

SUPERIOR HOTEL

BRANCHENNEWS

Trend zu Inlandsreisen bleibt



Die Daten der Expedia Group zeigen: Die beliebtesten Urlaubsregionen von Inlandsreisenden in Deutschland bleiben Bayern, Berlin und die Ostsee / Motivbild: www.pixabay.com

Reisende sehnen sich auch im Herbst nach einer Auszeit. Die Sehnsucht nach Urlaub in Deutschland ist nach den neuesten Suchdaten der Expedia Group nach wie vor groß. Demzufolge stammen angesichts der anhaltenden Zunahme der COVID-19-Fälle weltweit vier von fünf Suchanfragen von inländischen Reisenden. Insbesondere die Suche nach September-Urlaubsreisen erreichte in den letzten drei Augustwochen mit einem Anteil von 65 Prozent der Suchen nach Aufenthalten im September ein Allzeithoch, was darauf hindeutet, dass die Deutschen in letzter Minute massiv Herbstferien planen. Wenn die Schule beginnt, scheinen die Menschen die Idee zu begrüßen, entweder ein kurzes Familienwochenende zu verbringen oder einen neuen Lebensstil (Arbeit von überall her? (auch als Workcation bekannt) zu übernehmen, da viele deutsche Unternehmen immer noch auf Homeoffice setzen.

Für Inlandsreisende sind die beliebtesten Ziele die Regionen Bayern, Berlin und die Ostsee, gefolgt von Städtebesuchen in München und Hamburg. Auch der Schwarzwald und die deutschen Inseln gehören zu den gefragten Regionen der Einheimischen.

Die Daten zeigen, dass die Reiseabsicht internationaler Reisender, Deutschland in diesem Herbst zu besuchen, ebenfalls ein stetiges Wachstum von 20 Prozent Woche für Woche (WoW) verzeichnete, das hauptsächlich von den wichtigsten Quellmärkten wie den Niederlanden, der Schweiz, Dänemark und Großbritannien angetrieben wurde.

Es ist großartig, das wachsende Interesse internationaler Reisender an einem Besuch in Deutschland zu sehen. Dies ist eine ermutigende Nachricht für unsere Hotelpartner, da das

internationale Geschäft ein sehr attraktives Segment im Hinblick auf längere Aufenthaltsdauer und höhere Ausgaben ist?, erklärte Björn Vöhl, Senior Director Market Management DACH & Nordics bei der Expedia Group. ?Wir konnten feststellen, dass sowohl deutsche als auch internationale Urlauber derzeit dazu neigen, ihren nächsten Urlaub innerhalb von nur zwei bis drei Wochen vor dem geplanten Reisedatum zu suchen. Hoteliers können sich daher mehr auf Last-Minute-Buchungsaktionen konzentrieren oder Mehrwert-Incentives einsetzen, um diese potenziellen Gäste anzuziehen.?

Sicherheit bleibt oberste Priorität

Seit dem Ausbruch der Pandemie hat die Sicherheit oberste Priorität. Vor COVID-19 hielt einer von fünf Befragten (21,8 Prozent) die Sicherheit im Urlaub für wichtig, jetzt ist es einer von drei Befragten (33,8 Prozent).

Auch die Tendenz zu längerfristigen Reisen in den Herbst nimmt zu. Dies spiegelt sich sowohl in den Suchkriterien der Reisenden als auch in den Verkehrsmitteln wider. Laut einer kürzlich durchgeführten Studie zur Verbraucherstimmung werden neun von zehn Reisenden Entscheidungen auf der Grundlage von Hygieneprotokollen treffen. Eine weitere positive Nachricht für Hotels in abgelegenen Gebieten ist, dass mehr Reisende (63 Prozent) heutzutage lieber mit dem Auto verreisen, um Menschenmassen zu vermeiden. Neun von zehn Reisenden ziehen es außerdem vor, OTAs zu benutzen, um ihre zukünftige Reise zu buchen.

?Die Bequemlichkeit und die Möglichkeit, Reiseoptionen auf einer einzigen Plattform zu vergleichen, bleiben auch in der neuen COVID 19-Umgebung relevant. Daher können Hoteliers, die in diesen unsicheren Zeiten mehr Buchungen vornehmen wollen, die Hygienemaßnahmen verstärken und auf den OTA-Websites klare Mitteilungen über ihre erhöhten Sicherheitsmaßnahmen machen?, erklärt Vöhl.