

JENSEITS DER BUCKET LIST

Weniger sehen, mehr erleben

DERTOUR GROUP
EUROPEAN TRAVEL
TREND REPORT

DERTOUR
GROUP



Christoph Debus
CEO DERTOUR Group

„Reisen bedeutet seit jeher, Neues zu entdecken. Heute jedoch legen Reisende mehr Wert denn je auf Erlebnisse, die ihnen etwas bedeuten und in Erinnerung bleiben. Ob Slow Travel, Digital-Detox-Auszeiten oder Solo-Reisen: Europäische Reisende entdecken neue Arten des Reisens, die ihren individuellen Bedürfnissen und Interessen entsprechen.“

Von Slow Travel bis Solo-Reisen

In der zweiten Ausgabe des European Travel Trend Reports der DERTOUR Group haben wir untersucht, warum Europäerinnen und Europäer reisen – mit Schwerpunkt auf Wellness und Sportreisen. Der dritte Teil knüpft daran an und beleuchtet, wie sie reisen möchten. Die Befragung zeigt eine klare Vorliebe für Reiseformen, die mehr Gelassenheit erlauben: Mehr als die Hälfte der europäischen Reisenden (53,2 %) interessiert sich für eine bewusst langsamere Form des Reisens. Diese Erkenntnis unterstreicht den wachsenden Wunsch nach bewussteren und individuelleren Reiseerlebnissen.

Von Slow Travel und Auszeiten ohne digitale Ablenkung bis hin zum wachsenden Trend des Solo-Reisens: Teil 3 des European Travel Trend Reports zeigt, welche Reiseformen an Bedeutung gewinnen und wie veränderte Bedürfnisse das Reiseverhalten in Europa prägen.



**SLOW TRAVEL –
WENN LANGSAMKEIT
ZUM LEBENSGEFÜHL
WIRD**

Europa drückt die Pausetaste

In ganz Europa entscheiden sich Reisende zunehmend für ein langsames Reisetempo. Mehr Zeit, weniger Stress und intensiveres Erleben rücken dabei in den Vordergrund. Ein Blick auf die Gründe für die neue Lust an der Langsamkeit.

Unter den 53,2 % der befragten Reisenden, die Slow Travel als Reiseform befürworten, ist der wichtigste Beweggrund der Wunsch, ein Reiseziel bewusst und ohne Zeitdruck zu erleben. Fast sechs von zehn Befragten (58,5 %) bevorzugen eine

langsamere Art des Reisens, weil sie Orte so intensiver erleben können, ohne sich gehetzt zu fühlen. In den deutschsprachigen Ländern zeigt sich diese Motivation vor allem in Österreich, wo sich 67,3 % der Befragten mehr Zeit am Urlaubsort wünschen – neben Norwegen der höchste Wert im europäischen Vergleich. In Deutschland geben 51 % der Befragten an, sich auf Reisen mehr Zeit vor Ort zu wünschen.

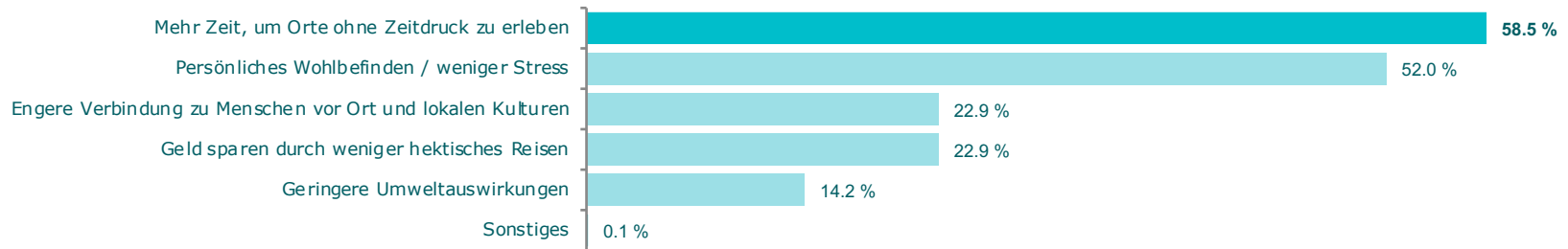
Knapp über die Hälfte der Reisenden in Europa (52,0 %) verbinden langsames Reisen mit persönlichem Wohlbefinden und weniger Stress.

Urlaub wird damit zunehmend als Chance gesehen, neue Energie zu schöpfen, anstatt möglichst viele Aktivitäten in kurzer Zeit unterzubringen.

Nahezu jeder vierten befragten Person in Europa (22,9 %), die sich für Slow Travel interessiert, ermöglicht ein langsames Reisetempo zudem tiefere Einblicke in lokale Kulturen und Begegnungen mit Menschen vor Ort. Ebenfalls knapp ein Viertel der europäischen Reisenden (22,9 %) schätzt zudem die Möglichkeit, Geld zu sparen, indem sie auf volle Reisepläne verzichten.

Was motiviert Sie am meisten, sich für eine langsamere Art des Reisens zu entscheiden?*

Mehrfachnennungen möglich



* Ergebnisse aus dem europäischen Markt

Generationen im Vergleich: Budget vs. Nerven schonen

Obwohl Slow Travel in allen Altersgruppen Anklang findet, verändern sich die Beweggründe für entschleunigtes Reisen im Laufe des Lebens.

Für jüngere Reisende in Europa ist Slow Travel häufig eine praktische Entscheidung: In der Altersgruppe der 18- bis 24-Jährigen nennen Reisende vor allem Erschwinglichkeit (28,8 %), kulturelles Eintauchen in eine Destination (25,1 %) und Nachhaltigkeit als wichtige Motive. Für sie ist Slow Travel eine Möglichkeit, intensivere Erfahrungen zu sammeln und gleichzeitig das Reisebudget zu schonen.

Ältere europäische Reisende verbinden Slow Travel mit anderen Bedürfnissen: Bei den 55- bis 65-Jährigen steigt der Wunsch nach mehr Zeit vor Ort auf 64,9 %, während 56,5 % weniger Stress und persönliches Wohlbefinden als zentrale Gründe nennen.

Slow Travel in Deutschland

In Deutschland geben 56,5 % der Reisenden an, sich für Slow Travel zu interessieren. Dabei sind die wichtigsten Motive über alle Altersgruppen hinweg die zusätzliche Zeit vor Ort sowie persönliches Wohlbefinden und Stressreduktion, gefolgt vom kulturellen Eintauchen in eine Destination und finanziellen Ersparnissen.

Entschleunigung mit dem Alter wichtiger

Der Wunsch nach mehr Zeit vor Ort und Stressreduktion gewinnt auch bei den Deutschen mit zunehmendem Alter an Relevanz. Spitzenreiter sind die 55- bis 65-Jährigen, die diesen Aspekten die größte Bedeutung beimessen (57,6 % mehr Zeit vor Ort bzw. 55,2 % persönliches Wohlbefinden und Stressreduktion).

Land und Leute auf Platz 3

Drittwichtigster Aspekt ist für deutsche Reisende das Eintauchen in lokale Kulturen. Über alle Altersgruppen hinweg nennt jeweils rund ein Viertel intensivere Begegnungen mit Land und Leuten als Grund für das langsamere Reisen.

Langsam trifft sparsam

Bei den deutschen Reisenden mittleren Alters spielt zudem die finanzielle Komponente eine wichtige Rolle: 27,8 % der 45- bis 55-Jährigen geben an, durch entschleunigtes Reisen Geld sparen zu wollen, was knapp 7 Prozentpunkte über dem europäischen Durchschnittswert dieser Alterskohorte liegt.

TOP-MOTIVE FÜR SLOW TRAVEL IN DEUTSCHLAND

(über alle Altersgruppen hinweg)

Mehr Zeit, um Orte zu genießen	51,0 %
Persönliches Wohlbefinden / weniger Stressgefühl	49,6 %
Eine stärkere Verbindung zu den Menschen und der Kultur vor Ort	26,4 %
Geld sparen durch Verzicht auf „schnelles“ Reisen	21,9 %

ananea

Raum für: Slow Glamour

Noch bevor Slow Travel zum Trend wurde, entstand ananea aus der Idee, Reisenden mehr Ruhe, weniger Ablenkung und echte Erholung zu ermöglichen. Die Marke nennt diese Philosophie „Slow Glamour“: eine Verbindung aus durchdachtem Design, natürlichen Materialien und Wohlbefinden. Von den Malediven bis ans Rote Meer folgt ananea dabei einem klaren Grundsatz: Gäste sollen nicht möglichst viel erleben, sondern Reiseziele bewusster und im eigenen Tempo entdecken.



ananea Madivaru Maldives

Wasser-Villen, Spa-Erlebnisse über dem Meer, Yoga-Sessions in inspirierender Umgebung und entspannte Spaziergänge zwischen den Inseln, die durch eine Brücke miteinander verbunden sind: Hier finden Gäste Raum, Abstand vom Alltag zu gewinnen und sich bewusst auf ihre Umgebung einzulassen.



ananea Castelo Suites Algarve

Yoga auf der Dachterrasse mit Blick auf die Küste, wohltuende Wellnessangebote und entspannte Afterglow-Momente laden dazu ein, den entschleunigten Rhythmus Südpportugals zu genießen.



ananea Beyond Khaolak

Auch in Thailand zeigt sich das ananea-Konzept auf besondere Weise. Gäste können an Batik-Kursen teilnehmen, am Strand Pilates praktizieren oder die thailändische Küche kennenlernen. Gemeinsame Aktivitäten schaffen Raum für Begegnungen und neue Kontakte ganz ohne Zeitdruck.

Bucket List ade!



Für lange Zeit wurde Reisen oft in Zahlen gemessen: Wie viele Länder habe ich besucht? Wie viele Sehenswürdigkeiten gesehen? Und wie viel habe ich in möglichst kurzer Zeit erlebt?

Heute zeichnet sich ein anderes Bild ab. Die Antworten der Reisenden, die an diesem Teil der Befragung teilgenommen haben, zeigen eine klare Tendenz hin zu einer langsameren und bewussteren Art von Urlaub.

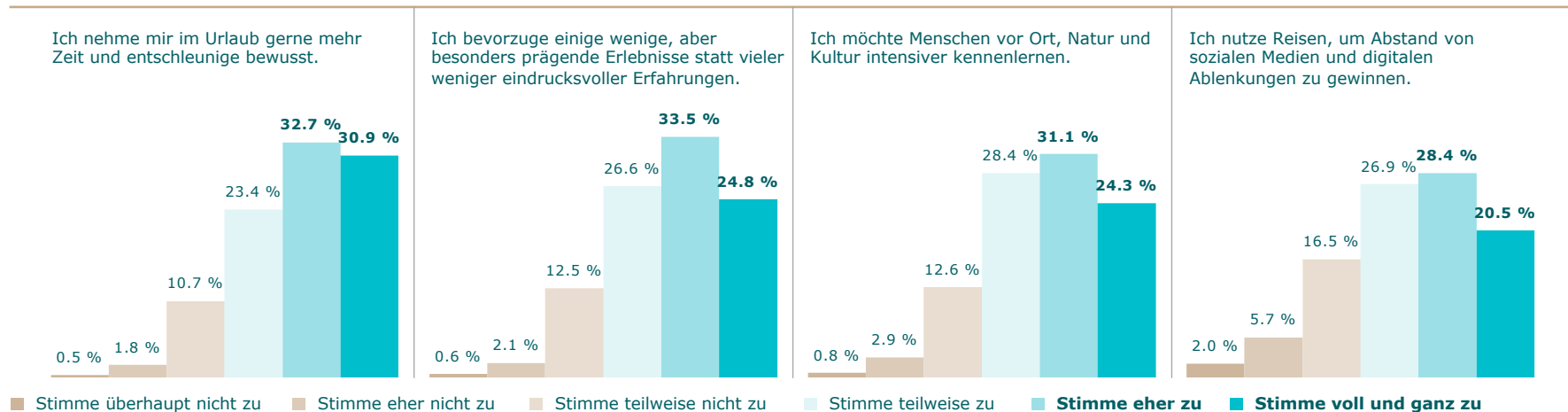
Wenn weniger mehr ist

Der Trend zu Slow Travel ist Teil eines grundlegenden Wandels im europäischen Reiseverhalten.

63,6 % der Europäerinnen und Europäer wünschen sich im Urlaub mehr Entschleunigung, in Deutschland sind es sogar 67,6 %. Gleichzeitig bevorzugen 58,3 % einige wenige, dafür prägende Erlebnisse statt vieler Aktivitäten, die weniger in Erinnerung bleiben. 55,4 % möchten Menschen vor Ort, Natur und

Kultur intensiver kennenlernen. Reisen wird zudem als Möglichkeit genutzt, Abstand vom Alltag zu gewinnen. Fast die Hälfte der Reisenden in Europa (48,9 %) stimmt voll und ganz oder eher zu, dass Urlaub eine Gelegenheit ist, sich von sozialen Medien und digitalen Ablenkungen zu lösen.

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?*



* Ergebnisse aus dem europäischen Markt



„Go with the Flow“ – die neue Art zu Reisen

Der Trend zu mehr Flexibilität, entspanntem Reisen mit individuellem Zeitplan und digitalen Auszeiten beeinflusst heute die Gestaltung von Reiseangeboten. Der Fernreisespezialist **Meiers Weltreisen** greift diese Entwicklungen mit ausgewählten Reisekonzepten auf, die von flexiblen Rundreisen bis hin zu naturnahen Rückzugsorten reichen und bewusst Raum zum Abschalten schaffen.

Reisen ohne festen Zeitplan

Das neue Konzept „Go with the Flow“ verbindet die Sicherheit einer professionell organisierten Rundreise mit der Freiheit, Destinationen im eigenen Tempo zu entdecken. Statt einem starren Tagesprogramm zu folgen, entscheiden Reisende selbst, wie sie ihre Zeit vor Ort gestalten möchten. So bleibt Raum für spontane Entdeckungen und persönliche Erlebnisse. Lokale Ansprechpartner unterstützen die Reiseplanung vor Ort und geben individuelle Empfehlungen zu Sehenswürdigkeiten, Restaurants, weniger bekannten Orten sowie Geheimtipps. Dadurch können Reisende ihre Reiseziele intensiver, authentischer und unabhängiger erleben.



GUADELOUPE



Pause unter Palmen

Der Wunsch, abzuschalten, beeinflusst nicht nur die Art des Reisens, sondern zunehmend auch die Wahl des Reiseziels. Zu den Angeboten von Meiers Weltreisen gehört das **Tendacayou Ecolodge & Spa** auf Guadeloupe, das speziell darauf ausgerichtet ist, Gästen Abstand vom Alltag zu ermöglichen und sie ganz in die Natur eintauchen zu lassen.

Das Hotel verzichtet bewusst auf Fernseher und Telefone in den Zimmern. So entsteht ein Reiseerlebnis, das Präsenz, Ruhe und Wohlbefinden sowie die Entschleunigung und den Abstand vom Alltag in den Mittelpunkt stellt.

Deutschland setzt auf Entschleunigung

Mehr als zwei Drittel der Deutschen (67,6 %) geben an, im Urlaub gerne zu entschleunigen – einer der höchsten Werte der gesamten Studie. Für eine große Anzahl deutscher Reisender steht Urlaub für mehr Zeit, intensiveres Erleben und weniger Alltagsstress: 26,4 % legen Wert auf authentische Kultur- und Naturerlebnisse – ebenfalls einer der höchsten Werte im europäischen Vergleich. 58,1 % der Befragten in Deutschland geben zudem an, Wert auf weniger, dafür aber hochwertigere Erlebnisse während des Urlaubs zu legen. Dieser Wert entspricht weitestgehend dem internationalen Durchschnitt (58,3 %).

DIE MOTIVE FÜR SLOW TRAVEL DER DEUTSCHEN

67,6 %

wollen im Urlaub
entschleunigen

26,4 %

suchen Kultur- &
Naturauthentizität

58,1 %

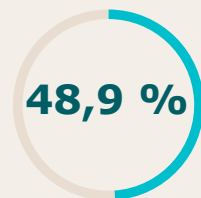
Erlebnisse:
Qualität vor Quantität

> 66 %

Slow Travel:
Zeit statt Stress

Reisen als Digital Detox

Reisen als Form digitaler Auszeit spiegelt sich zunehmend im Reiseverhalten wider.



der europäischen
Reisenden sehen Reisen
als Möglichkeit, Abstand
von sozialen Medien und
digitalen Ablenkungen
zu gewinnen.

Urlaub wird zunehmend nicht nur als Auszeit vom Beruf, sondern auch von ständiger Erreichbarkeit genutzt.

Generationenvergleich

Wer schaltet am ehesten ab?

>50 % 25–44 Jahre (Millennials)

44,4 % 18–24 Jahre (Gen Z)

Vergleich nach Beziehungsstatus

Wer sucht besonders häufig eine digitale Auszeit?

52,1 % Verheiratet

45,8 % Single

Die stärksten Befürworter dieses Trends sind die Millennials.

Der Wunsch nach digitaler Auszeit ist besonders ausgeprägt bei Menschen, die Beruf, Familie und andere Alltagsverpflichtungen miteinander vereinbaren.

„Die beste Reise ist nicht die, auf der ich am meisten gesehen habe. Sondern die, an die ich mich am meisten erinnere.“

JOMO-Reisende (Joy of Missing Out) versuchen nicht, möglichst viele Erlebnisse in eine Reise zu packen. Stattdessen geht es darum, bewusster zu reisen und Erlebnissen mehr Raum zu geben. Langsameres Reisen ermöglicht es, Reiseziele intensiver zu erleben, Stress zu reduzieren und sich auf das zu konzentrieren, was wirklich Bedeutung hat. Statt Orte von einer Liste abzhaken, steht das bewusste Erleben im Mittelpunkt.



WAS IHNEN WICHTIG IST

- Mehr Zeit an weniger Orten
- Weniger Stress
- Mehr prägende Erlebnisse
- Tiefere kulturelle Verbindungen
- Weniger digitale Ablenkungen

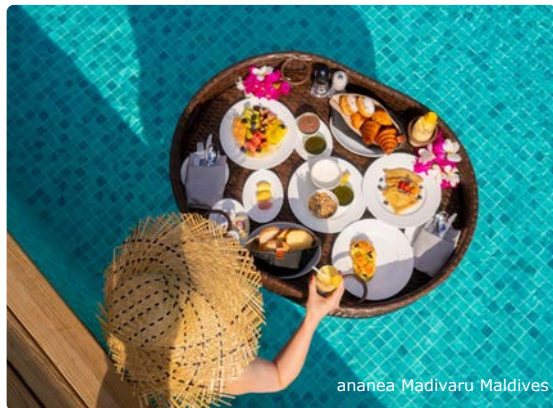
DIE DATEN HINTER DEM PROFIL

- 58,5 % reisen langsamer, um mehr Zeit zu haben, ein Reiseziel zu genießen
- 58,3 % bevorzugen einige wenige prägende Erlebnisse statt vieler weniger eindrucksvoller Erfahrungen
- 55,4 % möchten Menschen vor Ort, Natur und Kultur intensiver kennenlernen
- 55,2 % nennen Stressabbau als einen der wichtigsten Beweggründe



**SOLO-TRAVEL
KOMMT IN DER
MITTE DER
GESELLSCHAFT AN**

Allein reisen. Bei sich ankommen.



Zurück zu sich selbst

Neben der Verbindung zu Orten, der Natur und lokalen Kulturen suchen viele Menschen auf Reisen zunehmend auch die Rückbesinnung auf sich selbst. So wird Alleinreisen ein immer relevanterer Teil des europäischen Reiseverhaltens. Während Familienurlaub mit fast 66 % die beliebteste Reiseform bleibt, können sich fast 30 % der europäischen Reisenden vorstellen, innerhalb der nächsten zwölf Monate allein zu verreisen.

SOLO-REISEN KENNEN KEINEN BEZIEHUNGSSTATUS

24,4 %

der Personen in einer festen Beziehung

25,5 %

der Verheirateten bzw. Personen in einer
eingetragenen Partnerschaft

37,6 %

der Singles

**... in Europa können sich vorstellen,
in den nächsten 12 Monaten
allein zu verreisen**

Solo-Reisen: Längst nicht nur für Singles

Rund jeder vierte europäische Reisende in einer festen Beziehung (24,4 %) sowie Verheiratete und Menschen in eingetragener Partnerschaft (25,5 %) können sich vorstellen, innerhalb der nächsten zwölf Monate allein zu verreisen. In Deutschland liegen die Werte mit 33,7 % bzw. 34,4 % deutlich höher.

Auch unter Singles ist das Interesse groß: 37,6 % der Reisenden in Europa und 40,4 % in Deutschland halten eine Soloreise in den kommenden zwölf Monaten für wahrscheinlich. Die Ergebnisse zeigen, dass Solo-Reisen unabhängig vom Beziehungsstatus geschätzt werden, um Freiräume zu schaffen, Unabhängigkeit zu erleben und Zeit für sich selbst zu gewinnen.

DER WEG ZU MIR SELBST

Solo-Reisen sind längst mehr als eine Nischenform des Urlaubs. Immer mehr Menschen entscheiden sich bewusst dafür, alleine unterwegs zu sein. Die wachsende Bedeutung dieser Reiseform zeigt, wie vielfältig die Wünsche und Erwartungen europäischer Reisender heute sind.

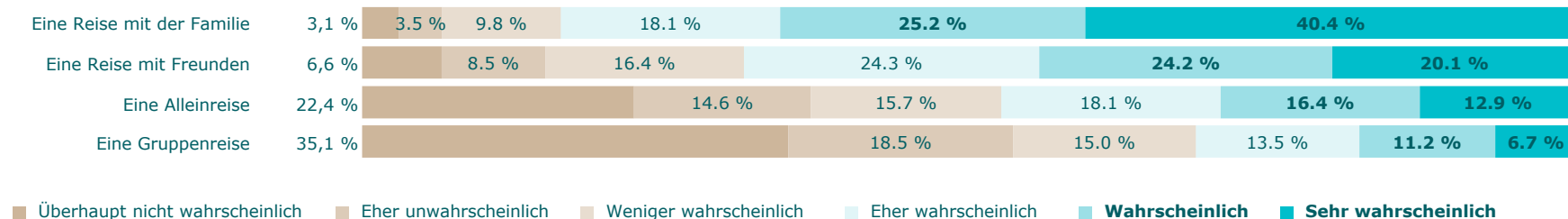
Raus aus der Nische: Jeder Dritte will allein Reisen

In ganz Europa wird Alleinreisen zunehmend als attraktive und etablierte Möglichkeit wahrgenommen, die Welt zu entdecken. Während Familienurlaub mit 65,6 % weiterhin die beliebteste Reiseform der Europäer ist, geben unter den Befragten, die in den kommenden zwölf Monaten eine entsprechende Reise als wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich einstufen,

mehr als vier von zehn (44,3 %) an, mit Freunden zu verreisen. Fast jede dritte befragte Person in Europa (29,3 %) kann sich vorstellen, in diesem Zeitraum allein zu reisen. Damit hat sich Solo Travel als fester Bestandteil europäischer Reisebedürfnisse etabliert. Deutschland liefert ein interessantes Beispiel dafür, wie Solo-Reisen Teil einer vielfältigeren

Reiselandschaft werden. Während Familienurlaub weiterhin sehr beliebt ist und Mehrgenerationenreisen an Bedeutung gewinnen, entwickelt sich Deutschland zugleich zu einem der stärksten Märkte für Solo-Reisen in Europa.

Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten folgende Reisen unternehmen?*



* Ergebnisse aus dem europäischen Markt

Die deutsche Lust am Solo-Reisen

Allein unterwegs, voll im Trend: Deutschland führend bei Solo Travel

36,1 % der deutschen Befragten geben an, in den nächsten zwölf Monaten wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich allein zu verreisen – der Spitzenwert im europäischen Vergleich. Buchungsdaten des DERTOUR Reisebarometers Winter 2025/26 bestätigen diese Entwicklung und zeigen, dass Solo Travel im deutschen Markt im Mainstream angekommen ist: 18 % aller bei den deutschen DERTOUR-Veranstaltern gebuchten Winterreisen entfielen auf Alleinreisende.

Top 3: In diesen Ländern wird am häufigsten solo gereist

1.	Deutschland	36,1%
2.	Schweden	35,0%
3.	Frankreich	32,2%



Inga Schwer

Pressesprecherin DERTOUR Deutschland

„Besonders auffällig ist, wie deutlich sich das Reiseverhalten von Alleinreisenden in unseren Buchungsdaten unterscheidet. Ihre Reisen dauerten im Winter durchschnittlich 13,5 Tage und damit rund vier Tage länger als Urlaube, die gemeinsam mit anderen Personen unternommen wurden. Zudem buchten Alleinreisende kurzfristiger als andere Reisende und wählten häufiger All-inclusive-Verpflegung. Die Daten zeigen, dass Solo-Reisende eigene Präferenzen und Buchungsmuster haben.“

Reiseangebote für Alleinreisende

Für Alleinreisende halten die DERTOUR-Veranstalter ein vielfältiges Angebot bereit, das kontinuierlich erweitert wird. Dazu zählen zahlreiche Rund- und Erlebnisreisen, die speziell auf die Bedürfnisse von Solo-Reisenden zugeschnitten und exklusiv für diese Zielgruppe buchbar sind. Darüber hinaus umfasst das Portfolio eine Vielzahl solo-freundlicher Rundreisen weltweit. Diese zeichnen sich beispielsweise durch reduzierte Einzelzimmerzuschläge oder die Möglichkeit aus, ein Doppelzimmer mit einer weiteren Person zu teilen. Gemeinsame Mahlzeiten und interaktive Programmpunkte fördern zudem den Austausch innerhalb der Gruppe. Viele dieser Reisen werden in kleinen Gruppen durchgeführt. Auch auf See finden Solo-Reisende ein breites Angebot, etwa auf ausgewählten Kreuzfahrten.

Der Solo-Effekt

Je mehr Menschen sich für Solo-Reisen entscheiden, desto wichtiger wird die Frage, welche Bedürfnisse diese Zielgruppe hat. Um dies besser zu verstehen, wurden die 3.387 Befragten, die in den kommenden zwölf Monaten wahrscheinlich allein verreisen werden, gefragt, was das Alleinreisen für sie einfacher, sicherer und attraktiver machen würde.

Die Antworten zeigen eine klare Nachfrage nach Angeboten, die speziell auf Solo-Reisende zugeschnitten sind.

Alleinreisen verändert nicht nur die Art, wie gereist wird, sondern auch den Zeitpunkt der Reise. Die Buchungsdaten der DERTOUR Group zeigen, dass 65 % der Reisen von Alleinreisenden außerhalb der Hauptreisezeit von Juni bis August stattfinden. Das deutet auf den Wunsch nach mehr Flexibilität, weniger Andrang und einem entschleunigten Reisetempo hin.



Was Solo-Reisende bewegt

Sicherheit schafft Freiheit

Auch wenn Unabhängigkeit ein zentrales Merkmal des Solo-Reisens ist, bleibt Unterstützung wichtig. Rund jede vierte alleinreisende Person in Europa (25,3 %) wünscht sich eine feste Ansprechperson für Notfälle, während 21,9 % zusätzliche Sicherheitsangebote während der Reise schätzen.

Frauen messen diesen Angeboten eine besonders hohe Bedeutung bei: 26,8 % wünschen sich einen festen Notfallkontakt und 23,5 % zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen. Bei Männern liegen die entsprechenden Werte bei 24,1 % beziehungsweise 20,7 %.

Was würden Sie sich für eine Alleinreise wünschen?*

Bis zu drei Antworten möglich



* Ergebnisse aus dem europäischen Markt

Die Ergebnisse zeigen, dass sich europäische Solo-Reisende Angebote und Services wünschen, die Alleinreisen als eigenständige Reiseform anerkennen und komfortabler, relevanter und einfacher gestalten. Dabei spielt insbesondere das Angebot echter Einzelzimmer eine wichtige Rolle. Sie sind im Unterschied zu Doppelzimmern zur Alleinbenutzung ohne Einzelzimmerzuschlag buchbar.

Auf die Nachfrage nach Einzelzimmern (38,4 %) folgen Möglichkeiten, mit Gleichgesinnten zu reisen (27,9 %) sowie personalisierte Angebote und Erlebnisse (26,9 %)

Die Nachfrage nach spezialisierten Angeboten für Solo-Reisende ist bei Singles besonders stark ausgeprägt: Fast die Hälfte (45,1 %) wünscht sich Einzelzimmer, die speziell für Solo-Reisende konzipiert sind. Bei Personen in einer festen Beziehung liegt dieser Anteil bei 35,8 %, bei Verheirateten bei 31,7 %. Dies deutet darauf hin, dass Zusatzkosten wie beispielsweise Einzelzimmerzuschläge für Singles eine größere Rolle spielen.

Worauf die deutschen Solo-Reisenden Wert legen

Die Nachfrage nach Einzelzimmern und anderen auf Solo-Reisende zugeschnittenen Zimmerangeboten ist in Finnland, Österreich und Polen am höchsten. Auch Deutschland und Norwegen liegen über dem europäischen Durchschnitt.



Deutsche Solo-Reisende schätzen Sicherheit

Das Bedürfnis nach Sicherheit ist unter deutschen Alleinreisenden besonders ausgeprägt. Knapp 27 % der Befragten wünschen sich erweiterte Sicherheitsangebote, die speziell auf Solo-Reisende ausgelegt sind, beispielsweise durch regelmäßige Check-ins durch Personal. Neben Großbritannien ist das der höchste Wert in Europa.

Gemeinsam statt einsam

Die deutschen Solo-Reisenden legen im europäischen Vergleich überdurchschnittlich viel Wert darauf, mit Gleichgesinnten unterwegs zu sein (30,8 % gegenüber 27,9 %).

Zudem legen die deutschen Alleinreisenden im europäischen Vergleich am meisten Wert auf ein Gemeinschaftsgefühl und das Knüpfen sozialer Kontakte: Jeweils mehr als ein Viertel der deutschen Solo-Reisenden wünscht sich Zugang zu optionalen Gruppenaktivitäten (25,1 %) sowie gemeinschaftliche Bereiche, die den Austausch mit anderen Reisenden oder Gleichgesinnten vereinfachen (27,7 %). Kein anderes europäisches Land legt mehr Wert auf Austauschmöglichkeiten.

Jüngere Alleinreisende suchen Auswahl, ältere Verbundenheit.

Alleinreisen gewinnen in Europa in allen Altersgruppen an Bedeutung.

Die Erwartungen an diese Reiseform unterscheiden sich jedoch je nach Lebensphase.

MILLENNIALS (25–34 Jahre)



Jüngere Reisende legen besonderen Wert auf Individualität, Flexibilität und persönliche Erlebnisse.

31,1 %

wünschen sich personalisierte Angebote und kuratierte Erlebnisse ...

... das macht Millennials zu den stärksten Befürwortern personalisierter Reiseangebote im Vergleich zu Solo-Reisenden zwischen 55 und 65 Jahren:



ÄLTERE ALLEINREISENDE (55–65 Jahre)



Mit zunehmendem Alter gewinnen Komfort und praktische Angebote an Bedeutung.

47,8 %

wünschen sich auf Alleinreisende zugeschnittene Zimmerangebote.

Soziale Verbundenheit wird mit der Zeit wichtiger.

32,0 %

interessieren sich dafür, mit Gleichgesinnten zu reisen.

DIE SOLO-REISENDEN

„Ich habe mich bewusst fürs Alleinreisen entschieden und wünsche mir ein Erlebnis, das genau auf mich zugeschnitten ist.“

Solo-Reisende entscheiden sich ganz bewusst für das Alleinreisen, weil sie Freiheit, Flexibilität und individuelle Gestaltungsmöglichkeiten schätzen. Im Mittelpunkt steht der Wunsch, Reisen nach den eigenen Interessen zu gestalten und sich auf sich selbst zu fokussieren. Dafür braucht es Angebote, die konsequent auf Alleinreisende ausgerichtet sind und nicht einfach aus klassischen Reisen für Paare oder Familien abgeleitet werden. Unterstützung wird geschätzt, wenn sie gewünscht ist – aber stets zu den eigenen Bedingungen.

WAS IHNEN WICHTIG IST

- Auf Solo-Reisende zugeschnittene Zimmerangebote
- Personalisierte Erlebnisse
- Unterstützung, wenn sie benötigt wird
- Optionale Möglichkeiten, andere Reisende kennenzulernen
- Reiseangebote, die individuelle Bedürfnisse berücksichtigen

DIE DATEN HINTER DEM PROFIL

- 38,4 % wünschen sich Zimmerangebote für Alleinreisende
- 37,6 % der Singles planen wahrscheinlich eine Alleinreise innerhalb der nächsten zwölf Monate
- 27,9 % möchten mit Gleichgesinnten reisen
- 26,9 % wünschen sich personalisierte Angebote und kuratierte Erlebnisse
- 25,3 % schätzen eine feste Ansprechperson für Notfälle



Unser Solo-Reisen-Soundtrack

von der DERTOUR Group mit Liebe zusammengestellt

🎵 **Beautiful Day – U2**

Eine Erinnerung daran, den Moment zu genießen, wohin die Reise auch führt.

🎵 **Don't Stop Me Now – Queen**

Für die Freude daran, die Welt auf eigene Faust zu entdecken.

🎵 **Dancing On My Own – Robyn**

Die ultimative Hymne auf Unabhängigkeit und Selbstvertrauen.

🎵 **Walking on Sunshine – Katrina & The Waves**

Pure Wohlfühlenergie für das Ankommen an einem neuen Ort.

🎵 **Unwritten – Natasha Bedingfield**

Der passende Soundtrack für eine Reise, auf der alles möglich scheint.

🎵 **Here Comes the Sun – The Beatles**

Für den Optimismus, der mit jedem neuen Aufbruch einhergeht.

🎵 **On Top of the World – Imagine Dragons**

Für alle, die auf Reisen nach neuen Erlebnissen und frischen Perspektiven suchen.

🎵 **Shake It Off – Taylor Swift**

Denn manchmal geht es beim Alleinreisen darum, Ballast hinter sich zu lassen.

🎵 **Volare (Nel Blu Dipinto Di Blu) – Domenico Modugno**

Eine zeitlose Hommage an Freiheit, Entdeckergeist und die Freude am Unterwegssein.

🎵 **I'm Gonna Be (500 Miles) – The Proclaimers**

Für Reisen, bei denen der Weg genauso wichtig wie das Ziel.



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 rund 200 Reiseunternehmen unter ihrem Dach und bietet Reisenden eine große Vielfalt an Urlaubsangeboten, von Erholungs- und Erlebnis- bis hin zu Special-Interest-Reisen. Über 16.500 Mitarbeitende unterstützen jährlich über 13 Millionen Gäste auf jedem Schritt ihrer Reise.

Heute ist die DERTOUR Group in 16 europäischen Märkten aktiv und umfasst rund 20 große Reiseveranstalter-Marken, über 30 Anbieter von Spezialreisen sowie ein Netzwerk von rund 1.850 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. 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 e.V. 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 500–1.000 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 8.000 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: 19. August 2026



**TRUSTED
TRAVEL
TEAM**