

Verändertes Reiseverhalten der Deutschen



Geschäftsreisen werden in Deutschland auch nach dem Ende der Corona-Pandemie seltener durchgeführt werden / Motivbild: Rainer Sturm/pixelio.de

Geschäftsreisen werden in Deutschland auch nach dem Ende der Corona-Pandemie seltener durchgeführt werden. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Befragung des Meinungsforschungsinstituts YouGov im Auftrag der Numa Group, dem Treiber der neuen Assetklasse Commercial Living. Nur zehn Prozent der Befragten befanden sich während der Pandemie auf Geschäftsreise. 82 Prozent reisen hingegen nie geschäftlich oder haben dies während der Pandemie nicht getan. Derweil ändern 55 Prozent der Umfrageteilnehmenden ihr geschäftliches Reiseverhalten auch nach der Pandemie nicht. Lediglich fünf Prozent gaben an, nach der Pandemie wieder erheblich öfter verreisen zu wollen.

Christian Gaiser, CEO der Numa Group, erklärt zu den Ergebnissen der Umfrage: ?Die Antworten der Befragten decken sich weitestgehend mit unserer Markteinschätzung. Der Geschäftstourismus wird auch mittelfristig noch unter dem Vorkrisenniveau verbleiben. Insbesondere die neue hybride Arbeitskultur ? mehr Videocalls anstelle von persönlichen Meetings ? in vielen Unternehmen verlangsamt die Erholung in diesem Bereich. Darüber hinaus verändert sich auch die Art von Geschäftsreisen. Viele Hotels sind noch nicht ausreichend auf die Anforderungen von Remote Work vorbereitet. Sie müssen sich zeitgleich auf weniger Reisende und eine längere durchschnittliche Aufenthaltsdauer einstellen. Bei Numa haben wir unser Geschäftsmodell schon frühzeitig von Kurzaufenthalten auf mittelfristige Aufenthalte umgestellt.?

Deutsche und europäische Ziele bevorzugt

Im Rahmen der Umfrage wurden die Teilnehmenden auch zu ihren privaten Urlaubsplänen

befragt. 34 Prozent der Befragten planen, ihren nächsten Urlaub im eigenen Land zu verbringen, weitere 23 Prozent wollen innerhalb Europas verreisen. Nur acht Prozent sind auf der Suche nach einem Urlaubsort außerhalb Europas. 27 Prozent aller Befragten planen hingegen gar keinen Urlaub. Das Budget für den nächsten Urlaub fällt derweil bei der Mehrheit der Befragten moderat aus: 58 Prozent von ihnen würden hierfür bis zu 2.000 Euro ausgeben, 13 Prozent bis zu 5.000 Euro. Nur drei Prozent der Teilnehmer können sich vorstellen, mehr als 5.000 Euro für ihren Urlaub auszugeben.

„Viele Reisende bevorzugen auch weiterhin die Anreise mit dem eigenen Pkw, weswegen Fernreisen an Bedeutung verlieren. In Städten mit einem Fokus auf Ferienreisen und vielen Besuchern aus der Europäischen Union wird sich der Tourismus vergleichsweise schnell erholen können?“, erklärt Gaiser hierzu.

Sowohl Geschäftsreisende als auch Urlauber wurden zudem nach ihren Präferenzen bei der Art der Unterkunft befragt. 37 Prozent der Umfrageteilnehmer können sich ihren nächsten Urlaub am ehesten in einem Serviced-Apartment vorstellen. Ein solches voll möbliertes Apartment ist für verschiedene Zeiträume buchbar und mit alltäglichen Utensilien komplett ausgestattet. Durch das digitale Check-in rund um die Uhr entfällt eine Rezeption. 32 Prozent würden hingegen ein klassisches Boutique-Hotel mit Check-in an der Rezeption bevorzugen. 31 Prozent der Befragten wollten sich auf keine der beiden Varianten festlegen. Bei kurzen Geschäftsreisen wiederum hält sich die Nachfrage nach Serviced-Apartments (23 Prozent) und Boutique-Hotels (22 Prozent) bei den Befragten in etwa die Waage. Ganze 47 Prozent der Befragten verreisen grundsätzlich beruflich nicht.

Serviced-Apartments als wachsendes Marktsegment

Wer sich im Rahmen einer Urlaubs- oder Geschäftsreise für ein Serviced-Apartment entscheidet, hat der Umfrage zufolge klare Prioritäten in Bezug auf Ausstattung, Lage und Komfort. Für 40 Prozent der Befragten ist eine zentrale Lage entscheidend. Weitere 40 Prozent legen Wert auf ein ansprechendes Design. 37 Prozent halten es für wichtig, dass im Apartment eine voll ausgestattete Küche vorhanden ist. Eine gute Verkehrsanbindung wiederum halten 36 Prozent der Umfrageteilnehmer für wichtig. Auch das Vorhandensein von schnellem WLAN zum mobilen Arbeiten halten 27 Prozent von ihnen für wesentlich. Immerhin 22 Prozent wünschen sich explizit, rund um die Uhr digital ein- und auschecken zu können. Gemeinschafts- und Wellnessbereiche, wie sie in vielen Hotels üblich sind, empfinden lediglich zehn Prozent der Befragten als wichtig.

Für Gaiser bilden die Ergebnisse die aktuelle Nachfragesituation ab: „Bei kurzen und mittelfristigen Aufenthalten haben Serviced-Apartments zweifellos an Bedeutung gewonnen und werden als ernsthafte Alternative zum klassischen Hotel gesehen. Innerhalb dieses wachsenden Marktsegments richten wir uns mit unserem Angebot insbesondere auch an Urlauber. Der Wunsch von mehr als einem Fünftel der Befragten nach digitaler Unabhängigkeit ohne physisches Check-in zeigt die Wachstumsperspektive für unser Geschäftsmodell auf.“

Umfrage

Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage von YouGov Deutschland, an der 2.079 Personen zwischen dem 10. August 2021 und 12. August 2021 teilnahmen. Die

Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.