



Analyse von McKinsey und trivago: Corona verändert das Reiseverhalten der Deutschen

June 16, 2020

- Buchungsanfragen steigen in der ersten Juniwoche um 65% gegenüber Mai an
- Exklusive Auswertung von Daten des Hotel-Vergleichsportals trivago zeigt: Die Deutschen meiden in diesem Jahr Fernreisen
- Bye-bye Kurztrip: Urlaubsaufenthalte werden für längeren Zeitraum bevorzugt
- Lieber Alpen als Ballermann: Österreich hängt im Mai Spanien und Italien als Favorit für Auslandsreisen ab

DÜSSELDORF. Mitte Juni endet die internationale Reisewarnung für die meisten europäischen Länder – und die Deutschen sehnen sich wieder nach Urlaub. In der ersten Juniwoche sind die Such- und Buchungsanfragen nach Urlaubsreisen um 50% bzw. 65% im Vergleich zum Maidurchschnitt in die Höhe geschwollen. Ende März/Anfang April waren die Anfragen noch um 90% im Vergleich zum Vorjahr eingebrochen. Auffallend dabei: Die Deutschen verzichten aktuell vor allem auf Kurztrips, weniger auf ihren Haupturlaub. Das Interesse nach Reisen von mehr als 7 Tagen Dauer erholt sich deutlich schneller, Kurztrips werden im Vergleich zu 2019 aktuell seltener gesucht. In der ersten Juniwoche 2020 überstieg die Suche nach längeren Trips (7 bis 14 Tage) sogar das Vorjahresniveau um knapp 40%. Dies sind die Ergebnisse einer aktuellen und exklusiven Analyse der Unternehmensberatung McKinsey & Company auf Basis anonymisierter Reisesuchdaten des Hotel-Vergleichsportals trivago. Dabei wurden sowohl allgemeine Suchanfragen analysiert als auch Buchungsanfragen (Click-outs), also wenn der User auf eine Weiterleitung zu ausgewählten Angeboten klickt.

Die Suchdaten und Buchungsanfragen zeigen: Die Sorge vor Reisebeschränkungen und die Erreichbarkeit des Reiseziels spielen aktuell eine große Rolle bei der Reiseplanung. Öffentliche Ankündigungen zu Reisebeschränkungen haben direkte Auswirkungen auf das Suchverhalten. So sind Urlaubsziele in Deutschland und in den Nachbarländern momentan besonders gefragt. Im Mai lagen 70% der gesuchten Reiseziele in Deutschland, im Mai 2019 lag der Anteil nur bei 46%. In der ersten Juniwoche ist dieser Anteil auf 62% gesunken.

Planbarkeit und Angebote vor Ort beeinflussen Wahl des Reiseziels

„Wie erwartet, hat die Nachfrage nach Urlaub in der Natur oder reizvoller Landschaft deutlich zugenommen, während das Interesse an Städtetrips eingebrochen ist. Dieser Trend wird wahrscheinlich noch längere Zeit auch nach Corona anhalten“, sagt Axel Hefer, CEO von trivago.

Ein eigens programmiertes Dashboard von McKinsey und trivago ermöglicht eine Interpretation der Daten, mit der sich Trends im Reiseverhalten abschätzen und Erfolgsfaktoren für Reiseanbieter ermitteln lassen. „Reisende denken momentan anhand ganz anderer Kriterien über die Wahl ihres Reiseziels nach als in der Zeit vor der Corona-Pandemie“, sagt Jürgen Schröder, Seniorpartner bei McKinsey & Company. „Dabei spielen sowohl pragmatische Faktoren eine Rolle, wie die Erreichbarkeit einer Region, als auch das mögliche Erlebnis vor Ort. Zum Beispiel: Was kann ich vor Ort aktuell unternehmen und wie läuft das ab?“

Axel Hefer, CEO trivago: „Interessanterweise hat sich auch die Dauer der nachgefragten Urlaubsreisen verlängert. Die Reisenden scheinen sich bei der Anreise im eigenen Auto noch deutlich wohler zu fühlen, daher überrascht es nicht, dass sich kürzere Trips dann weniger lohnen“.

Deutsche Küstenregion ist neue Lieblingsdestination der Deutschen

Insgesamt sind die deutschen Baderegionen an Nord- und Ostsee aktuell die Gewinner der Krise: Mecklenburg-Vorpommern verzeichnet in der Krise (April bis Juni) mit 14% aller Suchen doppelt so viel Interesse wie vor der Krise (7%). Das Interesse an Schleswig-Holstein hat sich von 6% auf 11% ebenfalls fast verdoppelt. Jürgen Schröder: „Niedrigen Fallzahlen und die gute Erreichbarkeit mit dem eigenen Auto spielen dabei eine wichtige Rolle. Zudem möchten Reisende auf ihren gewohnten Urlaub nicht verzichten. Daher ist die deutsche Küstenregion eine gute Alternative etwa zum Urlaub am Mittelmeer.“ Die Nachfrage nach den Top-Städtetrips (Berlin, Hamburg, München) ist während der Krise im Vergleich zu vorher um rund 40% gesunken.

Auch die Nachfrage nach Ferienwohnungen ist seit der Krise um über 65% gestiegen. „Der Urlaub in der eigenen Ferienwohnung ist weniger von Einschränkungen betroffen als beispielsweise eine Hotelanlage. Das ähnelt dem Urlaubsgefühl vor Corona am ehesten“, sagt trivago-Chef Axel Hefer.

Vor allem Auslandsreisen werden auf das Jahresende verschoben

Die Daten lassen erkennen, dass es immer noch eine große Rolle spielt, wie gefragt eine Destination schon vor Corona war. So bleiben die Deutschen ihren traditionell häufigsten Auslandsreisezielen treu: Österreich, Spanien, Italien, USA und Niederlande. Mit insgesamt 14% aller Buchungsanfragen für Auslandsreisen hat Österreich zwischen April und Juni seinen Anteil im Vergleich zum Vorjahreswert 2019 verdoppelt (7%). Vorkrisen-Spitzenreiter Spanien wurde damit überholt. Insgesamt zeigt sich, dass weiterhin gerne nach Fernzielen gesucht wird, aber der Schritt zur konkreten Buchungsanfrage eher für angrenzende Länder erfolgt.

Gleichzeitig verschieben viele Deutsche ihre Reisepläne auf später im Jahr. Inlandsreisen werden zwar, wie im Vorjahr, überwiegend in den Sommermonaten geplant. Die Datenanalyse zeigt jedoch einen deutlichen Trend, dass internationale Reisen auf später im Jahr und Anfang 2021 verschoben werden.

Reisebranche muss schnell auf veränderte Kundenerwartungen reagieren

Die verschiedenen Akteure der Reisebranche, sowohl Tourismusverbände als auch Veranstalter und Hotels, stehen McKinsey-Berater Schröder zufolge vor ganz neuen Herausforderungen: „Sie müssen sicherstellen, dass die Nachfrage und Erwartung an eine Destination aktuell mit den Möglichkeiten und der Realität vor Ort zusammenpassen. Ist dies nicht der Fall, müssen Maßnahmen getroffen werden, um den Reisenden ein gutes Urlaubserlebnis zu ermöglichen. Hotels müssen sich beispielsweise fragen, wann Kapazitäten hoch- oder heruntergefahren werden sollten.“ Axel Hefer ergänzt: „Tourismusagenturen müssen eine Abwägung zwischen Öffnung von Attraktionen und Gefahr eines neuen COVID-Ausbruchs treffen. Fragen und Antworten ändern sich aktuell täglich, sodass man mit viel Flexibilität arbeiten muss.“

Die Analyse der Suchanfragen liefert einen Überblick über die Faktoren, die den reisewilligen Deutschen aktuell am wichtigsten sind:

- Reiserestriktionen: Welchen Destinationen dürfen aktuell bereist werden?
- Erreichbarkeit: Welche Reiseziele können aktuell auf sichere Art und Weise erreicht werden, z.B. Erreichbarkeit mit dem Auto, alternative Transportmittelverfügbarkeit und entsprechende Einschränkungen wie Maskenpflicht an Flugzeugen etc.
- Reisesentiment: In welchen Regionen lässt sich mit einem guten Gefühl Urlaub machen gegeben der aktuellen Sicherheitslage, z.B. Anzahl COVID-19 Erkrankten, das Gesundheitssystem vor Ort, etc.
- Attraktivität: Wie attraktiv ist die Destination gegeben der aktuellen Einschränkungen z.B. Öffnungszeiten von Kernattraktionen am Urlaubsort, Restaurantöffnungszeiten, Verfügbarkeit von Übernachtungsmöglichkeiten, etc.

About trivago

trivago is a leading global hotel search platform focused on reshaping the way travelers search for and compare hotels and alternative accommodations. Incorporated in 2005 in Düsseldorf, Germany, the platform allows travelers to make informed decisions by personalizing their hotel search and providing them access to a deep supply of hotel information and prices. trivago enables its advertisers to grow their businesses by providing access to a broad audience of travelers via its websites and apps. As of March 31, 2020, trivago has established 54 localized platforms connected to over 4.5 million hotels and alternative accommodations, in over 190 countries.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Stephanie Lowenthal

E-Mail: stephanie.lowenthal@trivago.com

