

NIT-Studie: Pauschalreise ist wichtigste Organisationsform – größtes Potenzial liegt bei situativ Reisenden

49 Prozent der Urlaubsreisen werden pauschal oder als Bausteinreise gebucht – Studie zeigt Wahrnehmungslücken bei Preis-Leistung, Passgenauigkeit und Vielfalt – Ergebnisse bestätigen die strategische Ausrichtung der Kampagne „pauschal genial“

München, 20. August 2026 – Die Pauschalreise behauptet eine starke Position im deutschen Urlaubsmarkt: 2025 wurden 49 Prozent aller Urlaubsreisen ab fünf Tagen Dauer als Pauschal- oder Bausteinreise gebucht. Damit sind Pauschal- und Bausteinreisen seit 2023 die wichtigste Organisationsform im deutschen Urlaubsreisemarkt.

Das ist eines der Ergebnisse der aktuellen Studie **„Marktforschung zur Urlaubsbuchung – Wie sich die Deutschen zwischen Pauschalreise und Individualreise entscheiden“**, die von **Sunny Cars für die Initiative Pauschalreise in Auftrag gegeben** und vom NIT durchgeführt wurde.

Die Untersuchung liefert neue Erkenntnisse darüber, warum sich Verbraucher für oder gegen eine Pauschalreise entscheiden – und wo zusätzliches Marktpotenzial liegt. Dabei zeigt sich: Die Zukunft der Pauschalreise liegt insbesondere in der Verbindung von einfacher Organisation, einem passenden Gesamtangebot sowie mehr Flexibilität und Individualisierung.

Für die Initiative bestätigen die Ergebnisse damit zugleich die strategische Ausrichtung ihrer Kampagne **„pauschal genial“** mit dem Claim **„Reisen total im Flow“**. Denn gerade die unkomplizierte Organisation und das entspannte Zusammenspiel verschiedener Reiseleistungen zählen aus Sicht der Initiative zu den zentralen Vorteilen einer modernen Pauschalreise.

Nicht pauschal oder individuell – sondern je nach Reise

Eine zentrale Erkenntnis der Studie: Für viele Urlauber ist die Entscheidung zwischen Pauschal- und Individualreise keine Frage grundsätzlicher Überzeugung.

Wenn zwei Reisen ansonsten gleich attraktiv sind, bevorzugen 26 Prozent eine Pauschalreise mit mehr Sicherheit und Betreuung. 39 Prozent würden sich eher für eine individuell gebuchte Reise mit mehr Flexibilität entscheiden. **31 Prozent machen ihre Entscheidung dagegen vom jeweiligen Reiseziel abhängig.**

Gerade diese große Gruppe der „Situativen“ sieht die Initiative Pauschalreise als besonders relevant für die weitere Entwicklung des Marktes.

„Wir sollten Pauschal- und Individualreise nicht als Gegensätze darstellen. Viele Menschen entscheiden völlig selbstverständlich von Reise zu Reise neu. Der Wochenendtrip wird vielleicht individuell organisiert, während bei der Fernreise oder beim Familienurlaub das organisierte Gesamtpaket überzeugt. Genau in dieser großen Mitte liegt erhebliches Potenzial für die Pauschalreise“, sagt Berend Rieckmann, Vorstand der Initiative Pauschalreise.

Dass diese Betrachtung dem tatsächlichen Reiseverhalten entspricht, zeigen auch die Daten der Reiseanalyse. Reisen ans Mittelmeer werden überwiegend pauschal oder als Bausteinreise gebucht. Auch bei Fernreisen dominiert diese Organisationsform und hat in den vergangenen zehn Jahren deutlich zugelegt. Bei Deutschlandreisen und vielen Reisen ins übrige Europa spielt dagegen die individuelle Buchung eine wesentlich größere Rolle.

Was Reisende wirklich wollen: Preis-Leistung, Passung und eine einfache Buchung

Die Studie zeigt zudem, welche Kriterien Verbrauchern bei der Buchung einer Urlaubsreise besonders wichtig sind. 62 Prozent nennen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis als „sehr wichtig“, 55 Prozent ein für sie passendes Angebot, 54 Prozent möchten möglichst sorgenfrei reisen und 50 Prozent legen Wert auf eine unkomplizierte Buchung.

Die Ergebnisse zeigen damit: Reisende suchen nicht primär den günstigsten Preis, sondern ein verlässliches und passendes Gesamtangebot.

Besonders interessant ist die Gegenüberstellung von Wahrnehmung und tatsächlichem Buchungsverhalten.

Wer zuletzt eine Pauschalreise gebucht hat, nennt als wichtigste Gründe:

- ein passendes Angebot: **56 Prozent**
- unkomplizierte Buchung: **54 Prozent**
- gutes Preis-Leistungs-Verhältnis: **53 Prozent**
- wenig Aufwand bei Planung und Buchung: **47 Prozent**
- möglichst sorgenfrei reisen: **41 Prozent**

Damit gehören ausgerechnet **Passung und Preis-Leistungs-Verhältnis zu den wichtigsten tatsächlichen Gründen für eine Pauschalreise**, obwohl diese Eigenschaften in der allgemeinen Wahrnehmung häufiger individuell gebuchten Reisen zugeschrieben werden.

Für die Initiative steckt darin zugleich eine sehr konkrete Bestätigung ihres Kampagnenansatzes. Der Claim **„Reisen total im Flow“** setzt nicht bei abstrakten Produkteigenschaften an, sondern bei dem Gefühl, das eine gut organisierte Reise vermitteln soll: Leistungen greifen ineinander, die Buchung ist unkompliziert und der Reisende muss sich um möglichst wenig kümmern.

„Genau hier treffen die Studienergebnisse auf den Kern unserer Kampagne“, sagt Marina Ackermann, Vorstandsmitglied der Initiative Pauschalreise. **„Reisen total im Flow‘ beschreibt, was Verbraucher von einer guten Reise erwarten: Sie soll passen, einfach zu buchen sein und möglichst wenig Aufwand verursachen. Sicherheit und Absicherung bleiben wichtige Vorteile – aber sie bilden eher das Fundament. Im Vordergrund steht für den Gast ein Urlaub, bei dem möglichst vieles einfach funktioniert.“**

Die Pauschalreise ist moderner als ihr Image

Gleichzeitig zeigt die Untersuchung eine klare Herausforderung für die Branche. Nur **16 Prozent** der Befragten stimmen der Aussage zu, dass Pauschalreisen heute moderner und vielfältiger seien, als viele Menschen denken.

Demgegenüber sagen 47 Prozent, eine Pauschalreise passe für sie nur bei bestimmten Urlauben. 50 Prozent verbinden die Pauschalreise vor allem damit, sich um vieles nicht selbst kümmern zu müssen.

Für die Initiative ist dies ein Hinweis darauf, dass sich das Produkt in den vergangenen Jahren schneller entwickelt hat als sein Image.

Dynamisch zusammengestellte Reisen, unterschiedliche Unterkunftsformen, flexible Reisedauern und individuell kombinierbare Leistungen zeigen, dass Pauschalreise längst nicht mehr zwangsläufig Standardisierung bedeutet. Dieses moderne Produktverständnis muss aus Sicht der Initiative stärker beim Verbraucher ankommen.

„Die moderne Pauschalreise hat mit dem starren Katalogprodukt früherer Jahrzehnte immer weniger zu tun. Heute können Organisation und Individualität sehr gut zusammengehen“, so Rieckmann. **„Genau dafür steht auch ‚pauschal genial‘: Der Reisende soll möglichst viele Freiheiten haben, ohne sich um jedes einzelne Element seiner Reise selbst kümmern zu müssen. Das verstehen wir unter ‚Reisen total im Flow‘.“**

Individualisierung wird zum Wachstumsfaktor

Auch die Frage, unter welchen Voraussetzungen Verbraucher künftig häufiger eine Pauschalreise buchen würden, unterstreicht diesen Handlungsbedarf.

47 Prozent nennen günstigere Preise. Für 43 Prozent hängt die Entscheidung vom jeweiligen Reiseziel ab. **34 Prozent wünschen sich individuellere Angebote, 31 Prozent mehr Flexibilität.**

Aus Sicht der Initiative ergibt sich daraus auch eine klare Botschaft für Veranstalter und Reisevertrieb: Die Zukunft der Pauschalreise liegt nicht in zusätzlicher Standardisierung, sondern in der intelligenten Verbindung von **Organisation und Individualisierung**.

„Der Kunde möchte nicht zwingend alles selbst organisieren – er möchte aber das Gefühl haben, dass seine Reise zu ihm passt“, sagt Ackermann. **„Genau darin liegt eine große Chance für Veranstalter und Vertrieb: individuelle Wünsche ermöglichen und gleichzeitig die Vorteile eines professionell organisierten Gesamtpakets erhalten.“**

Die Stärke der Pauschalreise: weniger Aufwand

Dass die Pauschalreise bereits über ein klares Leistungsprofil verfügt, zeigt eine weitere Fragestellung der Studie.

64 Prozent der Reisenden sehen den geringeren Aufwand bei Planung und Buchung besser durch eine Pauschalreise erfüllt. Jeweils 62 Prozent sehen Vorteile beim Ansprechpartner bei Problemen und bei der Betreuung am Urlaubsort. Beim Insolvenzschutz schreiben 54 Prozent der Pauschalreise Vorteile zu.

Damit liefert die Studie zugleich eine starke inhaltliche Grundlage für **„Reisen total im Flow“**: Die besondere Stärke der Pauschalreise liegt aus Verbrauchersicht gerade darin, Komplexität zu reduzieren und dem Reisenden Organisation abzunehmen.

Individuell gebuchte Reisen liegen dagegen in der Wahrnehmung beim passenden Angebot und bei der Vielfalt vorne. Auch beim Preis-Leistungs-Verhältnis werden ihnen häufiger Vorteile zugeschrieben.

Für die Initiative liegt genau darin die kommunikative Herausforderung: **Die bekannten Stärken der Pauschalreise bei Convenience, Betreuung und Sicherheit müssen mit einem stärkeren Bild von Individualität, Passgenauigkeit und attraktivem Preis-Leistungs-Verhältnis verbunden werden.**

Verbraucherschutz bleibt wichtig – aber gezielter kommunizieren

Auch beim Wissen über die gesetzlichen Besonderheiten einer Pauschalreise zeigt die Studie Potenzial.

Nur 23 Prozent der Befragten bewerten ihr Wissen über die gesetzlichen Besonderheiten einer Pauschalreise als gut. 42 Prozent schätzen ihre Kenntnisse dagegen als eher schlecht oder gar nicht vorhanden ein.

Einzelne Schutzmechanismen sind dennoch relativ gut bekannt: 62 Prozent kennen den Anspruch auf Erstattung bei Reisemängeln, 60 Prozent wissen um einen verantwortlichen Ansprechpartner für die gesamte Reise und 55 Prozent um Unterstützung bei Flugausfällen.

Deutlich weniger bekannt sind dagegen der Rücktransport in Krisensituationen mit 43 Prozent und der gesetzliche Insolvenzschutz mit 42 Prozent.

Die Initiative will deshalb künftig weniger allgemein über die rechtlichen Vorteile der Pauschalreise informieren und stattdessen stärker mit kurzen, konkreten und für die jeweilige Reisesituation relevanten Informationsformaten arbeiten.

Drei Konsequenzen für die weitere Arbeit der Initiative

Aus der Studie leitet die Initiative Pauschalreise drei zentrale Schwerpunkte für ihre künftige B2B- und B2C-Kommunikation ab:

1. Situativ Reisende stärker ansprechen

Nicht Pauschal- und Individualreise gegeneinander ausspielen, sondern zeigen, bei welchen Reisezielen und Reiseformen die Pauschalreise ihre besonderen Stärken entfaltet.

2. Convenience und das passende Gesamtpaket stärker kommunizieren

Unkomplizierte Buchung, geringer Organisationsaufwand, passende Angebote und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis sollen stärker in den Mittelpunkt rücken. Sicherheit und Verbraucherschutz bleiben dabei das wichtige Vertrauensfundament.

Genau diese Perspektive bildet auch den Kern von „**pauschal genial – Reisen total im Flow**“: Im Mittelpunkt steht nicht die Organisationsform als solche, sondern der konkrete Kundennutzen eines möglichst unkomplizierten und entspannten Reiseerlebnisses.

3. Ein modernes Bild der Pauschalreise vermitteln

Flexibilität, Individualisierung und Vielfalt müssen sichtbar werden, um überholte Vorstellungen von standardisierten Pauschalreisen aufzubrechen.

„Für uns ist die Studie deshalb auch eine Bestätigung der Richtung, die wir mit ‚pauschal genial‘ eingeschlagen haben“, fasst Rieckmann zusammen. „Wir müssen die Pauschalreise nicht neu erfinden. Wir müssen besser zeigen, was sie heute bereits kann. Wenn das Angebot passt, die Buchung einfach ist, die einzelnen Leistungen zusammenspielen und ich mich im Urlaub um möglichst wenig kümmern muss, dann ist das genau das, was wir mit ‚Reisen total im Flow‘ meinen.“

Zur Studie

Die Studie **„Marktforschung zur Urlaubsbuchung – Wie sich die Deutschen zwischen Pauschalreise und Individualreise entscheiden“** wurde **von Sunny Cars für die Initiative Pauschalreise in Auftrag gegeben und finanziert** und vom **NIT** durchgeführt.

Die Untersuchung kombiniert zwei Datenquellen:

Im ersten Teil wurden Daten der **Reiseanalyse 2026** sowie der **Reiseanalyse Trendstudie 2035** genutzt, um das tatsächliche Volumen von Pauschal- und Bausteinreisen im Gesamtmarkt der Urlaubsreisen sowie langfristige Entwicklungen zu untersuchen.

Für den zweiten Teil führte das NIT gemeinsam mit **Norstat** im Juli 2026 eine Onlinebefragung durch. Insgesamt wurden **2.000 bevölkerungsrepräsentative Onlineinterviews mit Personen im Alter von 18 bis 75 Jahren** durchgeführt.

Die vertiefenden Auswertungen zum Reiseverhalten basieren auf den 1.504 Befragten im Alter von 18 bis 75 Jahren, die innerhalb der vergangenen drei Jahre mindestens eine Urlaubsreise mit fünf oder mehr Tagen unternommen haben.

Die Studie wurde am **28. Juli 2026** vorgelegt. Autoren sind **Ulf Sonntag, Laura Tiede und Dr. Nadine Yarar** vom NIT.

Über die Initiative Pauschalreise e.V.

Die Initiative Pauschalreise e.V. setzt sich gemeinsam mit Unternehmen aus Veranstaltergeschäft, Reisevertrieb und touristischer Dienstleistung für eine positive und zeitgemäße Wahrnehmung der Pauschalreise ein. Mit ihrer Kampagne **„pauschal genial“** und dem Claim **„Reisen total im Flow“** macht die Initiative die Vorteile einer modernen Pauschalreise für Verbraucher erlebbar. Im Mittelpunkt stehen einfache Organisation, ein stimmiges Gesamtpaket und ein möglichst unkompliziertes Reiseerlebnis.

Ziel der Initiative ist es, Verbraucher, Vertrieb und Öffentlichkeit über die Leistungen und Vorteile der Pauschalreise zu informieren und ihr Leistungsversprechen gemeinsam mit den Unternehmen der Branche weiterzuentwickeln.

Weitere Informationen:

www.initiative-pauschalreise.de

Pressekontakt:

Initiative Pauschalreise e.V.

Donnersberger Str. 41

80634 München

info@initiative-pauschalreise.de