzeitig zu einem deutlichen Rückgang der Flugurlaubsreisen, auf einen Marktanteil von nur noch 26%. Fernziele waren der logische Verlierer dieser Entwicklung.



---

*Informations-und Entscheidungsverhalten*

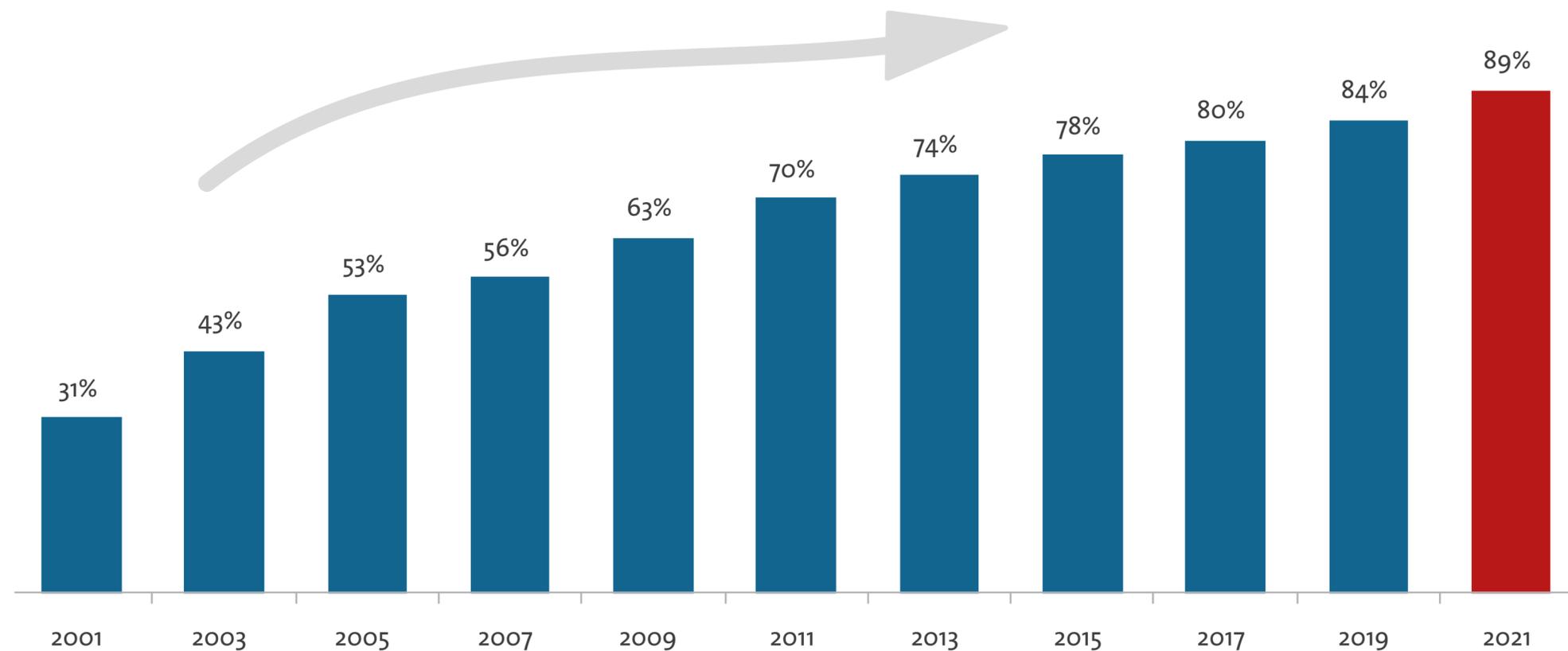
---



# Internetzugang der Bevölkerung

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre; bis 2007: nur deutsche Staatsbürger

Quelle: Reiseanalyse 2001 bis 2021, FUR



89% der Bevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland hatten im Januar 2021 Zugang zum Internet – bei den unter 50-jährigen hat bereits praktische Jede\*r Internetzugang.

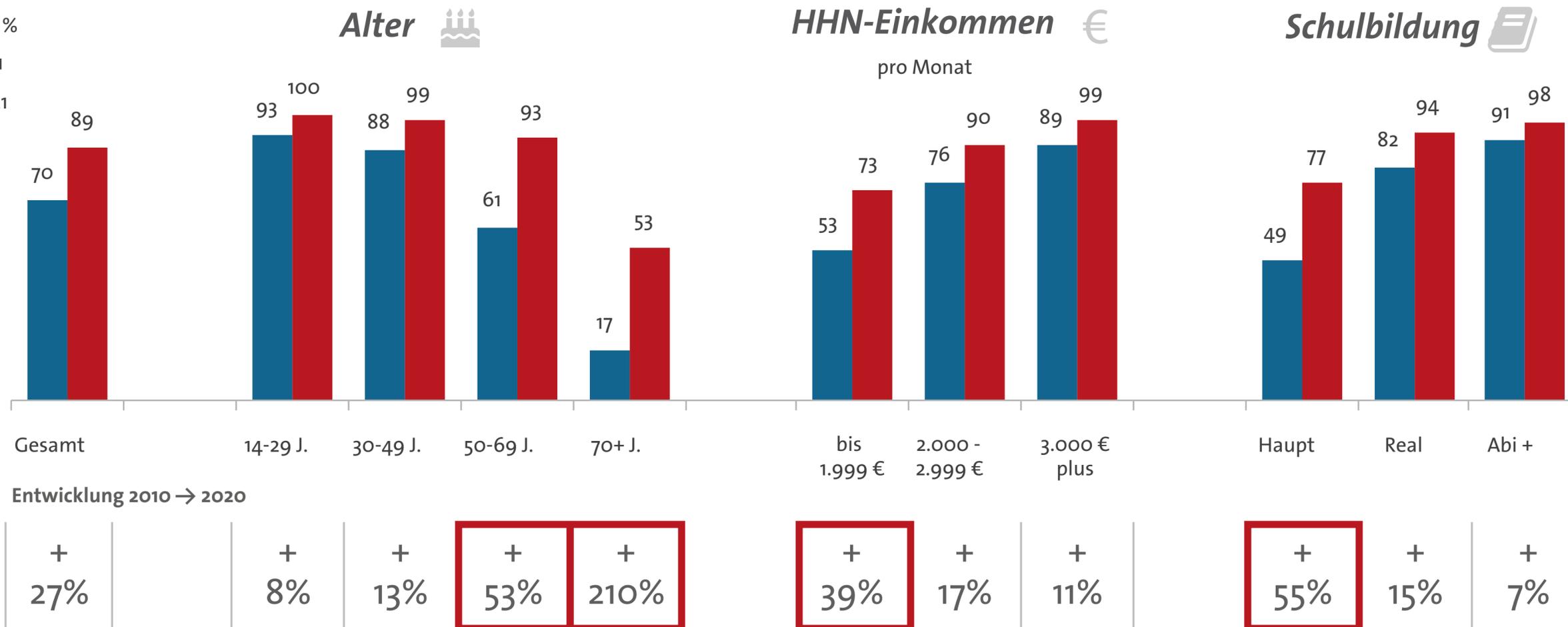


# Internetzugang 2010 vs. 2020 im Detail

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre;  
Quelle: Reiseanalyse 2010 und 2020, FUR

Angaben in %

- Jan. 2011
- Jan. 2021



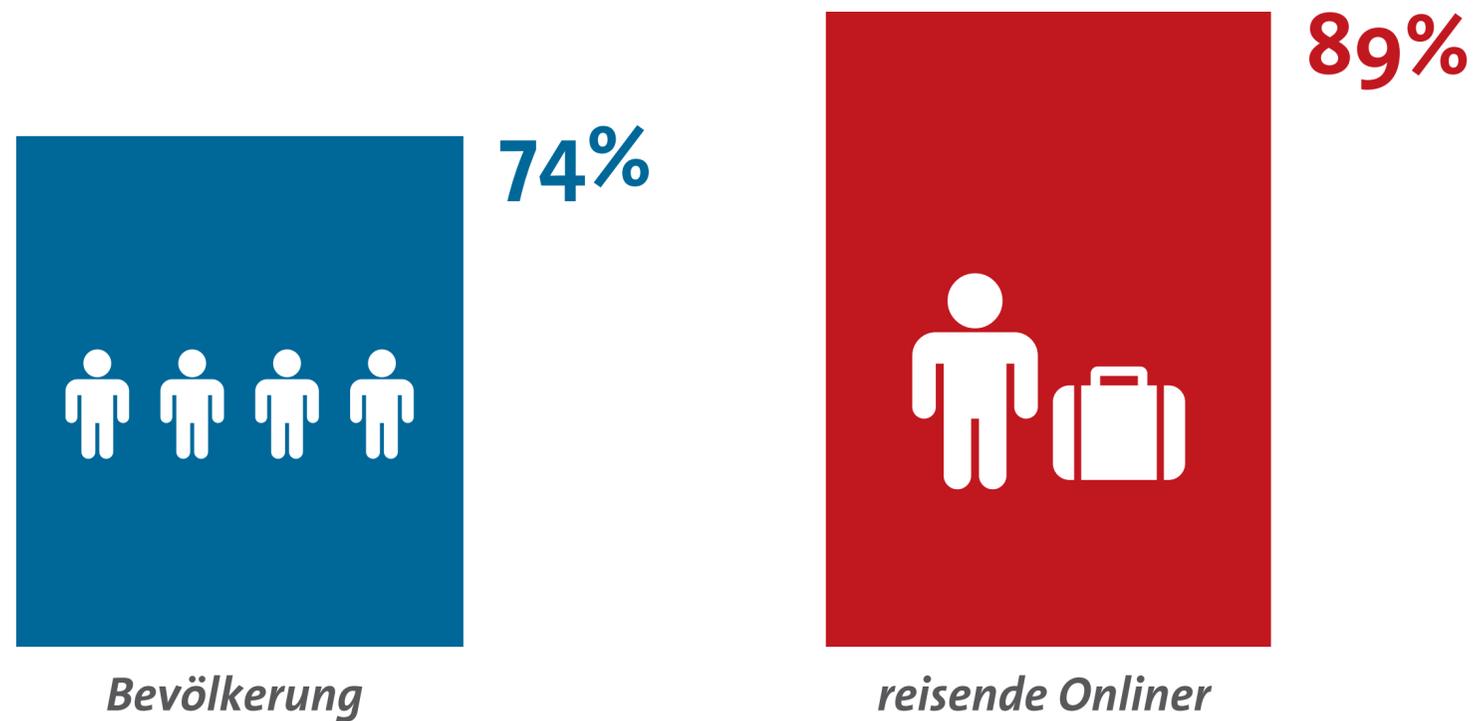
Die Zahl der Internetnutzer wächst nur noch in „Nachzügler“- Segmenten, also unter älteren Menschen, oder bei Personen mit eher geringerem Einkommen und/oder Schulbildung. Die Corona-Pandemie beförderte auch den erstmaligen Einstieg dieser Zielgruppen ins Internet: Allein bei den über-70-Jährigen stieg der Anteil der Internetnutzer von 2019 auf 2020 um rund 10 Prozentpunkte.



# Internetnutzung zur Information bei Urlaubsreisen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre

Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR



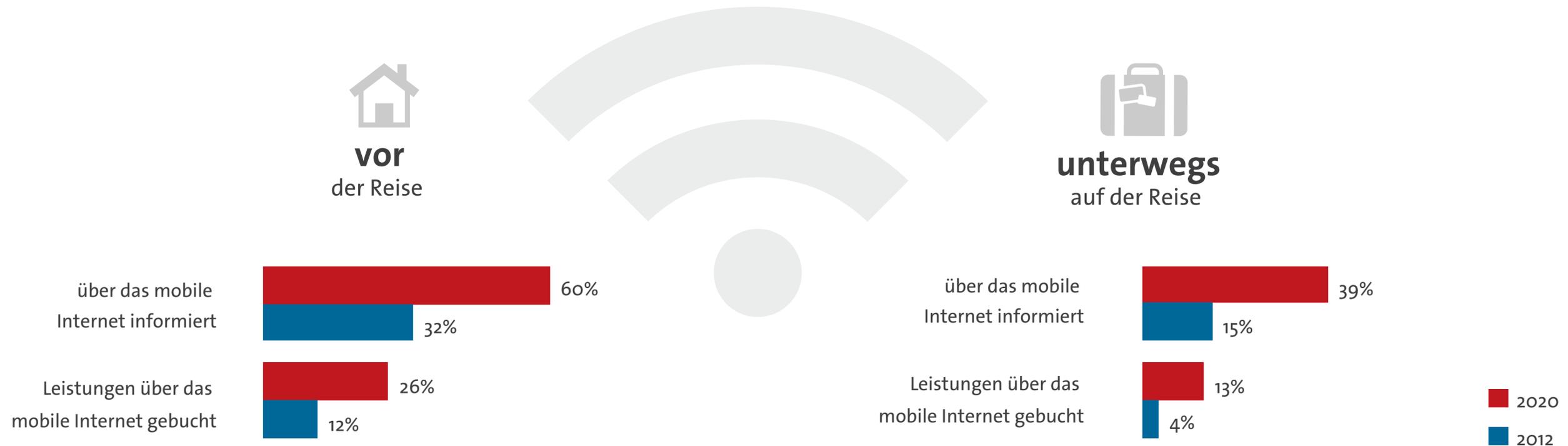
Das Internet gewinnt auch beim Thema Urlaubsreisen weiter an Bedeutung: Im Januar 2021 hatten sich bereits 74% der Bevölkerung schon einmal im Internet zum Thema Urlaubsreisen informiert. Schaut man nur auf die Internetnutzer, die auch verreist sind, dann steigt der Wert auf 89% an. Das heißt also: Wer sowieso online ist und gern in den Urlaub fährt, nutzt das Internet auch für die Reiseplanung.



# Nutzung des mobilen Internets bei Reisen

Basis: Deutschsprachige Urlaubs- und Kurzurlaubsreisende, 14-75 Jahre, die das mobile Internet nutzen; 2012: 14-70 Jahre

Quelle: Reiseanalyse 2013 und 2021, FUR



Die Nutzung des mobilen Internets wird immer wichtiger für die Reisebranche: Von den Urlaubs- und Kurzurlaubsreisenden nutzen bereits 60% das mobile Internet als Informationsquelle vor der Reise, unterwegs waren es 39%. Die Nutzung des mobilen Internets zur Buchung von Reiseleistungen ist im Vergleich zur Information noch nicht so stark ausgeprägt: 26% buchten vor Reiseantritt eine Dienstleistung über das mobile Internet, 13% auch unterwegs.



---

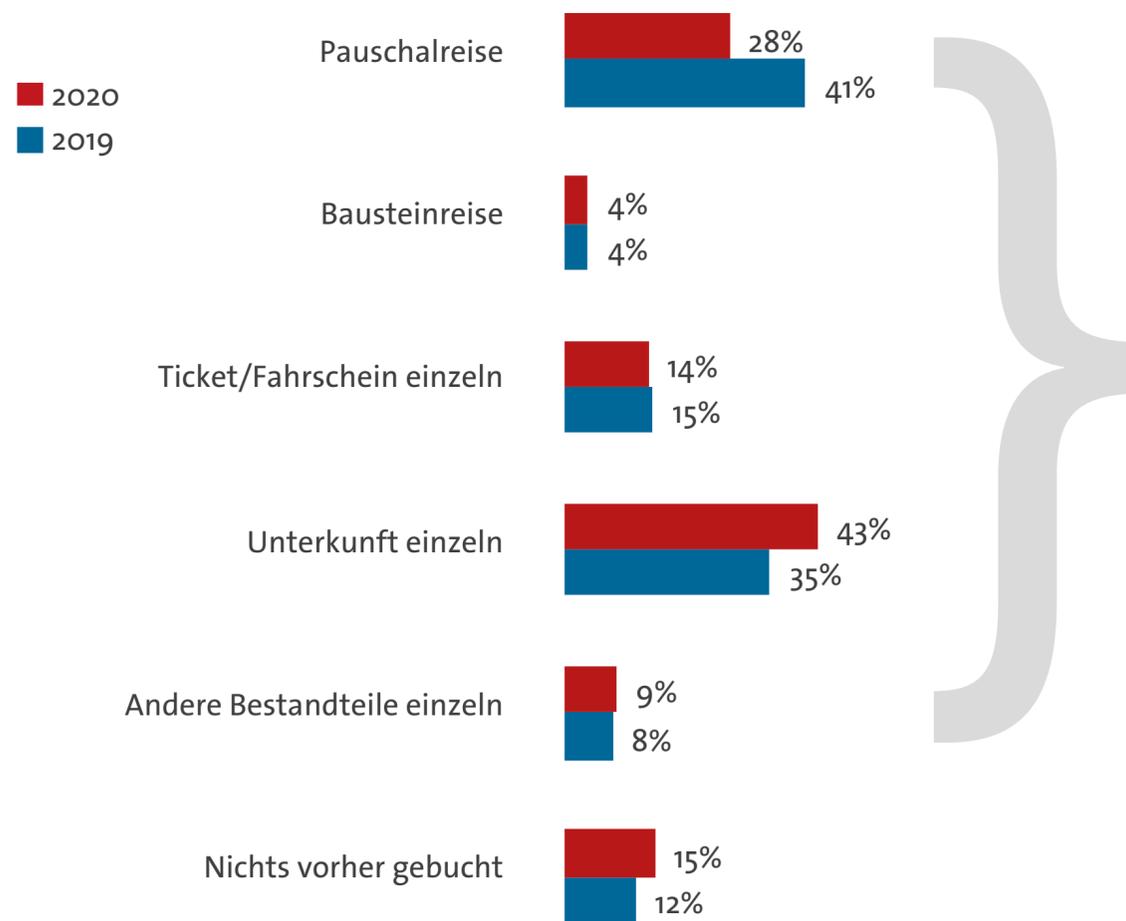
 *Buchungsverhalten*

---



# Organisation von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2020 und 2021, FUR



Vorab gebuchte **Urlaubsreisen** (ab 5 Tage Dauer)

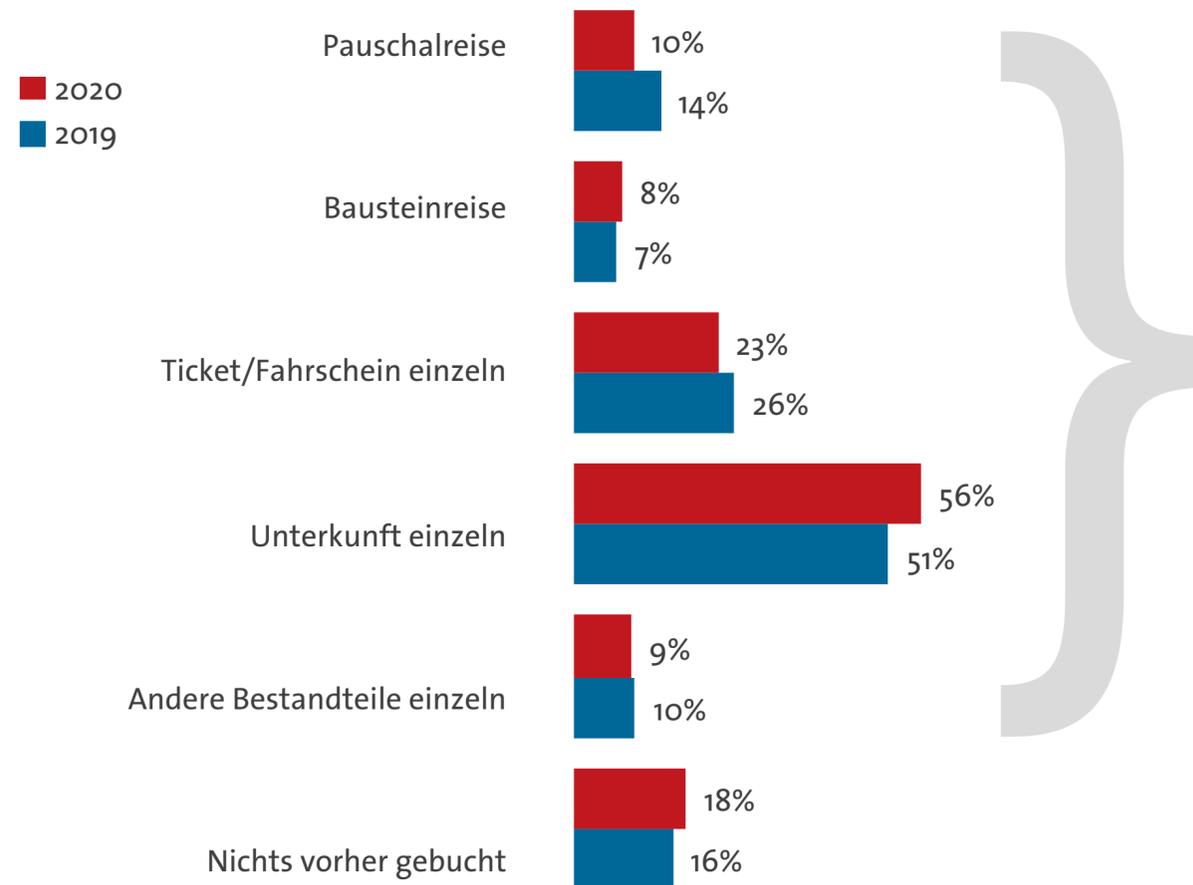
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2020	42,9 Mio.	€ 952	€ 40,8 Mrd.
2019	62,6 Mio.	€ 1.088	€ 68,1 Mrd.

Auch bei der Urlaubsorganisation führte die Coronavirus-Pandemie zu einem beispiellosen Umbruch. War bisher stets die Pauschalreise die wichtigste Organisationsform bei Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer, so konnten sich 2020 Einzelbuchungen der Unterkunft deutlich an die Spitze setzen. Die Anzahl der vorab gebuchten Urlaubsreisen, bei denen mindestens eine Leistung vor Reisebeginn gebucht wurde, ging ähnlich wie der Gesamtmarkt um mehr als 30% zurück und schrumpfte gegenüber 2019 um rund 20 Mio. Urlaubsreisen. Die durch die verbliebenen vorab gebuchten Urlaubsreisen generierten Umsätze reduzierten sich sogar um 40%.



# Organisation von Kurzurlaubsreisen

Basis: Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; 2019: nur KUR der Bevölkerung 14-75 Jahre; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2011, 2020 und 2021, FUR



Vorab gebuchte Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer)

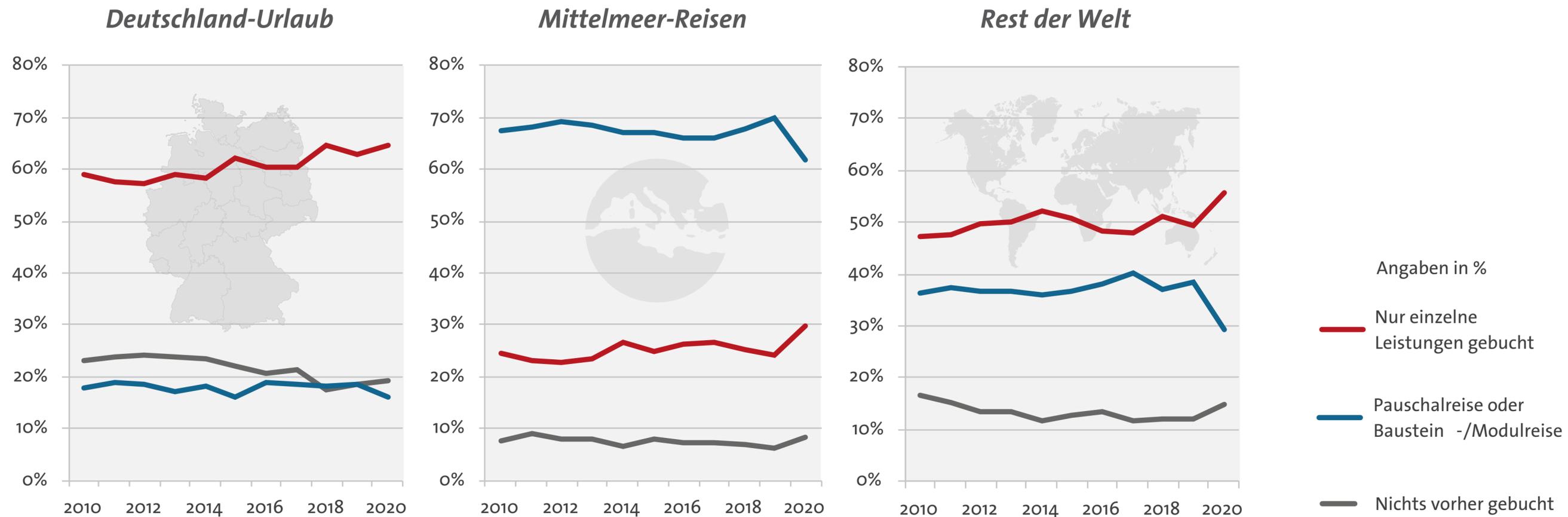
Jahr	Anzahl	Ausgaben pro Person + Reise	Gesamtausgaben
2020	30,3 Mio.	€ 311	€ 9,4 Mrd.
2019	70,1 Mio.	€ 295	€ 20,7 Mrd.

Bei allen Kurzurlaubsreisen sind Einzelbuchungen der Unterkunft die wichtigste Organisationsform, vor Einzelbuchungen von Fahrscheinen. Besonders der Anteil der Kurzreisen mit einzeln gebuchten Unterkünften hat im Jahresvergleich stark zugelegt (von 50% auf 56%), während als Pauschalreise organisierte Kurzurlaubsreisen rückläufig waren (von 14% auf 10%).



# Organisation der Reisen: Sehr stark abhängig vom Reiseziel

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Staatsbürger, 14+ Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 2011-2021, FUR



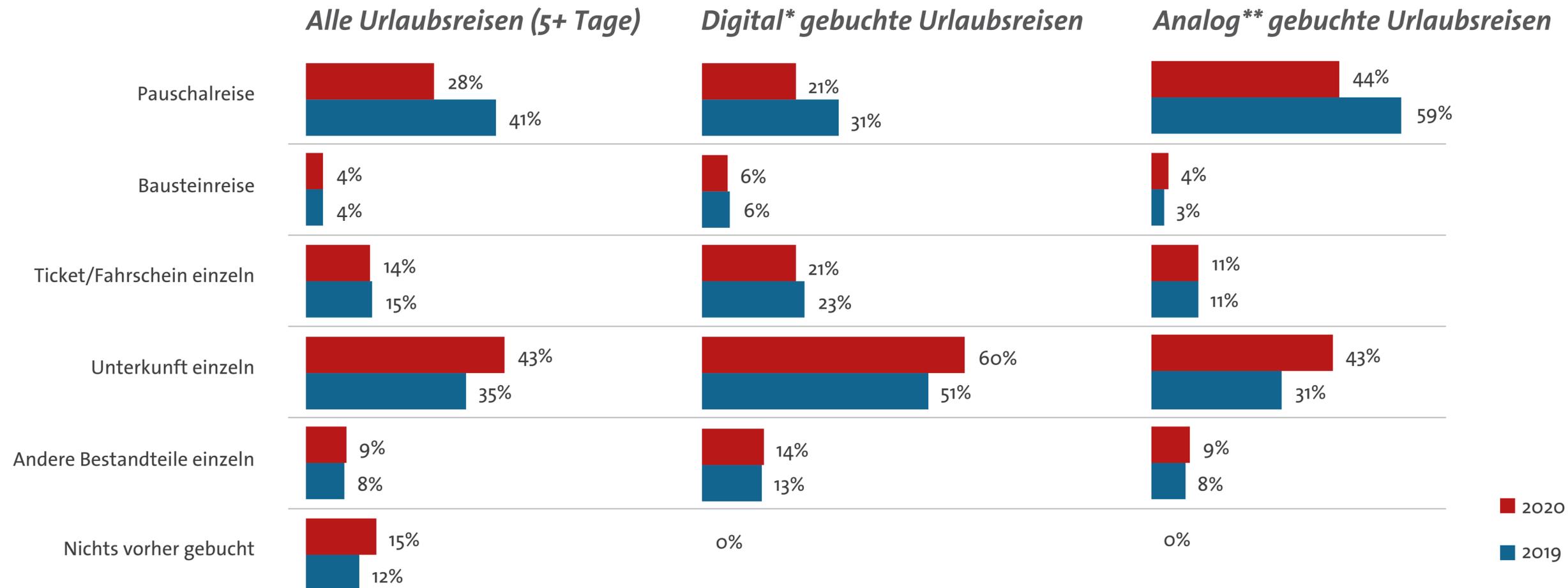
Inlandsurlaube werden traditionell überwiegend individuell organisiert und dabei vor allem Einzelleistungen vorab gebucht, im letzten Jahr bei zwei Drittel aller Urlaubsreisen. Während des Corona-Jahres sanken die Anteile der als Pauschal- oder Bausteinreise organisierten Urlaubsreisen ans Mittelmeer (auf 62%) und bei Fernreisen (29%) deutlich zu Gunsten von individual organisierten Reisen in diese Regionen.



# Organisation von Urlaubsreisen 5+ Tage nach Buchungsweg

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre; \*per Online-Buchung oder per E-Mail bzw. \*\*im persönlichen Gespräch, per Telefon oder per Brief/Fax gebucht; Mehrfachnennungen möglich

Quelle: Reiseanalyse 2020-2021, FUR



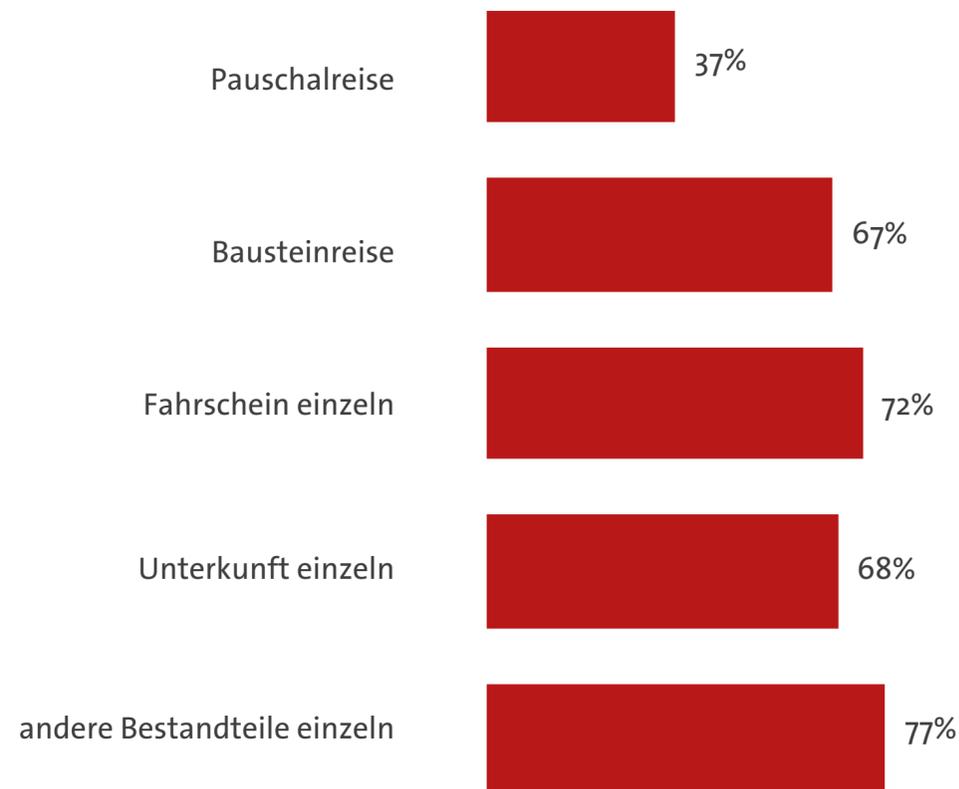
Bei allen Urlaubsreisen haben nun – zumindest vorübergehend - Einzelbuchungen die Spitzenposition übernommen. Bei den digital gebuchten Reisen waren diese schon lange deutlich in Front: Hier dominieren Einzelbuchungen der Unterkunft traditionellerweise das Ranking. Bei den analog gebuchten Reisen konnte sich trotz der Verwerfungen des Corona-Jahres die Pauschalreise hauchdünn an der Spitze behaupten.



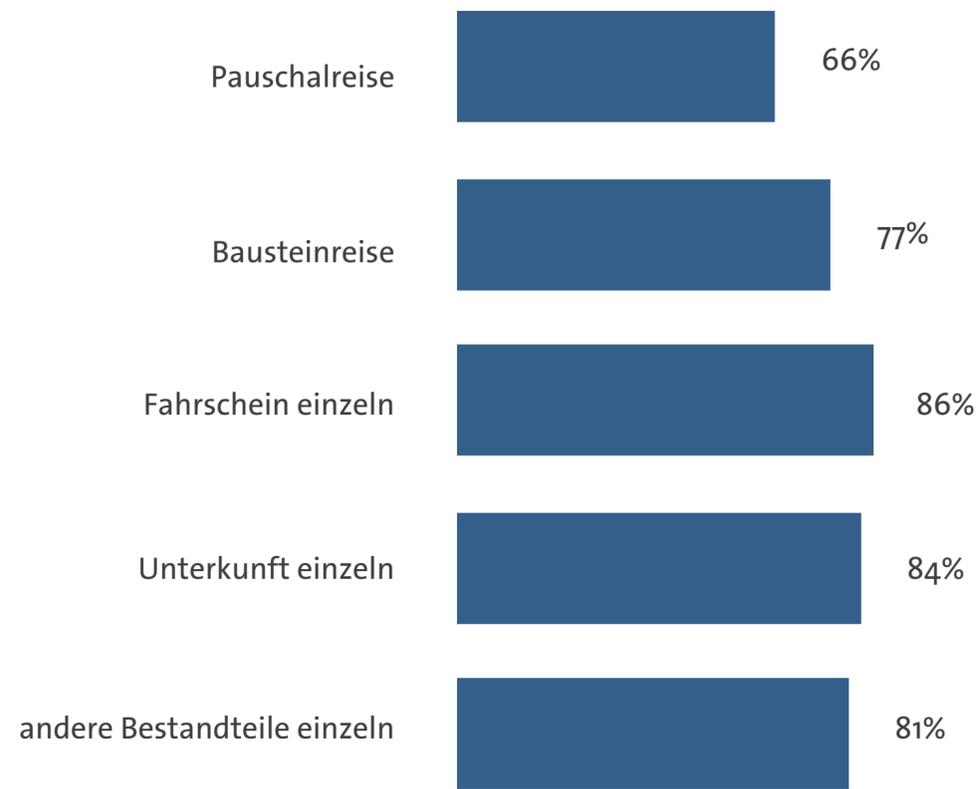
# Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils und Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14-75 Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils  
 Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR

*Urlaubsreisen 2020, 5+ Tage Dauer*



*Kurzurlaubsreisen 2020, 2-4 Tage Dauer*

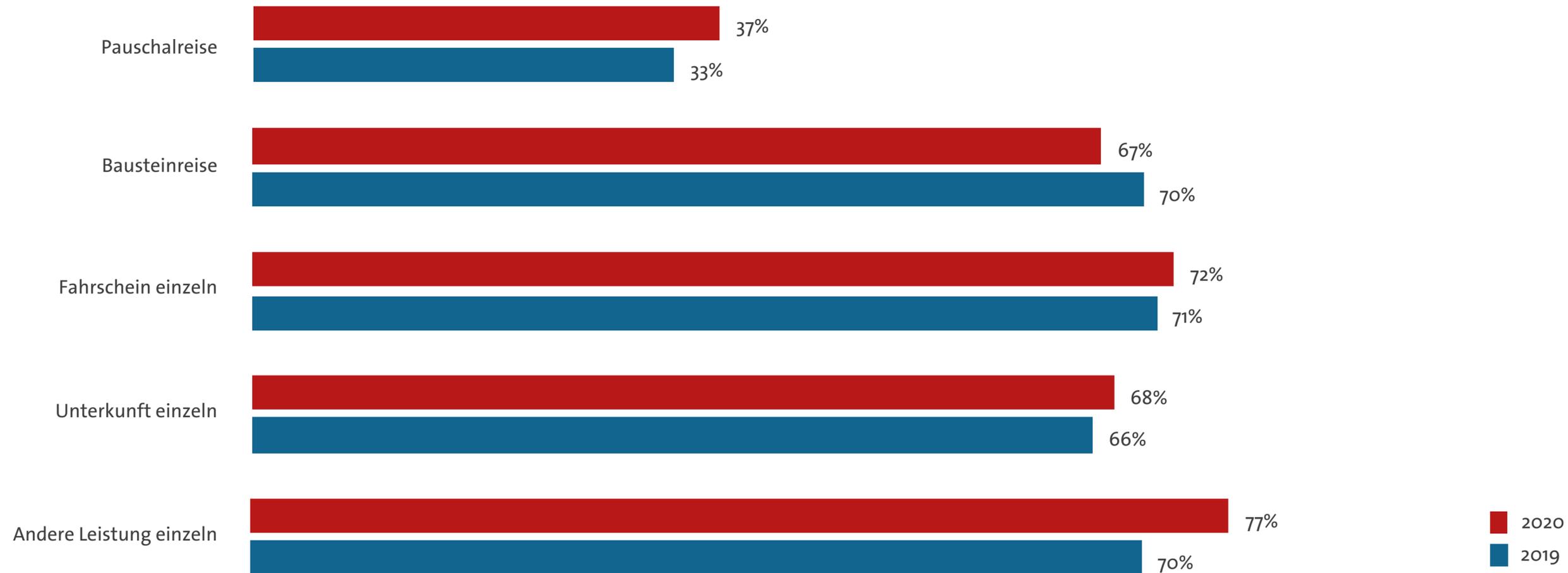


Bei den Kurzurlaubsreisen liegt der Anteil der Buchungen über digitale Kanäle in allen Organisationsformen über den Werten bei den langen Urlaubsreisen. Am größten ist der Unterschied bei den Pauschalreisen: Bei den langen Urlaubsreisen wurde mehr als ein Drittel der Pauschalreisen digital gebucht; bei den Kurzurlaubsreisen ist der Anteil mit 66% fast doppelt so hoch.



# Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseorganisation

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, in der jeweiligen Organisationsform, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils;  
 Quelle: Reiseanalyse 2020, 2021, FUR

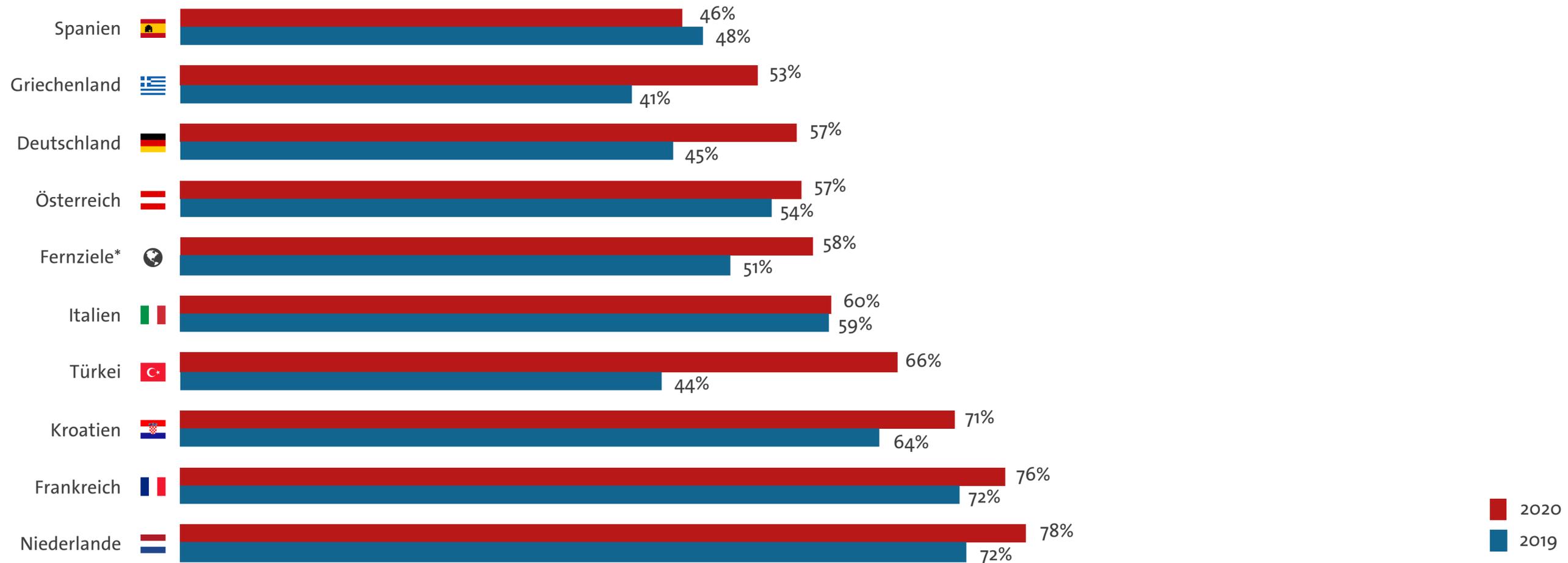


Der Anteil der Onlinebuchungen ist in den letzten 5 Jahren in allen Organisationsformen deutlich gestiegen. Am höchsten sind die Werte bei der Bausteinreise sowie der Einzelbuchung von „anderen“ Leistungen (z.B. Mietwagen).



# Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Reiseziel

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, in die jeweilige Destination, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; \*Reiseziele außerhalb Europas & des Mittelmeerraums  
 Quelle: Reiseanalyse 2020, 2021, FUR

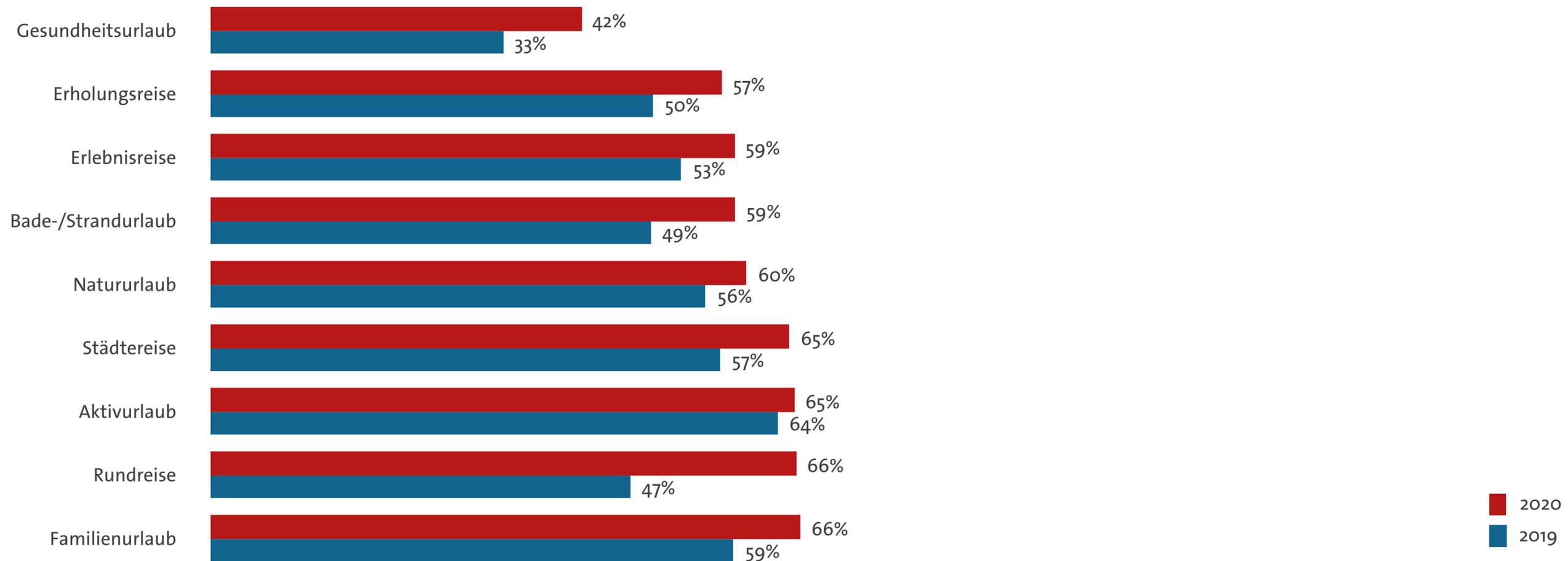


Schaut man auf wichtige Reiseziele der Deutschen, findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Urlaubsreisen nach Frankreich, in die Niederlande und nach Kroatien. „Nachzügler“ wie Griechenland und die Türkei, aber auch die Destinationen innerhalb Deutschlands konnten vor allem im letzten Jahr viel Boden gutmachen und einen großen Sprung beim Anteil der Buchungen über digitale Kanäle erreichen.



# Anteil der Buchungen über digitale Kanäle nach Urlaubsort

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, in der jeweiligen Urlaubsort, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils;  
 Quelle: Reiseanalyse 2020, 2021, FUR

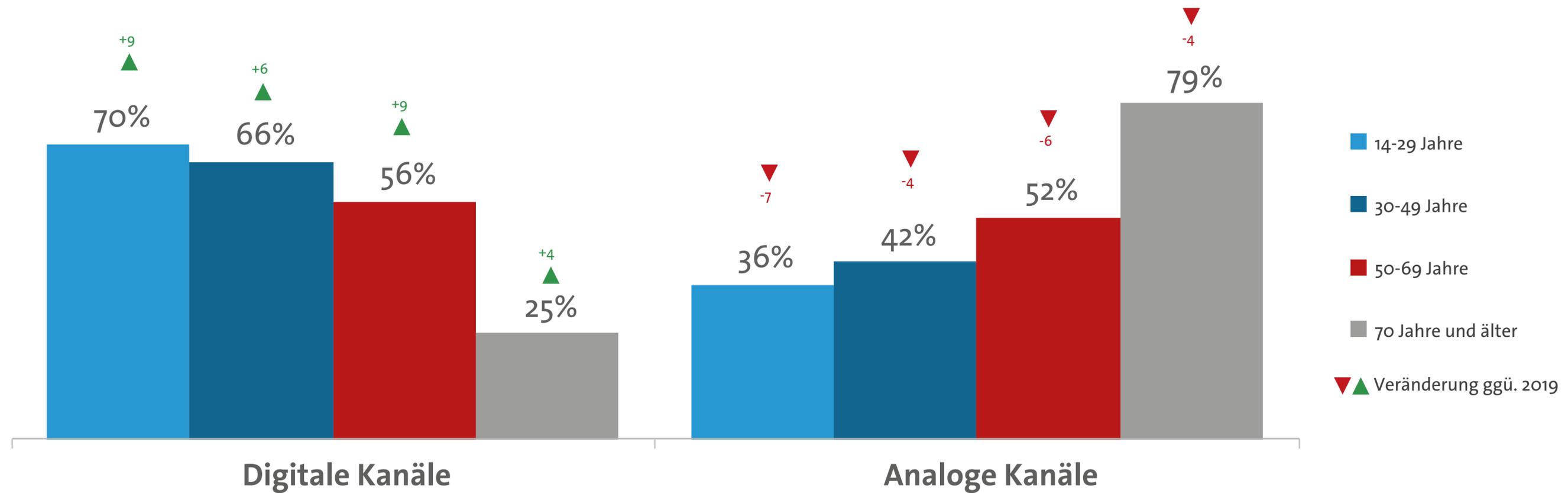


Schaut man auf wichtige Urlaubsorten der Deutschen, findet man die höchsten Anteile von Buchungen über digitale Kanäle bei Städtereisen, Familien- und Aktivurlauben. Unter den 2020 durchgeführten Rundreisen lag der Anteil der über digitale Kanäle gebuchte Reisen deutlich höher als in den Vorjahren – allerdings bei wesentlich geringerem Reisevolumen als in den Vorjahren.



# Alter und Buchungskanäle 2020 bei Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR

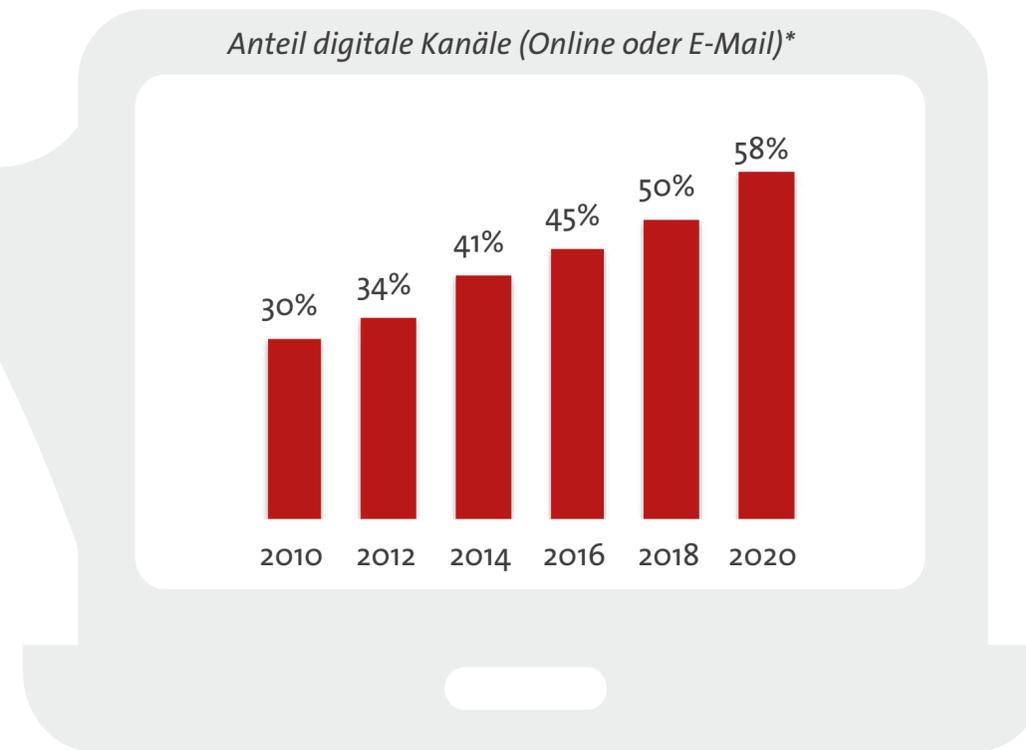
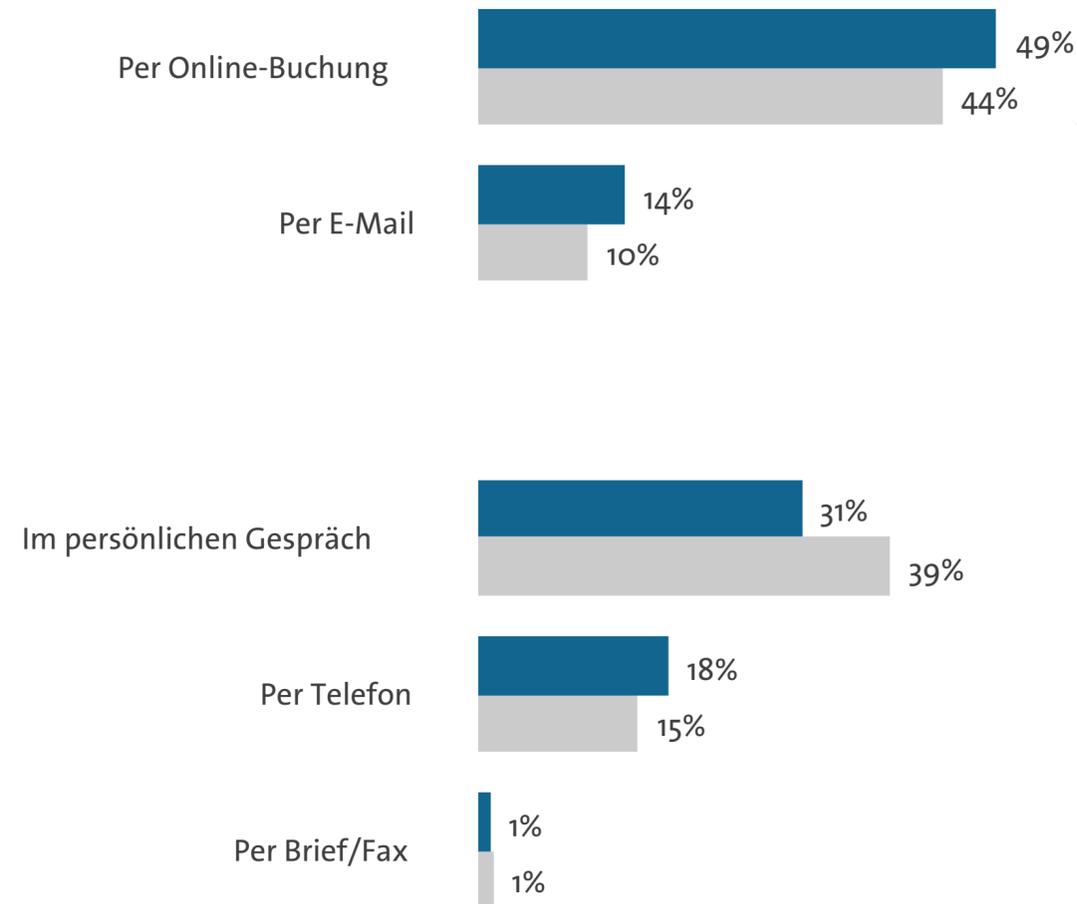


Die Buchungskanäle sind stark altersabhängig. Im Jahresvergleich konnte die Buchung über digitale Kanäle in allen Altersklassen zulegen, wobei vor allem bei den Urlaubsreisen der 14-29-jährigen und der 50-69-jährigen die Anteile besonders stark stiegen (+9 Prozentpunkte).



# Buchungswege von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2011-2021, FUR



\* Beim Gruppieren von Online- und E-Mail-Buchungen werden Überschneidungen eliminiert. Reisen, bei denen Leistungen online und per E-Mail gebucht wurden, werden nun nur einmal registriert. Eine Addition der einzelnen Buchungswege ist deshalb unzulässig und falsch.

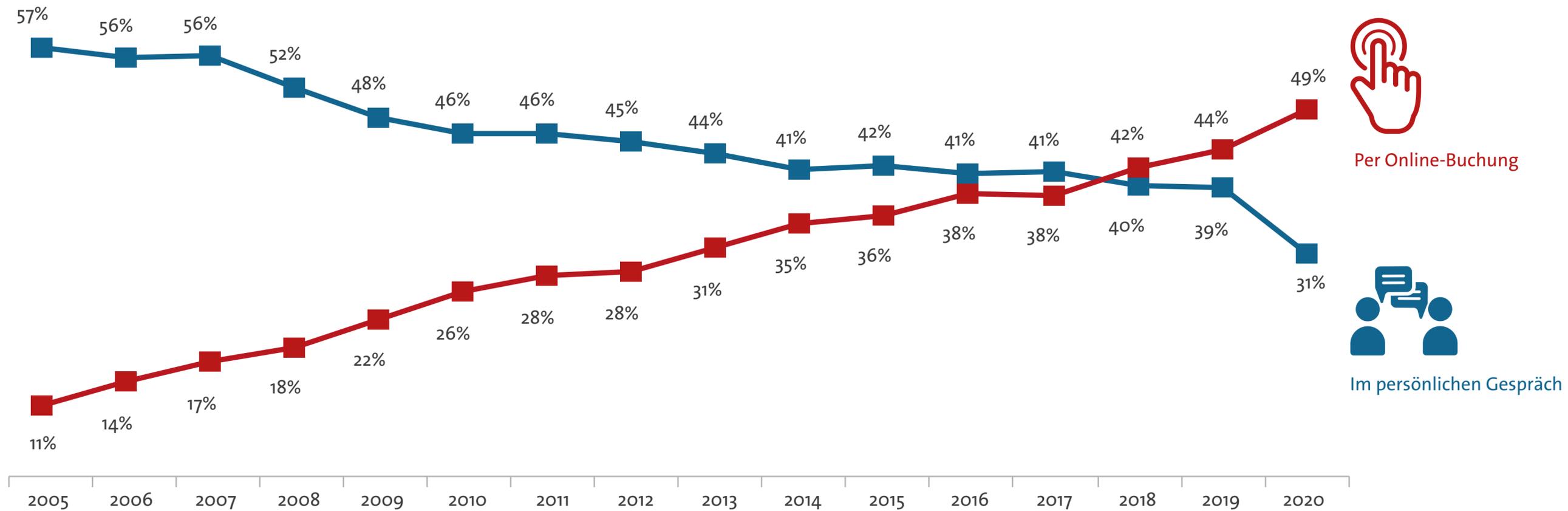
■ 2020 ■ 2019

2020 wurden beinahe die Hälfte aller Urlaubsreisen allein per Online-Buchung gebucht. Zusammen mit Buchungen per E-Mail (14%) haben die digitalen Buchungskanäle ihre Dominanz auf dem Reisemarkt im letzten Jahr deutlich ausgebaut und wurden bei 58% aller vorabgebuchten Urlaubsreisen genutzt. Die durch die Corona-Pandemie beschleunigte Digitalisierung des Reisegeschäfts festigt den Strukturwandel bei der Urlaubsbuchung.



# Langfristige Entwicklung der Buchungswege von Urlaubsreisen 5+ Tage

Basis: Urlaubsreisen 5+ Tage der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Bis 2009: nur deutsche Staatsbürger; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2006-2021, FUR

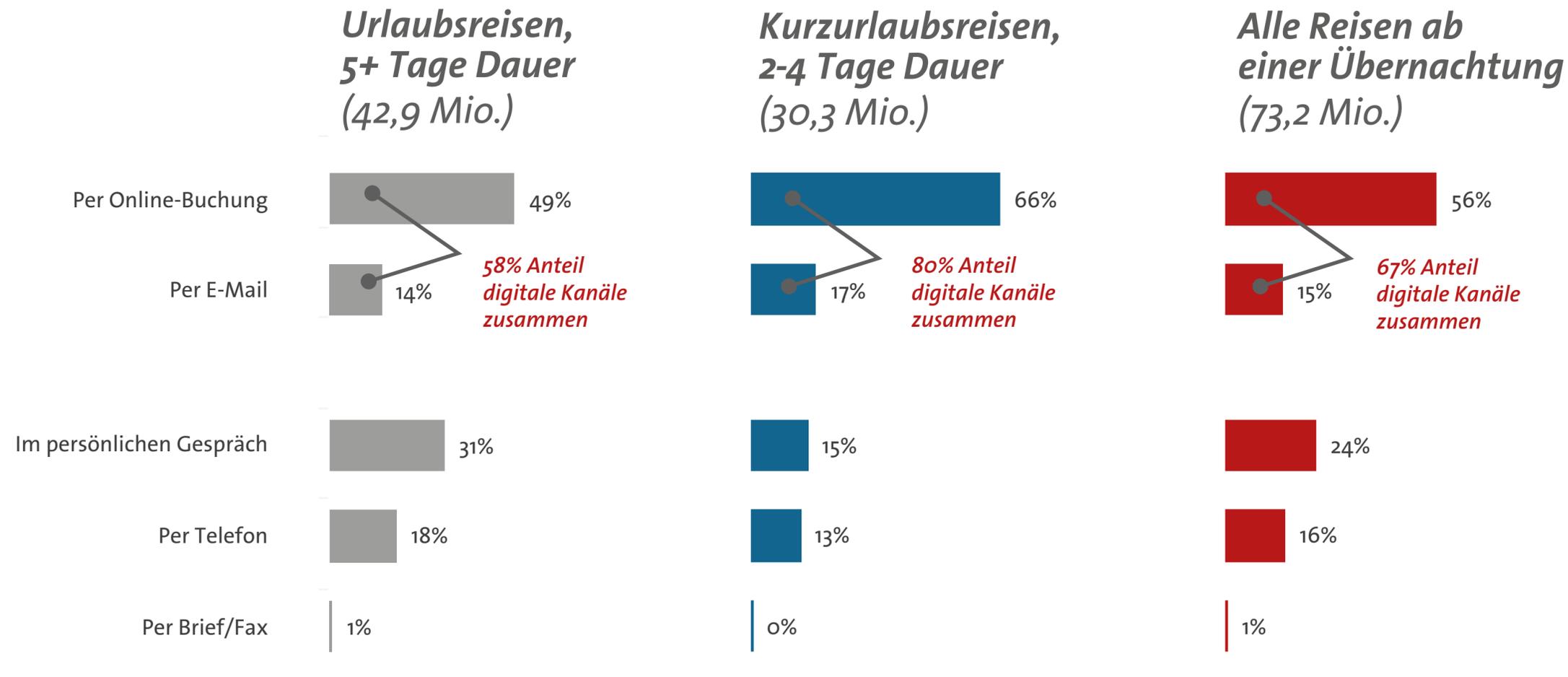


2018 wurden erstmals mehr Urlaubsreisen (5+ Tage) per Online-Buchung gebucht als im persönlichen Gespräch. Die Coronavirus-Pandemie hat diesen Strukturwandel enorm beschleunigt und den Abstand zwischen den beiden wichtigsten Buchungswegen auf bereits 18 Prozentpunkte steigen lassen.



# Alle Urlaubsreisen 2020 ab einer Übernachtung: Buchungswege

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) bzw. Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils; Mehrfachnennungen möglich  
 Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR



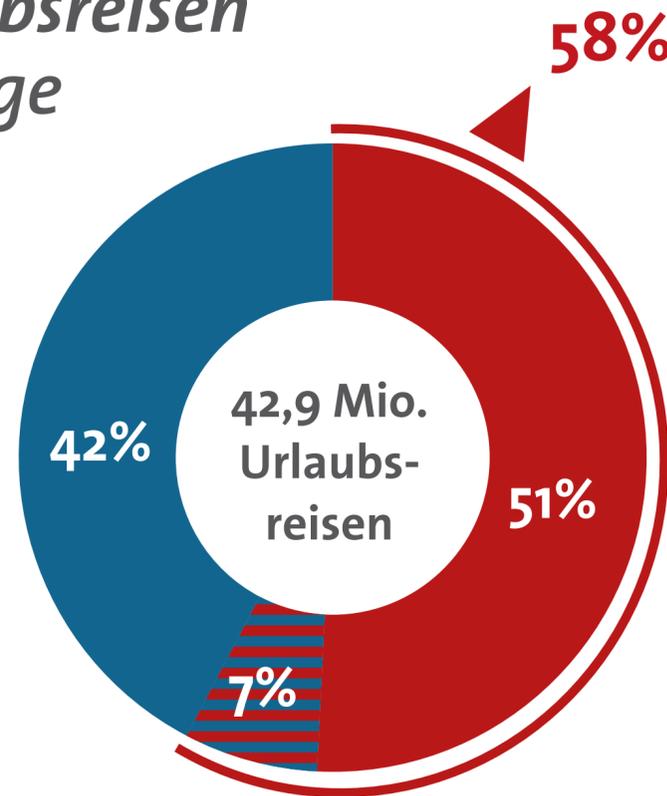
Der vergleichende Blick auf die Buchungswege von Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen 2020 zeigt, dass die digitalen Kanäle mittlerweile in beiden Urlaubskategorien dominieren. Folglich sind auch auf dem Gesamtmarkt der Reisen ab einer Übernachtung Buchungen über digitale Kanäle in Front.



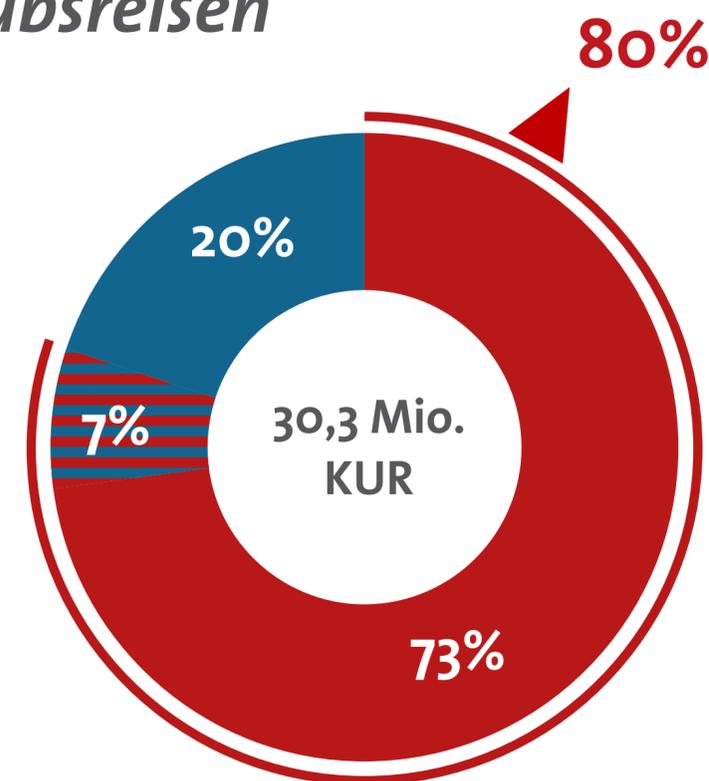
# Digital- und analog gebuchte Reisen 2020

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) bzw. Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils  
 Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR

## Urlaubsreisen 5+ Tage



## Kurzurlaubsreisen 2-4 Tage



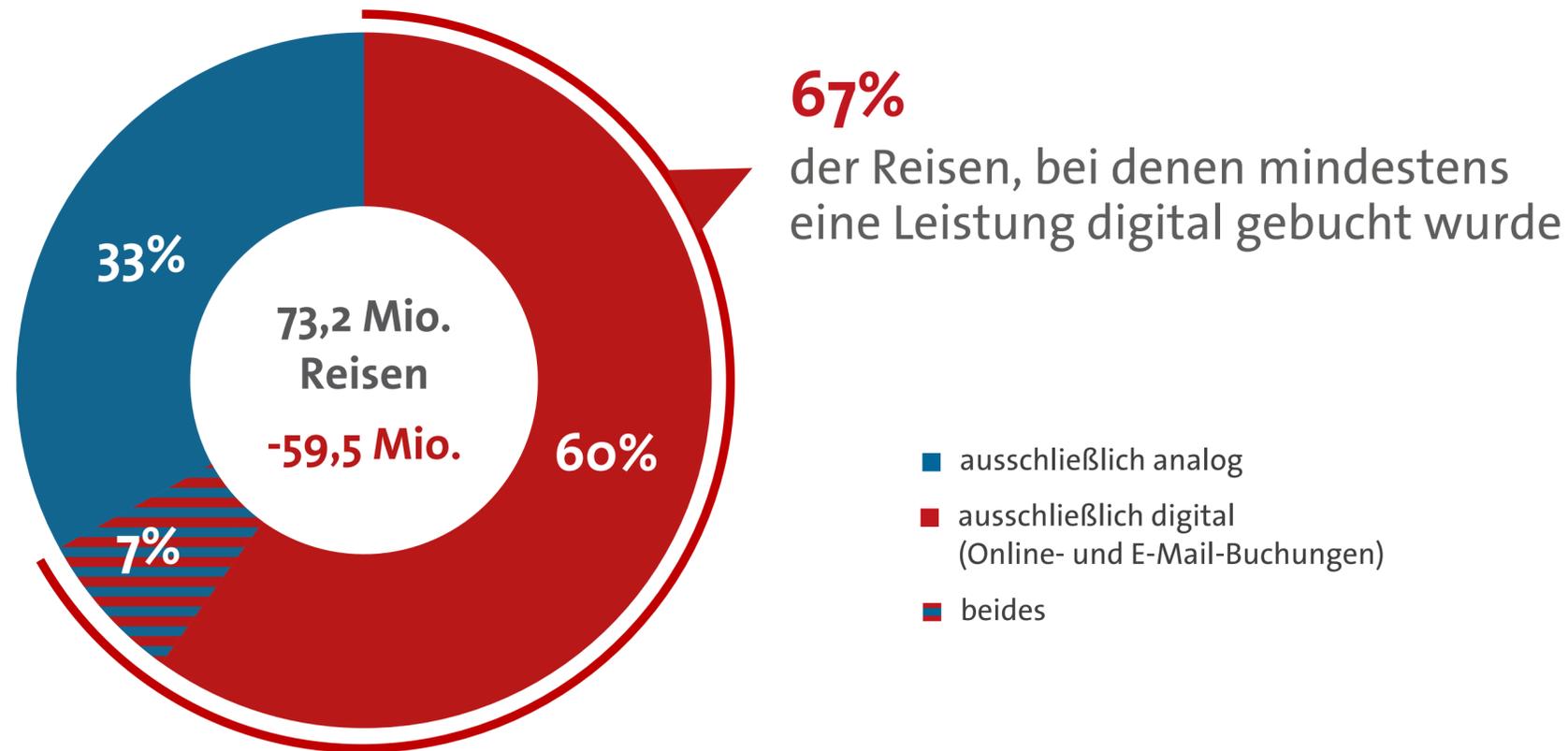
- ausschließlich analog
- ausschließlich digital (Online- und E-Mail-Buchungen)
- beides

2020 wurden bereits bei 51% aller 42,9 Mio. vorab gebuchten Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer alle Leistungsbestandteile ausschließlich online gebucht und bei weiteren 7% Buchungen sowohl über digitale und analoge Kanäle getätigt. Bei 80% der 27,9 Mio. vorab gebuchten Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage Dauer) wurde mindestens eine Leistung über digitale Kanäle gebucht, dabei wurden 73% ausschließlich digital gebucht, bei 7% wurde digital und analog gebucht.



# Digital- und analog gebuchte Urlaubsreisen 2020 ab einer Übernachtung

Basis: Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen ab 1 Übernachtung der deutschsprachigen Bevölkerung, 14+ Jahre, mit Vorabbuchung mind. eines Reisebestandteils  
 Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR



Der Gesamtmarkt der vorab gebuchten Reisen schrumpfte im letzten Jahr von 132,7 Mio. auf 73,2 Mio. Reisen (-45%). Von diesem verbliebenen Volumen wurde bei 60% der Reisen ausschließlich über digitale Kanäle gebucht, bei 33% wurden ausschließlich analoge Buchungswege genutzt.



---

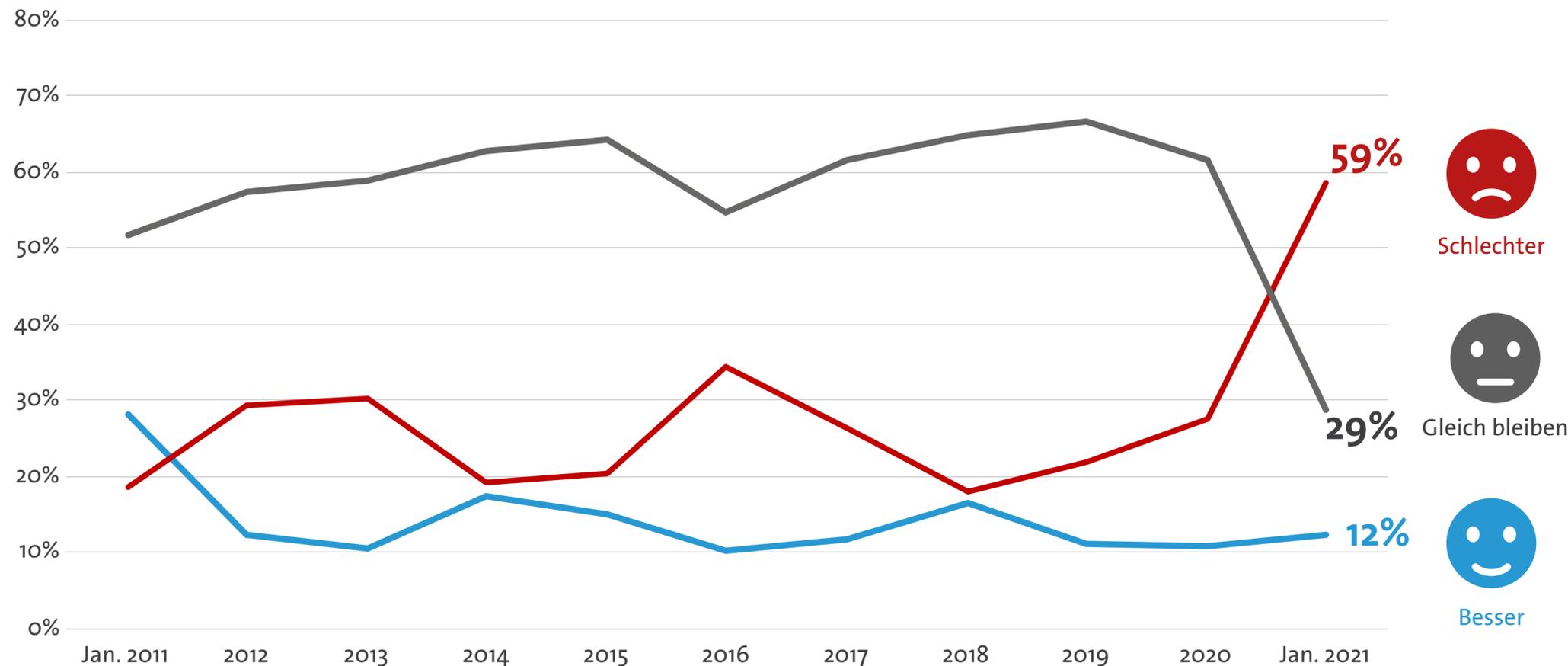
*Reiseabsichten 2021*

---



# Indikator I: Einschätzung *allgemeine* wirtschaftliche Lage in einem Jahr

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren  
 Quelle: Reiseanalyse 2009 bis 2021, FUR



„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?“



Schlechter



Gleich bleiben



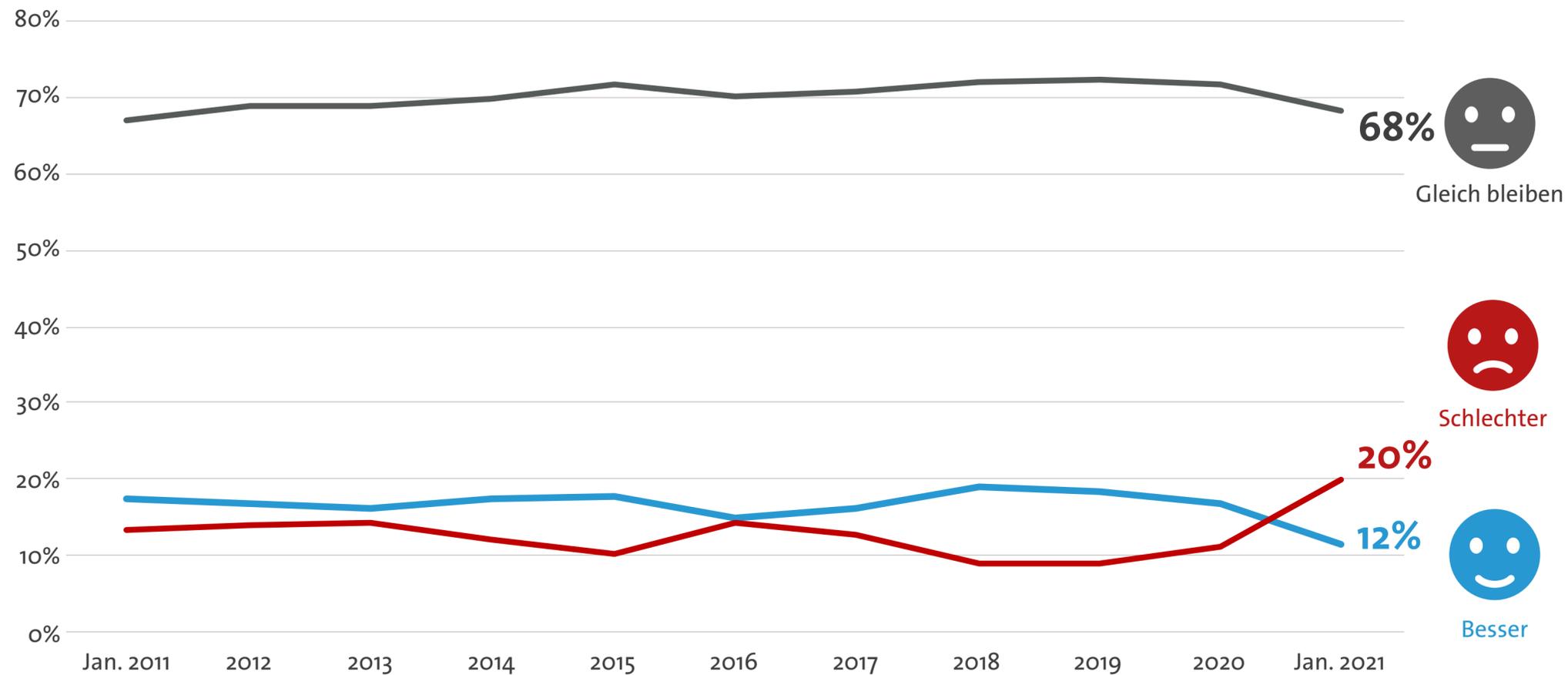
Besser

Die Belastungen der Coronavirus-Pandemie auf die allgemeine wirtschaftliche Lage wurde im Januar 2021 mit zunehmender Besorgnis eingeschätzt. Knapp 60% aller Befragten gehen von einer weiteren Verschlechterung der Lage binnen Jahresfrist aus, nur rund 12% erwarten einen allgemeinen wirtschaftlichen Aufschwung.



# Indikator II: Einschätzung *persönliche* wirtschaftliche Situation in einem Jahr

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren  
 Quelle: Reiseanalyse 2009 bis 2021, FUR



„Und wie wird Ihre persönliche wirtschaftliche Situation in ca. einem Jahr sein?“

Wird sie sich eher verbessern oder verschlechtern oder gleich bleiben?“



Gleich bleiben



Schlechter



Besser

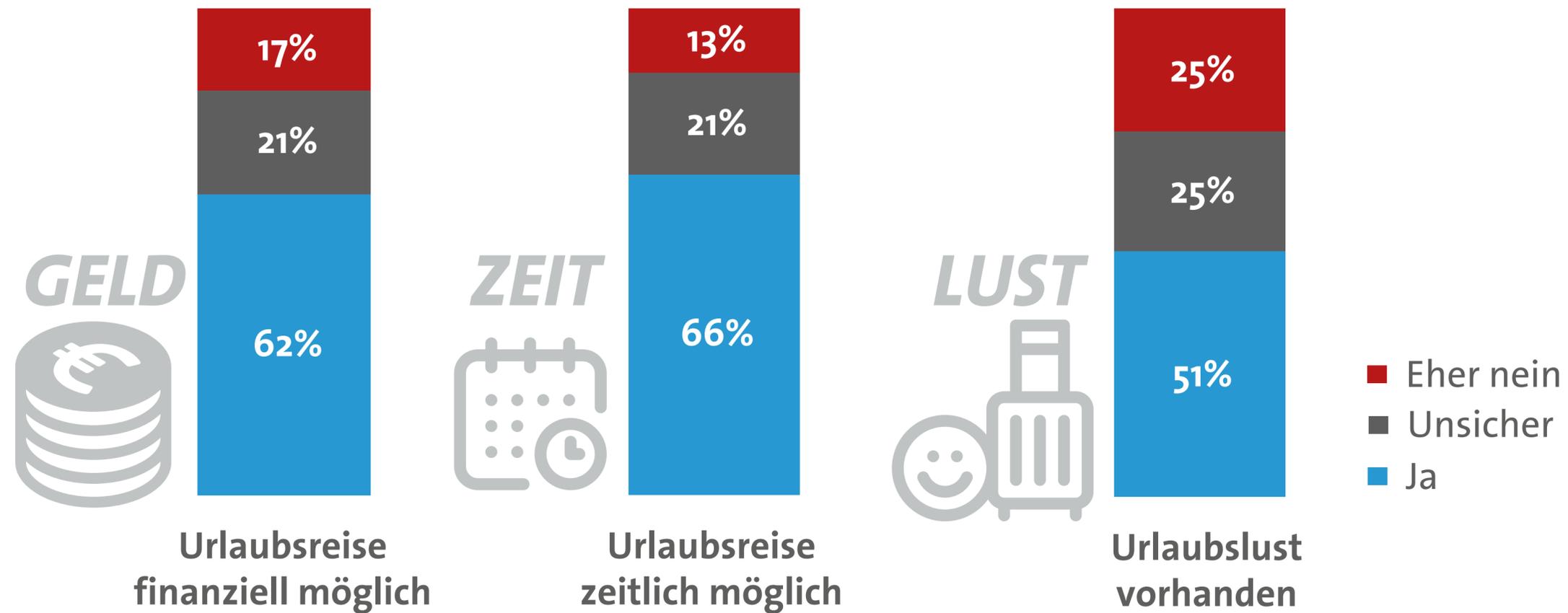
Wesentlich entspannter als die Entwicklung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage werden die Aussichten für die persönliche wirtschaftliche Lage in einem Jahr eingeschätzt. Knapp  $\frac{3}{4}$  der Befragten sind von einer stabilen bis optimistischen Entwicklung überzeugt.



# Reisen-Können und Urlaub-Wollen zu Jahresbeginn 2021

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14-75 Jahre

Quelle: Reiseanalyse 2021, FUR



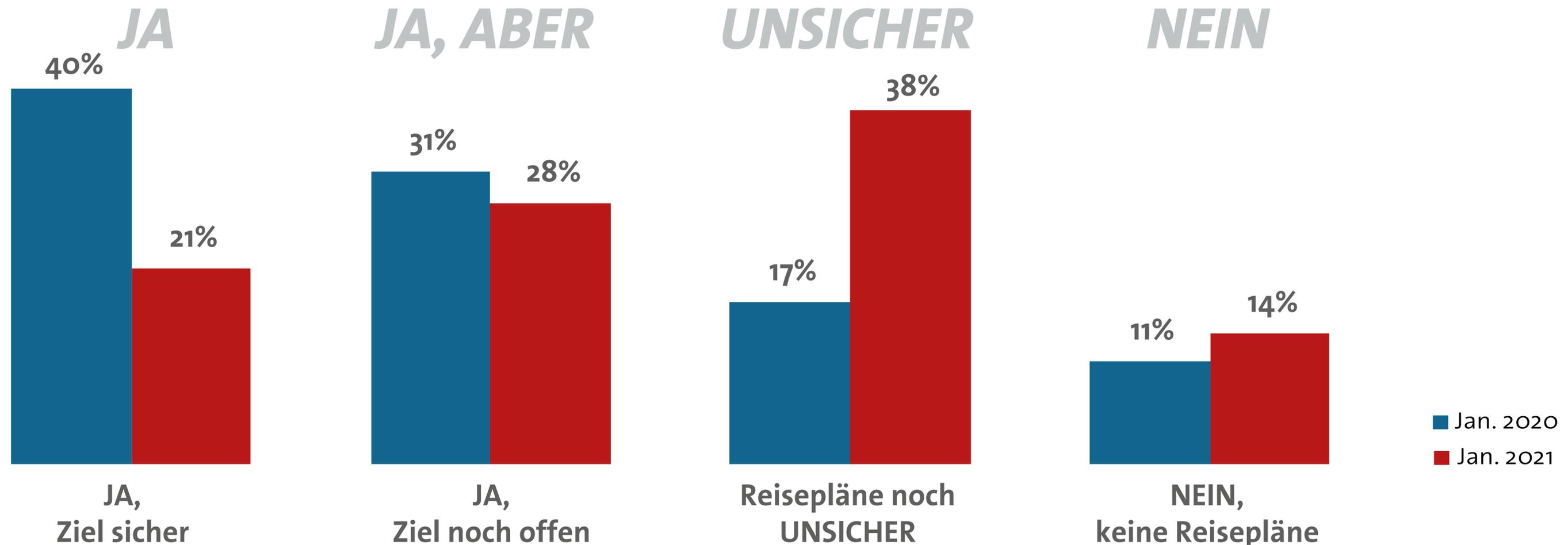
Die Möglichkeit der Konsumenten verreisen zu können und auch verreisen zu wollen sind die Grundlagen der Urlaubsreisenachfrage. Zu Jahresbeginn hatten 62% der Bevölkerung angegeben, dass Sie ausreichende finanzielle Mittel für eine Urlaubsreise 2021 verfügen, 66% hatten auch genug Zeit für Urlaub. Bei rund jedem Zweiten war auch bereits Urlaubslust vorhanden.



# Reiseabsichten zu Jahresbeginn

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, ab 14 Jahren

Quelle: Reiseanalyse 2020 und 2021, FUR



Die Frage nach konkreten Reiseplänen zu Jahresbeginn brachte zu Tage, dass rund jeder Fünfte Befragte bereits feste Reisepläne für das Jahr 2021 hatte. Weitere 28% hatten eine feste Reiseabsicht, hatten aber noch keine Buchung getätigt. Mehr als ein Drittel der Bevölkerung (38%) war sich noch unsicher ob und wie dieses Jahr verreist wird. Nur 14% der Bevölkerung, und damit nur unwesentlich mehr als zum Vorjahreszeitpunkt, waren sich zu Jahresbeginn bereits sicher in diesem Jahr ganz auf Urlaubsreisen zu verzichten.

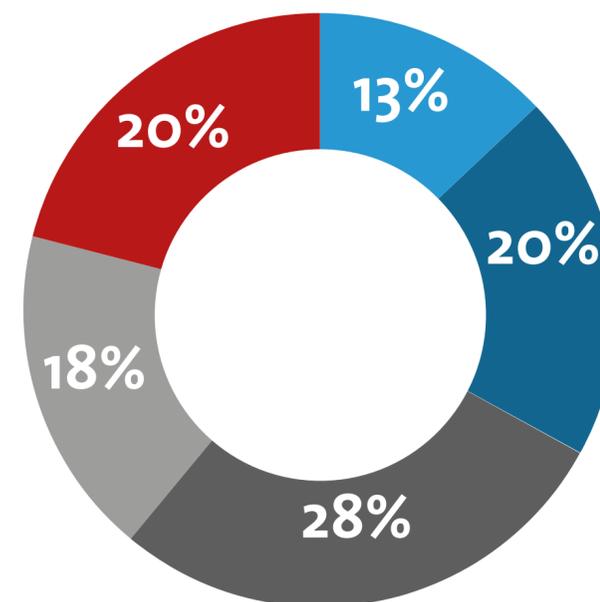
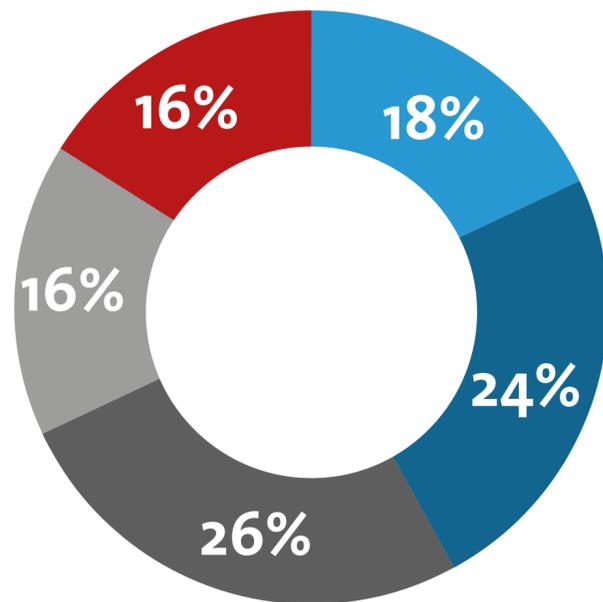


# Einstellungen zur Reiselust unter Corona-Bedingungen

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung, 14+ Jahre  
 Quelle: Reiseanalyse 2020 und 2021, FUR

*„Ich verspüre einen großen Freiheitsdrang und freue mich, bei Urlaubsreisen im Jahr 2021 endlich wieder rauszukommen.“*

*„Ich möchte unbedingt in 2021 reisen. Dazu bin ich notfalls auch bereit, in Länder und Regionen zu reisen, die sonst nicht meine erste Wahl wären.“*



Die Einstellung in der Bevölkerung zu Urlaubsreisen unter Corona-Bedingungen zeigen, dass rund 42% sich bereits wieder auf Urlaubsreisen im Jahr 2021 freuen. Ein Drittel der Befragten wäre in diesem Jahr auch bereit notfalls in Länder oder Regionen zu reisen, die sonst nicht erste Wahl als Reiseziel wären.

# REISEN

ist die  
**SEHNSUCHT**  
nach dem **LEBEN.**

## IMPRESSUM

Herausgeber: Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)  
Leonhardsweg 2 | D-82008 Unterhaching

Vertretungsberechtigter Vorstand: Michael Buller

Telefon: 0049-(0)89-610 667 29  
Fax: 0049-(0)89-610 667 10  
E-Mail: [info@v-i-r.de](mailto:info@v-i-r.de)  
Internet: [www.v-i-r.de](http://www.v-i-r.de)

Redaktion: VIR: Lara Hass, Annette Krause

Grafik: [www.einfach-kommunikationsdesign.de](http://www.einfach-kommunikationsdesign.de)  
Christian Brözel

**einfach.**  
kommunikationsdesign

Bildnachweise: Danke an Unsplash.com  
Blake Wisz, Ben Sweet, Nathan Dumlao, Nathan Dumlao, Martin  
Adams, Austin Distel, Mika Baumeister, Manuel Meurisse,  
Hatsukami Morgan, Keith Luke, Markus Winkler, Daniel Seßler

Adobe Stock: dlyastokiv, Comauthor, Digital Bazaar,  
ngupakarti, samuii, Song\_about\_summer, Eigens