

BALANCE FINDEN

Wohlbefinden im Fokus aktiven Reisens



DERTOUR GROUP
EUROPEAN TRAVEL
TREND REPORT

DERTOUR
GROUP

Wie Wohlbefinden und Sport die Reiseentscheidungen in ganz Europa beeinflussen

„Was bewegt Menschen dazu, zu reisen?“ Diese Frage bildete den Ausgangspunkt des ersten Teils des DERTOUR Travel Trend Reports und beleuchtete, wie Natur, Ausgeglichenheit und der Wunsch nach Entschleunigung die Urlaubsentscheidungen in ganz Europa zunehmend prägen.

Statt Urlaub primär über das Reiseziel zu definieren, orientieren sich Reisende zunehmend daran, wie sie sich während ihrer Auszeit fühlen möchten – ruhiger, gesünder und erholt. Damit verändert sich auch die Rolle von Bewegung: Sie steht weniger für Leistung, sondern wird als selbstverständlicher Bestandteil eines aktiven Lebensstils verstanden, der die Erholung unterstützt.

Bei der Frage nach Reisemotiven zeigt sich über alle 13 europäischen Märkte hinweg ein konsistentes Muster, an dessen Spitze das Wohlbefinden steht.

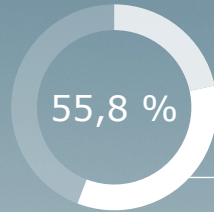
Nr. 1: Wohlbefinden



Reisemotive, die das Wohlbefinden in den Mittelpunkt stellen, stehen an erster Stelle, wobei **Entspannung** und **neue Energie** tanken die Liste anführen.

Mehr als die Hälfte

der Reisenden priorisiert Wohlbefinden – mentale und körperliche Gesundheit gehen dabei Hand in Hand.

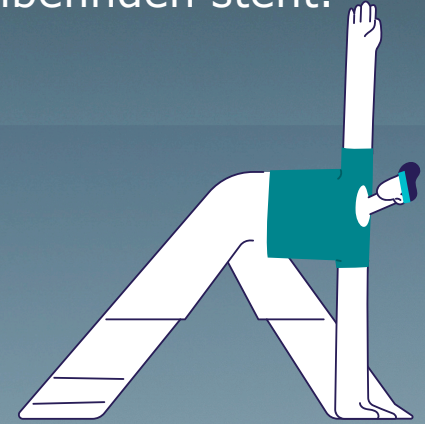


21,6 %

Ungefähr jede:r fünfte Reisende nennt **körperliches Wohlbefinden** als Hauptreisemotiv.

34,2 %

Mehr als ein Drittel der befragten Reisenden nennen **mentale Gesundheit** als Hauptreisemotiv.



Sport ergänzt klassische Erholungsreisen:

Dabei steht Sport nicht als Hauptmotiv der Reise im Vordergrund, sondern als Möglichkeit, Körper und Geist in Balance zu bringen, Stress hinter sich zu lassen und im Urlaub bewusst aktiv zu sein.



Christoph Debus
CEO DERTOUR Group

"Ein Blick auf die aktuellen Reisegewohnheiten zeigt einen klaren Wandel darin, wie Reisende einen gelungenen Urlaub definieren. Wohlbefinden und Sport werden zunehmend als zwei Seiten desselben Strebens nach Ausgewogenheit verstanden – als Wunsch, leichte körperliche Aktivität mit Entschleunigung und dem Gefühl der Erholung zu verbinden. Die Ergebnisse unserer Studie, ergänzt durch Erkenntnisse unserer Spezialisten, verdeutlichen, dass dieser Trend zwar europaweit verbreitet ist, sich jedoch je nach Markt unterschiedlich ausprägt."

Ein europaweiter Blick auf den Wandel des Reisens

Aufbauend auf dem ersten Teil des Trend Reports widmet sich das zweite Kapitel der Frage, wie sich die Erwartungen der Befragten in konkrete Reiseentscheidungen übersetzen. Im Fokus steht dabei, wie Reisende bei der Urlaubsplanung Wohlbefinden, Erholung und Aktivität miteinander verknüpfen und wie diese Elemente zusammenspielen.

Anstelle einer klaren Trennung von Erholung und Bewegung zeichnen die Ergebnisse ein ganzheitliches Urlaubsverständnis. Reisende suchen zunehmend nach Auszeiten, die sich erholsam anfühlen und zugleich Raum für Aktivität bieten. Wohlbefinden bildet dabei den übergeordneten Rahmen, wird jedoch häufig durch Bewegung ergänzt und nicht ausschließlich durch passive Erholung erreicht. Entscheidend ist weniger Leistung oder Intensität als vielmehr die unterstützende Rolle von Aktivität für die Erholung. Diese Perspektive bildet die Grundlage für die folgenden Erkenntnisse, wonach Bewegung und Erholung keinen Widerspruch darstellen und Wohlbefinden aktiv gestaltet werden kann.

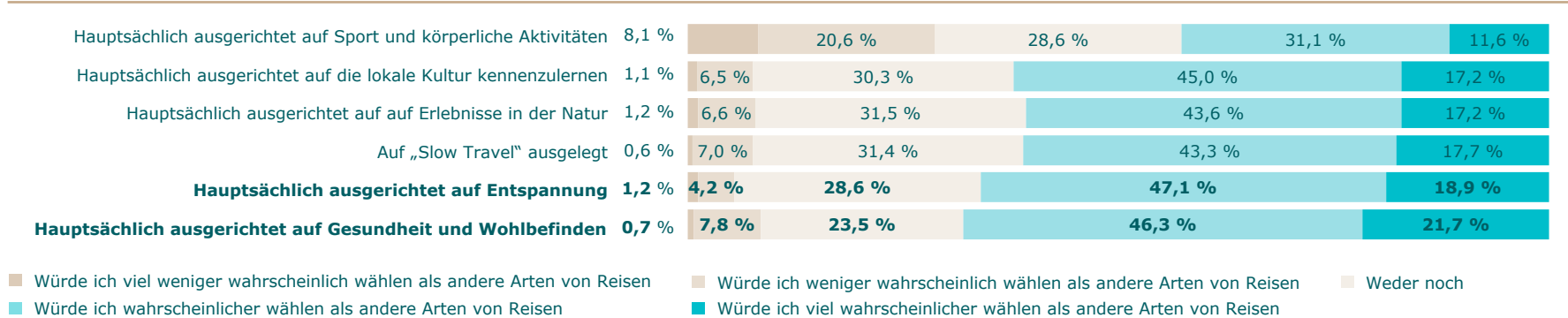
Reiseentscheidungen im Zeichen des Wohlbefindens

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass wohlbefindensbezogene Motive europaweit zu den am häufigsten genannten Reiseanlässen zählen. Mehr als die Hälfte der Reisenden gibt an, eher oder deutlich eher eine entsprechende Reiseform zu wählen. Darauf folgen sport- und bewegungsorientierte Urlaubsformen: 35 % aller Befragten zeigen sich hierfür offen – ein Hinweis darauf, dass Sport zwar selektiv, insgesamt jedoch weiterhin eine relevante Rolle bei der Reiseentscheidung spielt.

Besonders im deutschen Markt wird der hohe Stellenwert von Gesundheit bei der Reiseplanung deutlich. 61,1 % der Befragten geben an, sich einen gesundheitsorientierten Urlaub mit Fokus auf Wohlbefinden vorstellen zu können. Darüber hinaus ziehen 42,7 % Sport und körperliche Aktivität als zentrales Reisemotiv in Betracht. Damit positioniert sich Deutschland im Ländervergleich als Spitzenreiter bei sport- und aktivitätsgeprägten Urlaubsformaten.

Auch über demografische Gruppen hinweg zeigt sich europaweit ein eindeutiges Bild: Insgesamt würden 52,6 % aller befragten Reisenden eher oder deutlich eher eine gesundheitsbewusste Reise mit Fokus auf Wohlbefinden wählen. Dieser Anteil steigt bei Frauen auf 55,1 %, während er bei Männern bei 50,1 % liegt.

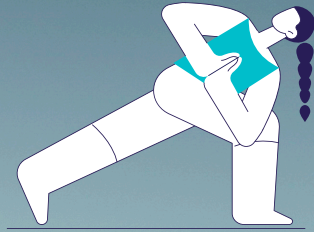
Abb. 1*: Inwieweit würden Sie die Planung der jeweils folgenden Arten von Reisen/Ausflügen in Betracht ziehen?



* Ergebnisse aus dem deutschen Markt

Zentrale Erkenntnisse: Wie das Alter Urlaubsprioritäten prägt

WOHLBEFINDEN – ANHALTEND RELEVANT



Reisen mit Fokus auf Wohlbefinden spielen über alle Altersgruppen hinweg eine zentrale Rolle.

Vom frühen Erwachsenenalter bis ins höhere Alter bleibt das Interesse an erholsamen Urlauben konstant hoch. Dies unterstreicht, dass Wohlbefinden weniger eine altersabhängige Vorliebe ist als vielmehr ein stabiler Bezugspunkt.

SPORT – LEBENSPHASENBEDINGTE UNTERSCHIEDE

43 % INTERESSE UNTER DEN 25-43-JÄHRIGEN

Das Interesse an Sport und körperlicher Aktivität ist bei jüngeren Reisenden am stärksten ausgeprägt und erreicht mit 43 % seinen Höchstwert bei den 18- bis 24-Jährigen.

Auch in der Altersgruppe der 25- bis 34-Jährigen bleibt das Interesse vergleichsweise hoch, bevor es mit zunehmendem Alter schrittweise abnimmt.

Dieses Ergebnis stellt die Annahme infrage, dass Sport nur für jüngere Altersgruppen relevant ist, und unterstreicht seine Rolle als unterstützender, auf Wohlbefinden ausgerichteter Bestandteil des Reisens im späteren Lebensverlauf.

23 % INTERESSE UNTER DEN 55-65-JÄHRIGEN

Dennoch zeigt sich auch bei den 55- bis 65-Jährigen weiterhin ein deutliches Interesse: Knapp ein Viertel (23 %) interessiert sich nach wie vor für Sport und körperliche Aktivitäten.

Zentrale Erkenntnisse: Was die Nachfrage je nach Profil antreibt

DEMOGRAPHISCHE PROFILE

Körperliches Wohlbefinden als Reisemotiv erreicht seinen Höchstwert bei den 45- bis 54-Jährigen und ist bei jüngeren wie auch älteren Altersgruppen von geringerer Bedeutung



Mentales Wohlbefinden als Reisemotiv erreicht seinen Höhepunkt bei den 25- bis 34-Jährigen, bleibt aber auch bei Reisenden mittleren und höheren Alters relevant



Reisende mit hohem Einkommen zeigen ein überdurchschnittliches Interesse sowohl an wohlbefindens- als auch an sportorientierten Reisen

MARKTTRENDS & REISEFORMATE

Hybride Formate treiben das Marktwachstum

Das Wachstum wird vor allem durch hybride Formate getragen, die Aktivität, Erholung und Natur verbinden und unterschiedliche Erwartungen zusammenführen, ohne das Angebot zu spalten.



AKTIVITÄT • ERHOLUNG • NATUR

GESCHLECHTER-ÜBERGREIFEND ATTRAKTIV

Wohlbefindensorientierte Reisen stoßen auf eine breite, geschlechterübergreifende Nachfrage

SINGLES

Singles neigen eher zu ereignis- und aktivitätsorientierten Reiseerlebnissen

VERHEIRATETE REISENDE

vs
Verheiratete und Reisende in Partnerschaft tendieren zu ruhigeren, regenerativen Formaten.

Wenn Ausgleich Leistung schlägt: Sport neu gedacht

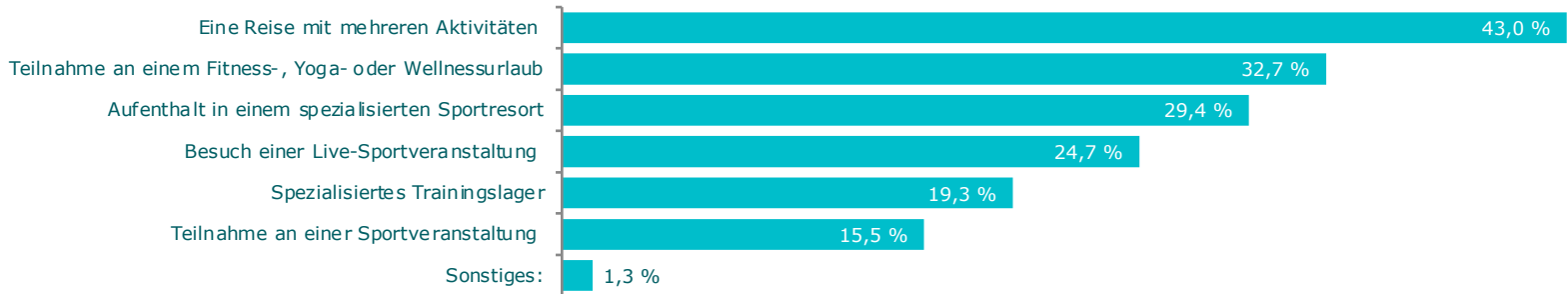
Unter den Reisenden, die für sportorientierte Urlaubsformen offen sind, stehen Multi-Activity-Reisen mit deutlichem Abstand an der Spitze der bevorzugten Formate. In Deutschland geben 43 % der Befragten an, sich für Angebote zu interessieren, die unterschiedliche Aktivitäten kombinieren. Damit liegt Deutschland im europaweiten Durchschnitt (44,1 %). Weitere attraktive Urlaubsformate für deutsche Reisende sind Aufenthalte in

spezialisierten Sportressorts, in denen sportliche Aktivitäten professionell begleitet werden. 29 % der Befragten zeigen Interesse an dieser Form des Aktivurlaubs. Auch Reisen zu Live-Sportevents spielen für 25 % der deutschen Reisenden eine Rolle bei der Urlaubsplanung. Fitness-, Yoga- und Wellness-Retreats erfreuen sich vor allem in den DACH-Märkten großer Beliebtheit. Im Ländervergleich führen die Schweiz (34 %) und

Deutschland (33 %) das Ranking an und verdeutlichen damit, dass wohlbefindensorientierte Aktivitäten leistungsorientierte Formate zunehmend ablösen. Reisen zu Leistungssportveranstaltungen wie Marathons ziehen in Deutschland und der Schweiz 15 % der Befragten in Betracht; in Österreich liegt der Anteil mit 20 % etwas höher.

Abb. 2*: Welche Art von sportbezogenem Urlaub finden Sie am ansprechendsten?

Mehrere Antworten möglich



* Ergebnisse aus dem deutschen Markt

INSIGHTS AUS UNSRER HOTELDIVISION

ZENTRUM FÜR WOHLBEFINDEN UND AKTIVITÄT

play
itas

Bewegung als Teil eines regenerativen Mindsets

Statt Wohlbefinden ausschließlich als Rückzug aus dem Alltag zu verstehen, zeichnet sich unter europäischen Reisenden zunehmend eine veränderte Erwartung ab: der Wunsch, auch im Urlaub aktiv zu bleiben. Mit dem wachsenden Stellenwert sport- und gesundheitsorientierter Reisen liegt die Attraktivität dabei weniger in Leistung oder Intensität als vielmehr in Umgebungen, die Bewegung, Regeneration und mentale Balance einfach, flexibel und selbstbestimmt ermöglichen.

Wo Sport, Wohlbefinden und Natur zusammenkommen

Als spezialisierte Marke der DERTOUR Group für Sport- und Active-Lifestyle-Reisen positioniert

sich Playitas nicht als klassisches Resort mit ergänzenden Aktivitäten, sondern als konsequent auf Bewegung ausgerichtete Urlaubsumgebung. In Las Playitas auf Fuerteventura verbindet das Resort Sport, Regeneration und mentales Wohlbefinden nahtlos mit dem Urlaubserlebnis. Bewegung ist hier kein Zusatzangebot, sondern fester Bestandteil des Urlaubsalltags.

Eine professionelle Infrastruktur mit olympischem Außenpool, umfangreichen Indoor- und Outdoor-Sportanlagen, großem Fitnessbereich sowie eigenem Bike Center ermöglicht strukturierte Aktivität für ambitionierte Gäste und bleibt zugleich niedrigschwellig und zugänglich für Freizeitreisende.



Ein Lifestyle-Konzept über den Sport hinaus

Tägliche Programme aus Sport, Fitness, Mobilität, Yoga und Entspannung ermöglichen es den Gästen, ihren Aufenthalt flexibel an den eigenen Rhythmus anzupassen. Diese Offenheit spiegelt die im Report identifizierten Präferenzen wider: Multi-Activity-Formate zählen insgesamt zu den attraktivsten sportorientierten Reiseformen (44,1 %), während Retreat-Formate insbesondere Reisende ansprechen, die Bewegung mit Erholung statt mit Leistung verbinden möchten.

Das Konzept geht dabei über Sport hinaus. Die Küche ist funktional und ausgewogen ausgerichtet, um sowohl Aktivität als auch Regeneration zu unterstützen. Unterschiedliche Unterkunftsformen ermöglichen es Alleinreisenden, Paaren, Familien und Trainingsgruppen, in derselben Umgebung zusammenzukommen – wobei jede Zielgruppe ihren eigenen Rhythmus und ihr individuelles Tempo verfolgen kann.

INSIGHTS VON UNSEREN SPEZIALISTEN-MARKEN

Live-Sportevents als Reiseanlass

Der Besuch von Live-Sportveranstaltungen stellt eine eigenständige Ausprägung sportorientierten Reisens dar und spricht 30,1 % der Befragten an, die grundsätzlich offen für sportgeprägte Urlaubsformen sind. Das Interesse variiert jedoch deutlich zwischen den einzelnen Märkten. Besonders Dänemark und das Vereinigte Königreich stechen hervor und zeigen eine überdurchschnittlich hohe Bereitschaft, gezielt für Live-Sportereignisse zu reisen – noch vor allen anderen untersuchten Ländern.

Für Reisende, bei denen Sport den Kern der Reise definiert, bietet DERTOUR Sports die passende Verbindung. Als spezialisierte Marke für Sport- und Eventreisen innerhalb der DERTOUR Group übersetzt DERTOUR Sports dieses Interesse in vollständig organisierte Reiseerlebnisse rund um internationale Sporthighlights. Auf der Zuschauerseite umfasst das Portfolio unter anderem Reisen zu internationalen Fußballspielen, Formel-1-Rennen, NBA-Games sowie zur PDC Darts World Championship in London.

Gleichzeitig richtet sich das Angebot auch an Reisende mit eigenen sportlichen Ambitionen. Mit der Abdeckung der gesamten Abbott World Marathon Majors sowie ausgewählter internationaler Marathons und Halbmarathons kombiniert DERTOUR Sports garantierte Startplätze mit Unterkunft, Transfers und Betreuung vor Ort.



DERTOUR
SPORTS



Die Anatomie eines gesundheitsbewussten Urlaubs

Die Studienergebnisse zeigen, dass gesundheitsbewusste Urlaube zunehmend weniger über klassische, passive Wellnessangebote definiert werden. Stattdessen gewinnen Reiseumgebungen an Bedeutung, die regelmäßige Bewegung, mentale Balance und Regeneration aktiv unterstützen. Der Zugang zu Angeboten zur mentalen Gesundheit wird dabei nahezu ebenso wichtig eingeschätzt wie ein gesundheitsorientiertes kulinarisches Angebot – ein Hinweis darauf, dass psychisches Wohlbefinden als fester Bestandteil wohlbefindensorientierten Reisens verstanden wird.

Besonders im deutschen Markt ist gesunde Ernährung ein zentrales Kriterium bei der Reiseplanung: 25 % der Befragten nennen diesen Aspekt als entscheidenden Faktor – mehr als in allen anderen untersuchten Ländern. Auch Maßnahmen zur mentalen Gesundheit spielen eine wichtige Rolle: 20 % der Befragten wünschen sich Angebote wie Meditationsformate oder Digital-Detox-Programme. Körperliche Aktivität und Fitness sind mit 23 % ebenfalls ein relevantes Element der Reiseplanung, ebenso wie der Zugang zu Wellness- und Spa-Angeboten, der von 38 % der Befragten als wichtig eingestuft wird.

Das Alter differenziert die Prioritäten im gesundheitsbewussten Reisen zusätzlich. Die Bedeutung des Zugangs zu Wellness- und Spa-Einrichtungen steigt mit zunehmendem Alter kontinuierlich an – von 33 % bei den 18- bis 24-Jährigen auf 43 % bei den 55- bis 65-Jährigen. Ein ähnlicher Verlauf zeigt sich bei der Relevanz der geografischen Lage des Urlaubsorts, etwa in Bezug auf Luftqualität und Naturnähe: Sie gewinnt von 32 % in den jüngeren Altersgruppen auf ebenfalls 43 % in der ältesten Gruppe an Bedeutung.

Abb. 3*: Welche Faktoren beeinflussen Sie am meisten bei der Planung einer gesundheitsbewussten Reise, die auf das Wohlbefinden ausgerichtet ist?*


Mehrere Antworten möglich



* Ergebnisse aus dem deutschen Markt, ** Die Umfrage umfasste zusätzliche Antworten, die hier nicht abgebildet sind.

Wellness-Lover Österreich:
Spa- und Wellnessangebote werden innerhalb der DACH-Region vor allem in Österreich geschätzt: Hier gaben 47 % der Befragten an, derartige Angebote bei ihrer Urlaubsplanung zu priorisieren.

DER RUF NACH RUHE



34 % der Befragten in Deutschland priorisieren bei der Planung gesundheitsorientierter Reisen die Nähe zur Natur.

Natur als Basis für Regeneration und Ausgleich

Über beide Teile des Travel Trend Reports hinweg zeigt sich ein konsistenter Befund: Natur bildet die Grundlage heutiger Reiseerwartungen. Im ersten Teil des Reports wird sie vor allem als Raum der Entschleunigung beschrieben; die Erkenntnisse zu Wohlbefinden und Sport vertiefen diese Perspektive und zeigen, wie naturnahe Umgebungen zugleich aktives und gesundheitsbewusstes Reisen prägen. Gesundheitsorientiertes Reisen beginnt zunehmend mit dem Wo statt dem Was. Natürliche Rahmenbedingungen – von Luftqualität bis Landschaft – formen die Erwartungen an Wohlbefinden ebenso stark wie klassische Wellnessangebote und unterstreichen die Rolle der Umgebung als zentrales Element aktiver und regenerativer Urlaube.

„Reisen in Europa wird zunehmend von der Suche nach Balance geprägt“, sagt Christoph Debus, CEO der DERTOUR Group. „Es zeichnet sich ein klarer Trend zu Urlaubsformen ab, die unterschiedliche Bedürfnisse zusammenführen: den Wunsch nach Entschleunigung, nach Bewegung und nach mentalem Ausgleich – ohne das Erlebnis zu überladen. Natur spielt dabei eine zentrale Rolle, nicht als bloße Kulisse, sondern als verbindendes Element zwischen Bewegung, Regeneration und Wohlbefinden. Entscheidend ist heute, Umgebungen zu schaffen, in denen diese Balance intuitiv entsteht, ohne übermäßig geplant zu wirken.“



Über die DERTOUR Group

Die DERTOUR Group, ein Tochterunternehmen der REWE Group, zählt zu den führenden internationalen Reiseanbietern und ist der zweitgrößte Reiseveranstalter in Europa. Mit über hundert Jahren Erfahrung vereint die DERTOUR Group heute über 200 Reiseunternehmen unter ihrem Dach und bietet Reisenden eine große Vielfalt an Urlaubsangeboten, von Erholungs- und Erlebnis- bis hin zu Special-Interest-Reisen. Rund 15000 Mitarbeitende unterstützen jährlich Millionen von Gästen auf jedem Schritt ihrer Reise und erzielten im Jahr 2024 einen Umsatz von 8,7 Milliarden Euro.

Heute ist die DERTOUR Group in 16 europäischen Märkten aktiv und umfasst mehr als 20 große

Reiseveranstalter-Marken, etwa 30 Anbieter von Spezialreisen sowie ein Netzwerk von rund 2000 Reisebüros. Als integriertes Touristikunternehmen verfügt die DERTOUR Group zudem über eine eigene Hotelparte sowie ein weltweites Angebot an Touren und Aktivitäten. Zur wachsenden Hotelparte gehören 120 Hotels an beliebten Urlaubszielen weltweit, von Unterkünften im Boutiquestil bis hin zu familienfreundlichen Resorts. Das Agenturnetzwerk der DERTOUR Group mit 71 Büros in 31 Destinationen weltweit bietet persönliche Betreuung, Transfers sowie Ausflüge und Aktivitäten vor Ort. Damit begleitet die DERTOUR Group ihre Gäste auf der gesamten Reise mit Fachkompetenz und persönlicher Beratung, damit

Reiseerlebnisse zu bleibenden Erinnerungen werden. Ein hochprofessionelles Sicherheits- und Krisenmanagement sorgt dafür, dass Millionen von Reisenden sich vor und während ihrer Reise gut aufgehoben fühlen. Automatisierte Frühwarnsysteme, eine enge Abstimmung mit internationalen Behörden und spezialisierte Teams ermöglichen schnelles, proaktives Handeln.

Im Sinne eines verantwortungsvollen Tourismus investiert die DERTOUR Group in nachhaltige Ansätze und langfristige Partnerschaften. Die DERTOUR Foundation fördert lokale Gemeinschaften sowie Umwelt- und Kulturschutzprojekte durch Bildung, Training und Entwicklungsprogramme.

ÜBER DIE STUDIE

Der European Travel Trend Report basiert auf einem mehrschichtigen methodischen Ansatz, der darauf ausgelegt ist, belastbare und international vergleichbare Erkenntnisse über das Reiseverhalten in den **16 europäischen Märkten** der DERTOUR Group zu gewinnen.

Datenquellen

In den Trendreport sind Analysen aus folgenden Quellen eingeflossen:

- **Buchungsdaten:** Aggregierte und anonymisierte Buchungsdaten der verschiedenen Marken und Märkte der DERTOUR Group liefern frühe Hinweise auf Entwicklungen im Reiseverhalten.
- **Onlinebefragung:** Ergebnisse einer Onlinebefragung aus 13 europäischen Ländern, mit 500–1000 Befragten pro Markt, durchgeführt vom 2. bis zum 6. Februar 2026.
- **Qualitative Expertise:** Erkenntnisse von Destination Management Companies (DMCs), lokalen Marktexperten und Teams vor Ort in 31 Reiseländern.

Zur Onlinebefragung:

Die Onlineumfrage wurde vom Marktforschungsunternehmen Appinio in **13 europäischen Ländern** durchgeführt: **Deutschland, Österreich, Schweiz, Schweden, Norwegen, Finnland, Dänemark, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Polen, Frankreich und Großbritannien.**

Insgesamt wurden 8000 Personen zwischen 18 und 65 Jahren befragt, die hinsichtlich Alter und Geschlecht repräsentativ für die jeweilige Bevölkerung sind. Die Studie umfasst jeweils 1000 Teilnehmer aus Deutschland, Frankreich und Großbritannien sowie je 500 Teilnehmer aus den anderen Märkten, sodass eine umfangreiche europäische Stichprobe gewährleistet ist.

Analytischer Ansatz

- Auswertung der Umfrageergebnisse und Buchungsdaten in den Märkten
- Identifikation von strukturellen und aufkommenden Reisetrends
- Integration qualitativer Experteneinschätzungen aus den Zielgebietsagenturen und Hotels
- Abgleich mit Buchungstrends zur Validierung früher Marktveränderungen

Diese Methodik ermöglicht ein umfassendes Verständnis davon, wie sich das Reisen in Europa verändert.

Impressum

DERTOUR Group GmbH

Emil-von-Behring-Straße 6
60439 Frankfurt am Main, Deutschland

E-Mail: communications@dertour.com

Telefon: +49 (0) 69 9588-8000

Website: www.dertour-group.com

Medienkontakt

Nadine El Rahman

Manager Group Corporate Communications

E-Mail: nadine.elrahman@dertour.com

Telefon: +49 (0) 163 9291279

Geschäftsführung: Christoph Debus

Sitz der Gesellschaft: Köln

Handelsregister: Amtsgericht Köln

HRB: 89567

Stand: 20. Mai 2026

