

## PRESSE-INFORMATION

25. Oktober 2018

# ITB Berlin und IPK International: Millennials erobern den Luxusreise-Markt

**Millennials größte Altersgruppe bei internationalen Reisen – Wachsender Anteil an Luxusreisen – Städtereisen beliebteste Urlaubsart – ITB Berlin und IPK International analysieren das Reiseverhalten der Millennials**

*Berlin, 25. Oktober 2018* – Jung, reisefreudig und digital versiert: Die Millennials sind nach Baby Boomers und Generation X das nächste große Marktsegment und die mittlerweile größte Altersgruppe im internationalen Reisemarkt. Die zwischen 1980 und 2000 geborene Generation ist mit Internet und digitalen Medien aufgewachsen und gilt als technisch versiert mit hohem Bildungsstand. Sie lieben Städtrips und einige unter ihnen sind bereit, fürs Reisen auch viel Geld auszugeben, so dass inzwischen die Hälfte aller Luxusreisen von Millennials unternommen werden. Zu diesem Ergebnis kommt eine Sonderauswertung des World Travel Monitor®, die IPK International im Auftrag der ITB Berlin durchgeführt hat.

### Reisen der Millennials wachsen stark

2017 sind die Auslandsreisen der Millennials im Vergleich zum Vorjahr um 15 Prozent gewachsen und damit doppelt so stark im Vergleich zum Gesamtmarkt. Die junge Generation der heute 18- bis 38-jährigen ist mit einem Marktanteil von über 40 Prozent die größte Altersgruppe aller weltweiten Auslandsreisenden. Allerdings – und das ist sicherlich eine Herausforderung für die Tourismusindustrie – ist diese Zielgruppe ziemlich inhomogen. Junge Reisende, die gerade die Schule verlassen haben, stellen andere Ansprüche als Mittdreißiger, die bereits über ein stabiles Einkommen verfügen und mit ihren Kindern Urlaub machen.

### Steigender Anteil an Luxusreisen

Mit steigendem Alter der Millennials steigt auch das verfügbare Einkommen immer mehr an – und somit auch das Budget für Reisen. Bereits die Hälfte aller internationalen Luxusreisen (definiert als Reisen mit Mindestausgaben von 750 EUR pro Nacht für Kurzreisen und 500 Euro pro Nacht für längere Reisen) wird von ihnen gebucht – ein Anteil, der in den letzten Jahren stetig gewachsen ist. Zudem gehören Millennials zu den Gästen im Luxussegment mit den höchsten durchschnittlichen Ausgaben. Gleichzeitig bucht diese Zielgruppe aber auch mehr preiswerte Urlaube im Vergleich zum Gesamtmarkt. Diese sehr unterschiedlichen Ansprüche sind ein weiterer Indikator dafür, dass Millennials insgesamt eine eher segmentierte Zielgruppe ist.

### USA ist größter Quellmarkt und Reisedestination

Der größte Quellmarkt für Millennials sind die USA, gefolgt von China, Großbritannien und Deutschland, welche zusammen einen Marktanteil von 35 Prozent haben. Auch als Reiseziel steht die USA an erster Stelle und verzeichnete 2017 die höchste Besucherzahl von Millennials, gefolgt von Spanien, Deutschland und Frankreich. Aber auch die asiatischen Destinationen Japan, Südkorea und Indien sowie Australien und die europäischen Länder, insbesondere Irland und skandinavische Länder, liegen im weltweiten Vergleich mit einem überdurchschnittlichen Anteil hoch in der Gunst von Millennials. Im Gegensatz dazu ist das Interesse an Spanien, Österreich und China eher gering.

### Städtetrips und Strandurlaub

Urlaub ist der Hauptzweck der internationalen Reisen und nur 15 Prozent der



#### Pressekontakt:

##### Messe Berlin

Emanuel Höger  
Pressesprecher und  
Leiter Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
Corporate Communication  
Unternehmensgruppe  
Messedamm 22  
14055 Berlin  
[www.messe-berlin.de](http://www.messe-berlin.de)  
Twitter: @messedamm22

##### ITB Berlin / ITB Asia / ITB China:

Julia Sonnemann  
PR Manager  
Messedamm 22  
14055 Berlin  
T: +49 30 3038-2269  
[sonnemann@messe-berlin.de](mailto:sonnemann@messe-berlin.de)  
[www.messe-berlin.de](http://www.messe-berlin.de)

##### IPK International:

Julia Howacker  
Senior Research Manager  
Gottfried-Keller-Str. 20  
81245 München  
T: +49 89 8292370  
[howacker@ipkinternational.com](mailto:howacker@ipkinternational.com)  
[www.ipkinternational.com](http://www.ipkinternational.com)

##### Weitere Informationen:

[www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de)  
[www.itb-kongress.de](http://www.itb-kongress.de)

##### Geschäftsführung:

Dr. Christian Göke  
(Vorsitzender / CEO),

Millennials sind geschäftlich unterwegs, was aber in etwa auch dem Gesamtmarkt entspricht. Die bevorzugte Urlaubsart sind Städtereisen, die mit einem Marktanteil von rund einem Drittel über dem Durchschnitt liegen. Beim Städtetrip ganz oben stehen Sehenswürdigkeiten und die Atmosphäre einer Stadt genießen, Shopping sowie gutes Essen. An zweiter Stelle stehen Strandurlaube, bei denen Millennials am liebsten entspannen, schwimmen gehen und sonnenbaden, aber auch die Natur und gutes Essen genießen.

### **Hohe Sensibilität bei Overtourism und Terrorbedrohung**

Die Analyse zeigt, dass Millennials dem Thema Overtourism kritisch gegenüberstehen und sich von überlaufenen Destinationen leichter gestört fühlen – Millennials suchen vermehrt nach authentischen Erlebnissen.

Ebenso reagieren sie im Vergleich zum Gesamtmarkt sensibler auf Terrorwarnungen. Eine spezielle Umfrage des World Travel Monitor® zeigt, dass Millennials im Falle von Terrorwarnungen eher dazu neigen, nicht zu verreisen, bis sich die jeweilige Situation verbessert hat.

### **Millennials gehen bestens informiert auf Reisen**

Vor der Reisebuchung überlassen Millennials nichts dem Zufall. Für ihre Reiseplanung verwenden sie mehr Informationsquellen als der Durchschnitt – vorzugsweise übers Internet und digitale Kommunikationskanäle. Neun von zehn Millennials recherchieren vor Reiseantritt online. Insbesondere Reiseblogs, Reiseforen und Social-Media-Kanäle nutzen Millennials häufiger als andere. Aber auch traditionelle Informationskanäle wie Reisebüros, Printmedien und TV werden von dieser Zielgruppe überdurchschnittlich oft zurate gezogen.

Wenn es um die eigentliche Buchung für Reisen geht, gibt es jedoch wenig Unterschied zum Gesamtmarkt bis auf einen etwas höheren Anteil an Onlinebuchungen. Jedoch führen Millennials ihre Onlinebuchung häufiger per Smartphone und Mobilgerät aus im Vergleich zum Durchschnittsreisenden.

### **Höheres Bildungsniveau und mehr Frauen**

Laut den World Travel Monitor®-Daten haben Millennials ein höheres Bildungsniveau als durchschnittliche Auslandsreisende. Trotz eines stetigen Anstiegs in den letzten Jahren haben sie aber im Vergleich immer noch ein niedrigeres Einkommen – auch als Folge ihres jüngeren Alters. Zugleich ergibt die Analyse, dass es unter Millennials einen überdurchschnittlich hohen Anteil an weiblichen Reisenden gibt, im Gegensatz zum gesamten Auslandsreisemarkt.

Weitere Informationen zu speziellen Themen basierend auf World Travel Monitor® Daten von IPK International veröffentlicht die ITB Berlin in den nächsten Trendtelegrammen. Erste valide Trendergebnisse zu den Entwicklungen des Reisejahres 2018 werden Ende des Jahres veröffentlicht. Die endgültigen Ergebnisse des World Travel Monitors® für das Gesamtjahr 2018 sowie die aktuellen Prognosen für 2019 stellt Rolf Freitag, CEO von IPK International, auf dem ITB Future Day im Rahmen des ITB Berlin Kongresses vor.

Der World Travel Monitor® basiert auf 500.000 repräsentativen Interviews in mehr als 60 Reisemärkten weltweit und wird seit mehr als 20 Jahren regelmäßig durchgeführt und gilt als die größte kontinuierliche Studie über globale Reisetrends.

### **Über die ITB Berlin und den ITB Berlin Kongress**

Die ITB Berlin 2019 findet von Mittwoch bis Sonntag, 6. bis 10. März, statt. Von Mittwoch bis Freitag ist die ITB Berlin für Fachbesucher geöffnet. Die ITB Berlin ist die führende Messe der weltweiten Reiseindustrie. 2018 stellten rund 10.000 Aussteller aus 186 Ländern ihre Produkte und Dienstleistungen rund 170.000 Besuchern, darunter 110.000 Fachbesuchern, vor. Parallel zur Messe läuft der ITB Berlin Kongress von Mittwoch bis Samstag, 6. bis 9. März 2019. Er ist weltweit der größte Fachkongress der Branche. Der Eintritt zum ITB Berlin Kongress ist für Fachbesucher

Dirk Hoffmann (CFO)  
Aufsichtsratsvorsitzender:  
Wolf-Dieter Wolf  
Handelsregister:  
Amtsgericht Charlottenburg,  
HRB 5484 B

und Aussteller kostenlos. Mehr Informationen sind zu finden unter [www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de), [www.itb-kongress.de](http://www.itb-kongress.de) und im [ITB Social Media Newsroom](#).

Treten Sie dem **ITB Pressenetz** auf [www.xing.de](http://www.xing.de) bei.

Werden Sie **Fan der ITB Berlin** auf [www.facebook.de/ITBBerlin](http://www.facebook.de/ITBBerlin).

**Folgen Sie der ITB Berlin** auf [www.twitter.com/ITB\\_Berlin](http://www.twitter.com/ITB_Berlin).

**Aktuelle Informationen** finden Sie im **Social Media Newsroom** auf [newsroom.itb-berlin.de](http://newsroom.itb-berlin.de).

**Pressemeldungen im Internet** finden Sie unter [www.itb-berlin.de](http://www.itb-berlin.de) im Bereich [Presse / Pressemitteilungen](#). Nutzen Sie auch unseren Service und abonnieren Sie dort die **RSS-Feeds**.

Weiteres Pressematerial finden Sie auch im Presseportal von news aktuell unter: [www.presseportal.de/Messe Berlin](http://www.presseportal.de/Messe_Berlin).