

MEDIENMITTEILUNG**Allianz Trade Analyse: Sonnige Aussichten für den Tourismus – Billigreisen weiter im Trend, Fern- und Luxusreisen boomen**

- Europäer sparen mehr – aber nicht bei Reisen; Nachfrage wächst stärker als je zuvor und verleiht der Branche eine nie dagewesene Preissetzungsmacht
- Nach mir die Nachhaltigkeit: Flugreisen und Kreuzfahrten wieder im Trend
- Internationale Fernreisen wieder in: stärkster Treiber beim Tourismus-Aufschwung
- Luxusreisen legen zu, Preise in diesem Nischensegment dürften weiter steigen
- Billigreisen dominieren weltweiten Marktanteil: Inflation drückt auf Reisekasse

Hamburg, 9. Juli 2024 – Nicht nur die Fluggesellschaften setzen zum Höhenflug an, auch für den Tourismus lacht trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten und zunehmenden geopolitischen Spannungen die Sonne. Die starke Nachfrage hat sowohl dem Hotel- als auch dem Kreuzfahrtgewerbe geholfen, nach der Pandemie wieder auf die Beine zu kommen. Europa hat das Niveau von vor der Pandemie bereits übertroffen. Zu diesem Ergebnis kommt die jüngste Analyse des weltweit führenden Kreditversicherers Allianz Trade.

„Die Europäer sparen mehr – aber Reisen sind aktuell unverzichtbar“, sagt Milo Bogaerts, CEO von Allianz Trade in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Weder die Inflation noch die Unsicherheit haben den Aufschwung des Tourismussektors geschwächt. Die Nachfrage nach reisebezogenen Dienstleistungen wächst stärker als je zuvor. Das verleiht dem Sektor eine wesentlich stärkere Preissetzungsmacht als in der Vergangenheit.“

Ich packe in meinen Koffer: Fernweh und ein Flugticket – internationale Reisen treiben Aufschwung

Stärkster Treiber des weltweiten Tourismus-Aufschwungs sind internationale Reisen. Es dürften rund 10 Prozent mehr Menschen mit dem Flugzeug verreisen. Die größten Anstiege dürfte es in Asien (+17 %) und in Nordamerika (+9 %) geben. Aber auch in Europa dürften sich Fluggesellschaften über knapp 6 Prozent mehr Fluggäste freuen.

„Die Touristen packen ihre Koffer wieder gerne für Fernreisen“, sagt Bogaerts. „Insbesondere Flugreisen sind das ‚Must Have‘ des Sommers. Deutschland und Frankreich profitieren dabei von den Sport-Großereignissen, aber besonders beliebt sind auch Flugziele in Asien und Nordamerika. Die realen Sparzinsen sind weiterhin niedrig, so dass viele ihr Geld in eine Fernreise stecken. Die US-Bürger profitieren zudem von einem stärkeren Dollar, der ihnen im Ausland mehr Kaufkraft verleiht.“

Luxusreisen legen zu – bei Wachstum und perspektivisch auch bei den Preisen

Weltweit lag die Hotelauslastung im ersten Quartal 2024 im Durchschnitt bei 61 %, im bisherigen Jahresverlauf bei 64 % und im Mai bei 68 %, dem höchsten Stand seit der Pandemie. Im vergangenen Jahr verzeichneten Luxushotels die höchste Wachstumsrate¹ (+5% RevPAR4 Wachstumsrate gegenüber +3% für die Branche insgesamt) trotz des Nischen-Marktanteils.

„Obwohl der Luxustourismus in letzter Zeit immer mehr Kunden anzieht, dominieren weiterhin Low-Cost-Hotels“, sagt Maria Latorre, Branchenexpertin bei Allianz Trade. „Luxushotels machen mit nur 3 % des Gesamtangebots nur einen sehr geringen Anteil am Weltmarkt aus. Doch die Nachfrage nach gehobenen

¹ Die sogenannte RevPAR Wachstumsrate ist eine in der Beherbergungsbranche weit verbreitete Kennzahl, die die Fähigkeit eines Hotels misst, seine verfügbaren Zimmer zu einem durchschnittlichen Preis zu füllen. Der RevPAR-Wert wird berechnet, indem man die durchschnittliche Tagesrate (ADR: Average Daily Rate) eines Hotels mit seiner Belegungsrate multipliziert.

Erlebnissen und Luxusreisen in den Industrieländern ist gestiegen – und auch die Preise angesichts der einkommensstarken Kundenzielgruppe.“

Billig, will ich: Preisgünstige Reisen überwiegen – Inflation drückt auf Reisekasse vieler Haushalte

Da die Inflation jedoch nach wie vor vor allem die Haushalte mit niedrigem und mittlerem Einkommen belastet, hat das Beherbergungsgewerbe seine preisgünstigeren Angebote erweitert. Vor der Pandemie fiel der größte der größte Anteil (27 %) der Hotels weltweit in die "gehobene Kategorie", aber seit 2022 hat die Kategorie "preiswert" überholt.

„Insgesamt stehen die Unternehmen in der Tourismusbranche besser da denn je“, sagt Latorre. „Die Einnahmen der weltweit führenden Hotelketten sind im Jahr 2020 massiv eingebrochen (-55 % gegenüber dem Vorjahr). In den letzten Jahren haben sie sich allerdings sukzessive erholt und lagen bereits im vergangenen Jahr rund 13 % über dem Niveau von 2019. Dieser Trend setzt sich fort, sowohl bei den Einnahmen als auch bei den operativen Margen, die ebenfalls wieder über dem Vorkrisenniveau liegen.“

Eine Seefahrt, die ist lustig: Kreuzfahrtschiffe ausgebucht und wieder auf Kurs

Die Nachfrage nach Kreuzfahrten hat sich ebenfalls stark erholt. Im Jahr 2021 waren Pauschalreisen und Belegungsraten im Keller, auf dem niedrigsten Wert der Geschichte. Aber das Bild hat sich gedreht: Allein im vergangenen Jahr sind die Einnahmen der Kreuzfahrtschiffe um 70 % gestiegen und werden 2024 um weitere 15 % steigen, wobei in diesem Jahr neue Kreuzfahrtschiffe ausgeliefert werden. Die größten Anbieter erwarten, dass der Sommer 2024 den Sommer 2019 sowohl bei der Anzahl der Passagiere als auch beim Gewinn übertreffen wird, da die Schiffe ausgebucht sind.

Die vollständige Analyse „Globetrotters driving the tourism rebound“ (ENG, pdf) finden Sie beigefügt und hier:

https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade.com/en_gl/erd/publications/pdf/2024_07_05_what-to-watch.pdf

Allianz Trade ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert die Allianz Trade Gruppe täglich die Insolvenzentwicklung von mehr als 83 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht die Allianz Trade Gruppe den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 70.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist die Holding von Allianz Trade mit Sitz in Paris im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen ist in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.500 Mitarbeiter weltweit. 2023 erwirtschaftete die Allianz Trade Gruppe einen konsolidierten Umsatz von EUR 3,7 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 1.131 Milliarden.

Weitere Informationen auf www.allianz-trade.de

Pressekontakt

Antje Wolters

Pressesprecherin

+49 (0) 40 / 88 34 – 1033

+49 (0) 160 / 899 27 72

Antje.wolters@allianz-trade.com

Social MediaLinkedIn [Allianz Trade Deutschland](#)XING [Allianz Trade Deutschland](#)YouTube [Allianz Trade Deutschland](#)Twitter [Allianz Trade](#)

Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannt Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungsconvergenz und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.