

DER MODERNE WELTREISENDE



Reisende sind oft von der riesigen Auswahl überwältigt und unsicher, ob sie auch wirklich das Angebot mit dem besten Preis ausgewählt haben.¹

Live-Events wie Musikfestivals und Sportturniere spielen eine immer größere Rolle bei Reiseentscheidungen. Der weltweite Markt für Veranstaltungen wird bis 2030 voraussichtlich ein Volumen von 2 Billionen USD erreichen.²

Im Durchschnitt verbringen Reisende fast achtzehn Stunden mit der Reiseplanung: Recherche zu Kultur und Geschichte des Reiseziels, Preisvergleich für Unterkünfte, Flüge, Restaurants und Mietwagen sowie schließlich die Buchung.³

39 % der Millennials und der Generation Z suchen mit Smartphone oder Tablet nach den besten Preisen, buchen ihre Reisen aber bevorzugt mit einem Desktopcomputer.⁴

Mehr als 60 % der Reisenden weltweit sind bereit, KI-gestützte Lösungen für die Reiseplanung zu nutzen, was einen bedeutenden Schritt in Richtung künstlicher Intelligenz im Reisesektor darstellt.⁶

52 % der befragten Reisenden buchen ihre Flüge drei bis sechs Monate vor Reiseantritt, 14 % sogar mehr als sechs Monate.⁵

Reisende legen zunehmend Wert auf Personalisierung. Der weltweite Markt für maßgeschneiderte Reisen wird bis 2034 dank der starken Nachfrage nach individuellen Erlebnissen voraussichtlich ein Volumen von fast 263 Milliarden USD erreichen.⁷

Reisenden der Generation Z geht es nicht mehr nur um digitale Verbindungen. Sie bevorzugen Reiseerlebnisse, die zu persönlichen Interaktionen und neuen Freundschaften führen. Zudem gewinnen Mehrgenerationenreisen an Beliebtheit.⁹

Reisenden der Generation Z geht es nicht mehr nur um digitale Verbindungen. Sie bevorzugen Reiseerlebnisse, die zu persönlichen Interaktionen und neuen Freundschaften führen. Zudem gewinnen Mehrgenerationenreisen an Beliebtheit.⁹

Über ein Viertel der europäischen Reisenden gab an, überfüllte Reiseziele meiden zu wollen. Wachstum wird beim nachhaltigen Reisen erwartet.¹⁰

WAS BEDEUTET DAS FÜR REISEUNTERNEHMEN?

Clevere Reiseanbieter werden folgende Maßnahmen ergreifen:

OPTIMIEREN

digitaler und mobiler Erlebnisse

PERSONALISIEREN

des Contents, zielgerichtete Kampagnen erstellen

PRIORISIEREN

von Übersetzung und Lokalisierung, von Anfang an

NUTZEN

KI-gestützter Tools für bessere Kundeneinbindung und Contentbereitstellung

