



Darum lieben Menschen, mit anderen zu reisen: Studiosus nimmt Gruppenreisen-Markt unter die Lupe

Guido Wiegand, Mitglied der Studiosus-
Unternehmensleitung. Quelle: Studiosus

02.10.2018

Darum lieben Menschen, mit anderen zu reisen: Studiosus nimmt Gruppenreisen-Markt unter die Lupe

Von der klassischen Busreise bis zur hochwertigen Studienreise - für Millionen deutscher Urlauber sind sie ein echtes Erlebnis: Gruppenreisen. Doch wie groß ist das Marktsegment genau? Und was sind die Motive der Reisenden? Studiosus hat den Markt für Gruppenreisen unter die Lupe genommen und Anfang Oktober die Ergebnisse der Öffentlichkeit vorgestellt.

Guido Wiegand, Mitglied der Studiosus-Unternehmensleitung: "Ausgangspunkt war für uns die Frage, wie groß aus Sicht der Reisenden die ideale Gruppengröße ist. Dabei haben wir auch den Gesamtmarkt und die Motive der Teilnehmer in den Blick genommen." Dazu wurden von Studiosus renommierte Marktforschungsunternehmen wie das Rheingold Institut und K&A BrandResearch beauftragt. Zudem steuerte die Reiseanalyse der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.), deren Vorsitzender Wiegand ist, wichtige Erkenntnisse bei - und manche Überraschung.

Gruppenreisen bieten viel Potenzial für Reisebüros

Der Reiseanalyse 2018 (RA) zufolge nahmen rund 2,3 Millionen Menschen an einer Gruppenreise teil. Zum Vergleich: Im gleichen Zeitraum gingen rund 1,6 Millionen auf Kreuzfahrt. Der Gruppenreisen-Markt, der laut RA aktuell ein Gesamtvolumen von 2,2 Milliarden Euro ausweist, ist stark segmentiert. Die Spannweite der Gruppenreisen-Angebote reicht von klassischen Busreisen über Vereins- und Leserreisen bis zu Studien- und Erlebnisreisen. Auch die Buchungswege sind vielfältig. Rund 30 Prozent der Gäste buchen laut RA direkt bei einem Reiseveranstalter, 25 Prozent wenden sich an ein Busunternehmen und 26 Prozent gehen ins Reisebüro ihrer Wahl. Über das Internet buchen nur 6 Prozent. Dabei orientieren sich mehr als die Hälfte bei ihrer Buchung am Preis, für rund ein Drittel ist die Qualität entscheidend. "Gerade für Reisebüros steckt viel Potenzial im Gruppenreisen-Markt, dazu müssen aber viel stärkere Anstrengungen unternommen werden", sagt Wiegand.

Anstrengen müssen sich auch die Anbieter von Gruppenreisen. Den Marktforschern von K&A BrandResearch zufolge müssen sie sicherstellen, dass die Gruppen homogen sind, denn nur dann werden Gruppenreisen zu einem Erlebnis und können ihr Potenzial ausschöpfen. Zentrale Stellschrauben sind der Lebensabschnitt und die Aktivitäten auf der Reise, die aus den persönlichen Interessen der Reisenden abgeleitet werden. "Ein guter Taucher möchte mit einem guten Taucher unterwegs sein", bringt es Wiegand auf den Punkt. Das Alter sei dagegen nachrangig.

Nette Leute und gemeinsame Erlebnisse: die Motive der Reisenden

Zum zentralen Motiv für eine Gruppenreise sagt Wiegand: "Wir Menschen sind soziale Wesen und möchten unsere Gefühle und Erlebnisse mit anderen teilen." Ein Blick auf die Urlaubsmotive der Deutschen belegt seine These. So ist es der RA zufolge 21 Millionen Deutschen besonders wichtig, im Urlaub nette Leute kennenzulernen. Und 24 Millionen Deutsche legen großen Wert darauf, gemeinsam mit anderen etwas zu erleben.

Darüber hinaus hat die Gruppenreise aus Sicht der Reisenden weitere Vorteile, wie das Rheingold Institut 2018 in einer Studie ermittelt hat. Dabei wurden tiefenpsychologische Einzelinterviews mit Kunden von Studiosus und von anderen Studienreise-Anbietern durchgeführt. "Die Gruppe schützt und belebt zugleich. Dort kommt man ins Gespräch mit netten Leuten und erhält neue Perspektiven. Das macht Spaß, das ist das Salz in der Suppe", fasst Wiegand zentrale Erkenntnisse der Studie zusammen.

Die geplante Route fungiere dabei als entlastender Rahmen, der helfe bequem und entspannt zu sein. Eine besonders wichtige Rolle falle dabei dem Reiseleiter zu. Er müsse die Gruppe auf Kurs halten, Wissen vermitteln und Konflikte innerhalb der Gruppe lösen können. Auch das Thema Reisesicherheit sei für viele ein Pluspunkt einer Gruppenreise.

Weniger ist für viele nicht mehr: die ideale Gruppengröße

Und die Frage nach der Gruppengröße? Auch darauf hat Studiosus von den Marktforschern eine Antwort erhalten. Eine repräsentative Erhebung der F.U.R. im Rahmen der RA ergab: die Hälfte der Personen, die bereits an einer Gruppenreise teilgenommen haben, wünschen sich eine Gruppengröße von 20 bis 39 Teilnehmern. Eine Größe von 20 bis 24 Teilnehmern wird dabei als besonders attraktiv eingeschätzt, fast ein Viertel aller Befragten hält sie für die ideale Zusammensetzung. Dazu passt auch das Ergebnis der Rheingold-Studie, bei der die Befragten die ideale Gruppengröße mit 20 bis 25 Teilnehmern angegeben haben. Ein weiteres knappes Viertel bevorzugt laut RA kleinere Gruppen mit fünf bis 14 Teilnehmern. Insbesondere Menschen, die noch keine Gruppenreise gemacht haben, wünschen sich kleine Gruppen. Erfahrene Gruppenreisende dagegen halten größere Gruppen für optimal.

Bildmaterial

Obiges Bild können Sie gerne bei der redaktionellen Berichterstattung unter Angabe des Fotocredits kostenfrei veröffentlichen. In druckfähiger Auflösung finden Sie es unten rechts zum Download.

Pressekontakt

Dr. Frano Ilic, Pressesprecher der Unternehmensgruppe

Telefon: +49 (0)89 50060 505, E-Mail: frano.ilic@studiosus.com

Über die Unternehmensgruppe Studiosus

Studiosus ist der führende Studienreise-Anbieter in Europa. Die hohe Qualität der Programme, erstklassige Reiseleiter und ständige Innovationen sichern Studiosus die Marktführerschaft. Neben Studienreisen hat Studiosus auch attraktive studienreisenaher Angebote im Programm, wie beispielsweise smart & small (Reisen in kleinen Gruppen) und me & more (Reisen für Singles). Im Jahr 2018 reisten 105.258 Gäste in mehr als 100 Länder weltweit mit der Unternehmensgruppe Studiosus, zu der auch die im günstigeren Rundreisesegment positionierte Veranstaltermarke Marco Polo gehört. Der Umsatz erreichte im gleichen Zeitraum ein neues Rekordniveau von 281.419.000 Euro. Insgesamt hat die Unternehmensgruppe Studiosus über 1.000 Routen im Programm. Am Firmensitz in München sind derzeit 350 Mitarbeiter beschäftigt, davon 25 Auszubildende. Zudem arbeitet Studiosus mit 570 Reiseleitern weltweit zusammen. Gegründet wurde das Familienunternehmen am 12. April 1954. Internet: www.studiosus.com

[🏠 Zurück zur Übersicht](#)

[Druckansicht](#) | [Download Bild \(JPG\)](#)

Intensiverleben