

The background of the entire page is a photograph of a woman with long dark hair, wearing a light-colored striped shirt and dark jeans, with a black backpack. She is looking down at a smartphone in her hands. The setting appears to be a transit station or airport, with blurred figures and lights in the background. Overlaid on the right side of the image are several thick, parallel diagonal lines in shades of blue, creating a modern, geometric design.

amadeus

Globale Umfrage unter Reisenden

Erkenntnisse aus dem
deutschen Markt

2020

Einführung

Laut Statistik des Robert-Koch-Institutes vom 30. Oktober 2020 gab es in der Bundesrepublik Deutschland seit Beginn der Corona-Pandemie fast 500.000 bestätigte Infektionen, von denen fast 10.500 Todesfälle auf COVID-19 zurückgeführt wurden. Die Auswirkungen auf die Bevölkerung und die Wirtschaft sind gravierend und führten bereits zum Verlust von Tausenden von Arbeitsplätzen, viele davon in den Bereichen Tourismus und Gastgewerbe.

Um mehr darüber zu erfahren, wie die Reisebranche und die Regierungen das Vertrauen der Reisenden wiederherstellen können, hat Amadeus, ein weltweit führendes Unternehmen im Bereich der Reistechnologie, eine internationale Studie in Auftrag gegeben. Sie identifiziert die wichtigsten Anliegen der Reisenden sowie die Technologie, die notwendig ist, um sich für eine Reise sicher genug zu fühlen, was letztlich zur Erholung der Reisebranche beiträgt.

Censuswide befragte im
Zeitraum vom 14. September
bis 22. September 2020
insgesamt 6.074 Personen in
Großbritannien, Frankreich, den
USA, Indien, Deutschland und
Singapur, die in den letzten 18
Monaten ins Ausland gereist sind.

CENSUSWIDE
+
THE SURVEY CONSULTANTS

Nachfolgend sind einige der wichtigsten Ergebnisse für den deutschen Markt aufgeführt.¹

Similar reports focused on the other five countries plus a global report can be found at amadeus.com/rethinktravel

¹ 1.002 Befragte, die in den letzten 18 Monaten ins Ausland gereist sind.

Referenz: Generation Z = 16-24 Jahre; Millennials = 25-39 Jahre; Generation X = 40-54 Jahre; Boomers = 55-74 Jahre; 75+ Silent Generation

Germany insights



Die größten Bedenken in Bezug auf das Reisen vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie

Die größte Sorge der deutschen Reisenden ist das erhöhte Risiko, sich mit dem Virus anzustecken oder das Virus zu übertragen (38%). Es folgen die Sorge über eine von der Regierung angeordneten Quarantäne am Zielort oder bei der Rückkehr in die Heimat (37%) und die Angst, am Zielort zu stranden, wenn die Reise storniert oder geändert wird (37%). Nur 11% der Befragten ist besorgt hinsichtlich des Zugriffs auf Informationen, welche Reiseziele sicher bereist werden können.

38%

Höheres Risiko sich anzustecken oder das Virus zu übertragen

37%

Von der jeweiligen Regierung verhängte Quarantänen am Ziel- oder Heimatort

37%

Angst festzusitzen

11%

Besorgt über den Zugang zu Informationen darüber, wohin man sicher reisen kann

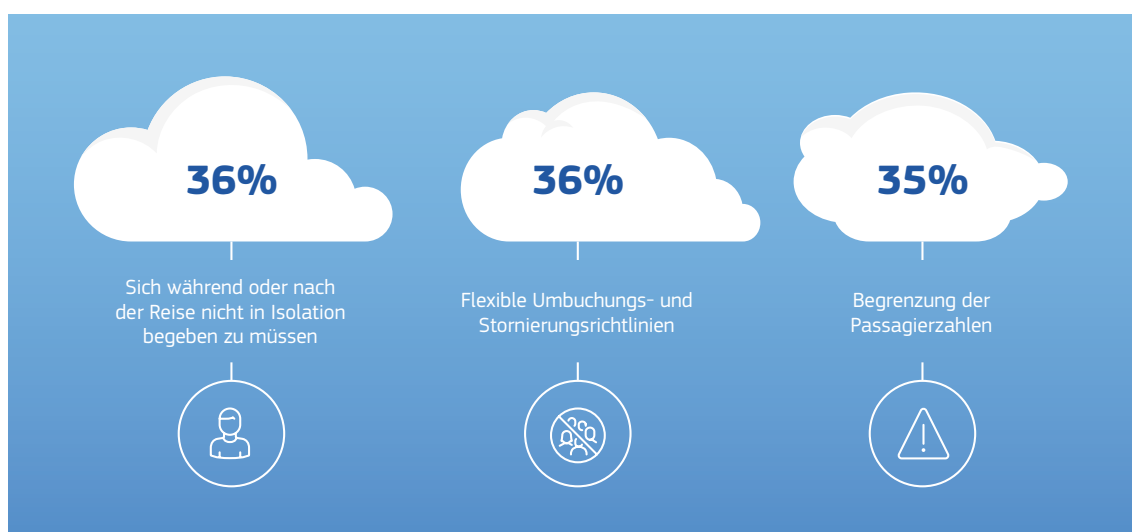
Geschäftsreisende (11%) machen sich dabei viel seltener Sorgen über eine von der Regierung verhängten Quarantäne am Zielort oder bei der Rückkehr in ihr Heimatland als Urlaubsreisende (41%). Im Gegensatz dazu haben 24% der Geschäftsreisenden eher Bedenken hinsichtlich der Sicherheit und Sauberkeit der öffentlichen Verkehrsmittel als Urlaubsreisende (18%).

Befragte, die in den letzten 18 Monaten auf der Langstrecke (33%) geflogen sind, sind eher besorgt darüber, dass sie für längere Zeit eine Maske tragen müssen als Reisende auf einem Kurzstreckenflug (29%). Die fehlende Möglichkeit, physische Distanz in Flugzeugen einhalten zu können, ist für 36% der Befragten auf der Langstrecke problematisch gegenüber 33% der Befragten, die im gleichen Zeitraum auf einem Kurzstreckenflug gereist sind.

Neben dem Anlass einer Reise haben auch bestimmte Altersgruppen jeweils andere Anliegen an eine sichere Reise: Die fehlende Möglichkeit, sich in Flugzeugen physisch zu distanzieren, bereitet 41% der 55-bis 74-Jährigen Sorge. Nur 17% der 16- bis 24-Jährigen teilen diese Ansicht. Die Besorgnis darüber, am Zielort zu stranden aufgrund einer stornierten oder geänderten Reise und die verminderte Freude am Urlaubserlebnis durch Einschränkungen am Zielort ist bei den Altersgruppen 40-54 Jahre und 55-74 Jahre ebenfalls größer als bei den jüngeren Generationen.

Die Bedingungen, bei denen sich deutsche Befragte beim Reisen wohlfühlen würden

Die wichtigsten Aspekte, die nach Meinung der deutschen Reisenden erfüllt werden müssen, um sich beim Reisen wohl zu fühlen, sind sich nicht am Zielort oder bei der Rückkehr nach Hause in Quarantäne begeben zu müssen (36%), die Limitierung der Anzahl der Fluggäste im Flugzeug zur Reduzierung der Kontakte (ebenfalls 36%), gefolgt von flexiblen Änderungs-, Storno- und Zahlungsbedingungen, um Gebühren oder den Verlust von Geld zu vermeiden (35%).



Geschäftsreisende gaben an, dass während der gesamten Reise physische Abstände eingehalten sowie die Anzahl der Passagiere in Flugzeugen zur Verringerung des Kontaktes begrenzt werden müssten (jeweils 20%), um sich sicher zu fühlen. 44% der Reisenden auf der Langstrecke fühlen sich sicher, wenn sie sich am Zielort oder bei der Rückkehr nach Hause nicht selbst isolieren müssen verglichen mit 37% auf der Kurzstrecke.

Insgesamt 22% der Befragten identifizierten Technologien, die den zwischenmenschlichen Kontakt, Warteschlangen und physische Kontaktpunkte reduzieren, als eine Quelle des Komforts auf Reisen, wobei der Fokus dafür bei denjenigen **am höchsten ist, die regelmäßig sowohl geschäftlich als auch privat reisen (34%)**.

Technologien, die das Vertrauen der deutschen Befragten in das Reisen in den nächsten 12 Monaten erhöhen würden

Kontaktloses Bezahlen (36%), mobile Apps für Benachrichtigungen und Warnhinweise während der Reise (33%) sowie mobiles Boarding (32%) sind die beliebtesten Technologien, die Reisende für ein größeres Vertrauen in das Reisen während der nächsten 12 Monate identifizierten.

Befragte, die nur geschäftlich reisen, sind eher von Gesichts- und Stimmerkennungstechnologien überzeugt (28% bzw. 24%) als Urlaubsreisende (18% bzw. 11%). Letztere bevorzugen eher den Self-Service-Check-in (27% gegenüber 15% im Vergleich zu Geschäftsreisenden) und kontaktloses Bezahlen (35% gegenüber 30% im Vergleich zu Geschäftsreisenden).

Das Alter der Reisenden hat Einfluss auf die Präferenzen – Bei 32% der Generation Z würde sich das Vertrauen, in den nächsten 12 Monaten zu reisen, durch mobiles Boarding steigern lassen im Vergleich zu 30% bei der Generation Boomer. Insgesamt gaben 38% der Teilnehmer, die zu den Boomern gehören, an, dass keine technologische Lösung ihr Vertrauen, in den nächsten 12 Monaten zu reisen, erhöhen würde (im Vergleich zu 14% der Generation Z).

Erfahrungen mit Technologie, die die größten Bedenken von Reisenden im Hinblick auf die Corona-Pandemie berücksichtigen und deren Reisebereitschaft erhöhen würde

83% der deutschen Reisenden², die vor dem Hintergrund von COVID-19 die größten Bedenken gegen das Reisen haben, antworteten, dass mindestens eine der vorgeschlagenen Technologien ihre Bedenken berücksichtigen und ihre Reisebereitschaft erhöhen würde. Die Verfügbarkeit vollständiger Informationen bei der Suche, der Buchung und kurz vor der Reise ist die am häufigsten gewählte technologische Unterstützung, mit der die Bedenken in Bezug auf das Reisen abgemildert werden könnte (36%), gefolgt von kontaktlosem Bezahlen am Flughafen, während des Fluges, bei der Beförderung am Boden und Unterbringung (34%) sowie kontaktlosen Prozessen in Hotels (31%). Die Gepäckabfertigung außerhalb des Flughafens ist die Technik, die am wenigsten dazu beitrug, Bedenken über das Reisen im Zusammenhang mit COVID-19 zu berücksichtigen und die Befragten zum Reisen zu ermutigen (16%).

Die Verfügbarkeit vollständiger Informationen bei der Suche, der Buchung und kurz vor der Reise ist für die Millennials am wichtigsten (39%) verglichen mit 33% der Generation Boomer. Die Erfahrungen mit kontaktlosen Zahlungsvorgängen am Flughafen, während des Fluges, bei der Beförderung am Boden und bei der Unterbringung sind bei den Langstreckenreisenden (41%) beliebter als bei den Befragten, die auf der Kurzstrecke reisen (36%).

² 17% der Teilnehmer antworteten „Keine der aufgeführten Punkte“ bei der Frage „Wenn Sie an Ihre größten Bedenken hinsichtlich der Reisens während der Corona-Pandemie denken, welche der technologischen Lösungen würde Sie eher zum Reisen ermutigen?“

In welchen Bereichen deutsche Reisenden am liebsten von Technologie unterstützt werden würden

Die drei wichtigsten Erwartungen an Technologie der deutschen Reisenden sind:

- Reduzierung von Warteschlangen und Menschenansammlungen in öffentlichen Räumen (38%)
- Minimierung ihrer persönlichen oder physischen Kontakte mit anderen (30%)
- Schutz ihrer finanziellen Daten und persönlichen Informationen (29%)

Das Alter ist hier ein Faktor – ältere Generationen sind viel eher daran interessiert, dass durch Technik Warteschlangen und Menschenansammlungen in öffentlichen Räumen reduziert werden (45% der Generation Boomer gegenüber 30% der Generation Z). Das gilt ebenso für die Genauigkeit und Wirksamkeit nationaler Tests- und Nachverfolgungsprogramme (28% der Boomer-Generation im Vergleich zu 17% der Generation Z).

Hoffnungen und Erwartungen der Reisenden über die Zukunft des Reisens

Eine Mehrheit (59%) erwartet, dass sie in den nächsten 12 Monaten aufgrund von Reisebeschränkungen nicht weniger reisen.³ Die Prozentzahl steigt, wenn die persönliche Zuversicht berücksichtigt wird – 64% erwarten, dass sie nicht weniger reisen aufgrund ihrer eigenen Bedenken hinsichtlich der Corona Pandemie, diese Prozentzahl sinkt jedoch mit zunehmendem Alter (57% bei den 55-74-Jährigen).

Während insgesamt nur 20% der Befragten zustimmten, dass sie sich eine Möglichkeit zur Ermittlung nachhaltiger Reiseangebote und einen Mechanismus zur Reduzierung der Kohlenstoffemissionen bei Reisen wünschen, steigt dieser Anteil bei den Befragten, die regelmäßig sowohl geschäftlich als auch privat reisen, auf 32%. Reisende auf der Langstrecke wünschen sich eher ein effektives Test- und Nachverfolgungsprogramm, das globale Standards berücksichtigt, damit etwaige Ausbrüche schnell bekämpft werden können (42% verglichen mit 35% aller Befragten).

Regionale Aspekte

- Befragte aus Hessen gaben am häufigsten an (13%), dass sie angesichts COVID-19 keine größeren Bedenken hinsichtlich des Reisens haben – Befragte aus Niedersachsen weisen die geringste Prozentzahl auf (6%).
- Die Sicherheit und Sauberkeit der öffentlichen Verkehrsmittel sind für die Berliner Befragten (22%) von größerer Bedeutung als für Bewohner in Baden-Württemberg und Bayern (jeweils 18%). Die von der Regierung verhängte Quarantäne ist für die Befragten in Baden-Württemberg von größter Bedeutung (45%).
- Eine generelle Reisenden-Identifikation ist für Befragte aus Berlin wichtiger als für Teilnehmer aus Bayern (23% gegenüber 19%) und mehr Bewohner aus Bayern erwarten, dass sie aufgrund von Reisebeschränkungen durch die Regierung weniger reisen werden verglichen mit Berlinern (46% gegenüber 32%).

³ Umgekehrte Zahl der Befragten, die die Antwort wählten „Wegen der Reisebeschränkungen durch die Regierung werde ich in den nächsten 12 Monaten weniger reisen.“ (41%)

Fazit

Die Befragung zeigt, dass das Interesse an Reisen weiterhin besteht, wobei Reisenden wichtig ist, dass ihre Bedenken berücksichtigt werden. Die positive Nachricht für die Branche ist, dass viele dieser Fragestellungen mit technologischen Lösungen beantwortet werden können, zum Beispiel mit einem besseren Zugriff auf Informationen sowie Möglichkeiten zu physischer Distanz und Kontakt-Reduzierung.

Während die Branche sich den Herausforderungen der Corona-Pandemie stellt, beobachten wir eine Beschleunigung der Technologie-Entwicklung und -Nutzung, die darauf abzielt, das Vertrauen der Reisenden zu stärken und der Branche bei der Anpassung an das veränderte Umfeld zu helfen. Aus dieser Umfrage geht hervor, dass Technologie eine Schlüsselrolle bei der Stärkung der Nachfrage spielen wird, wenn die Menschen wieder zu reisen beginnen. In gleicher Weise, wie wir es bei Arbeitsplätzen, im Einzelhandel und in der Unterhaltungsbranche sehen, bietet Technologie ein enormes Potenzial, um die Art und Weise, wie wir die Welt erleben, neu zu überdenken.

Bei Amadeus arbeiten wir mit unseren Kunden in allen Bereichen des Reisens zusammen und stellen Technologie bereit, die sowohl das Reiseerlebnis als auch die betriebliche Effizienz verbessert.

Für unsere Airline-Kunden bieten wir Departure-Control-Lösungen an, die physische Distanz, Belegung der Sitzplätze über die Flugkabine verteilt und die Möglichkeit zur automatischen Umbuchung im Falle einer Reiseunterbrechung gewährleisten. Auf Flughäfen setzen wir biometrische- und Selbstbedienungs-Lösungen ein, um den physischen Kontakt zu reduzieren und den Passagierfluss durch einen Flughafen so zu beschleunigen, dass Vertrauen geschaffen wird. Für Hotels liefern wir Lösungen zur Verwaltung strenger Reinigungspläne, die die Einhaltung der neuesten Protokolle und Standards ermöglichen.

Da berührungslose Prozesse für die Wiederaufnahme des Reisens entscheidend werden, stellen wir für unsere Kunden Lösungen bereit, sei es durch kontaktlose Zahlungen, Selbstbedienungsmöglichkeiten zur Gepäckabgabe außerhalb des Flughafens oder mobile beziehungsweise sprachaktivierte Automaten. Darüber hinaus bieten wir durch unseren Fokus auf Innovation eine breite Palette an Kundenservice-Lösungen an, von KI-gestützten Chatbots, die kritische Fragen zu Reiserichtlinien beantworten können, bis hin zu Reisewarnungen, die per SMS oder E-Mail geliefert werden – wichtig, um Reisende während ihrer gesamten Reise auf dem Laufenden zu halten.

Im Mittelpunkt unseres Ansatzes steht die Verpflichtung zur partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Unsere Teams arbeiten jeden Tag mit ihnen zusammen, um Lösungen zu erarbeiten, die sie nicht nur unterstützen, die unmittelbaren Herausforderungen der heutigen Zeit zu bewältigen, sondern sie auch für die Erneuerung und Erholung ausstatten, die wir uns alle wünschen.