

✈ REISEN/TOURISTIK

Travel Data Report Deutschland

Q1 2021

criteo.



Überblick

Willkommen zum Travel Data Report Deutschland. Jedes Quartal analysieren wir die Daten unserer Kunden aus dem Bereich Reise & Touristik, darunter Transaktionen in Milliardenhöhe, und führen eine globale Umfrage unter Reisenden zu den neuesten Trends durch.

Das haben wir über den Zustand der Touristikbranche im ersten Quartal 2021 gelernt:

Der weltweite Flugverkehr ist immer noch rückläufig, aber einige Länder wie die USA oder Japan beginnen sich zu erholen: Das stärkste Wachstum verzeichnen dabei die Inlandsflüge.

Hotelbuchungen sind weltweit wieder auf dem Vormarsch, und Ferienwohnungen/Ferienhäuser sind die erste Reisekategorie, die das Ergebnis von 2020 übertrifft.

Reisende zeigen sich hinsichtlich der Corona-Pandemie noch immer besorgt. Doch das hindert sie nicht daran, Kurztrips zu buchen, um Freunde, Verwandte und Familie zu sehen. Dennoch werden sich die meisten Reisenden in den nächsten zwölf Monaten auf Inlandsreisen beschränken. Als Verkehrsmittel wählen sie dabei zu gleichen Teilen das Auto bzw. die Flugreise.

Die Daten und Umfrageergebnisse deuten darauf hin, dass wir im Herbst eine Renaissance des Reisens erleben werden: Für diesen Zeitraum werden längere Reisen geplant und mehr Mietunterkünfte gebucht.

Vollständig erstattungsfähige Tickets, fortgesetztes Social Distancing und Hygienemaßnahmen sind die Schlüssel, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und weitere Buchungen zu erzielen.

Im Folgenden findet ihr nicht nur die Daten, die dies belegen, sondern auch zusätzliche Insights.



Inhalt

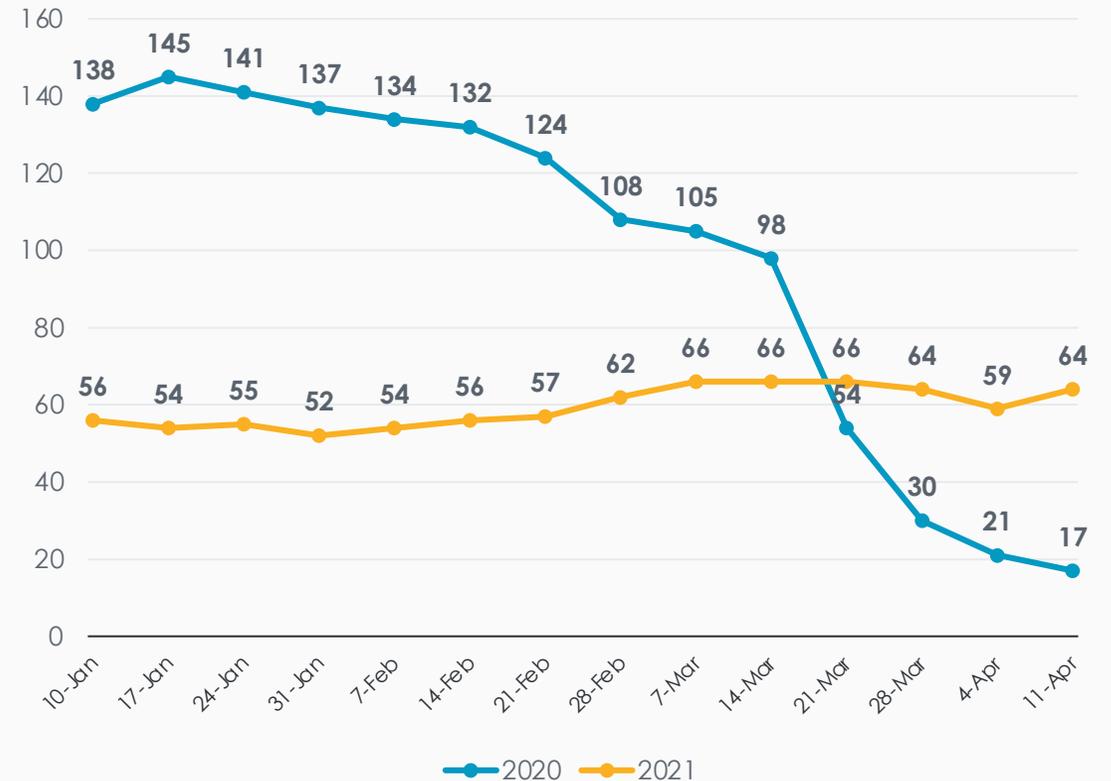
- 1 Trends für das erste Quartal 2021 nach Reisekategorie
- 2 Reisetimmung und Ausblick
- 3 Mobile und App-Nutzung
- 4 Empfehlungen



Flugreisen

Trends im ersten Quartal 2021

Indizierte wöchentliche Flugbuchungen im Jahresvergleich



Quelle: Indizierte Buchungen weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Flugreisen mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum

Weltweiter Flugverkehr weiterhin rückläufig

Im ersten Quartal 2020 sanken die Flugbuchungen allmählich – parallel zur weltweiten Ausbreitung der Corona-Pandemie.

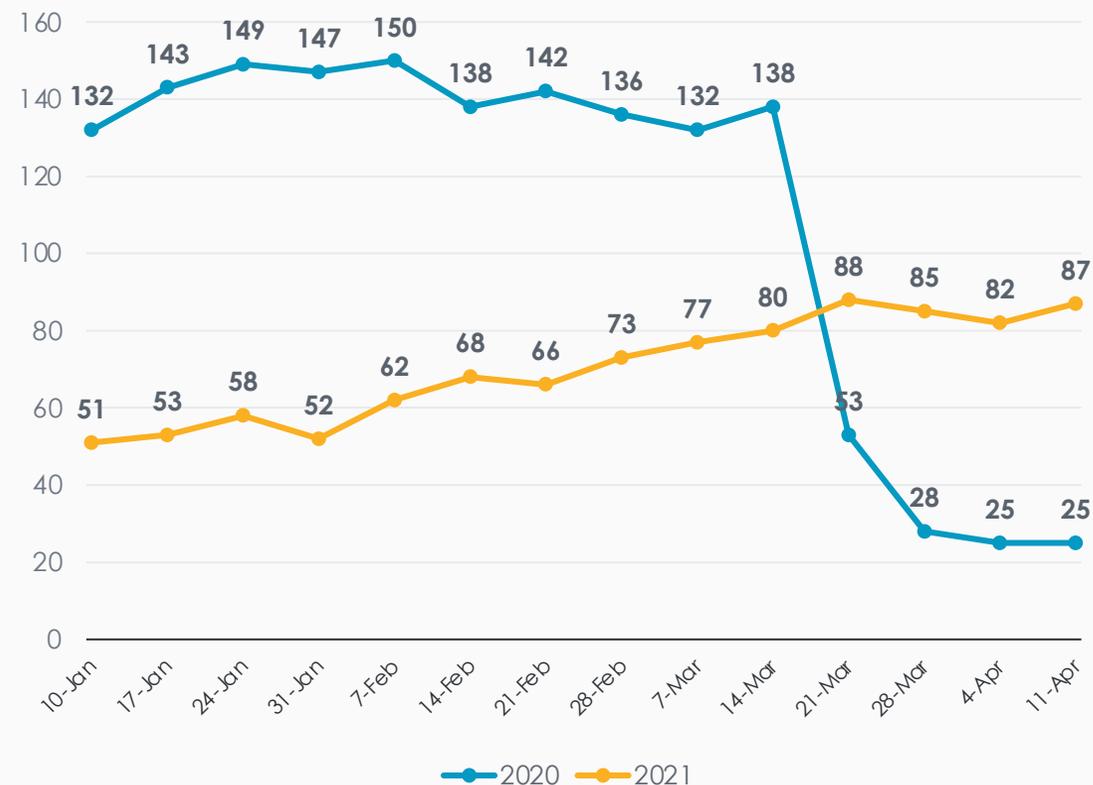
Ein Jahr später, im April 2021, liegen die Flugreisebuchungen noch immer 36 Prozent hinter dem Vergleichszeitraum. Im Januar betrug das Minus jedoch noch 48 Prozent.

Der US-Flugverkehr erholt sich stetig

Aufgrund der zunehmenden Reisebeschränkungen gingen die Flugbuchungen in den USA im März 2020 abrupt zurück.

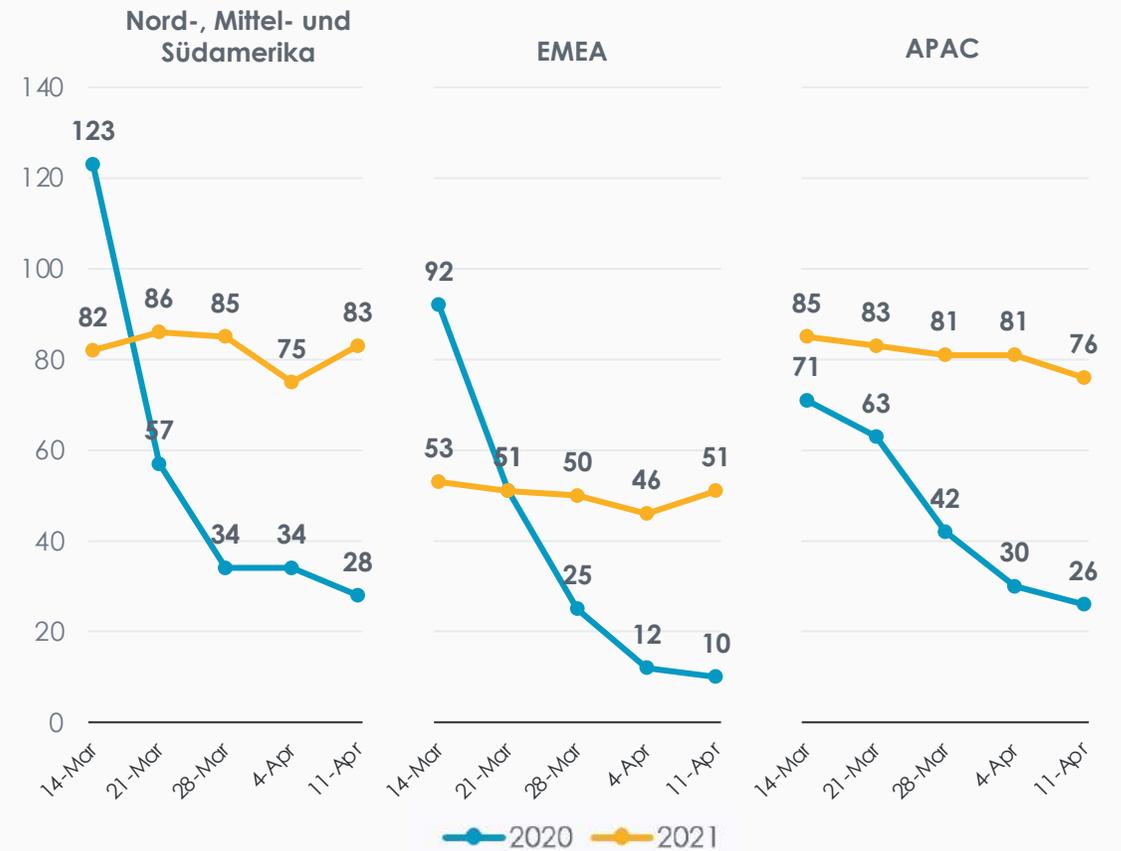
Ein Jahr später verzeichnen die Flugbuchungen in den USA einen stetigen Anstieg, parallel zu den steigenden Impfquoten und dem wachsenden Verbrauchervertrauen.

Indizierte wöchentliche Flugbuchungen im Jahresvergleich



Quelle: Indizierte Buchungen, USA, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Flugreisen mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

Indizierte wöchentliche Flugbuchungen im Jahresvergleich



Quelle: Indizierte Buchungen, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Flugreisen mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

In den verschiedenen Regionen der Welt erholt sich das Geschäft mit Flugreisen unterschiedlich gut.

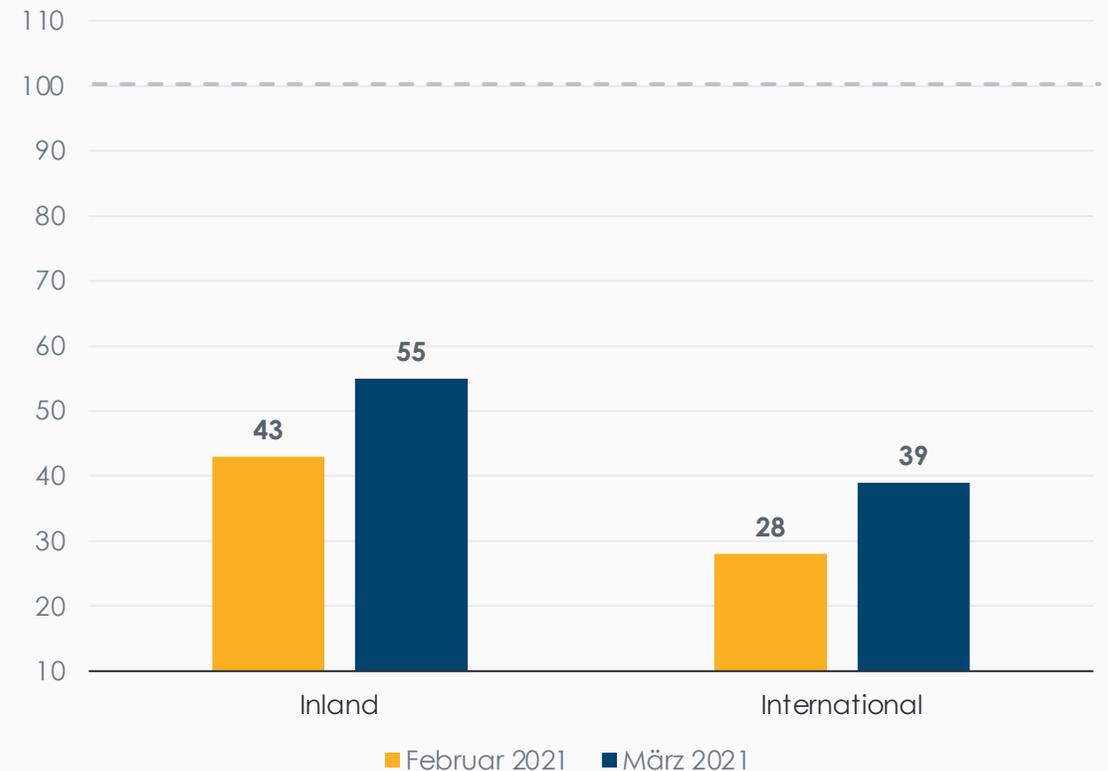
Das Geschäft mit Flugreisen verbessert sich auf dem gesamtamerikanischen Kontinent und im APAC-Raum schneller als im EMEA-Raum, da Europa noch immer stark von der Corona-Pandemie betroffen ist und es in vielen Ländern auch weiterhin Einschränkungen des öffentlichen Lebens gibt.

Inlandsflüge erholen sich schneller

Sowohl der Inlands- als auch der Auslandsreiseverkehr sind im Jahresvergleich stark zurückgegangen. Internationale Flüge verzeichneten den größten Rückgang, da Reisende mit mehr Einschränkungen und Unsicherheiten konfrontiert wurden.

Seit März 2021 ist bei den internationalen Flügen eine langsame Erholung zu beobachten; die Inlandsflüge erholen sich jedoch deutlich schneller.

2021 Inlandsflüge vs. Internationale Flüge



Quelle: Indizierte Flugbuchungen weltweit nach Zielort im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2020. Dieselbe Gruppe von Reiseanbietern mit stabilem Tracking ihrer Buchungen während dieses Zeitraums.

Die Preise für Flugtickets steigen leicht an

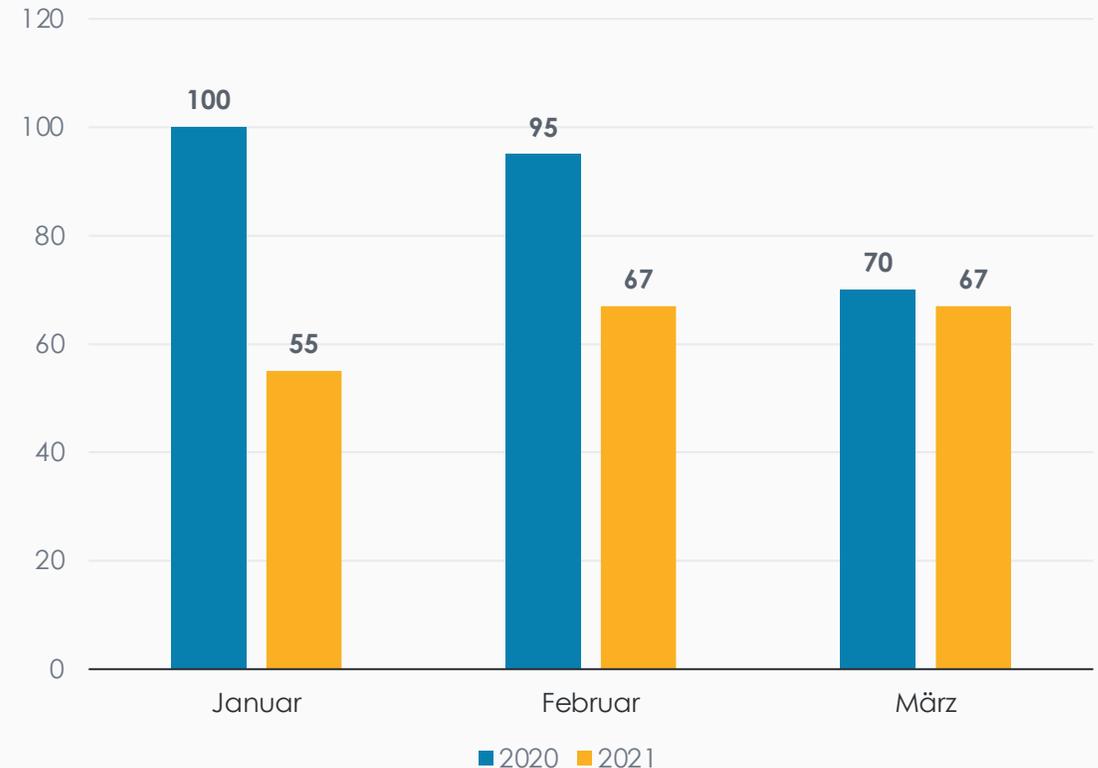
Im ersten Quartal 2021 gingen die internationalen Reisen zurück, da sich das Corona-Virus immer noch ausbreitete. Das wirkte sich natürlich auch auf die durchschnittlichen Buchungswerte bei Flugreisen aus.

Die Reisenden haben zudem die teuren internationalen Flüge gemieden und sich stattdessen für Reiseziele entschieden, die näher lagen.

Um potenzielle Kunden anzulocken, machten die Fluggesellschaften Zugeständnisse bei der Preisgestaltung.

Die Buchungswerte sind jedoch von Januar bis Februar 2021 um 22 Prozent gestiegen. Von Februar bis März blieben sie unverändert.

Durchschnittliche Buchungswerte im Jahresvergleich, Flugreisen



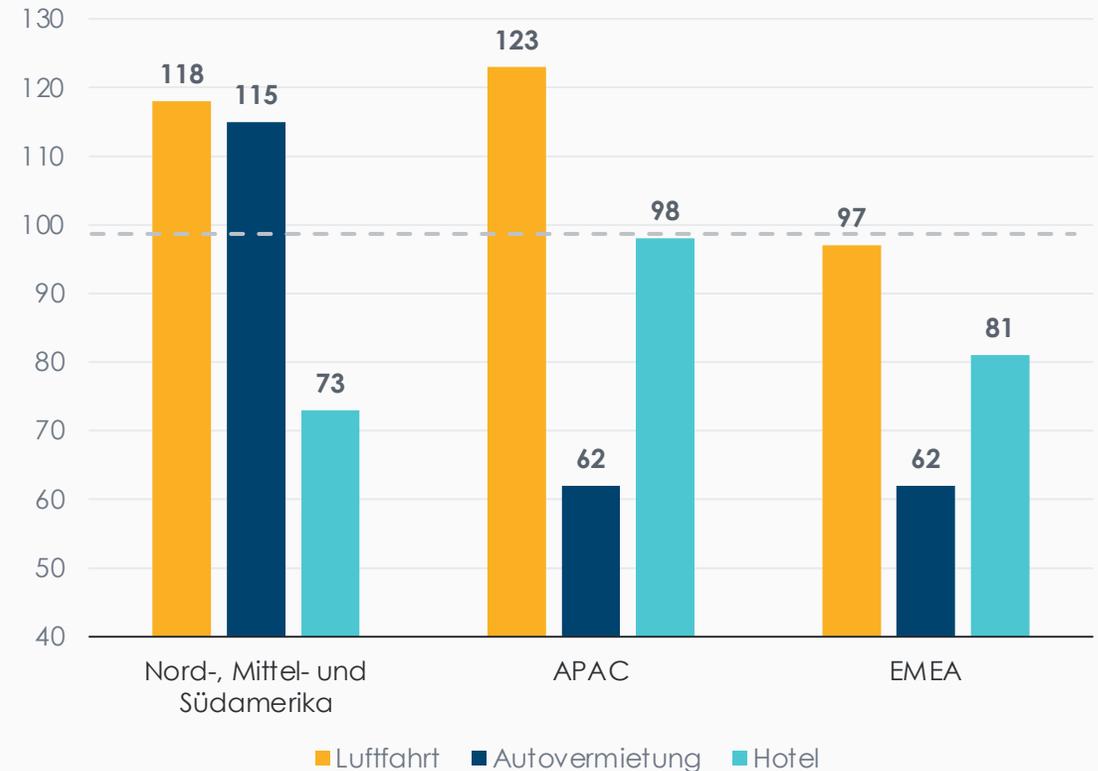
Quelle: Indizierte Buchungswerte, weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Januar 2020. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Flugreisen mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

Flugreisende zeigen sich bei der Buchung zuversichtlich

Im Vergleich zum letzten Jahr gibt es weniger Reisewillige. Allerdings zeigen Flugreisende in allen Regionen mehr Entschlossenheit bei ihrer Auswahl; die entsprechenden Conversion-Raten bewegen sich in der Nähe des Niveaus vor der Corona-Pandemie.

Hotels in Nord-, Mittel- und Südamerika sowie in der EMEA-Region weisen im Vergleich zum letzten Jahr eine höhere Rate an Suchanfragen vor der Buchung auf.

Conversion-Rate in Prozent nach Region und Reisekategorie



Quelle: indizierte weltweite Conversion-Rate in Prozent im Vergleich zum Durchschnitt des Zeitraums vom 6. Januar bis zum 15. März 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum. Conversion-Rate = Gesamtzahl der Käufer/Gesamtzahl der Besucher



Hotels

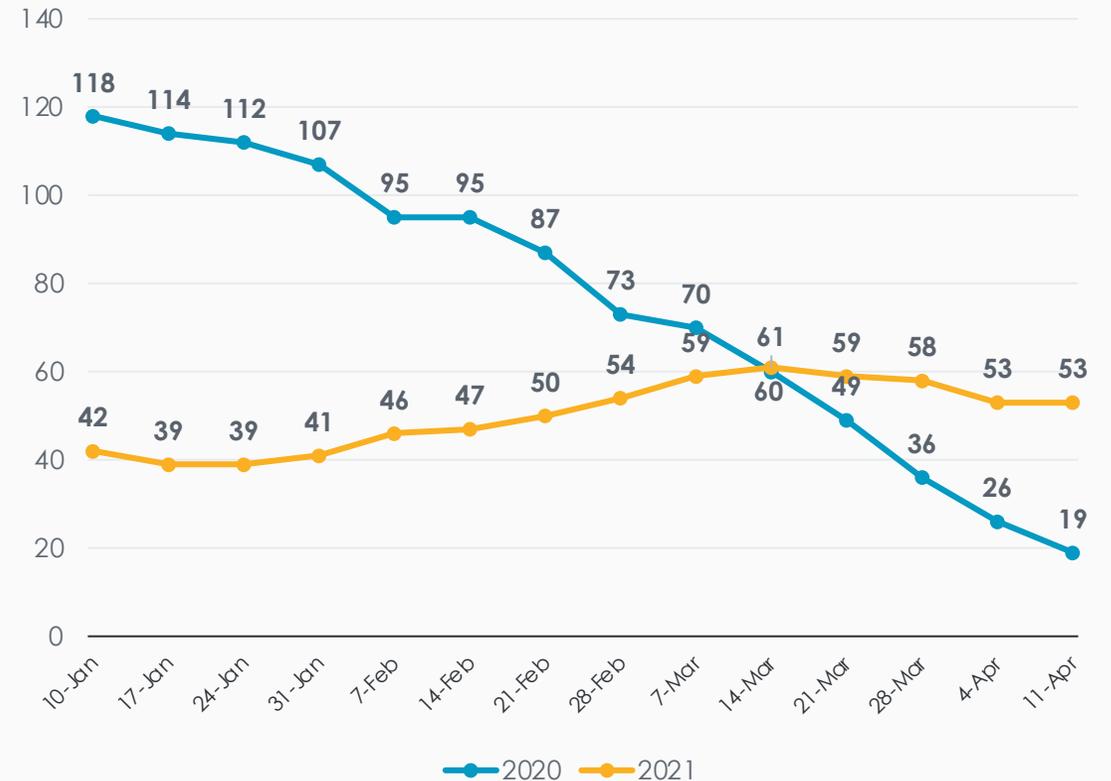
Trends im ersten Quartal 2021

Weltweit kommen die Hotelbuchungen wieder in Schwung

Weltweit fielen die Hotelbuchungen im ersten Quartal des letzten Jahres deutlich ab.

Im ersten Quartal 2021 übertrafen die Hotelbuchungen gegen Mitte März das Niveau von 2020; Grund dafür ist die zunehmende Verfügbarkeit von Impfstoffen in einer Vielzahl von Ländern.

Indizierte wöchentliche Hotelbuchungen im Jahresvergleich



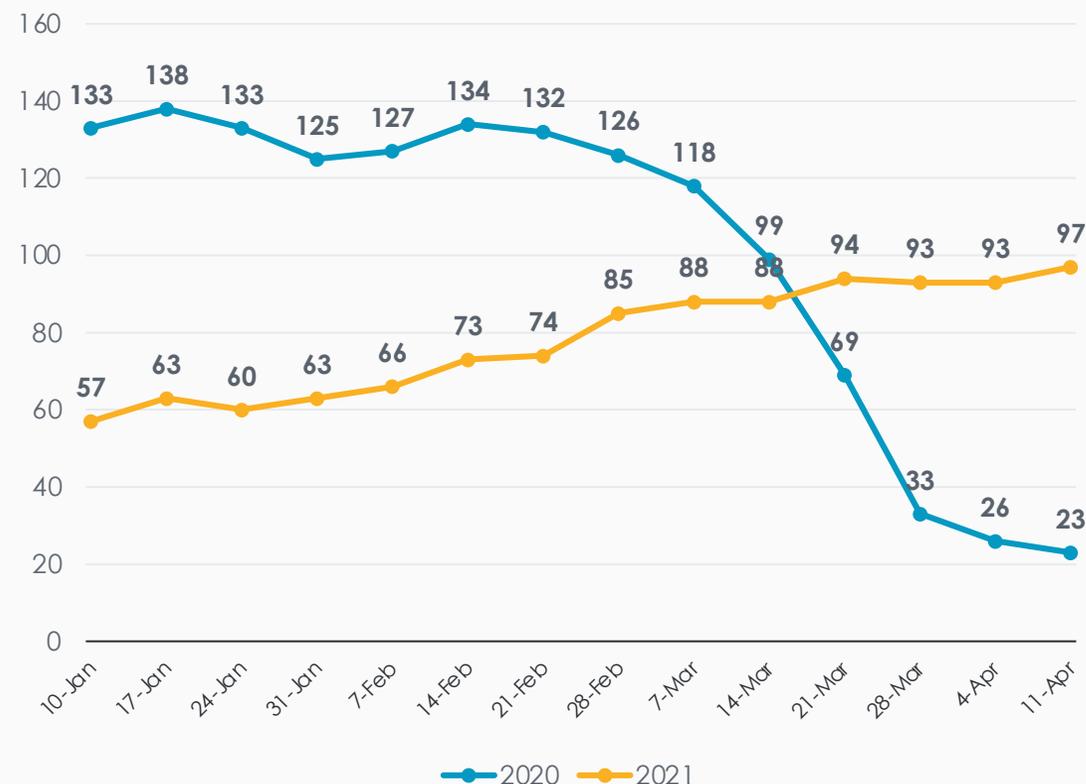
Quelle: Indizierte Buchungen weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Hotels mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

US-Hotelzimmer füllen sich wieder

Im März 2020 gingen in den USA die Hotelbuchungen drastisch zurück.

Nach über einem Jahr starker Einschränkungen des öffentlichen Lebens stiegen im März die Buchungen für Hotels, gerade rechtzeitig zum Frühlingsbeginn. Dieser Trend des ersten Quartals deutet auf den starken Wunsch hin, Bekannte, Freunde und Familie zu besuchen oder einfach zu verreisen.

Indizierte wöchentliche Hotelbuchungen im Jahresvergleich

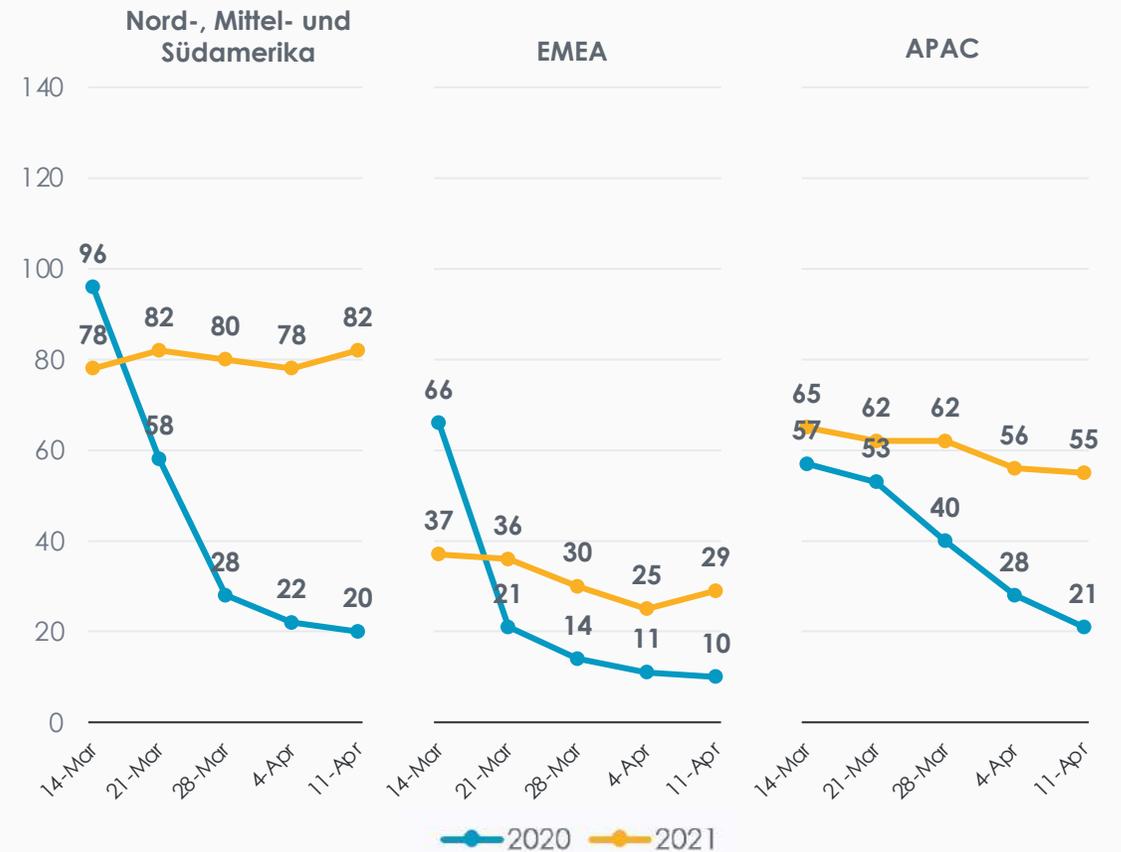


Quelle: Indizierte Hotelbuchungen, USA, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Partnern im Bereich Hotels mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

In den verschiedenen Regionen der Welt erholt sich das Geschäft mit Hotelbuchungen unterschiedlich gut

Die jüngsten Einschränkungen des öffentlichen Lebens in Europa – zum Ende des ersten Quartals 2021 – haben sich negativ auf die Hotelbuchungen ausgewirkt. Auf dem gesamtamerikanischen Kontinent, insbesondere in den USA, sehen wir jedoch eine rasche Erholung.

Indizierte wöchentliche Hotelbuchungen im Jahresvergleich



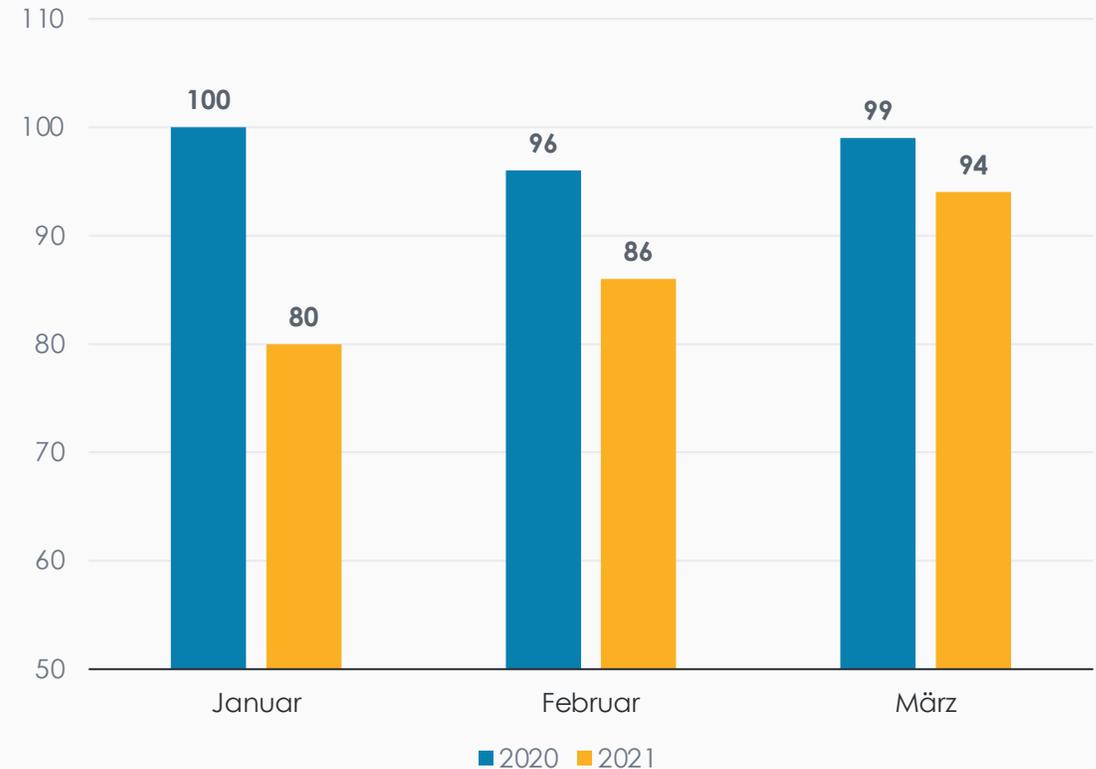
Quelle: Indizierte Buchungen, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Hotels mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

Hotelzimmer werden verstärkt nachgefragt

Die durchschnittlichen Buchungswerte stiegen im ersten Quartal 2021 stetig an; im März erreichten sie fast schon wieder das Niveau von 2020.

Dieser Trend spiegelt eine größere Nachfrage nach Hotelzimmern und eine etwas längere durchschnittliche Aufenthaltsdauer wider.

Durchschnittliche Buchungswerte im Jahresvergleich, Hotelbuchungen



Quelle: Indizierte Buchungswerte weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Januar 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Hotels mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

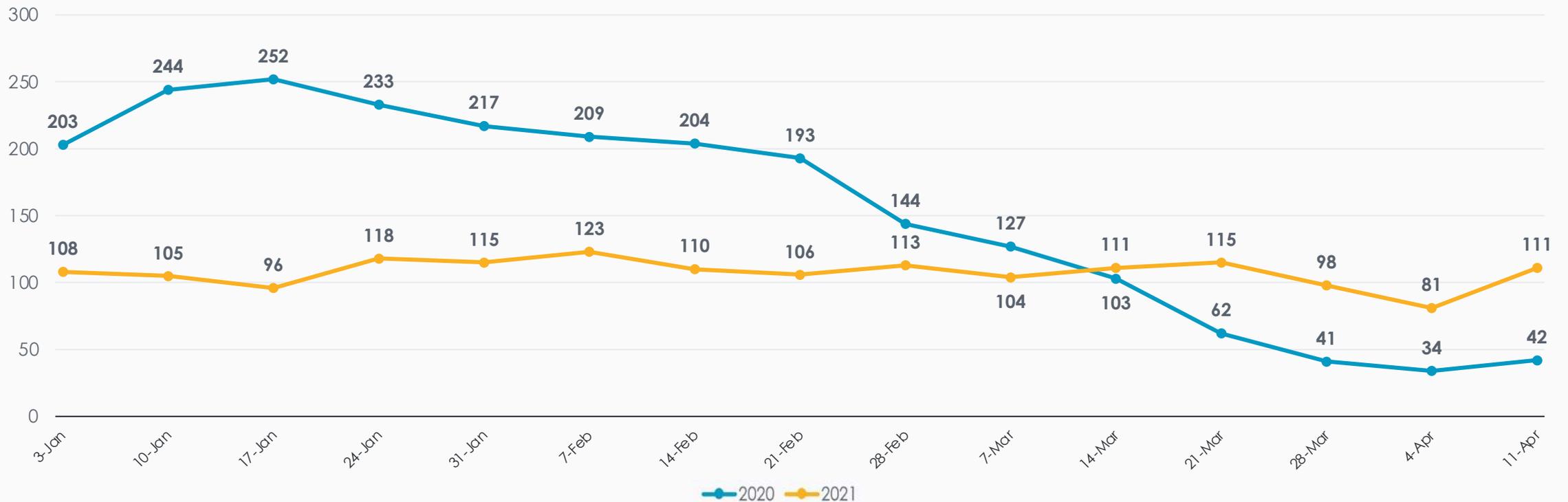


Ferienunterkünfte

Trends im ersten Quartal 2021

Ferienunterkünfte sind die erste Reisekategorie, die die Performance von 2020 übertrifft

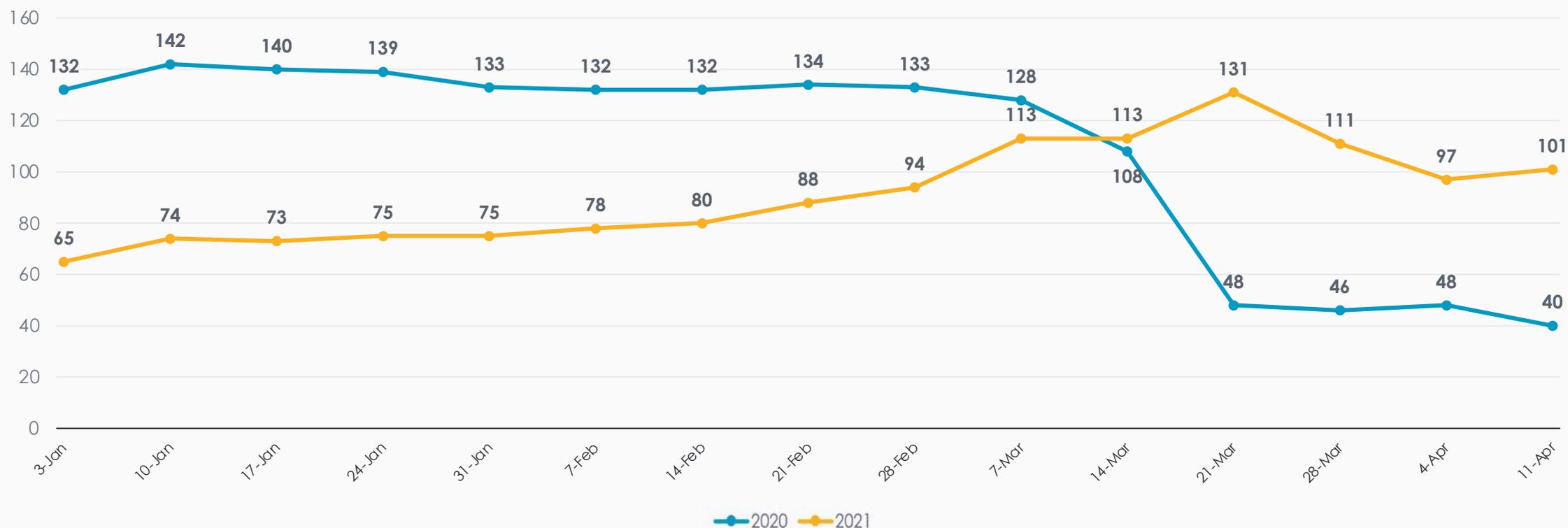
Indizierte Buchungen pro Tag im Jahresvergleich, Ferienunterkünfte



Quelle: Indizierte Buchungen pro Tag, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Buchungs-Tracking in diesem Zeitraum.

US-Ferienvermietungen legten im ersten Quartal 2021 deutlich zu

Indizierte Buchungen pro Tag im Jahresvergleich, Ferienunterkünfte



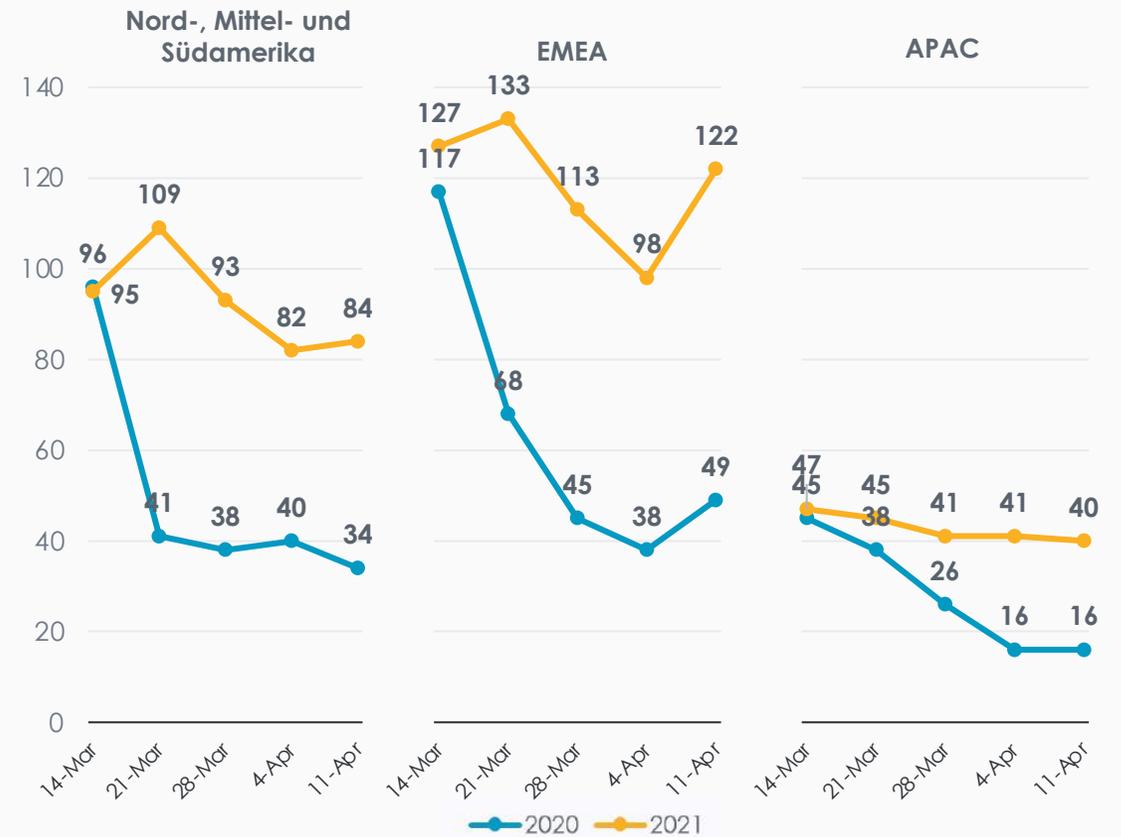
Quelle: Indizierte Buchungen pro Tag, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Buchungs-Tracking in diesem Zeitraum.

Die Vermietung von Ferienunterkünften erholt sich im EMEA-Raum deutlich schneller

Im Bereich der Ferienunterkünften zeigt sich Europa führend; Reisen im Heimatland und „Arbeitsurlaub in der Ferienwohnung“ gelten als attraktive Reiseangebote.

Im APAC-Raum bleiben die Buchungen von Ferienunterkünften in der Nähe der Tiefststände von März 2020. Sich andeutende Verbesserungen haben sich in den letzten Wochen noch nicht erfüllt.

Indizierte Buchungen pro Woche im Jahresvergleich, Ferienunterkünfte

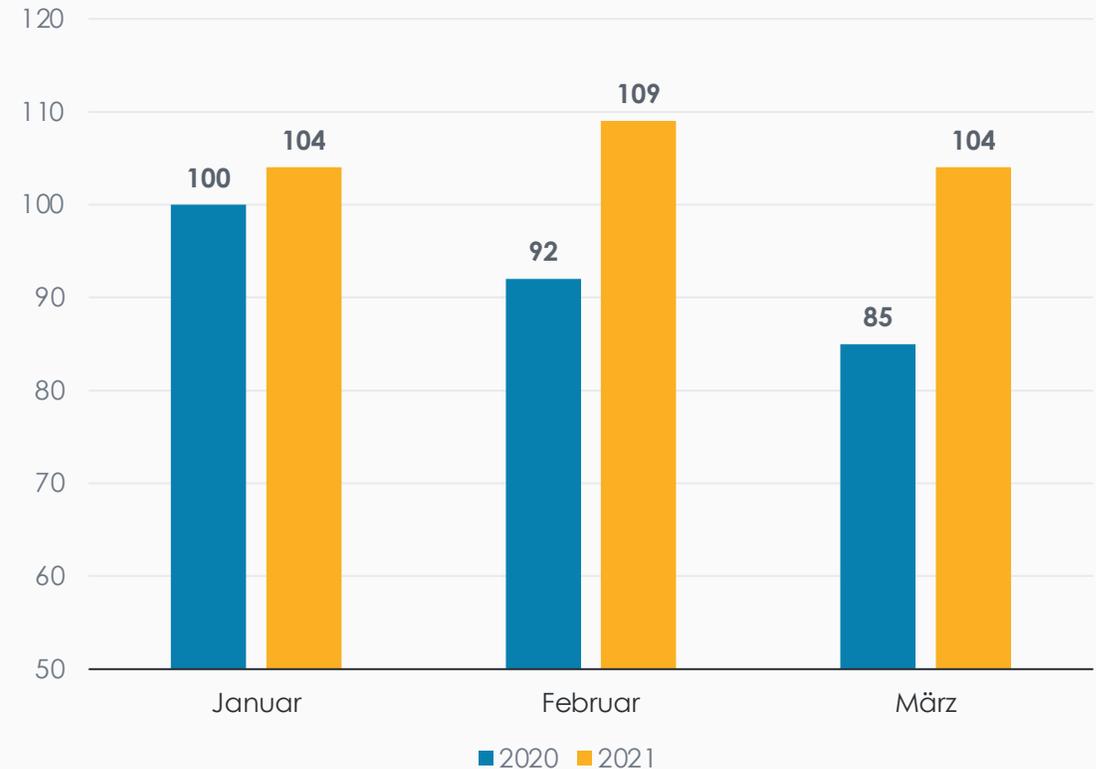


Quelle: Indizierte Buchungen, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern von Ferienunterkünften mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum

Der Aufenthalt in gemieteten Ferienunterkünften ist oft länger und wird als sicherer wahrgenommen. Daher liegen die durchschnittlichen Buchungen über dem Niveau von 2020

Die durchschnittlichen Buchungswerte liegen konsistent über denen vom letzten Jahr. Reisende buchen weiterhin Unterkünfte, die die besten langfristigen Optionen bieten und Social Distancing ermöglichen.

Durchschnittliche Buchungswerte im Jahresvergleich, Ferienunterkünfte



Quelle: Indizierte Buchungswerte weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Januar 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.

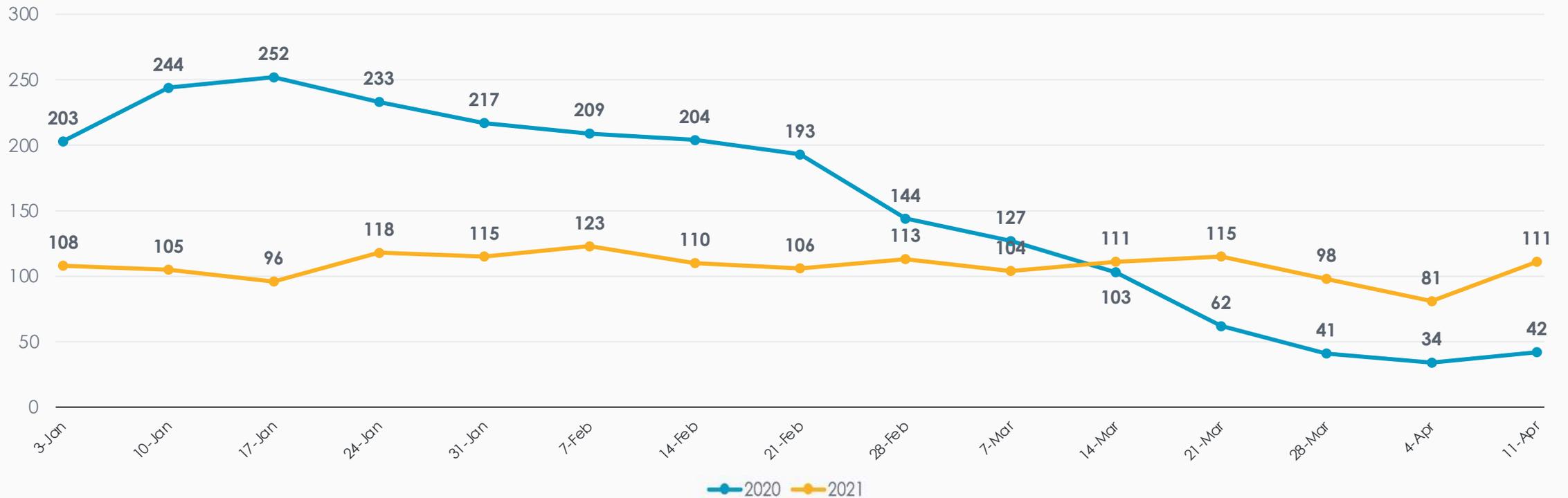


Mietwagen

Trends im ersten Quartal 2021

Die Nachfrage nach Mietwagen bleibt weltweit stabil

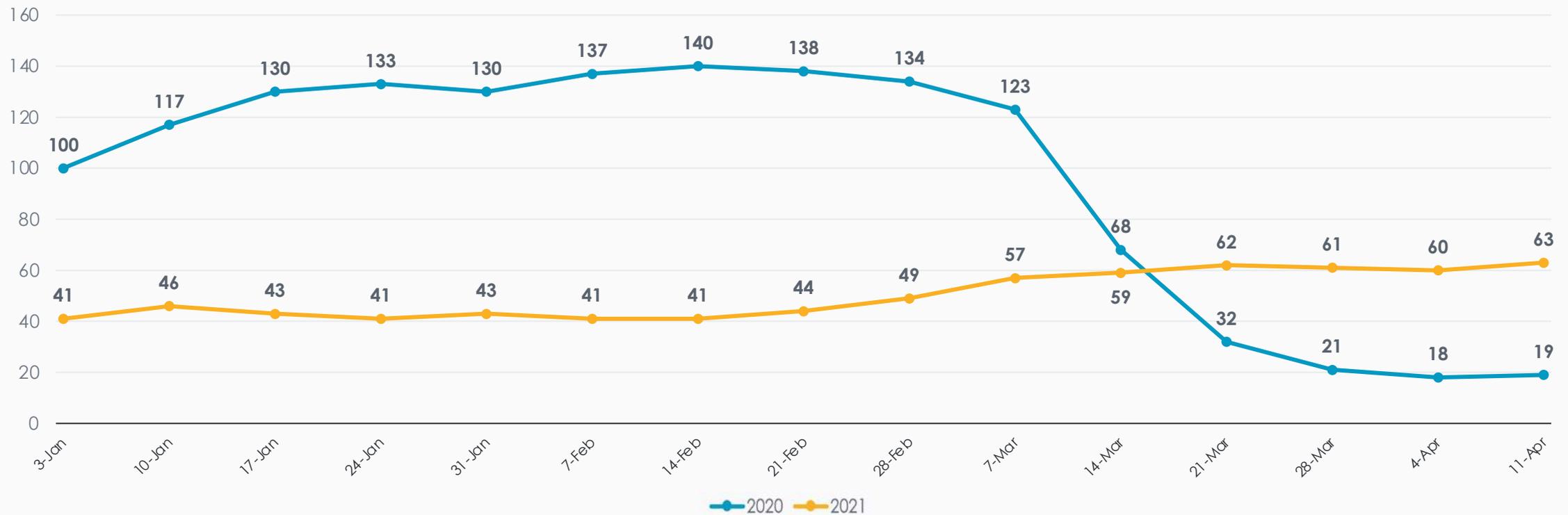
Indizierte Buchungen pro Tag im Jahresvergleich, Mietwagen



Quelle: Indizierte Buchungen pro Tag, weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt des Zeitraums vom 1. bis zum 28. Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Buchungs-Tracking in diesem Zeitraum.

Das Mietwagengeschäft in den USA erholt sich langsam

Indizierte Buchungen pro Tag im Jahresvergleich, Mietwagen

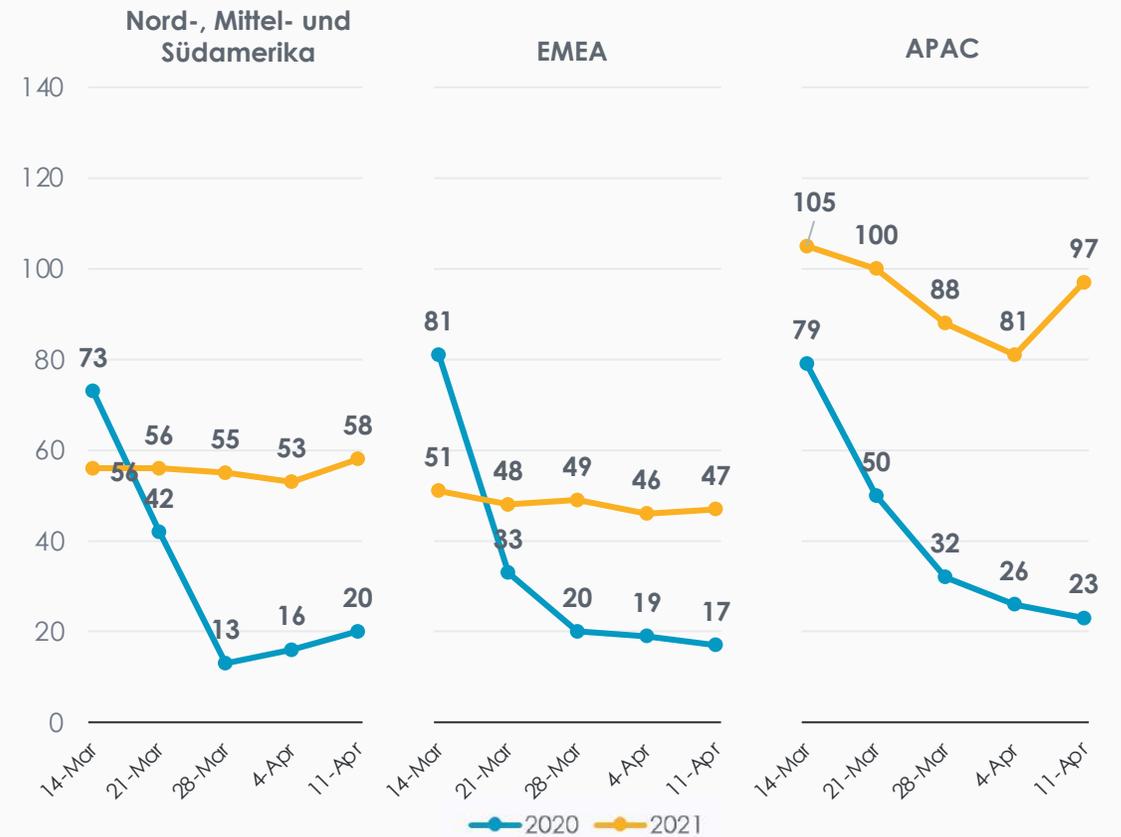


Quelle: Indizierte Buchungen pro Tag, weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt des Zeitraums vom ersten bis zum achten 20. Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Buchungs-Tracking in diesem Zeitraum.

Der APAC-Raum verzeichnet die schnellste Erholung im Mietwagengeschäft

Während sich im EMEA-Raum sowie auf dem gesamtamerikanischen Kontinent die Corona-Pandemie ähnlich stark negativ auf das Mietwagengeschäft auswirken, verzeichnet der asiatisch-pazifische Raum eine frühzeitige Erholung in dieser Kategorie.

Indizierte Buchungen pro Woche im Jahresvergleich, Mietwagen



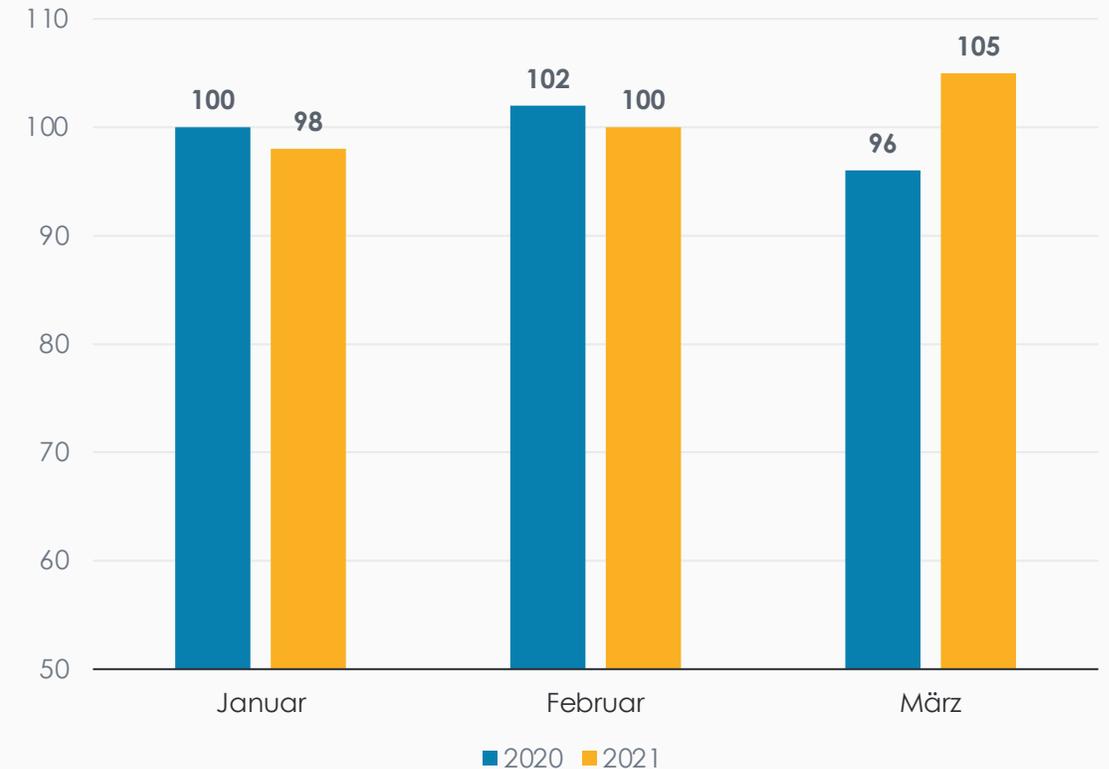
Quelle: Indizierte Buchungen, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019. Dieselbe Gruppe von Mietwagen-Anbietern mit stabilem Sales-Tracking In diesem Zeitraum

Die Nachfrage ist stabil, da viele Menschen lieber mit dem Auto fahren als fliegen wollen

Im Monats- und auch im Jahresvergleich sind die durchschnittlichen Buchungen für Mietwagen weltweit stabil geblieben.

Reisende, die nach Transportmöglichkeiten jenseits des Flugzeugs für ihre Urlaubsreise suchen, haben durchaus Engpässe in der Verfügbarkeit erleben müssen.

Durchschnittliche Buchungswerte im Jahresvergleich, Mietwagen

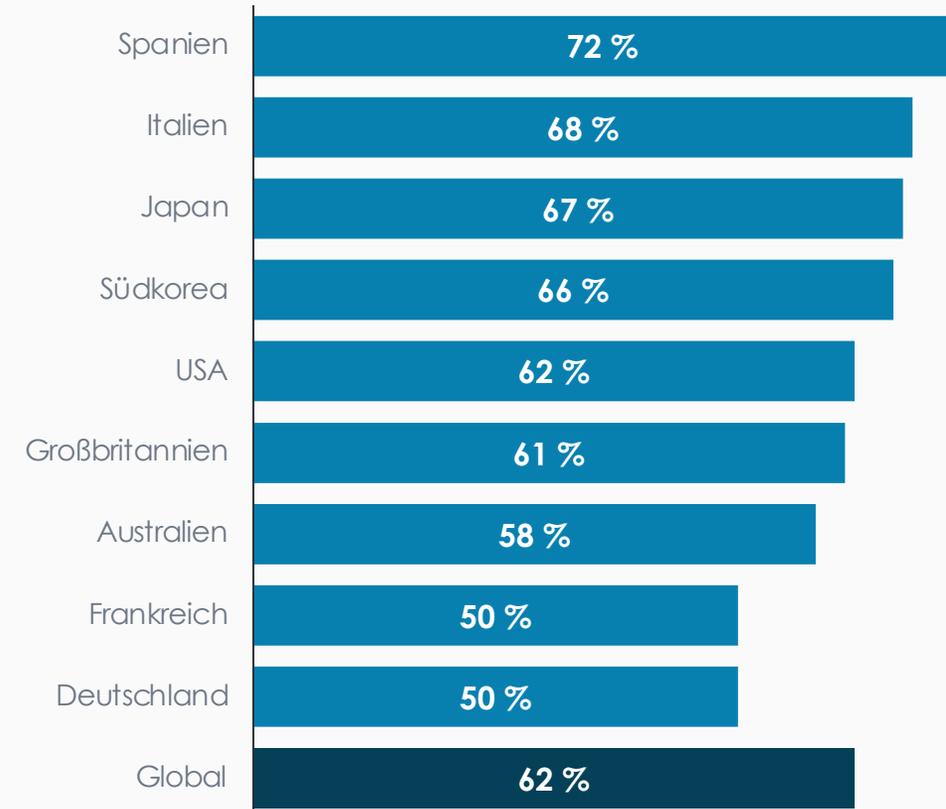


Quelle: Indizierte Buchungswerte weltweit, im Vergleich zum Durchschnitt im Januar 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking in diesem Zeitraum.



Reisestimmung und Ausblick

Anteil der Befragten, die der Aussage „Ich mache mir persönlich Sorgen, dass ich mich auf Reisen mit dem Corona-Virus anstecke“ vollständig oder zum Teil zustimmen.



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021 Basis: Alle Befragten weltweit, n=11.161

*Basis: US-Reisende sind definiert als Befragte, die planen, in den nächsten 12 Monaten mindestens einmal zu verreisen.

Das Corona-Virus bereitet Reisenden auch weiterhin Sorgen ...

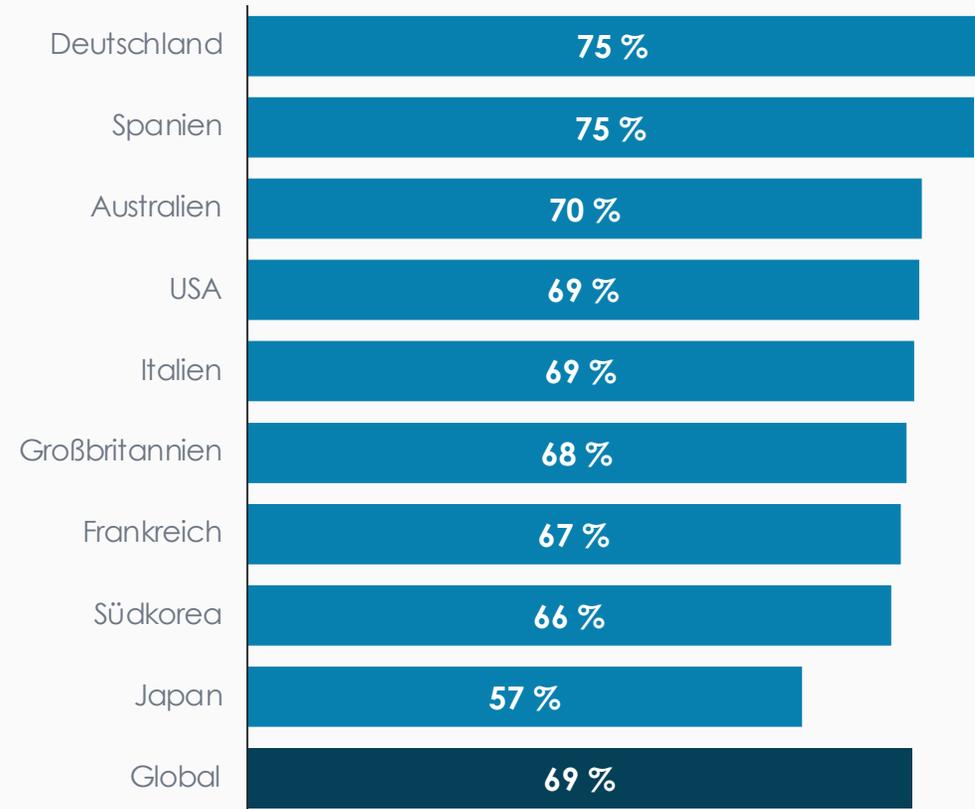
6 von 10

Reisende in den USA und weltweit* geben an, dass sie persönlich besorgt sind, sich auf ihrer Reise mit dem Corona-Virus anzustecken.

... aber das hält sie nicht davon ab, private Reisen zu planen

Zwei Drittel der Befragten in den USA und weltweit planen in den nächsten zwölf Monaten eine private Reise.

Anteil der Befragten, die in den nächsten 6 Monaten eine Reise planen.



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021 Basis: Alle Befragten weltweit, n=11.161

*Basis: Kombinierte private und geschäftliche Reisen in den nächsten 6 Monaten

Reisewillige wollen am liebsten so schnell wie möglich Freunde und Familie besuchen

Im **nächsten Monat**, so gaben die Befragten zum großen Teil an, finden Reisen vor allem statt, um Familie oder Freunde zu besuchen, und nicht so sehr aus Freizeit- oder Urlaubszwecken.

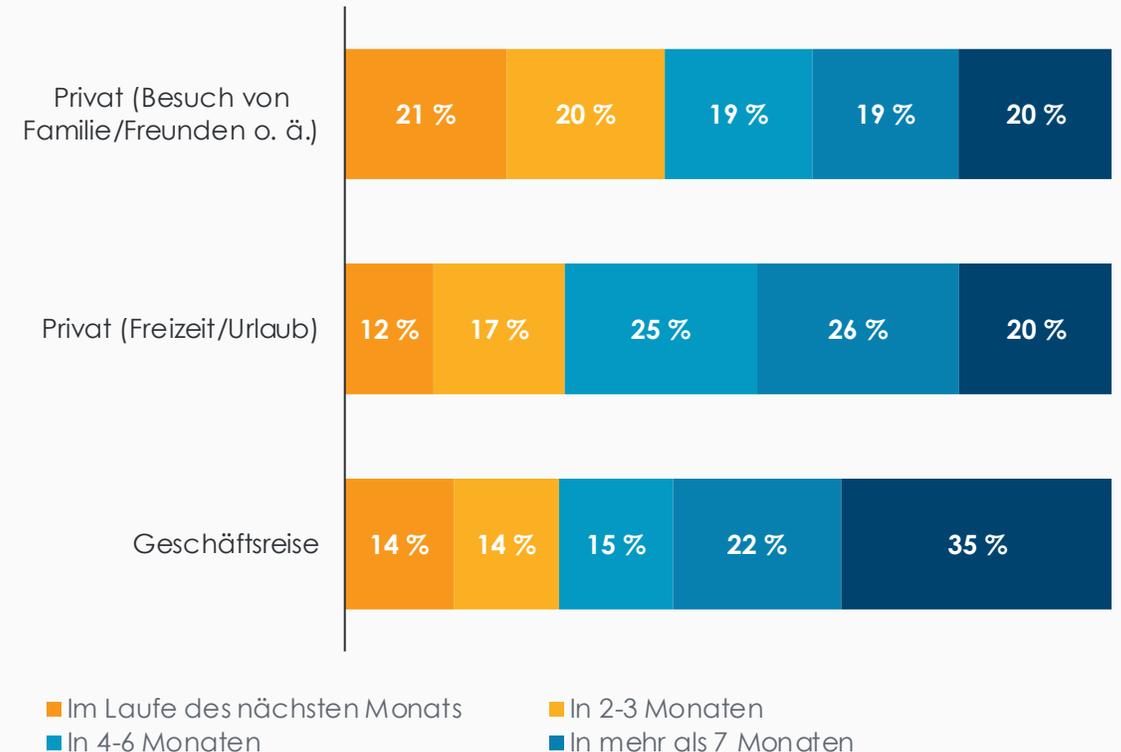
60 Prozent planen, in den nächsten sechs Monaten Familie/Freunde zu besuchen.

54 Prozent planen in den nächsten sechs Monaten eine Freizeit- oder Urlaubsreise.

Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Befragte, die eine Reise planen
 Privat (Besuch von Familie/Freunden o. ä.) n = 1.304
 Privat (Freizeit/Urlaub) n = 1.268
 Geschäftlich n = 660

Wann planst Du Deine nächste Reise? (Weltweite Daten)

(Gilt für alle Reisen, Kurz- sowie Langstrecken)



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, weltweit, Basis: Befragte, die eine Reise planen
 Privat (Besuch von Familie/Freunden o. ä.) n=10.415
 Privat (Freizeit/Urlaub) n= 10.508
 Geschäftlich n=5.776

Wann planst Du Deine nächste Reise? (Anteil der Befragten die „innerhalb des nächsten Monats“ antworteten)

(Gilt für alle Reisen, Kurz- sowie Langstrecken)

| Land | Persönlicher Besuch bei Familie/Freunden – innerhalb des nächsten Monats | n |
|----------------|--|---------------|
| USA | 21 % | 1.304 |
| Frankreich | 14 % | 1.125 |
| Deutschland | 26 % | 1.156 |
| Italien | 16 % | 1.150 |
| Spanien | 26 % | 1.147 |
| Großbritannien | 16 % | 1.199 |
| Australien | 26 % | 1.149 |
| Japan | 21 % | 1.064 |
| Südkorea | 25 % | 1.121 |
| Global | 21 % | 10.415 |

Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, weltweit, Basis: Befragte, die eine Reise planen

Reisewillige wollen am liebsten so schnell wie möglich Freunde und Familie besuchen

Im **nächsten Monat** verreisen die Befragten aus den USA vorrangig, um Familie oder Freunde zu besuchen, und nicht so sehr aus Freizeit- oder Urlaubszwecken.

60 % planen, in den nächsten sechs Monaten Familie/Freunde zu besuchen.

54 % planen in den nächsten 6 Monaten eine Freizeit- oder Urlaubsreise.

Besuche von Familie/Freunden sind kürzere Aufenthalte

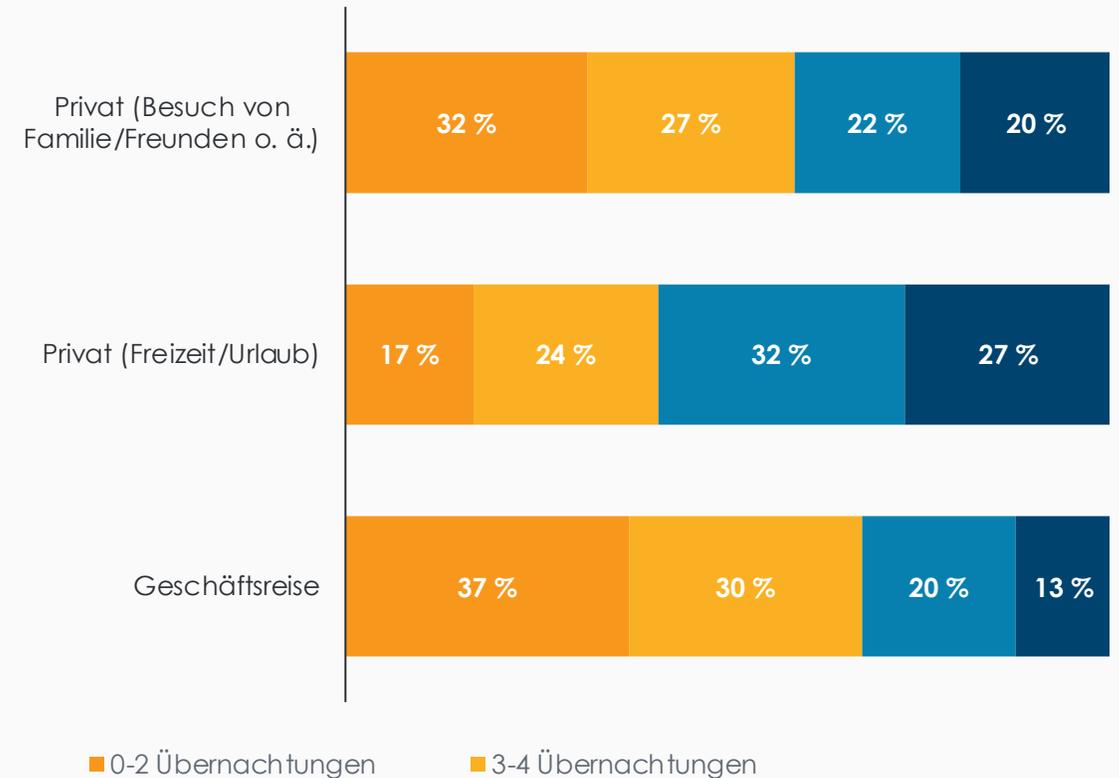
59 Prozent planen, 0–4 Nächte bei Familie/Freunden zu bleiben (USA: 59 Prozent).

Mehr als die Hälfte der Reisewilligen bucht längere Aufenthalte für Freizeit-/Urlaubsreisen.

Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Ausschluss von Befragten, die aktuell noch nicht über ihre Reisepläne Auskunft geben können oder wollen
 Privat (Besuch von Familie/Freunden o. ä.): n = 1.064
 Privat (Freizeit/Urlaub): n = 1.042
 Geschäftlich: n = 520

Für wie lange willst Du verreisen?

(Weltweite Daten)



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, Weltweit, Basis: Ausschluss von Befragten, die aktuell noch nicht über ihre Reisepläne Auskunft geben können oder wollen
 Privat (Besuch von Familie/Freunden o. ä.): n = 8.549
 Privat (Freizeit/Urlaub): n = 8.888
 Geschäftlich: n = 4.256

Besuche von Familie/Freunden sind kürzere Aufenthalte

59 Prozent planen, 0–4 Nächte bei Familie/Freunden zu bleiben (USA: 59 Prozent).

Mehr als die Hälfte der Reisewilligen bucht längere Aufenthalte für Freizeit-/Urlaubsreisen.

Für wie lange willst Du verreisen?

(Kurzaufenthalte)

| Land | Kurzaufenthalte (0-4 Nächte) – Privat (Besuch von Familie/Freunden) | N = |
|----------------|---|---------------|
| USA | 59 % | 1.304 |
| Frankreich | 40 % | 1.125 |
| Deutschland | 60 % | 1.156 |
| Italien | 58 % | 1.150 |
| Spanien | 52 % | 1.147 |
| Großbritannien | 64 % | 1.199 |
| Australien | 46 % | 1.149 |
| Japan | 86 % | 1.064 |
| Südkorea | 66 % | 1.121 |
| Global | 59% | 10.415 |

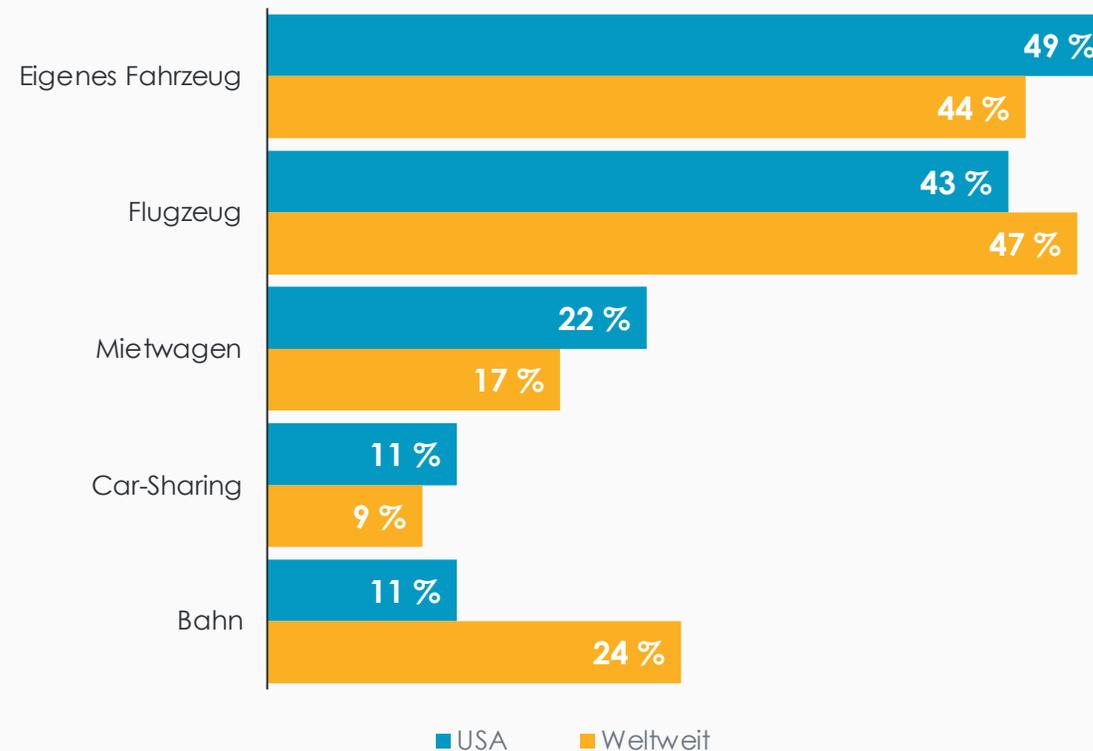
Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, Weltweit, Basis: Ausschluss von Befragten, die aktuell noch nicht über ihre Reisepläne Auskunft geben können oder wollen

Zwei Drittel der US-Befragten geben an, dass sie eher mit dem Auto als mit dem Flugzeug verreisen würden

60 Prozent der Boomer und der Silent Generation in den USA planen, ihr eigenes Fahrzeug zu nutzen, um das Risiko einer Ansteckung durch andere zu begrenzen.

Umgekehrt werden **66 Prozent** der Generation Z und der Millennials und fast die Hälfte der US-Reisenden insgesamt für ihre nächste Reise fliegen.

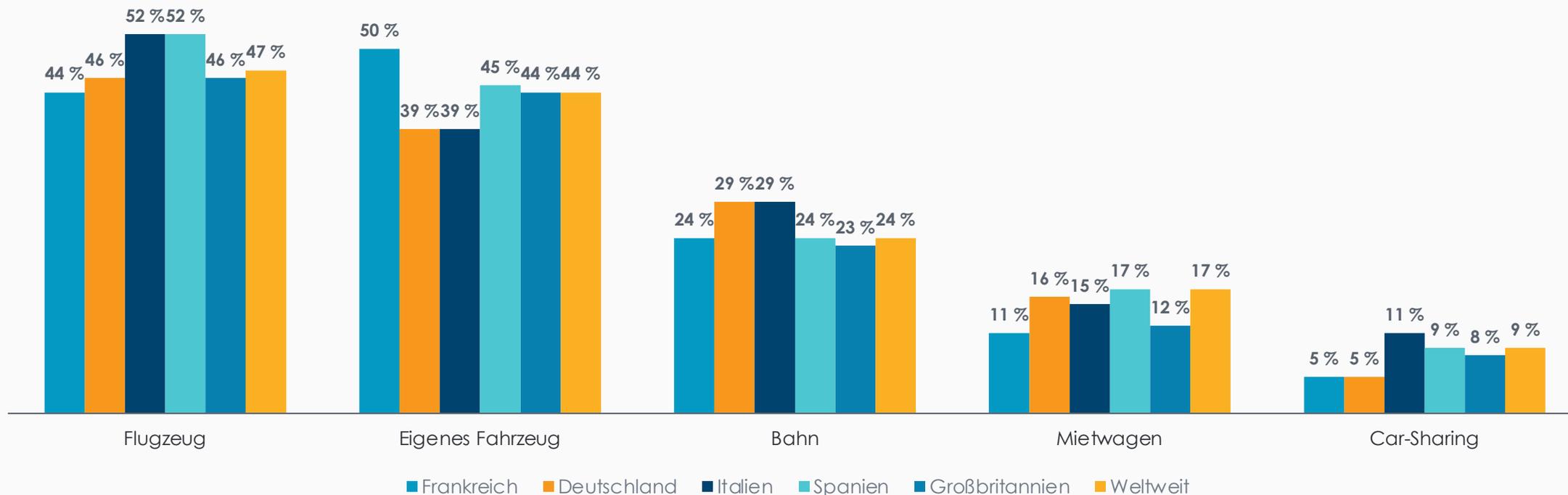
Welche Art von Transport willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Alle Befragten (n = 1362); weltweit (n = 11.161)

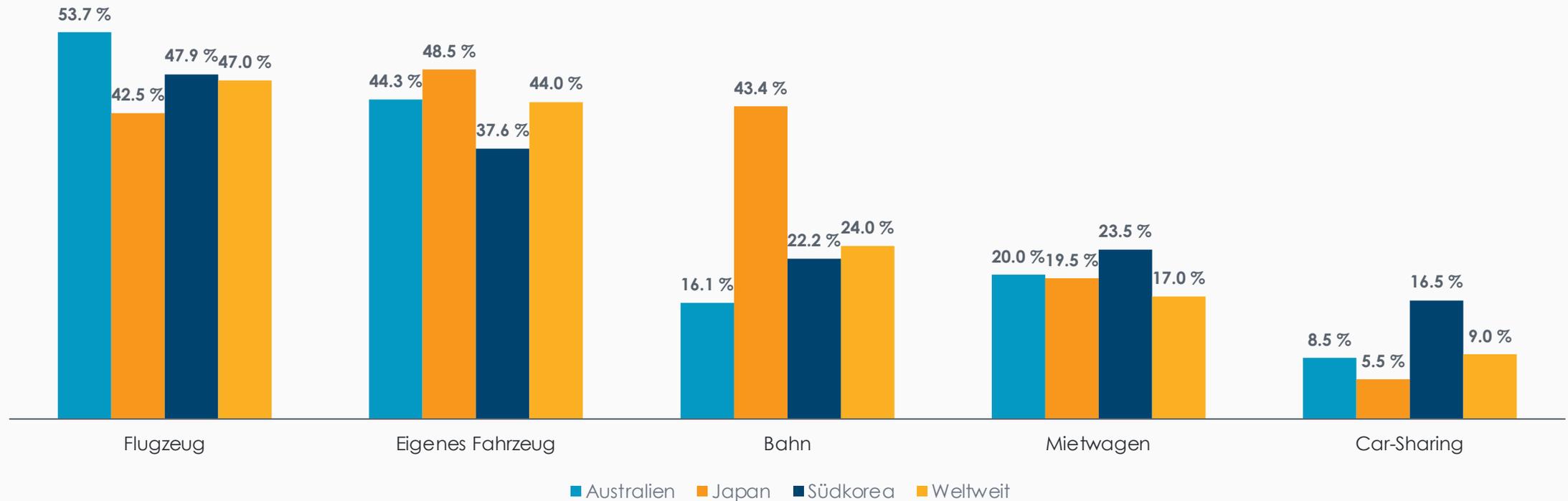
Nahezu die Hälfte der Reisenden werden wahrscheinlich im Rahmen ihrer nächsten Reise fliegen

Welche Art von Transport willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?



Nahezu die Hälfte der Reisenden werden wahrscheinlich im Rahmen ihrer nächsten Reise fliegen

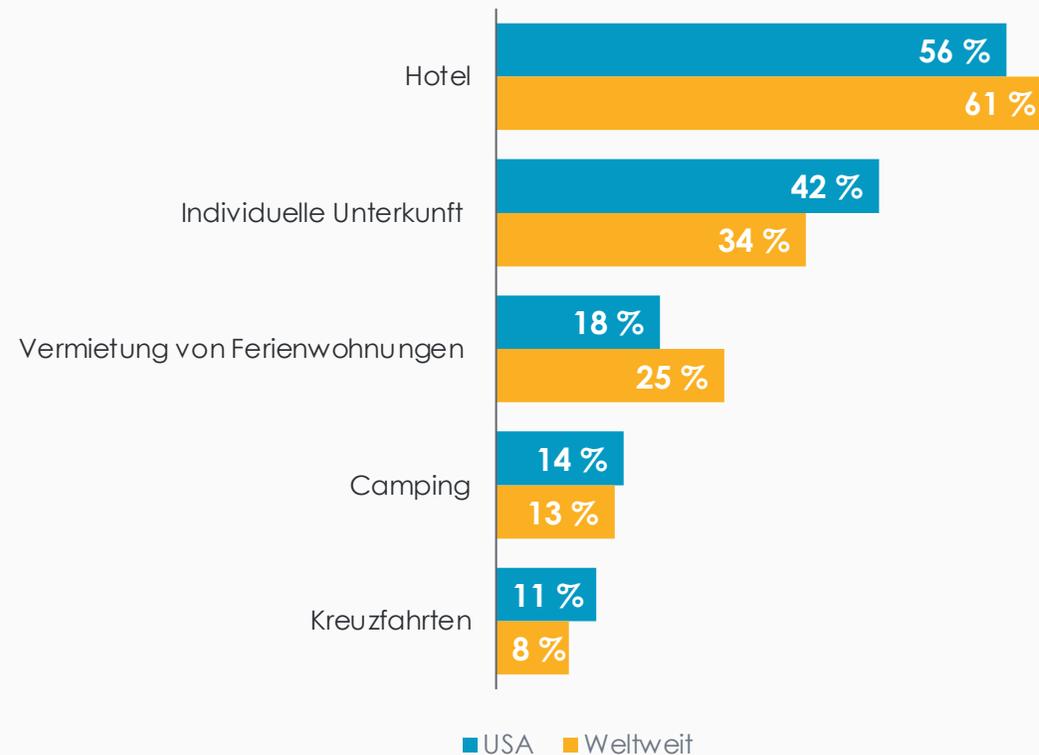
Welche Art von Transport willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?



Die Menschen übernachten häufiger in Hotels

Hohe Preisnachlässe, flexible Stornierungsrichtlinien und strengere Hygienepraktiken locken sowohl in den USA als auch weltweit immer mehr Reisende an. **56 Prozent** und **61 Prozent** erklärten, dass sie bei ihrer nächsten Reise in einem Hotel übernachten würden.

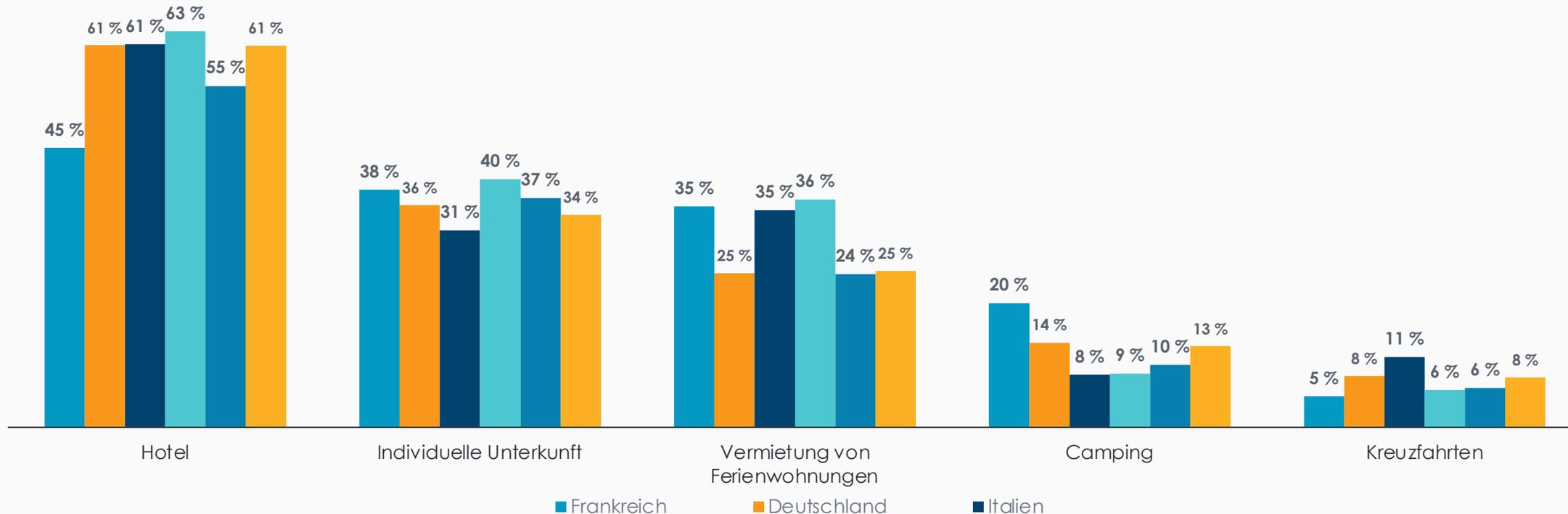
Welche Art von Unterkunft willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Alle Befragten (n = 1362); weltweit (n = 11.161)

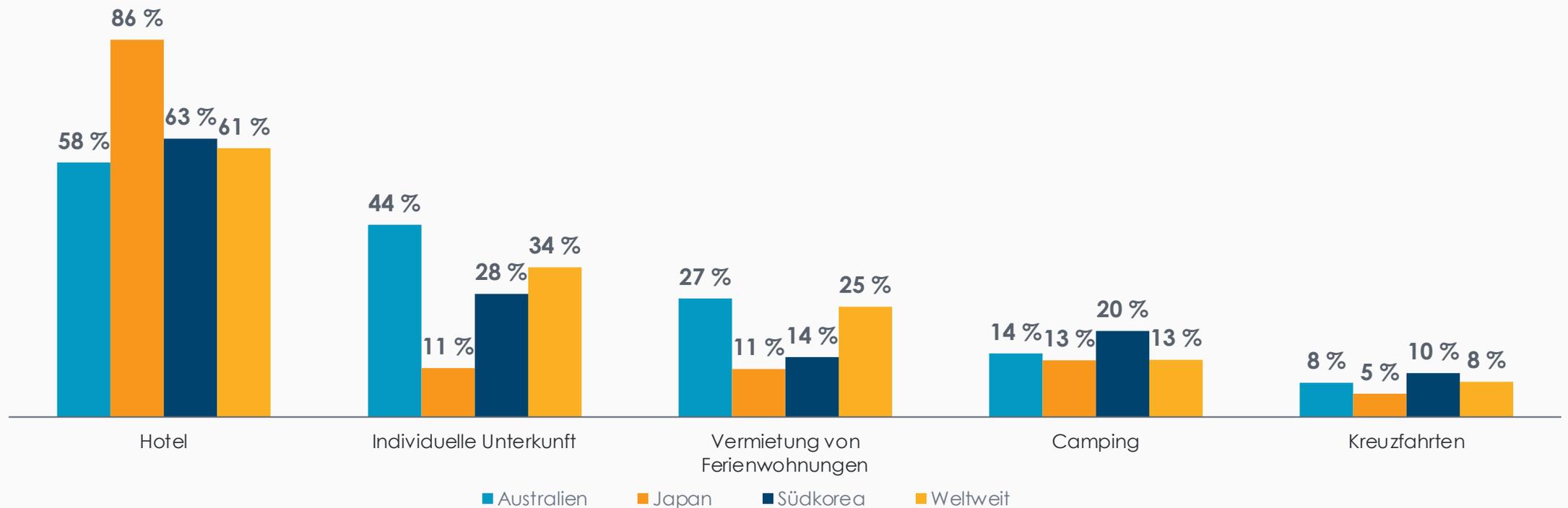
Die Menschen übernachten häufiger in Hotels

Welche Art von Unterkunft willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?



Die Menschen übernachten häufiger in Hotels

Welche Art von Unterkunft willst Du auf Deiner nächsten Reise nutzen?

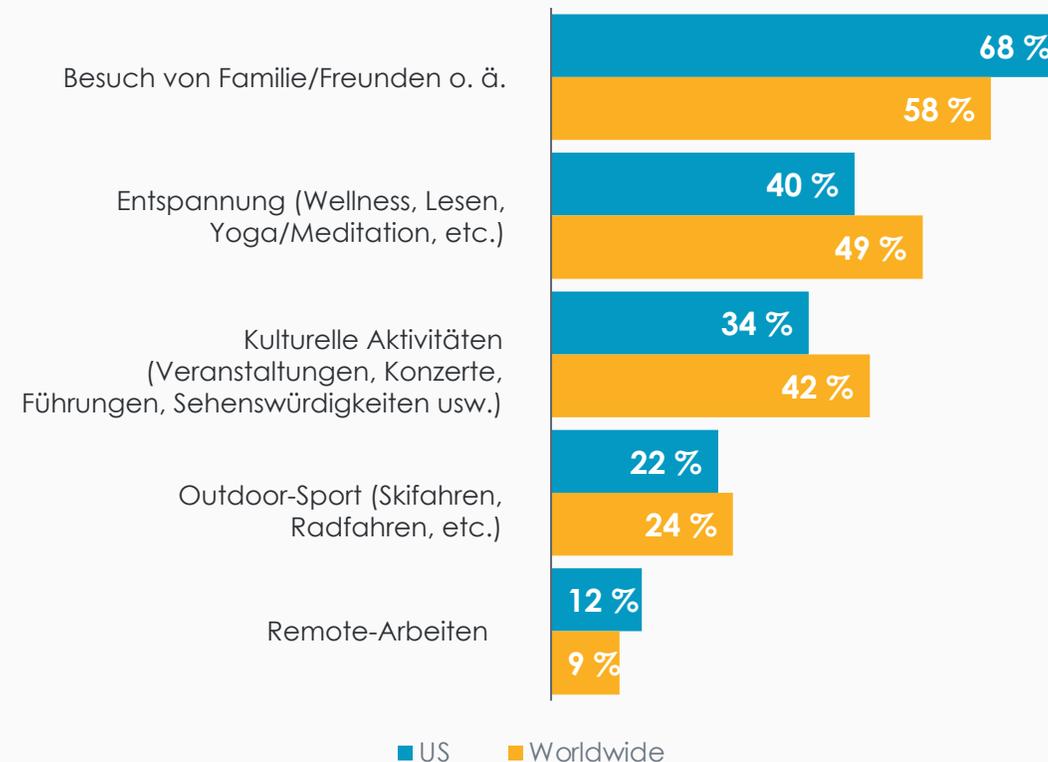


Wiedersehen übertrifft Erholung als wesentliche Aktivität der nächsten Reise

Aufgrund erhöhter Impfraten und gelockerter Corona-Beschränkungen können sich Reisende bei ihrer nächsten Reise endlich wieder Familie und Freunde besuchen. Dies gilt vor allem für die älteren Generationen in den USA, von denen 74 Prozent dies als Hauptaktivität für ihre nächste Reise benennen.

Nachdem sie ein Jahr lang überwiegend zu Hause geblieben sind, werden sich die US-amerikanischen Angehörigen der Generation Z sowie der Millennials bei ihrer nächsten Reise entspannen (45 %), sich kulturellen Aktivitäten widmen (40 %), Outdoor-Sport genießen (30 %), sowie ihre Familie/Freunde besuchen (62 %).

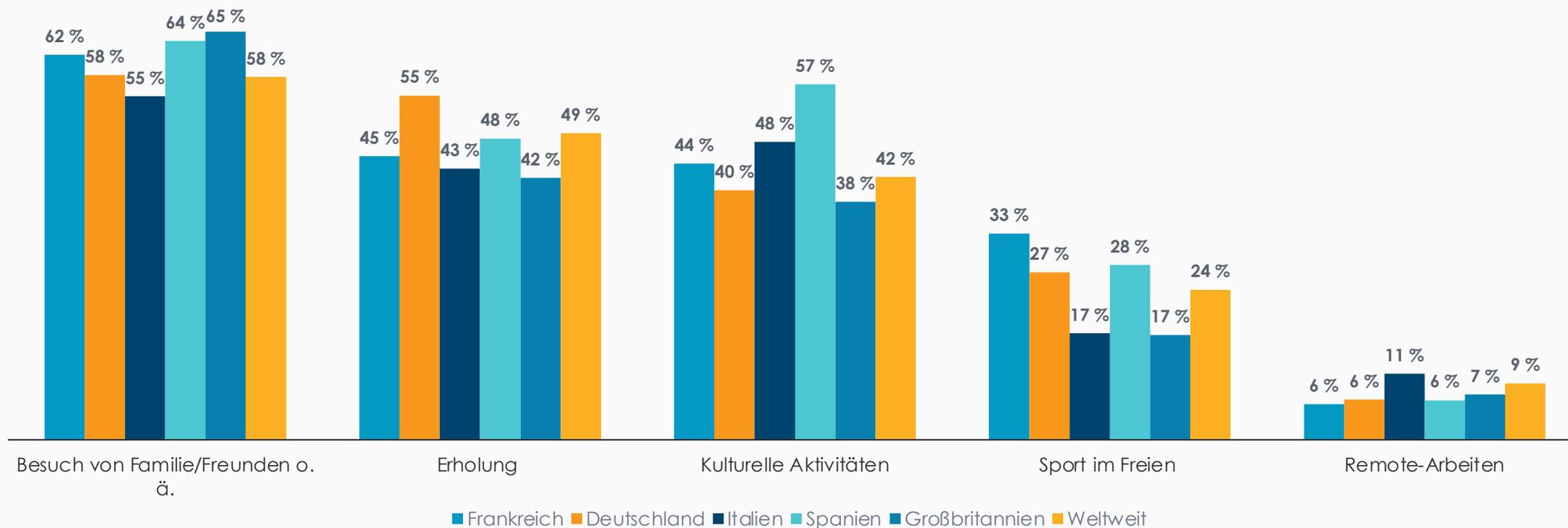
Welche Aktivitäten willst Du auf deiner nächsten Reise unternehmen?



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Alle Befragten (n = 1362); weltweit (n = 11.161)

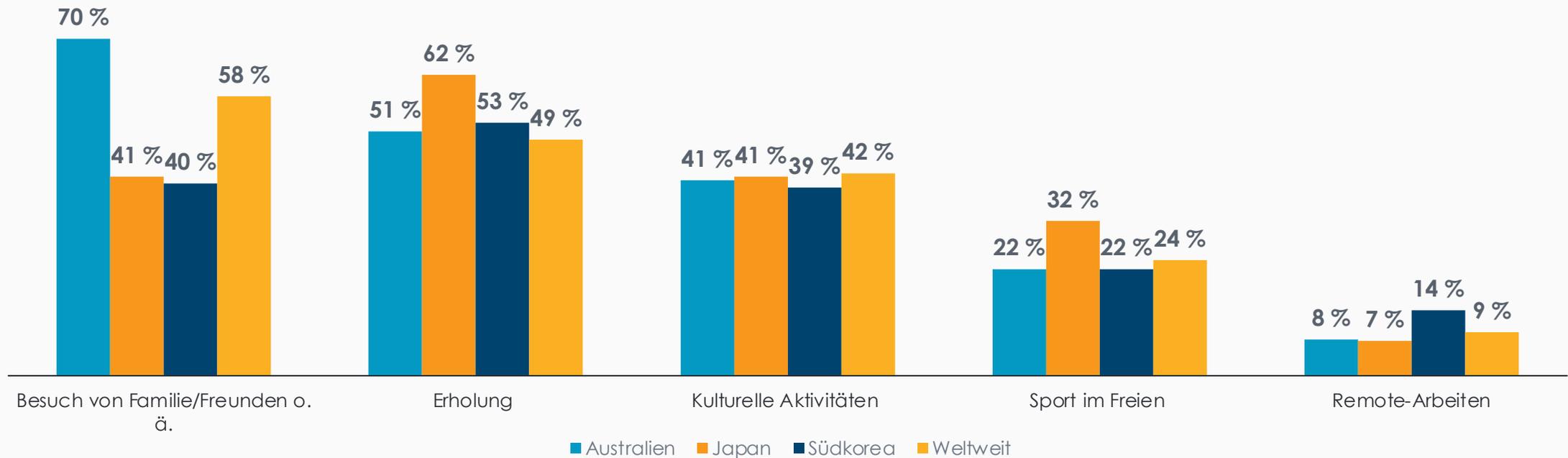
Freunde und Familie zu treffen ist für die meisten Menschen eine wichtigere Aktivität während ihrer nächsten Reise als die Entspannung

Was willst Du auf deiner nächsten Reise unternehmen?



Freunde und Familie zu treffen ist für die meisten Menschen eine wichtigere Aktivität während ihrer nächsten Reise als die Entspannung

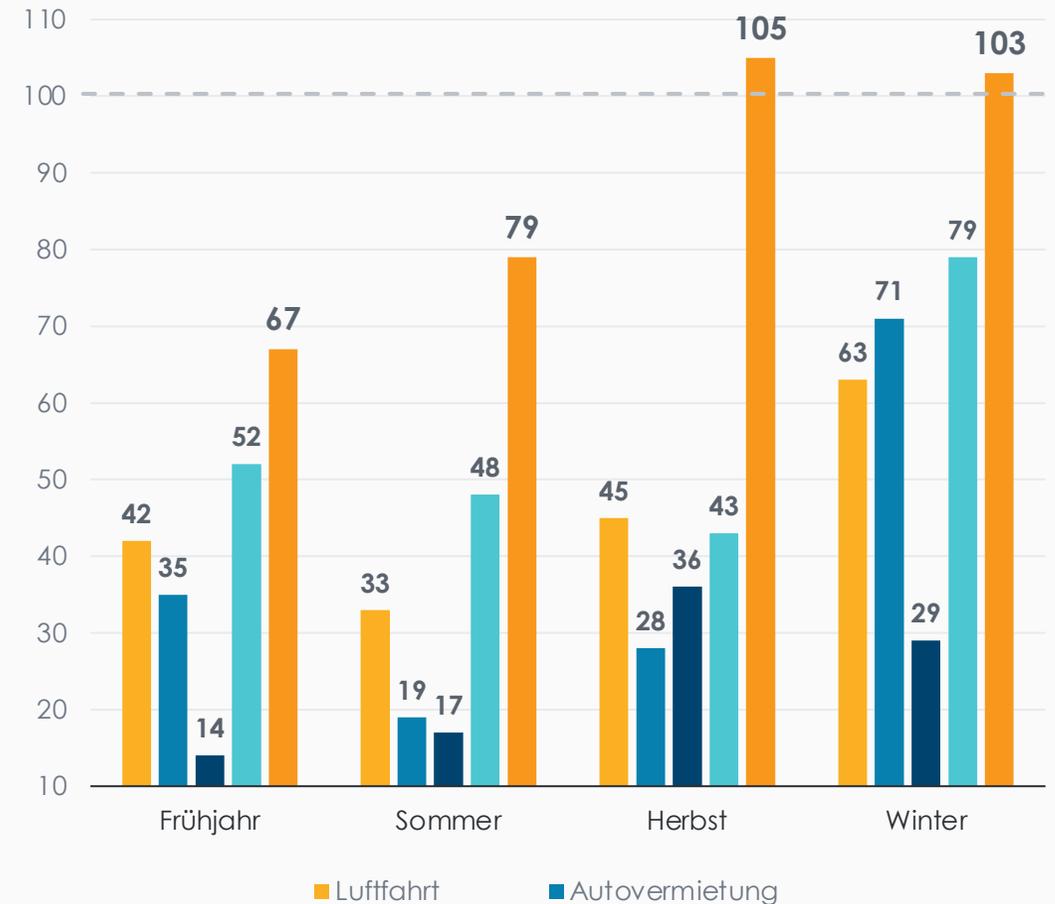
Welche Aktivitäten willst Du auf deiner nächsten Reise unternehmen?



Der Markt beginnt sich im Herbst vollständig zu erholen

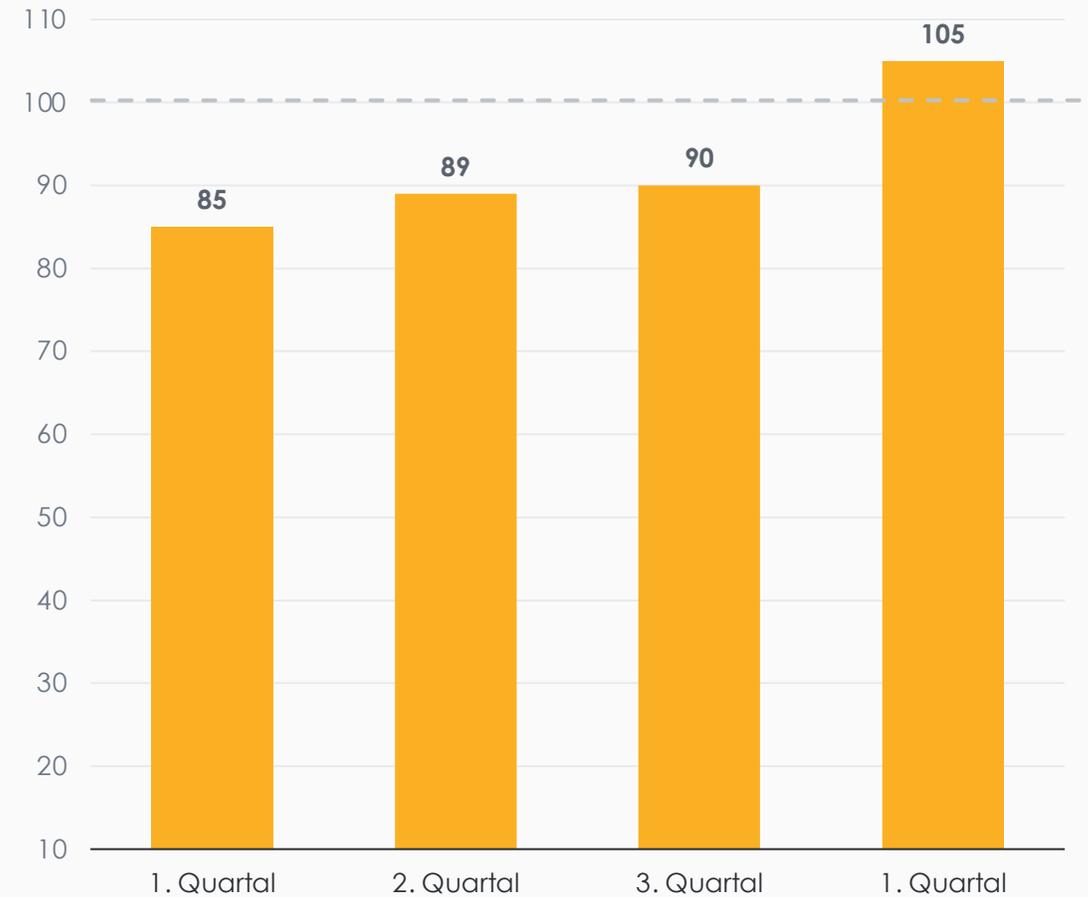
Betrachtet man die Buchungen, die zwischen dem 1. Februar und dem 15. März 2021 getätigt wurden, scheinen Ferienunterkünfte die erste Reisekategorie zu sein, die sich vollständig erholt: Sie verzeichnet 5 Prozent mehr Buchungen für die Herbstsaison als im gleichen Zeitraum 2020.

Indizierte Buchungen nach Reisesaison, nach Kategorie, im Jahresvergleich



Quelle: Index der weltweiten Buchungen nach Reisesaison, für Buchungen zwischen dem 1. Februar und 15. März 2021, im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking im gesamten Zeitraum.

Indizierte Reisedauer in Abhängigkeit vom Quartal der Reise, im Jahresvergleich



Quelle: Index der weltweiten Reisedauer in Abhängigkeit von der Reisesaison, für Buchungen zwischen dem 1. Februar und 15. März 2021, im Vergleich zum gleichen Zeitraum 2020. Dieselbe Gruppe von Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking im gesamten Zeitraum.

Die Reisedauer steigt

Verglichen mit der durchschnittlichen Reisedauer, die zwischen dem 1. Februar und dem 15. März 2020 (also vor den ersten Ausgangsbeschränkungen in westlichen Ländern) gebucht wurde, zeigen die Buchungen im gleichen Zeitraum ein Jahr später, dass die durchschnittliche Reisedauer schrittweise ansteigt und bis zum vierten Quartal 2021 den Wert vor der Corona-Pandemie übertreffen wird.

In den nächsten zwölf Monaten dominieren die Inlandsreisen

Reisebeschränkungen und hygienische Bedenken halten die Reisenden in den Grenzen ihrer Heimatländer.

Dies gilt besonders für die älteren Generationen (92 Prozent Boomer & Silent/87 Prozent Generation X vs. 84 Prozent gesamt).

Die Generation Z und die Millennials sind etwas abenteuerlustiger: Jeder Vierte plant internationale Reisen in Länder, die US-Bürgern den Besuch erlauben, z. B. Mexiko.

Nur 35 Prozent planen, in den nächsten 12 Monaten international zu reisen, selbst wenn sie geimpft sind und über einen Corona-Pass verfügen. 69 Prozent hingegen sagen, dass sie aufgrund der Corona-Pandemie Reisen im Inland bevorzugen.

Für welche Destinationen wirst Du wahrscheinlich eine Online-Buchung vornehmen (zum Beispiel Flug, Hotel/Unterkunft etc.)?

| Land | Inlandsreisen | Internationale Reisen * |
|----------------|---------------|-------------------------|
| USA | 84 % | 34 % |
| Frankreich | 64 % | 58 % |
| Deutschland | 58 % | 67 % |
| Italien | 80 % | 50 % |
| Spanien | 83 % | 49 % |
| Großbritannien | 67 % | 58 % |
| Australien | 86 % | 35 % |
| Japan | 89 % | 29 % |
| Südkorea | 65 % | 54 % |
| Global | 75 % | 48 % |

Quelle: Reiseumfrage US, Q1 2021 Basis für die Reisen im Inland: Alle Befragten

* Internationale Reisen: Befragte, die in den nächsten zwölf Monaten wenigstens einmal international verreisen wollen. USA n=1.362/ Weltweit n= 11.161/ Frankreich n=1.232/Deutschland n=1.222/ Italien n=1.214 / Spanien n=1.205/ GB n=1.258/ Australien n=1.230/ Japan n=1.200/ Südkorea n=1.238

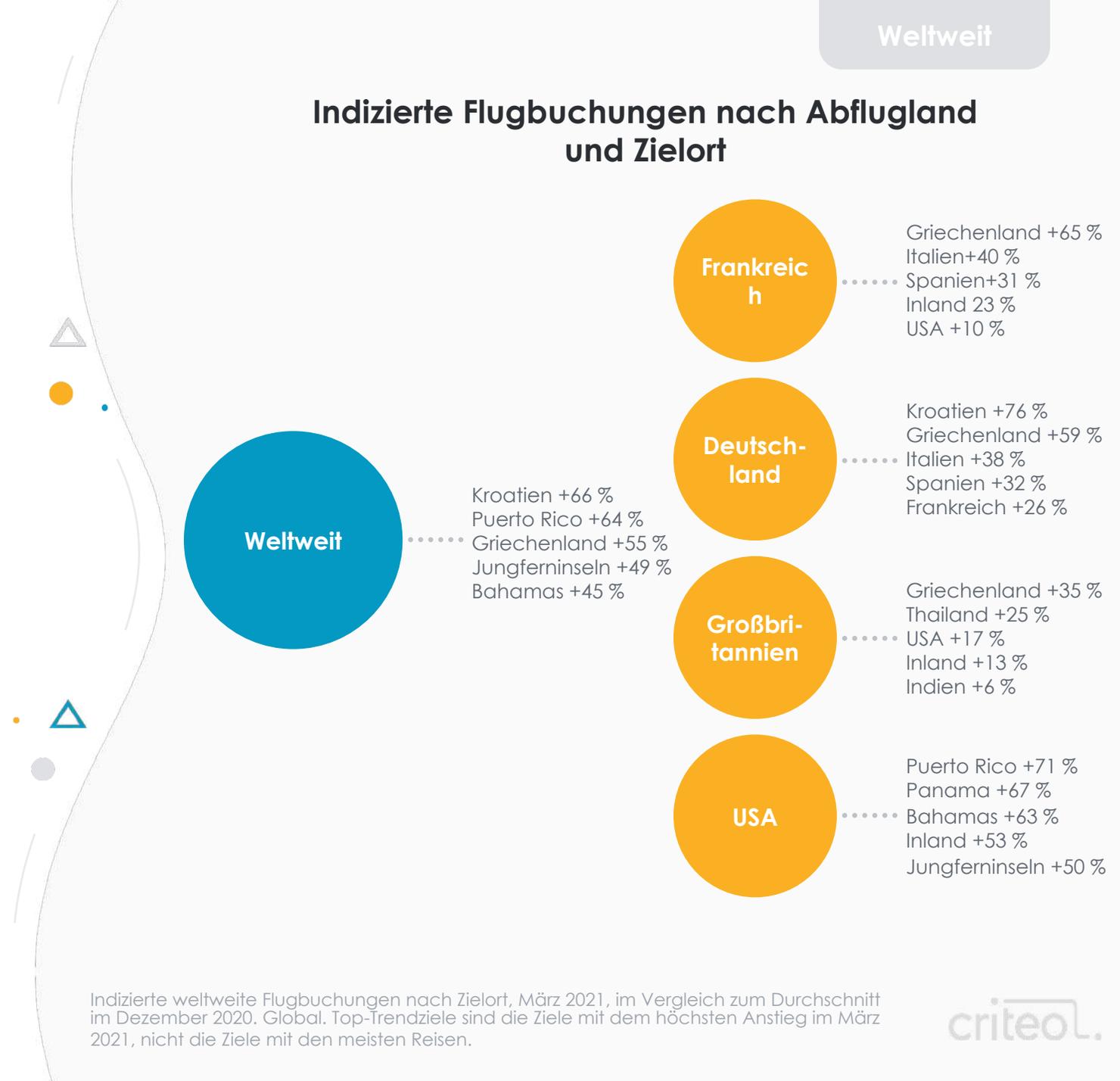
Indizierte Flugbuchungen nach Abflugland und Zielort

Wer ins Ausland reist, sucht den Spaß in der Sonne

Weltweit verzeichneten im März 2021 fünf Destinationen den größten Anstieg der Nachfrage. Das zeigt, dass Reisende gerne wieder Spaß in der Sonne haben wollen.

Für Reisende aus den USA sind die Top-Trendziele Puerto Rico, die Bahamas und die Jungferninseln.

Für Reisende aus Deutschland sind die wichtigsten Ziele im Ausland Griechenland und Kroatien. Diese Destinationen liegen auch in anderen europäischen Ländern im Trend.



Indizierte weltweite Flugbuchungen nach Zielort, März 2021, im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2020. Global. Top-Trendziele sind die Ziele mit dem höchsten Anstieg im März 2021, nicht die Ziele mit den meisten Reisen.

Gründe, nicht zu reisen, sind meist pandemiebedingt

Was sind die Gründe, aus denen Du in den nächsten 12 Monaten nicht verreisen wirst?

| | USA | Großbritannien | Frankreich | Deutschland | Italien | Spanien | Japan | Südkorea | Australien | Global |
|--|------------|----------------|------------|-------------|-----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Ich möchte mich auf Reisen nicht mit dem Corona-Virus infizieren | 29 % | 30 % | 25 % | 35 % | 30 % | 25 % | 40 % | 51% | 29 % | 36 % |
| Ich warte darauf, dass die Situation besser wird | 23 % | 33 % | 32 % | 32 % | 34 % | 32 % | 28 % | 23 % | 24 % | 28 % |
| Ich kann es mir aufgrund der Krise finanziell nicht leisten | 24 % | 16 % | 16 % | 21 % | 11 % | 26 % | 15 % | 9 % | 24 % | 17 % |
| Ich kann keinen Urlaub nehmen | 19 % | 11 % | 15 % | 8 % | 24 % | 21 % | 21 % | 10 % | 18 % | 16 % |
| Ich warte darauf, gegen Corona geimpft zu werden, bevor ich wieder reise | 10 % | 12 % | 11 % | 23 % | 18 % | 10 % | 5 % | 8 % | 15 % | 10 % |
| Mein Land erwartet von mir, dass ich mir vor der Ausreise / Rückkehr auf Corona testen lasse | 5 % | 8 % | 6 % | 8 % | 5 % | 8 % | 5 % | 11 % | 5 % | 7 % |
| Wegen Quarantäne/Selbstisolierung | 9 % | 9 % | | 11% | 7 % | 12 % | 5 % | 6 % | 10 % | 7 % |
| Ich kann nicht in die Länder reisen, in die ich gerne reisen würde (Grenzen geschlossen) | 5 % | 4 % | 2 % | 7 % | 1 % | 8 % | 4 % | 6 % | 8 % | 5 % |
| N = | 293 | 171 | 208 | 215 | 91 | 104 | 609 | 430 | 134 | 2.255 |

Die Reisenden des Jahres 2021 wünschen sich erstattungsfähige Tickets

Anteil der Reisenden, die eine Reise eher dann buchen, wenn die Buchungen vollständig erstattungsfähig sind

| Land | USA | Frankreich | Deutschland | Italien | Spanien | Großbritannien | Australien | Japan | Südkorea | Global |
|----------------------|-------|------------|-------------|---------|---------|----------------|------------|-------|----------|--------|
| Anteil der Befragten | 65 % | 66 % | 53 % | 64 % | 74 % | 67 % | 73 % | 51 % | 59 % | 64 % |
| N = | 1.362 | 1.232 | 1.222 | 1.214 | 1.205 | 1.258 | 1.230 | 1.200 | 1.238 | 11.161 |

Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021

Basis: Befragte, die der Aussage „Ich kaufe eher Flug-/Zug-/Kreuzfahrttickets, wenn sie voll erstattungsfähig sind“ vollständig oder teilweise zustimmen

Social Distancing und Hygiene bleiben weiterhin Pflicht

Wie hat die Corona-Pandemie die Bedeutung der folgenden Themen beim Reisen verändert? (wichtiger)

| Land | USA | Frankreich | Deutschland | Italien | Spanien | Großbritannien | Australien | Japan | Südkorea | Global |
|---|-------|------------|-------------|---------|---------|----------------|------------|-------|----------|--------|
| Möglichkeiten zum Social Distancing | 77 % | 75 % | 67 % | 89 % | 87 % | 76 % | 78 % | 83 % | 79 % | 79 % |
| Verfügbarkeit der Gesundheitsversorgung | 71 % | 70 % | 72 % | 86 % | 84 % | 72 % | 75 % | 77 % | 76 % | 76 % |
| Hygiene | 79 % | 77 % | 79 % | 89 % | 89 % | 78 % | 81 % | 82 % | 78 % | 81 % |
| N = | 1.362 | 1.232 | 1.222 | 1.214 | 1.205 | 1.258 | 1.230 | 1.200 | 1.238 | 11.161 |

3 von 4 US-Reisenden gaben an, auf Reisen mehr Wert auf Social Distancing, Gesundheitsversorgung und Hygiene zu legen.

Das Reisen mit Haustieren bleibt eine Herausforderung

14 Prozent der Reisenden haben Probleme beim Fliegen mit ihren Haustieren (USA: 13 Prozent), was eine große Chance für Fluggesellschaften darstellt – besonders, wenn die Flugzeuge nicht voll ausgelastet sind.

Reist Du mit einem oder mehreren Haustieren?

| | USA | Weltweit |
|---|------|----------|
| Ich habe kein Haustier oder beabsichtige nicht, mit ihm/ihr zu reisen | 43 % | 51 % |
| Ich reise mit meinem Haustier, und das ist für mich kein Problem | 20 % | 17 % |
| Ich habe ein Haustier, aber das Reisen mit ihm/ihr im Auto ist nicht möglich oder stellt eine Herausforderung dar | 14 % | 11 % |
| Ich habe ein Haustier, aber das Fliegen mit ihm/ihr ist nicht möglich oder stellt eine Herausforderung dar | 13 % | 14 % |
| Ich habe ein Haustier, aber die Suche nach einer geeigneten Unterkunft ist nicht möglich oder stellt eine Herausforderung dar | 12 % | 12 % |
| Ich habe ein Haustier, aber das Reisen mit ihm/ihr im Zug ist nicht möglich oder stellt eine Herausforderung dar | 8 % | 9 % |

Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, Basis: Alle Befragten (n = 1362); weltweit (n = 11.161)



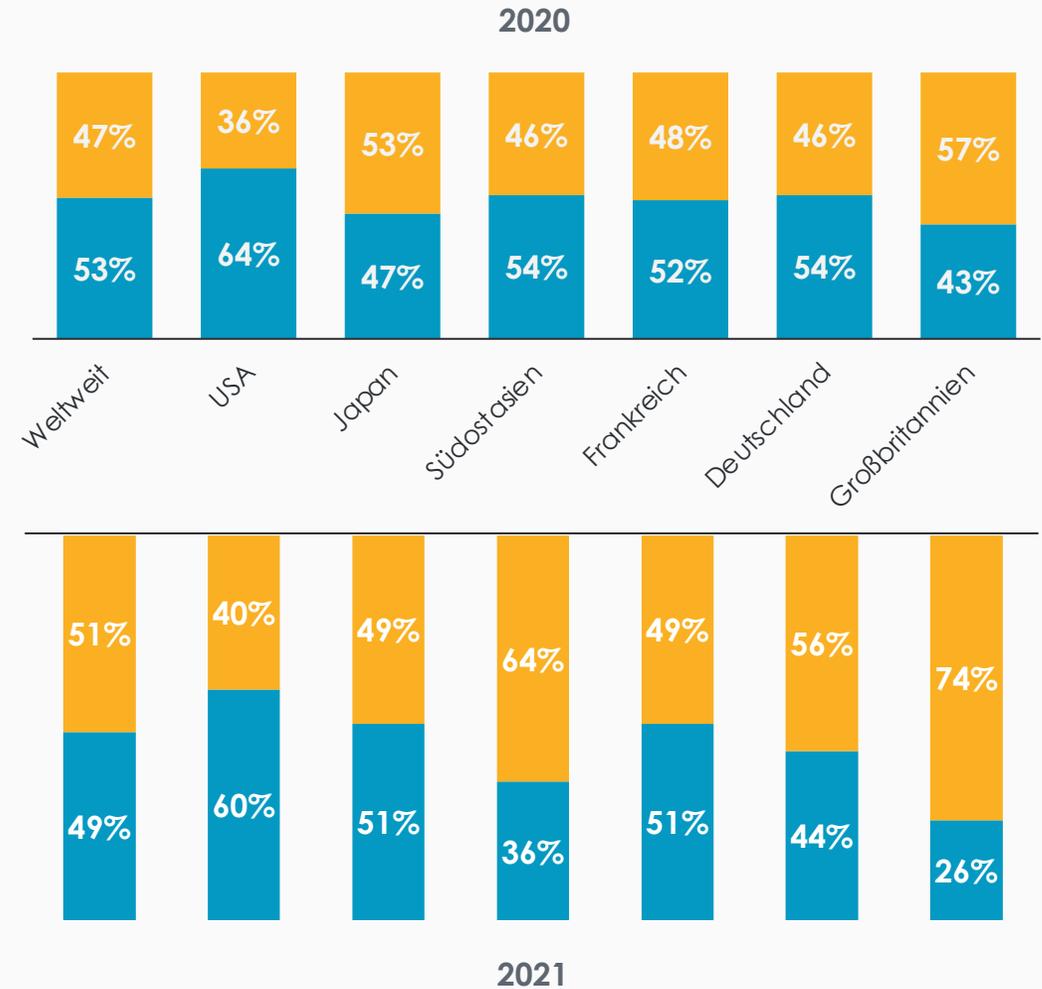
Mobile und App-Nutzung

Die Post-Corona-Welt ist Mobile-first

Selbst wenn mehr Menschen aufgrund der Corona-Beschränkungen im Homeoffice arbeiten, haben eifrige Reisende den Anteil der mobilen Web-Buchungen erhöht, und das Mobiltelefon hat den Desktop mit jetzt 51 Prozent der Transaktionen überholt.

■ Desktop
■ Mobile

Buchungen nach Endgerät



Quelle: Anteil der Buchungen nach Endgerät im Bereich Reisen/Touristik, ohne App, Q1 2021 vs. Q1 2020. SEA umfasst Indonesien, Singapur, Philippinen, Vietnam, Thailand, Malaysia

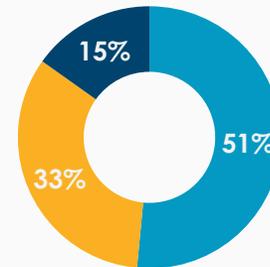
App-Nutzung nimmt weltweit weiter zu

Reiseanbieter mit einer Buchungs-App haben in allen Regionen ein Wachstum der App-Nutzung erlebt, insbesondere im APAC-Raum, wo Apps auch Anteile vom mobilen Web erobert haben.

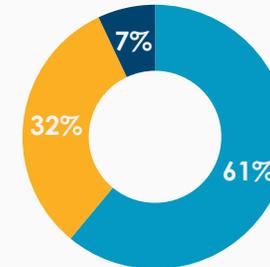
Trotz der weltweit geringeren Mobilität im Jahr 2020 ist der Desktop-Anteil im Vergleich zum Vorjahr um 10 Prozentpunkte gesunken.

Buchungen nach Website-Typ, Q1 2021 vs. 2020

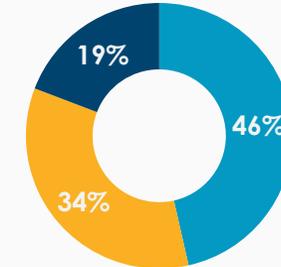
2020



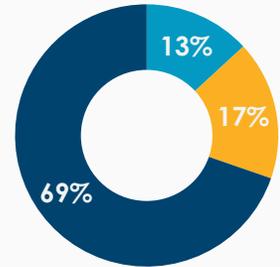
Weltweit



Nord-, Mittel- und Südamerika

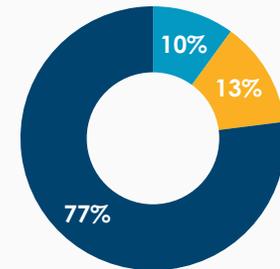
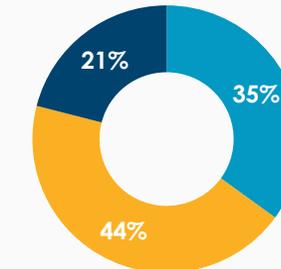
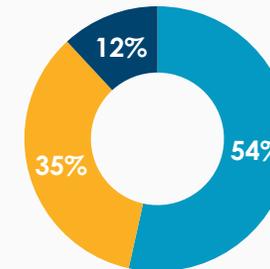
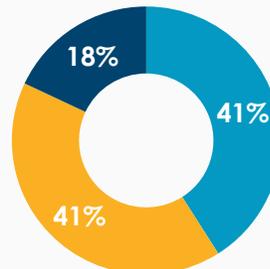


EMEA



APAC

2021

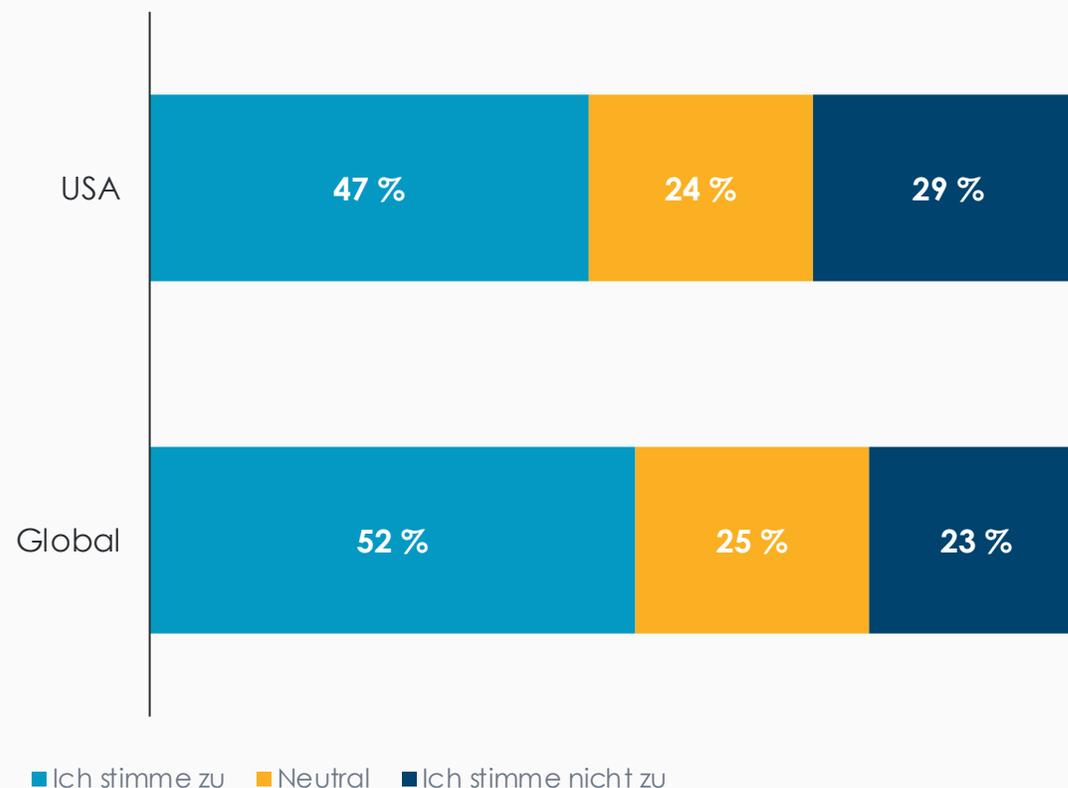


■ App ■ Desktop ■ Mobile

Die Hälfte der Nutzer von Reise-Apps teilt Informationen, um personalisierte Inhalte zu erhalten

In den USA sind eher die jüngeren Generationen bereit, Reise-Apps die Erlaubnis zum Sammeln von Informationen zu erteilen, um im Gegenzug personalisierten Content zu erhalten. (65 % der US-amerikanischen Generation Z und Millennials, 52 % der Gen X vs. 28 % der Boomer & Silent Generation).

„Ich willige ein, dass Reise-Apps meine Daten sammeln, um personalisierten Content zu erhalten“



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021 Basis: Alle Befragten in den USA, n=1362

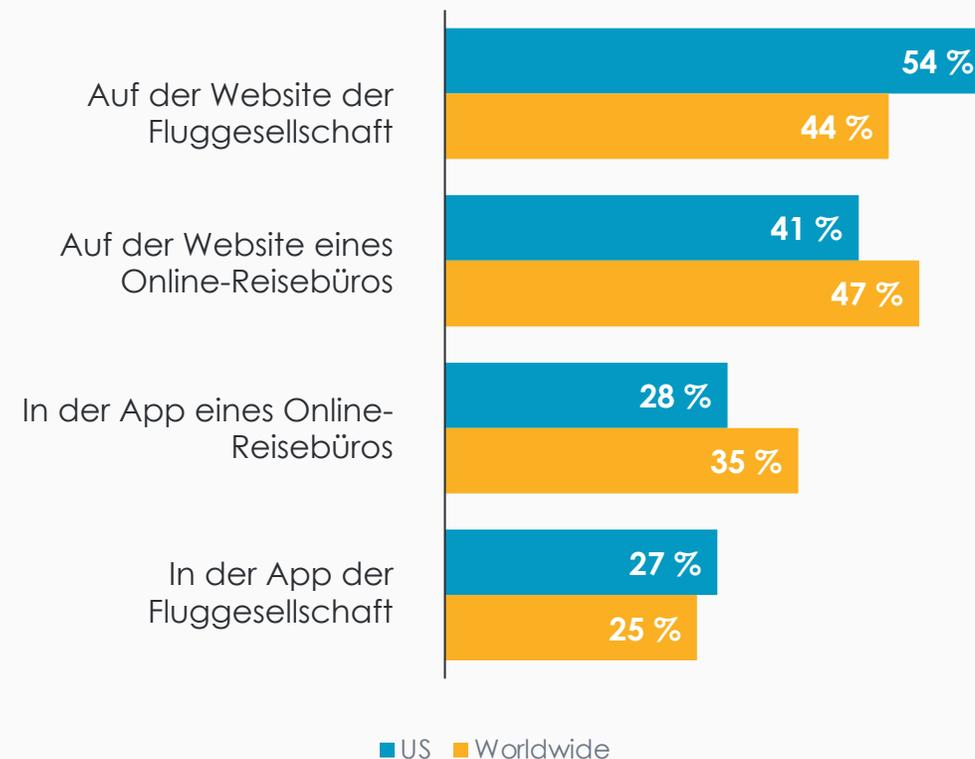
Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021 Basis: Alle Befragten weltweit, n=11161

Bei der Buchung von Flügen werden die Websites von Airlines und Online-Reiseagenturen (OTA) ungefähr gleich häufig genutzt

Weltweit buchen etwas mehr Personen auf einer OTA-Website als direkt auf der Website einer Airline.

Eine größere Mehrheit der US-amerikanischen Reisenden (54 Prozent) plant, Flüge direkt auf der Website einer Fluggesellschaft zu buchen.

Wie wirst Du in den nächsten 12 Monaten am ehesten Flüge für private Reisen buchen?



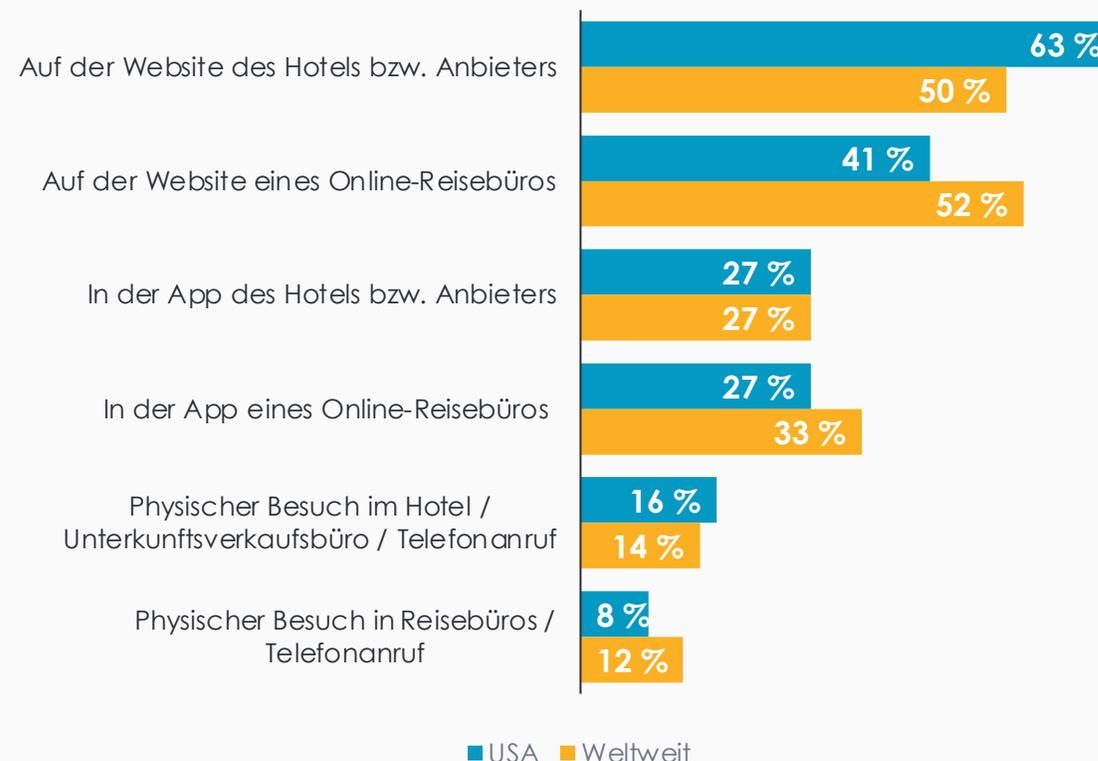
Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, n=584 / Weltweit n=5.274

Basis: Befragte, die planen, einen Flug für ihre nächste Reise zu buchen

Hotel-Websites und Online-Reiseagenturen (OTAs) werden ungefähr gleich häufig für die Buchung genutzt

Erneut bevorzugten US-Reisende die direkte Buchung auf der Hotel-/Unterkunfts-Website gegenüber der Nutzung einer Online-Reisebüro-Website: Ca. 60 Prozent der US-amerikanischen Reisenden planen, ihr nächstes Hotel direkt auf der Hotel-/Unterkunfts-Website zu buchen.

Wie wirst Du in den nächsten 12 Monaten am ehesten Hotels oder andere Unterkünfte für private Reisen buchen?



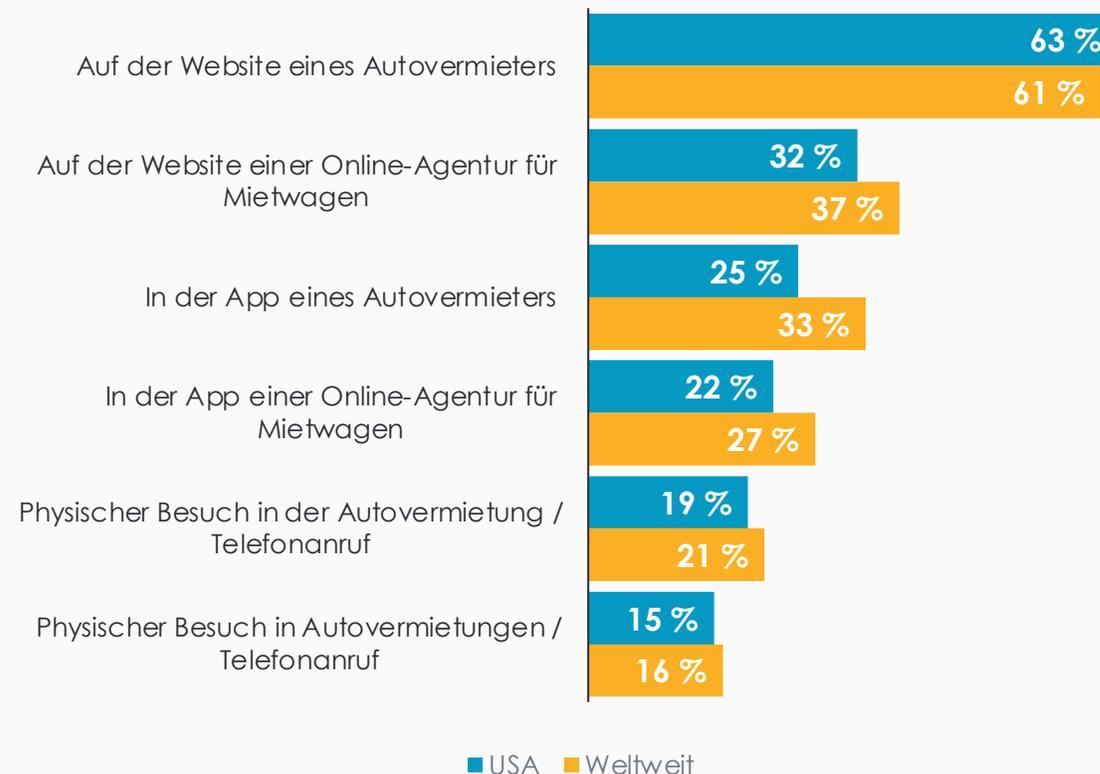
Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, n=769 / Weltweit n=6.730

Basis: Befragte, die planen, ein Hotel oder eine Unterkunft für ihre nächste Reise zu buchen

6 von 10 Reisenden weltweit mieten ein Auto direkt auf der Website der Autovermietung

Ältere Generationen planen meist, einen Mietwagen direkt auf der Website einer Autovermietung zu buchen. Jüngere Generationen würden entweder über die Website einer Autovermietung oder ein Online-Portal zur Autovermietung buchen.

Wie wirst Du in den nächsten 12 Monaten am ehesten Mietwagen für private Reisen buchen?



Quelle: Reiseumfrage, Q1 2021, USA, n=299 / Weltweit n=1939

Basis: Befragte, die planen, ein Mietwagen für ihre nächste Reise zu buchen



Empfehlungen

2021: Ready for Take-off

Navigieren auf der Startbahn zum Aufschwung



Unsere Daten und Umfrageergebnisse zeigen, dass ein Aufschwung in Sicht ist, mit dem allerdings ein Wandel in der Reisebranche einhergeht.



Das Verhalten der Reisenden hat sich geändert, was die Art und Weise betrifft, wie und warum sie eine Reise buchen, und was sie benötigen, um sich sicher und gut aufgehoben zu fühlen.



Im Folgenden erläutern wir, wie Reiseanbieter eine Erfahrung bieten können, die diese neuen Erwartungen erfüllt und so zu mehr Buchungen führt. Dazu gehören unter anderem:

- 4 Dinge, die zu einer Reservierung führen oder diese verhindern können
- Tipps für Werbekampagnen, die jetzt die Conversions ankurbeln und eure Pipeline für die wirtschaftliche Erholung im Herbst und Winter füllen



Vier Wege, die Buchungen anzukurbeln

Erkenntnisse aus unserer Reisendenbefragung

Ihr solltet erstattungsfähige Buchungen anbieten, um Reisenden die Angst vor Unsicherheiten bei Inlands- und Auslandsreisen zu nehmen.

Haltet weiterhin die Richtlinien zum Social Distancing ein und kommuniziert Hygienemaßnahmen. So beruhigt ihr die Reisenden.

Optimiert die Benutzerfreundlichkeit eurer mobilen Website und App, denn ein Großteil der Transaktionen findet heute auf mobilen Endgeräten statt.

Setzt verstärkt auf haustierfreundliche Botschaften, um diejenigen, die Schwierigkeiten haben, mit ihren Haustieren zu verreisen, zu motivieren, bei euch zu buchen.



Treibt die Buchungen während des Sommer-"Reisebooms" voran

Nutzt dazu Insights zu Lifestyle-Interessen, Inlandsreisen und Schlüsselmärkten



Mit einer geo-fokussierten Strategie für eure Werbekampagnen bietet ihr Reisenden in den nächsten 6–12 Monaten die von ihnen gesuchten heimatnahen Destinationen.



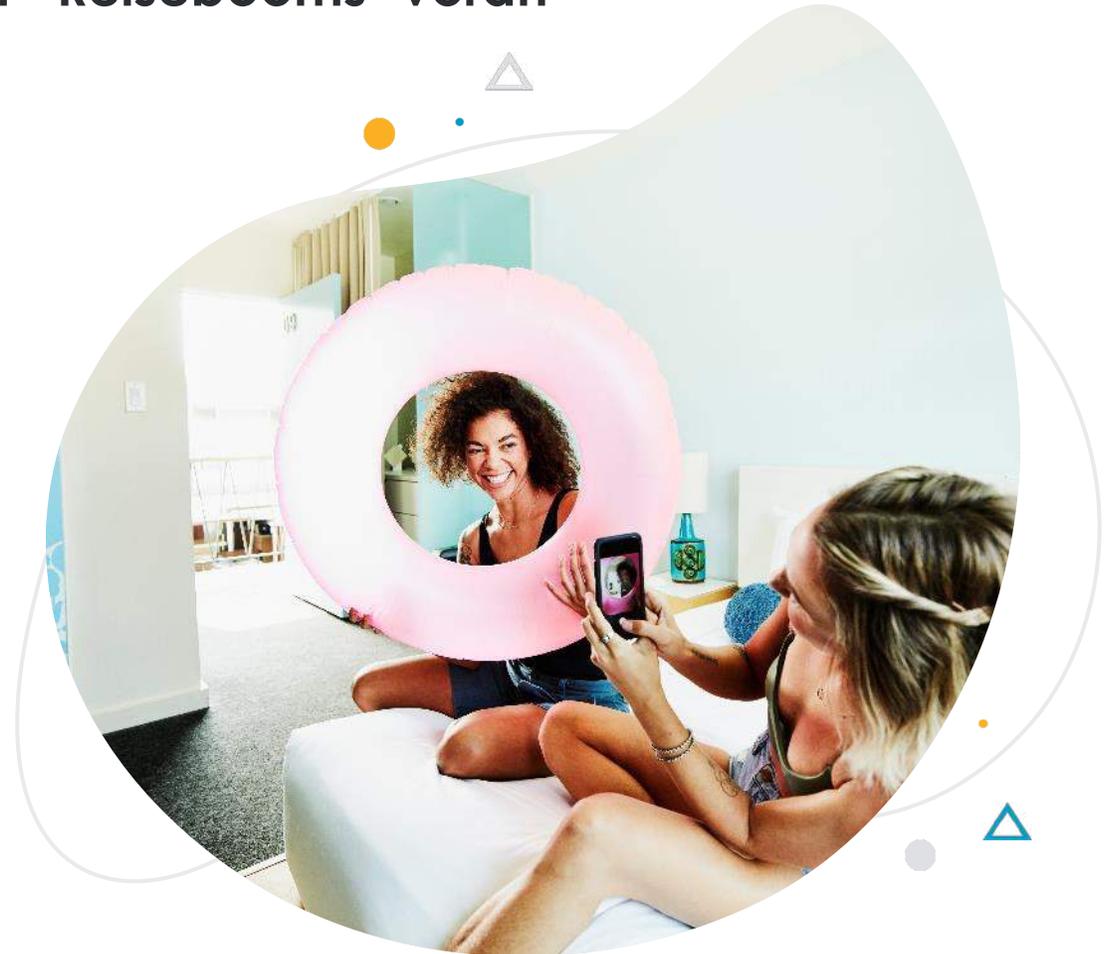
Legt eure Priorität auf Inlandsflüge, Autovermietung, Hotel- und Ferienvermietungsangebote.



Testet Werbebotschaften, die sich mit dem primären Ziel des Besuchs von Familie und Freunden befassen.



Holt euch das Opt-In! Bietet ein großartiges Werbeerlebnis und erläutert dann klar, welche Vorteile die Nutzer davon haben, ihre Informationen mit euch zu teilen. So erzielt ihr mehr Opt-Ins und könnt euren First-Party-Datenpool aufbauen.



Inspiziert potenzielle Reisende, die hungrig auf ein neues Abenteuer sind

Mit Relevanz-orientierten Cross-Channel-Strategien steigert ihr eure Bekanntheit und erreicht neue Kunden.

Ihr solltet jetzt damit beginnen, bei euren potenziellen Kunden die Vorfreude zu wecken und entsprechende Beziehungen aufzubauen, um die Renaissance des Reisens beim Übergang vom Sommer in den Herbst optimal nutzen zu können.

Verwendet ansprechende Display-Werbeformate, wie interaktive Ads oder Video-Stories, um euer Angebot zu präsentieren und wichtige Botschaften zu vermitteln:

- Erstattungsfähige Tickets, kostenlose Stornierungen
- Social Distancing und Hygienemaßnahmen
- Reiseangebote mit dem Schwerpunkt auf Social Distancing
- Haustierfreundliche Unterkünfte

Startet Connected TV- und Videokampagnen, um relevante Zielgruppen zu erreichen, während sie ihre Lieblingsinhalte streamen.

Sprecht relevante Zielgruppen wie die folgenden an, indem ihr nicht nur eure eigenen Daten, sondern auch unseren umfangreichen Commerce-Datenbestand verwendet:

- Familienurlauber
- Millennial-Reisende
- Reisende, die einen „Arbeits“-Urlaub buchen wollen
- Strandbesucher
- Umweltbewusste Reiselustige



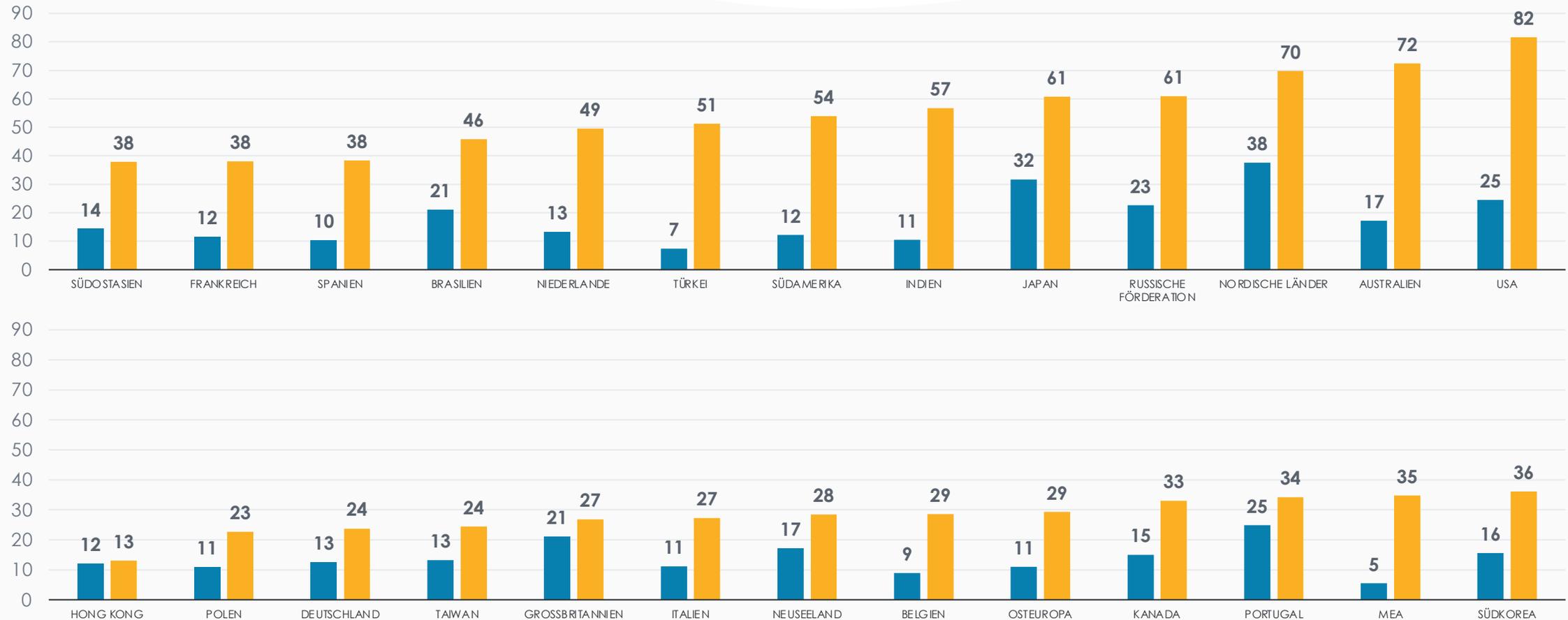


Anhang



Reisebuchungen nach Land, im Jahresvergleich

Indizierte Buchungen im Vergleich zu Dezember 2019*



*Quelle: Indizierte Buchungen nach Ursprungsland, Inlands- und Auslandsreisen kombiniert, alle Reisekategorien kombiniert, weltweit, während 4 Wochen in 2021 und 2020 (15. März – 11. April 2021 und 16. März- 12- April 2020). Im Vergleich zum Durchschnitt im Dezember 2019 (Basislinie vor der Pandemie). Dieselbe Gruppe von 815 Anbietern im Bereich Reisen/Touristik mit stabilem Sales-Tracking In diesem Zeitraum

METHODIK

Dieser Bericht kombiniert organische Daten von Reiseveranstaltern und Umfragedaten.

Organische Daten: 815 Anbieter im Bereich Reise/Touristik, die mit Criteo in über 20 Ländern zusammenarbeiten und für 1,6 Mrd. jährliche Buchungen verantwortlich sind (220 Mio. Buchungen in den USA).

Umfragedaten aus 9 Ländern und von 11.161 Befragten:

| Länder | Befragte |
|----------------|----------|
| Australien | 1.230 |
| Frankreich | 1.232 |
| Deutschland | 1.222 |
| Italien | 1.214 |
| Japan | 1.200 |
| Südkorea | 1.238 |
| Spanien | 1.205 |
| Großbritannien | 1.258 |
| USA | 1.362 |



Noch mehr Marketing-Insights erhaltet ihr bei Criteo.

Über Criteo

Criteo (NASDAQ: CRTO) bietet Marketern weltweit Technologien und Lösungen für vertrauenswürdigen und wirkungsvollen Advertising. 2.600 Criteo-Mitarbeiter arbeiten mit 20.000 Kunden und Tausenden von Publishern weltweit zusammen, um auf allen Kanälen effektive Werbung zu bieten – durch den Einsatz von modernstem Machine Learning und Zugang zu einem unübertroffenen Datenbestand.

Criteo bietet Unternehmen aller Größen die nötige Technologie, um ihre Kunden besser zu kennen und deren Wünsche zu erfüllen. Weitere Informationen findet ihr unter www.criteo.com/de.

