



PRESSEMITTEILUNG

Bilanz der Krise mit positivem Ausblick

Buchungszahlen steigen wieder – Mehr hedonistische Urlaubsmotive – Nachhaltigkeit wird immer wichtiger – Die Branche steckt mitten in einem großen Transformationsprozess

Frankfurt, 11. Mai 2022 – Steigende Buchungszahlen geben der Reisebranche Grund zum Optimismus. Das ist das Ergebnis eines Experten-Panels, das die Bilanz der Krise auf Einladung des Travel Industry Club diskutierte. Ulf Sonntag, Institute for Tourism Research in Northern Europe: „Laut der 52. Reiseanalyse gab es schon im Vorjahr erste Zeichen der Erholung. Die Zahl der Urlaubsreisen stieg wieder auf 55,1 Millionen, nachdem sie von 70,8 Millionen im Jahre 2019 im Pandemiejahr 2020 auf 50,5 Millionen gefallen war.“ Der Corona-Nachholbedarf ist nicht zu übersehen, „aber mit deutlich größeren Unsicherheiten behaftet, als Anfang des Jahres erhofft“, so Sonntag, da sich die Rahmenbedingungen geändert haben. Der Krieg in der Ukraine befördert ein höheres Sicherheitsbedürfnis und die Preissteigerungen wirken laut Sonntag „sicher nicht nachfragefördernd“.

Offensichtlich haben die Lockdown-Perioden auch Einfluss auf die Urlaubsmotive genommen. Hedonistische Motive legen von den Reiseanalysen Januar 2020 zu Januar 2022 am stärksten zu. Der Wunsch „sich verwöhnen zu lassen“ stieg ebenso wie das Verlangen nach „Spaß, Freude“ um 8 Prozentpunkte. Um jeweils 7 Prozentpunkte wuchsen der Wunsch „etwas für die Gesundheit zu tun“ und das Verlangen nach „Entspannung“. Kein Weg führt die Reisebranche an der Erkenntnis vorbei, dass Urlauber der Nachhaltigkeit bei ihren Reisen einen deutlich höheren Stellenwert beimessen. „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, Ressourcen schonend und umweltfreundlich sein“ – dieser Aussage stimmten in der Reiseanalyse 2016 39 Prozent der Befragten zu, in diesem Jahr aber schon 47 Prozent. Und „Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (das heißt faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung)“ wurde von 64 Prozent unterstrichen, 2016 waren es noch 46 Prozent.



TRAVEL INDUSTRY CLUB
The Open Minds Network.

PRESSEMITTEILUNG

Wenn die Branche dem Wunsch ihrer Kunden nach mehr Nachhaltigkeit nachkommt, bringt ihr das auch wirtschaftliche Gewinne. „Die Branche darf nicht länger am Ast sägen, auf dem sie sitzt“, sagt dazu Markus Tressel, CEO von der Beratungsagentur Trepública.

Timo Kotowski, Wirtschaftsredakteur der FAZ schätzt, dass in den nächsten Jahren weniger frei verfügbares Einkommen mit steigenden Reisepreisen zusammen treffen wird. Nach dem derzeitigen Stand werden die veränderten geopolitischen Bedingungen Urlauber nicht von Reisen ans Mittelmeer abhalten. Aber sie werden in der Masse auf „Sicherheitsstrategien“ zurückgreifen, auf die sie auch während der Pandemie gesetzt haben: Sie wählen mehr vertraute und nahe Ziele, die Zahl der Pkw-Anreisen könnte steigen, und der Rückgriff auf Buchungen über Reiseveranstalter gegenüber individueller Urlaubsplanung könnte wachsen.

Zur Bilanz der Pandemie gehört auch der zunehmende Fachkräftemangel, der ohnehin schon belasteten Branche. „Dies gilt natürlich auch im besonderen Maße für Hotellerie und Gastronomie“, so Rob Hormanns, CEO bei Flemings Hotels, Der Reisevertrieb steht in einem großen Transformationsprozess. Er wird durch den Einsatz effizienterer Technologie, steigendes Sicherheitsbedürfnis der Kunden und damit einhergehender intensiverer Beratung geprägt sein. „Die Branche braucht Mut für diese Veränderungen“, sagt Tom Fecke, Geschäftsführer Europa von Sabre, „Nostalgie hilft da nicht.“ Außerdem profitiert das Geschäftsreisesegment weiterhin wenig vom wieder wachsenden Reiseboom und steht vor neuen Herausforderungen: CO₂-Budgets belasten es ebenso wie die Forderung der Kunden nach mehr Nachhaltigkeit und die Tatsache, dass sich hybride Meetings wohl am Markt etablieren werden.

„Die Pandemie und ihre massiven Auswirkungen auf die Reiseindustrie hat gezeigt, dass die Geschäftsmodelle in allen Wertschöpfungsstufen künftig deutlich größere Flexibilität und Resilienz aufweisen müssen“, zieht Tourismus-Professor Dr. Adrian von Dörnberg Bilanz. Das betrifft auch das Verhältnis zur Politik: „Damit die Politik die Branche hört, bevor ordnungspolitische Eingriffe erfolgen, muss eine deutlich stärkere Koordination der Politikberatung und -vertretung erfolgen.“ One Voice sollte das Motto sein.

Travel Industry Club e. V.
Friedensstr. 9
60311 Frankfurt am Main
Vorstand:
Dirk Bremer (Präsident), Dr. Peter Agel (Vizepräsident)

Fon +49 (0)69 9 51 19 97-0
Fax +49 (0)69 9 51 19 97-11
mail@travelindustryclub.de
www.travelindustryclub.de

Hauptstadtbüro Berlin
Klaus Gengenbach
Dunckerstr. 7
10437 Berlin
Tel.: +49 (0)176 23641161

Amtsgericht
Frankfurt am Main
VR 133 59
USt-IdNr. DE 247608439

Frankfurter Sparkasse
Gläubiger-ID: DE83ZZZ00000937338
IBAN: DE19 5005 0201 0200 2083 81
SWIFT-BIC CODE: HELADEF1822



TRAVEL INDUSTRY CLUB
The Open Minds Network.

PRESSEMITTEILUNG

Über den Travel Industry Club

Der Travel Industry Club TIC – 2005 gegründet - ist der Wirtschaftsclub der Geschäfts- und Privatreiseindustrie, im dem sich Macher, Beweger und Nachwuchsführungskräfte treffen. Es werden komplexe Zukunftsthemen erörtert und Ideen entwickelt – und das auch mit dem Blick über den touristischen Tellerrand hinaus. Mit seiner Arbeit rückt der TIC auch wirtschaftliche Bedeutung der Reiseindustrie stärker ins Licht der Öffentlichkeit, der bringt mit dem Young TIC den Nachwuchs mit den führenden Akteuren der Branche zusammen. Rund 550 Mitglieder profitieren von Veranstaltungen verschiedenster Formate sowie von touristischer Trendforschung und haben die Möglichkeit Teil des Think Tank der Reiseindustrie zu werden. Das 9-köpfige Präsidium bestehend aus Unternehmenslenkern, Beratern und Professoren arbeitet ehrenamtlich im Sinne der Tourismusförderung.

Ihr Kontakt für Rückfragen:

Dirk Bremer, Präsident, Travel Industry Club

Dirk.Bremer@travelindustryclub.de; Tel: +49 69 9511 997 – 14

Travel Industry Club e. V.
Friedensstr. 9
60311 Frankfurt am Main
Vorstand:
Dirk Bremer (Präsident), Dr. Peter Agel (Vizepräsident)

Fon +49 (0)69 9 51 19 97-0
Fax +49 (0)69 9 51 19 97-11
mail@travelindustryclub.de
www.travelindustryclub.de

Hauptstadtbüro Berlin
Klaus Gengenbach
Dunckerstr. 7
10437 Berlin
Tel.: +49 (0)176 23641161

Amtsgericht
Frankfurt am Main
VR 133 59
USt-IdNr. DE 247608439

Frankfurter Sparkasse
Gläubiger-ID: DE83ZZZ00000937338
IBAN: DE19 5005 0201 0200 2083 81
SWIFT-BIC CODE: HELADEF1822