



# Digitaler Tourismus 2022: So smart reisen die Deutschen

**Dr. Bernhard Rohleder**  
Hauptgeschäftsführer Bitkom e. V.

Berlin, 5. Juli 2022

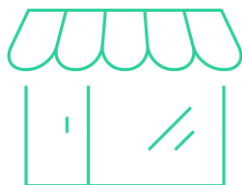
# 7 von 10 informieren sich bei der Reiseplanung im Netz

Wo informieren Sie sich in der Regel, wenn Sie eine Reise planen?



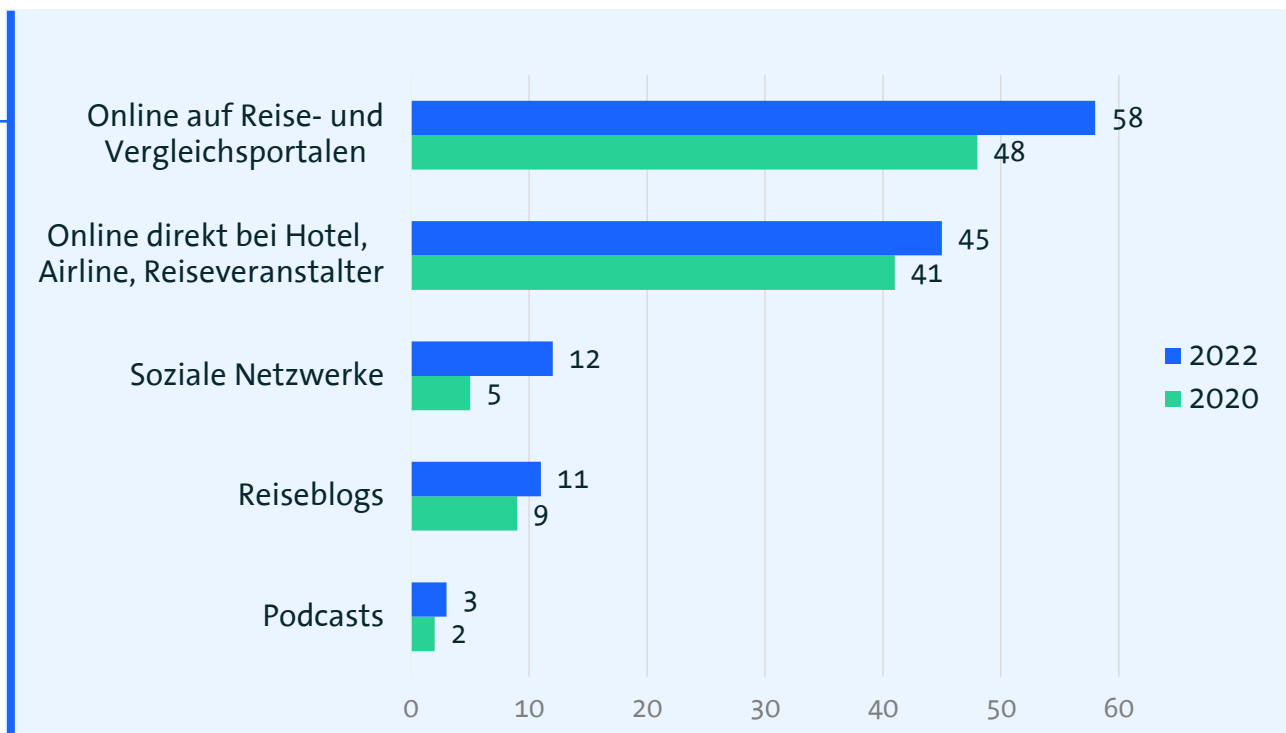
**70 %**  
(2020: 68 %)

Online



**34 %**  
(2020: 41 %)

Reisebüro



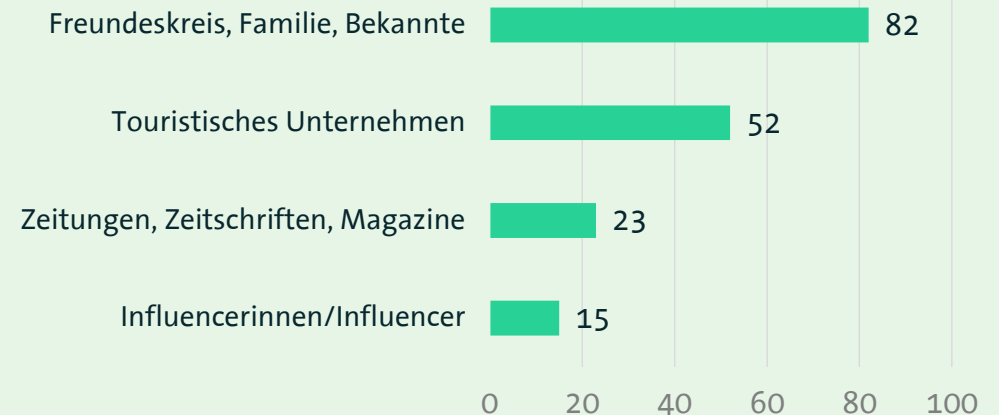
# Über die Hälfte holt sich Urlaubsinspiration auf Social Media

Haben Sie in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Instagram schon einmal eine Idee zu einer Urlaubsreise bekommen?



## Woher genau kamen die Anregungen?

Aus Social-Media-Inhalten von...

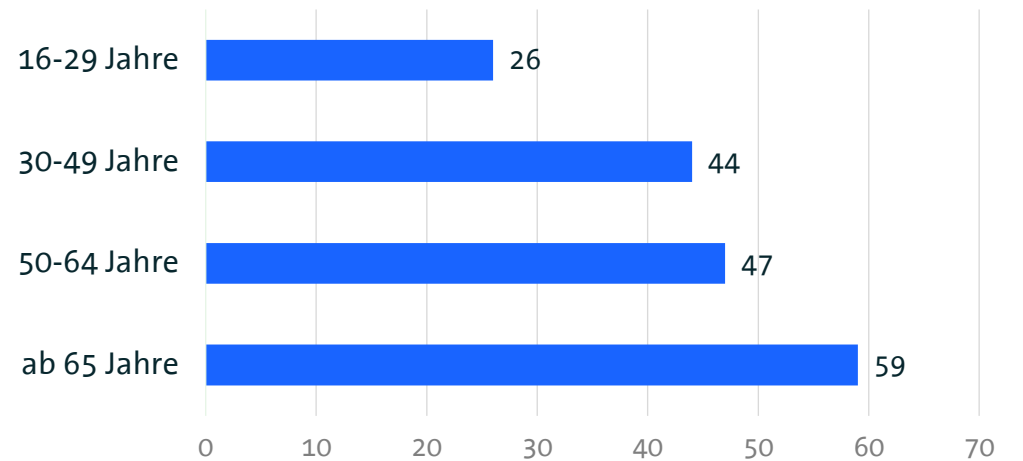
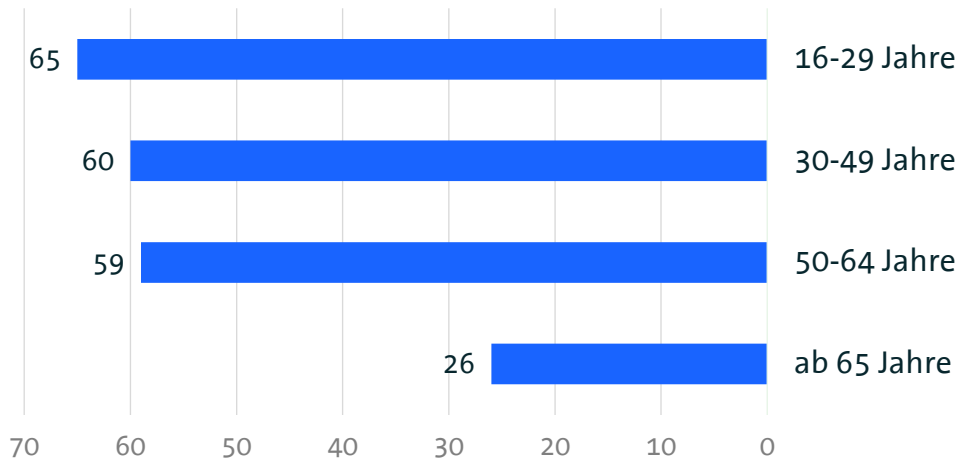


# Die Mehrheit bucht Reisen lieber auf Online-Plattformen

Wo buchen Sie bevorzugt Urlaubsleistungen wie Unterkunft, Flug oder andere Transportmittel?

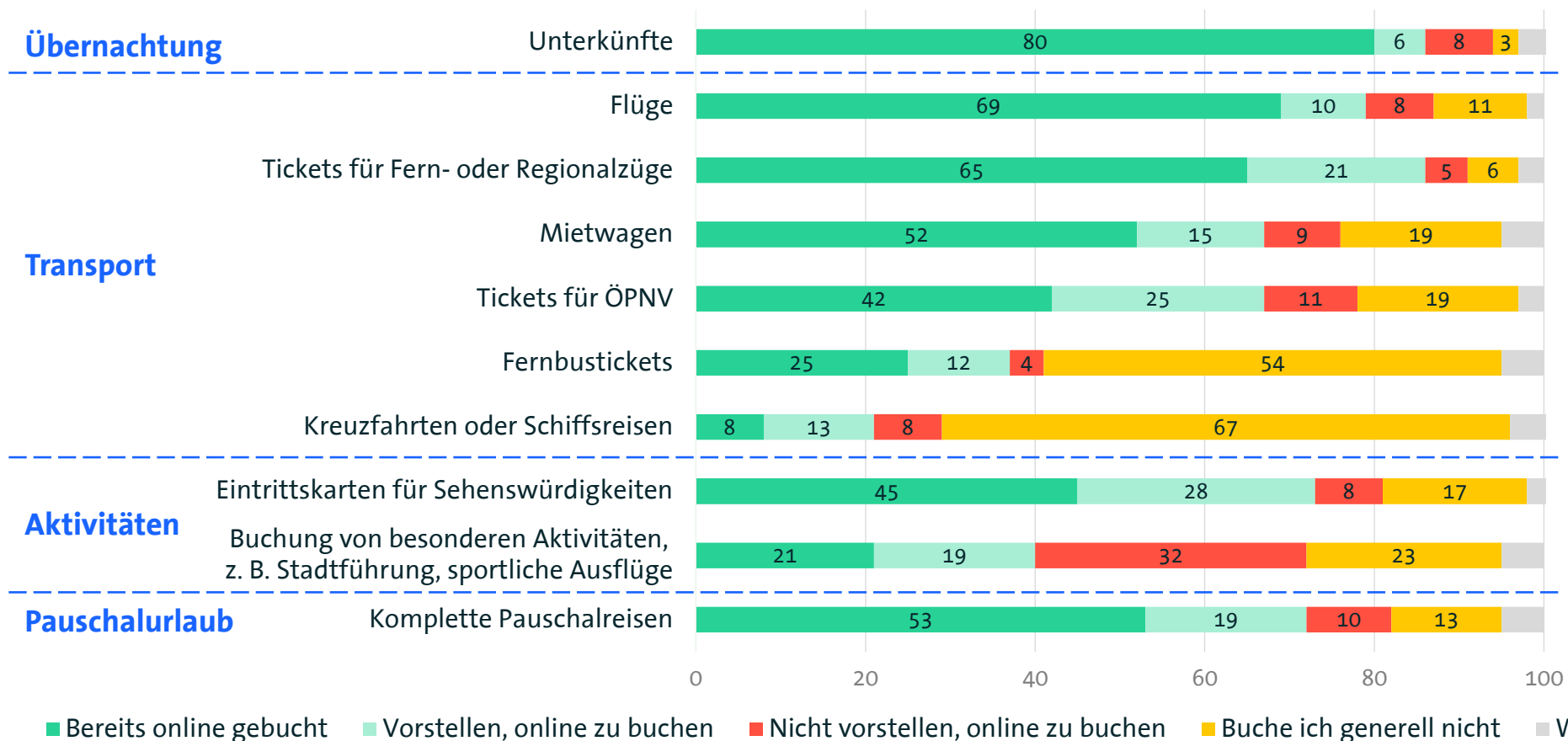
**53 %**  
Online-Plattform 

**45 %**  
Reisebüro bzw. Reiseveranstalter 



# 87 Prozent buchen Urlaubsleistungen im Netz

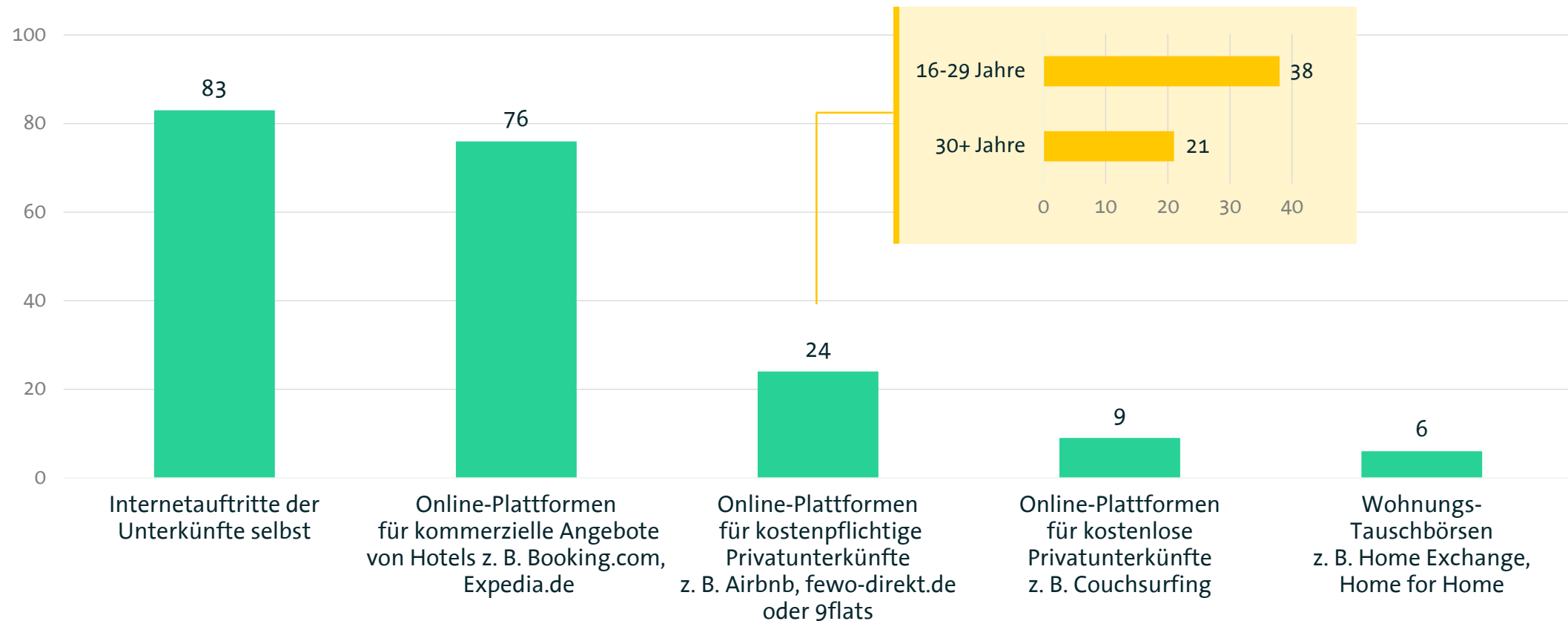
Welche der folgenden Leistungen haben Sie im Zuge einer Urlaubsreise schon einmal online gebucht oder gekauft?



**87 %**  
haben mind. eine  
Urlaubsleistung im  
Internet gebucht.

# Vor allem Jüngere buchen Privatunterkünfte

Welche der folgenden Internet-Plattformen nutzen Sie, wenn Sie eine Unterkunft buchen?



# Hohe Skepsis bei Online-Bewertungen von Unterkünften

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu bzw. nicht zu?

67 %

Vor der Buchung einer Urlaubsunterkunft lese ich in der Regel die **Online-Bewertungen anderer Reisender**.

73 %

Ich lese Online-Bewertungen mit Vorsicht, weil viele **gefälscht sein können**.

40 %

Ich weiß nicht, wie ich **echte und gefälschte Bewertungen voneinander unterscheiden** kann.

## Skepsis bei Online-Bewertungen entsteht bei ...

82 % ... **besonders vielen negativen** Bewertungen.

61 % ... **auffällig vielen sehr positiven** Bewertungen.

41 % ... **besonders wenigen** Bewertungen.

# Online-Buchung ist flexibler und besser vergleichbar

Was sind Ihrer Meinung nach die größten Vorteile dabei, Urlaubsangebote im Internet zu buchen?



**86 %**

Keine Öffnungszeiten



**84 %**

Bessere Vergleichbarkeit



**60 %**

Größeres Angebot



**58 %**

Zeitersparnis



**33 %**

Bewertungen verfügbar



**31 %**

Günstigerer Preis



**23 %**

Kostenlose Stornierung



**21 %**

Spontanere Buchung



**18 %**

Einfachere Stornierung



# Online wird persönlicher Kontakt und Service vermisst

Was sind Ihrer Meinung nach die größten Hemmnisse dabei, Urlaubsangebote im Internet zu buchen?

58 %

Mir fehlt der persönliche Kontakt.

47 %

Ich möchte mich nicht selbst kümmern müssen.

30 %

Die Online-Buchung ist mir zu kompliziert.

29 %

Ich habe Sorge, bei Problemen keinen Ansprechpartner zu haben.

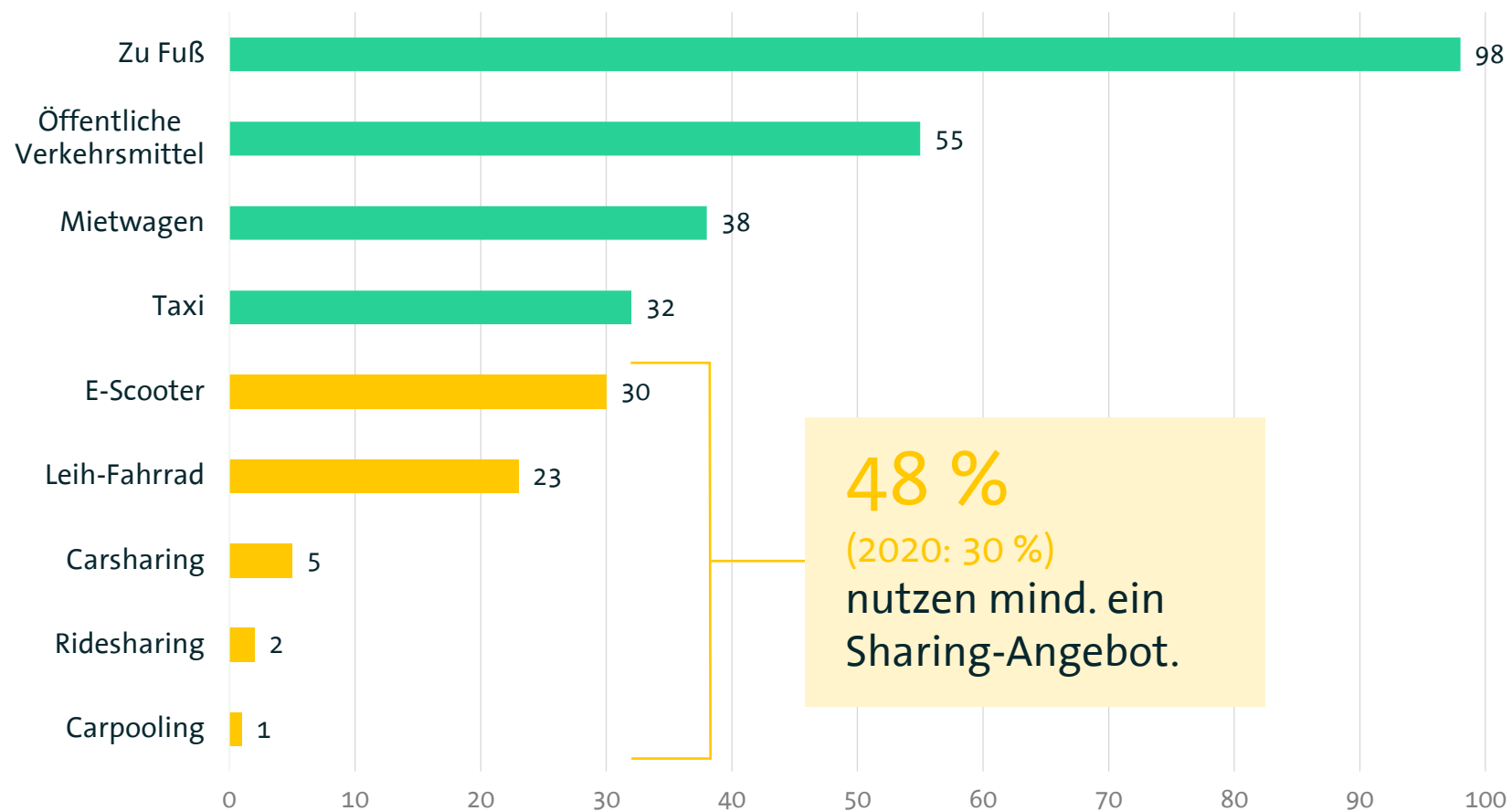
28 %

Ich habe Sorge, dass persönliche Daten in falsche Hände geraten.



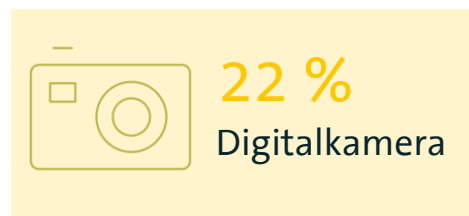
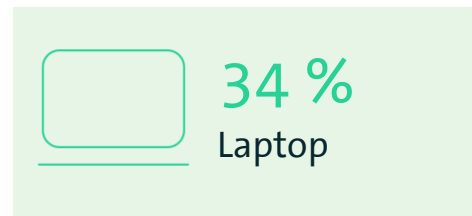
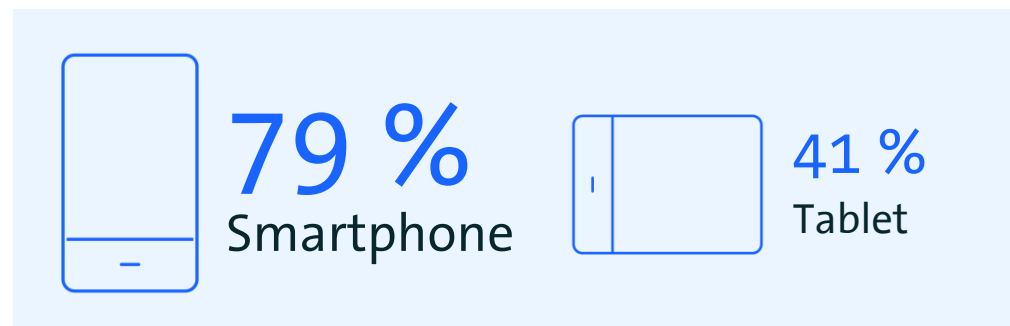
# Die Hälfte setzt im Urlaub auf Shared Mobility

Wie bewegen Sie sich in der Regel vor Ort fort?

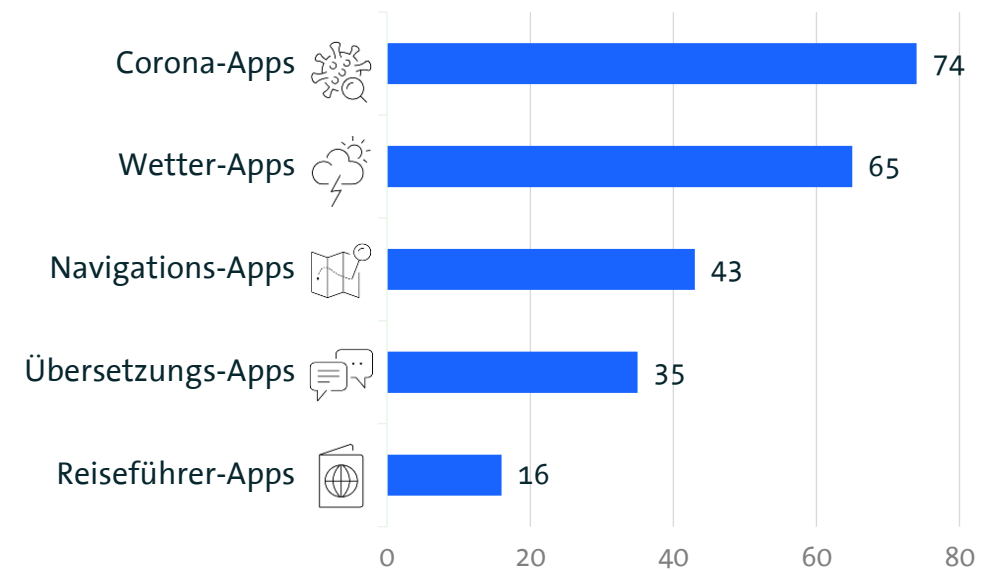


# Corona, Wetter, Standort: 8 von 10 haben ihr Smartphone dabei

Welche der folgenden Geräte verwenden Sie zumindest hin und wieder auch auf Urlaubsreisen?

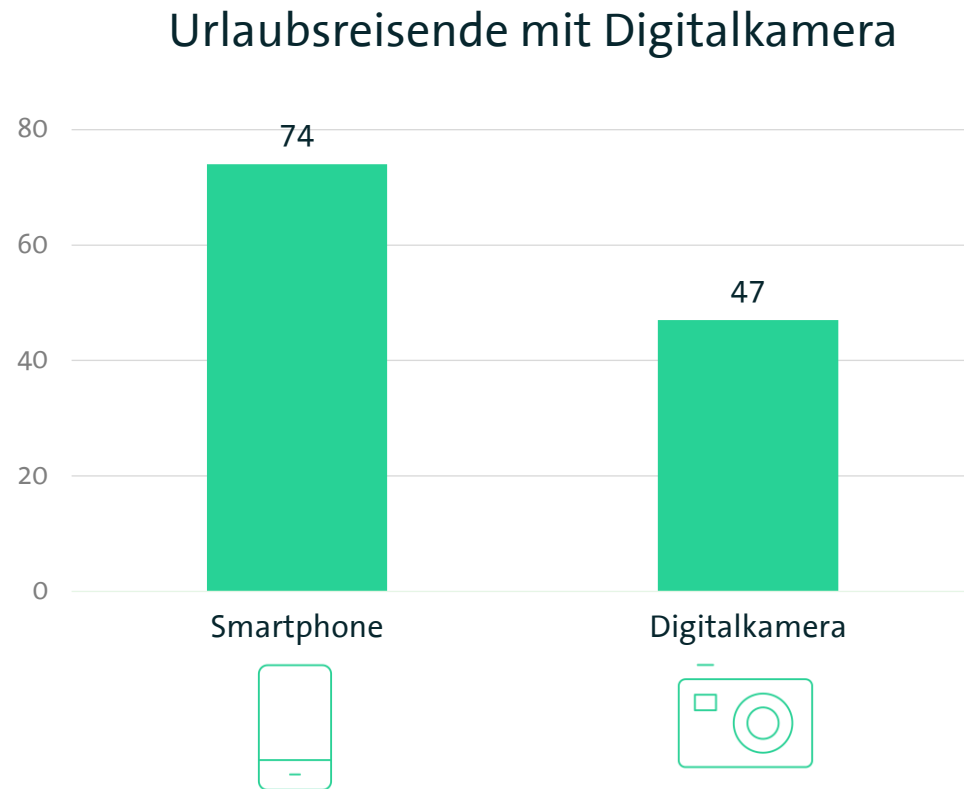


Welche der folgenden Apps nutzen Sie zumindest hin und wieder auf Ihren Urlaubsreisen?



# Trotz Digitalkamera fotografieren viele mit dem Smartphone

Welches Gerät nutzen Sie häufig, um auf Urlaubsreisen Fotos zu machen?



Welche Möglichkeiten nutzen Sie im Zusammenhang mit Ihren Urlaubsfotos?

64 %

Ich **teile** meine Fotos **über Messenger-Dienste** wie z. B. WhatsApp oder Snapchat.

56 %

Ich **teile** meine Fotos **über soziale Netzwerke** wie z. B. Facebook, Instagram oder Twitter.

14 %

Ich nutze eine **Foto-App** auf dem Smartphone oder Tablet, um die Fotos **direkt zu bearbeiten**.

# 6 von 10 machen für Social-Media-Fotos Umwege

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu bzw. nicht zu?



84 %

Ich **freue mich**, durch Urlaubsbilder vom Freundeskreis, Familie oder Bekannten **in sozialen Netzwerken an deren Urlaub teilhaben** zu können.



60 %

Ich habe schon einmal im Urlaub **extra ein Ausflugsziel gewählt**, nur um dort ein besonderes Foto zu schießen und es **in sozialen Medien zu teilen**.



28 %

Mich **nerven Urlaubsbilder** aus dem Freundeskreis, von der Familie oder Bekannten **in den sozialen Medien**.

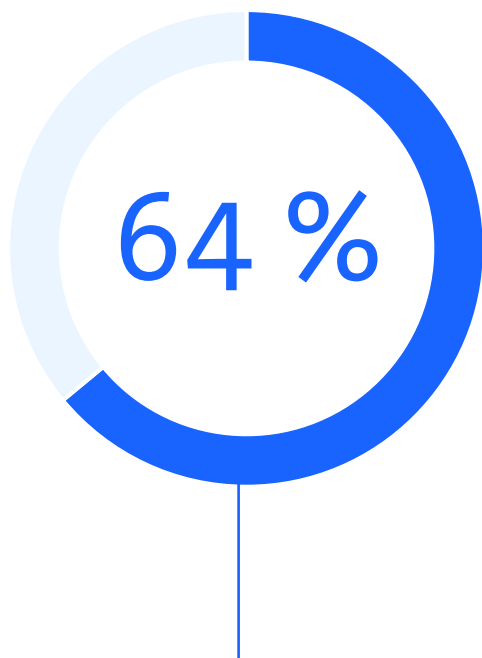


17 %

Wenn ich ein **besonderes Foto** zum Teilen in sozialen Netzwerken machen kann, **ignoriere** ich auch **Absperrungen und Verbotsschilder**.

# Digitale Technologien machen das Reisen nachhaltiger

Inwieweit treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu bzw. nicht zu?



**Digitale Technologien** können helfen, das **Reisen nachhaltiger** zu machen.

44 %

Ich bin **bereit**, einen **Aufpreis in Kauf zu nehmen**, um nachhaltiger und klimaschonender zu reisen.

16 %

Ich **schäme** mich dafür, mit dem **Flugzeug** zu reisen.

36 %

Ich bin **bereit**, auf **Komfort zu verzichten**, um nachhaltiger und klimaschonender zu reisen.

9 %

Ich **kompensiere den CO2-Ausstoß meiner Reisen** über Internetseiten wie Atmosfair oder myclimate.

44 %

Ich **ändere mein Reiseverhalten nicht**, um klimaschonender oder nachhaltiger zu reisen.

# Die Zukunft des Reisens findet im Metaverse statt

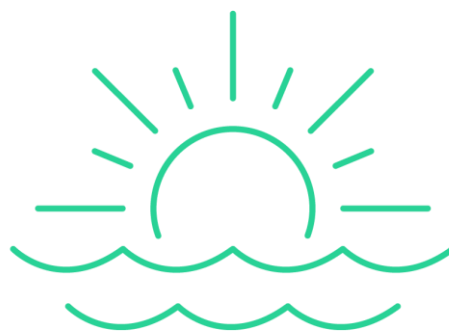
Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zur Zukunft des Reisens im Jahr 2030 zu oder nicht zu?

66 %

Reisebuchungen werden von internationalen Online-Plattformen dominiert werden.

65 %

Reisebüros werden aussterben.



87 %

Klassische Reisen mit echten Erfahrungen sind ein wichtiger Ausgleich zum digitalen Alltag.

21 %

Statt zu reisen werden wir fremde Orte im Metaversum oder mit Virtual-Reality-Brillen erkunden.



# Digitaler Tourismus 2022: So smart reisen die Deutschen

**Dr. Bernhard Rohleder**  
Hauptgeschäftsführer Bitkom e. V.

Berlin, 5. Juli 2022



# Untersuchungsdesign

Auftraggeber

Bitkom e.V.

<b>Methodik</b>	Computergestützte telefonische Befragung/ Computer Assisted Telephone Interview (CATI), Dual Frame
<b>Grundgesamtheit</b>	Personen in Deutschland ab 16 Jahren
<b>Stichprobengröße</b>	n=1.005
<b>Befragungszeitraum</b>	KW21 bis KW24 2022
<b>Gewichtung</b>	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage des aktuellen Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes
<b>Statistische Fehlertoleranz</b>	+/- 3 Prozent