



Bildquelle: stock.adobe.com

Gründung im Reisevertrieb und Arbeitgeberattraktivität mit Fokus auf Gen Z und Gen Y

FORSCHUNGSFRAGEN

- Wie muss der Reisevertrieb heute funktionieren, damit er für junge Kund:innen relevant bleibt?
- Was erwartet die junge Generation von der Branche als Arbeitgeber?
- Welche Bedingungen und Hilfestellungen braucht es, damit ein Unternehmertum im Reisevertrieb für Gen Z und Y attraktiv wird?



METHODIK

- Befragung der Generationen Z und Y
- Online-Befragung
- Verteilung über Bildungseinrichtungen mit touristischem Schwerpunkt, Tourismusverbände, touristische Fachpresse und diverse Kanäle des Reisevertrieb

STICHPROBE

- Personen mit Tourismusbezug, z. B. Beschäftigte im Reisevertrieb, Auszubildende, Studierende tourismusnaher Studiengänge etc.
- Stichprobe: n=140;
Gen Z: 123; Gen Y: 17

UMFRAGEZEITRAUM

- 23. Oktober bis 16. Dezember 2025

- Im Folgenden werden die gültigen Fälle dargestellt, d. h. die Missing Values (z. B. „keine Angabe“) werden in der Auswertung nicht berücksichtigt.
- Rundungsbedingte Abweichungen sind möglich.



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



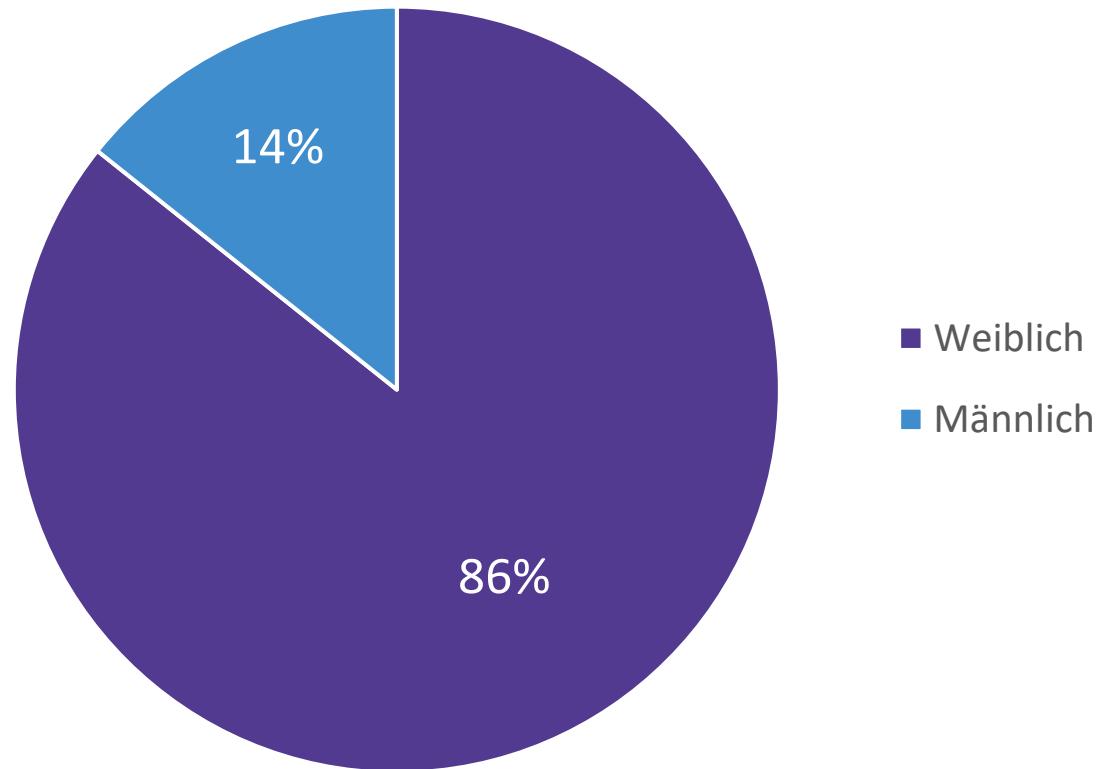
Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Geschlecht



Welchem Geschlecht fühlen Sie sich zugehörig?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Generationen und ihre Prägung



Generation Z (1996 bis 2009):
Digitalisierung des Alltags durch Soziale Medien, Corona-Pandemie

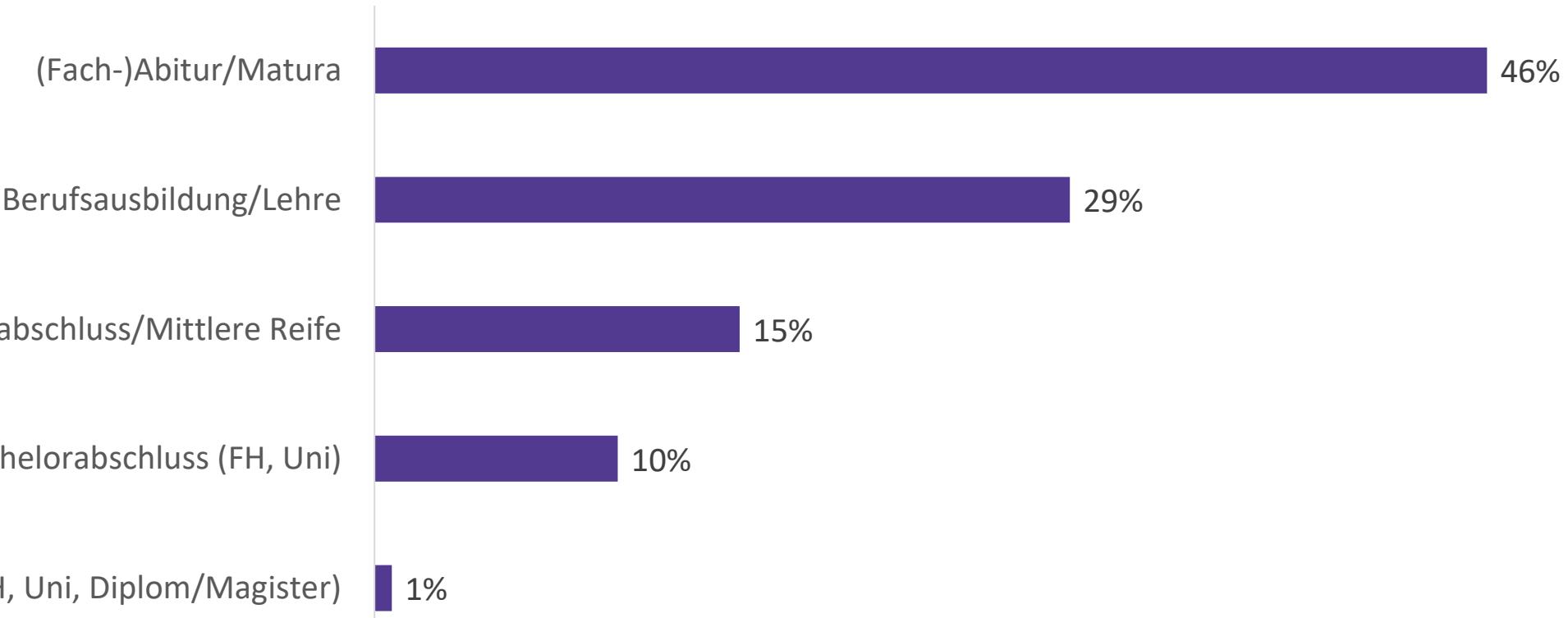


Generation Y (1981 bis 1995):
Geprägt von digitaler Revolution und weltweitem Terror

Bildquelle: Adobe Stock

Quelle: Statistisches Bundesamt

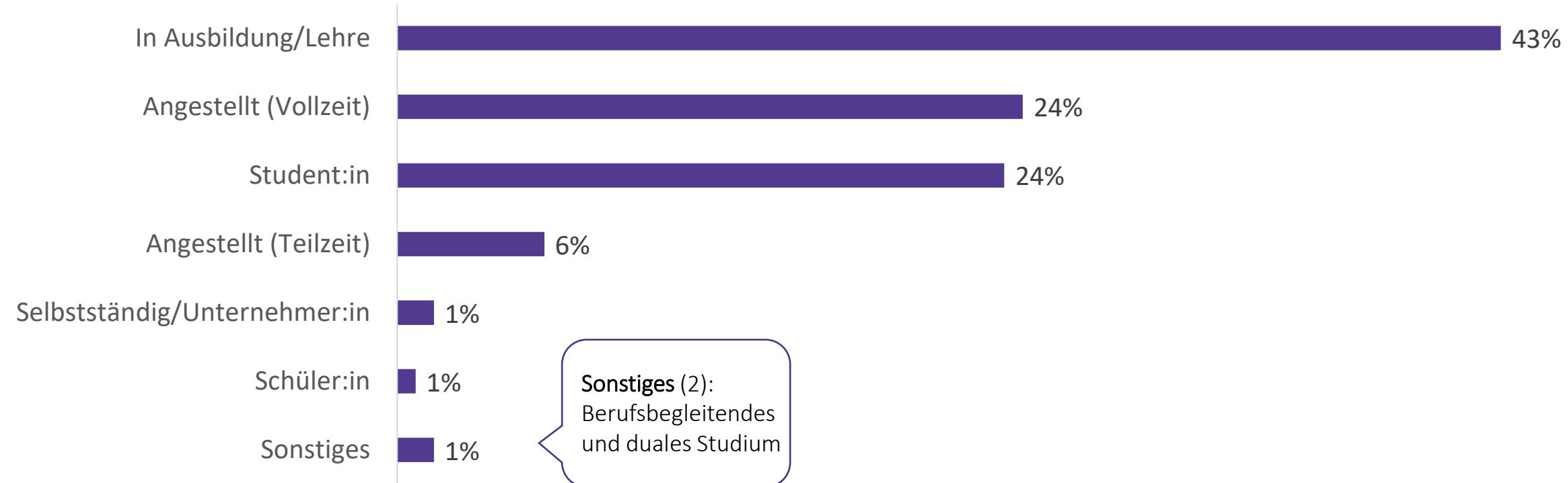
Bildungsabschluss



Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?

Basis: Alle Befragten (n=140)

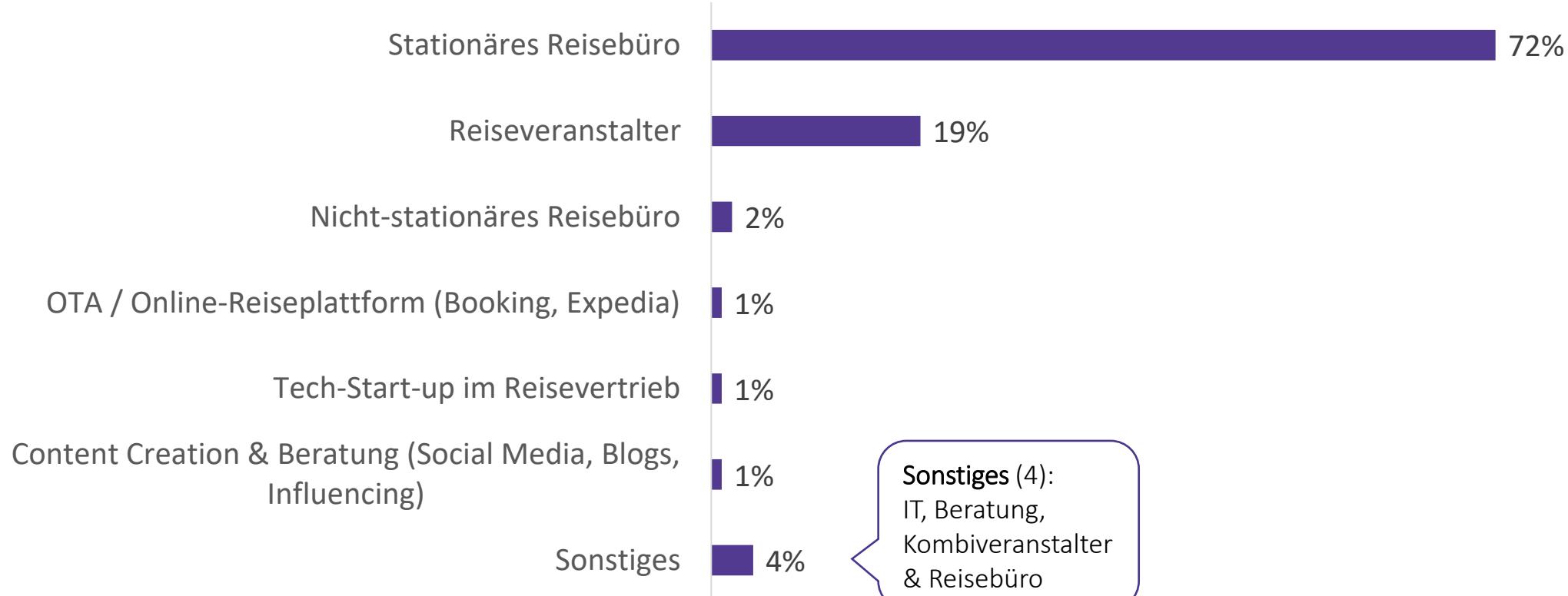
Beschäftigungssituation



Was ist Ihre aktuelle Beschäftigungssituation?

Basis: Alle Befragten (n=140)

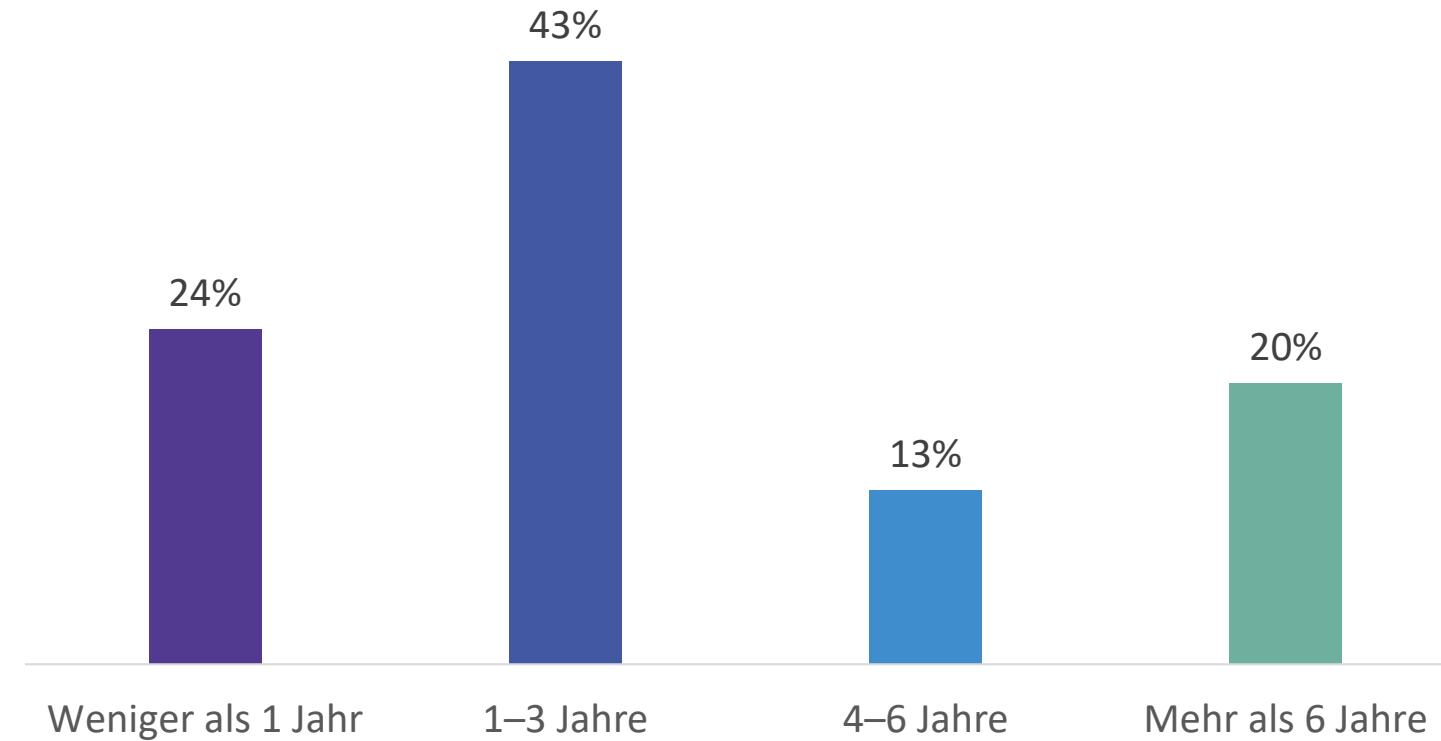
Tätigkeitsbereich



In welchem Tätigkeitsbereich der Branche sind Sie tätig?

Basis: Alle Befragten (n=104)

Branchenzugehörigkeit



Wie lange arbeiten Sie bereits in dieser Branche?

Basis: Alle Befragten (n=104)



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Kanäle für die Jobsuche

Jobportale, wie z. B. Stepstone und Indeed werden am häufigsten genutzt (54 %), wobei das persönliche Netzwerk & Empfehlungen ebenfalls eine große Rolle spielen. (47 %)



Unternehmenswebseiten sind für rund ein Drittel relevant (29 %), während die direkte Ansprache durch Unternehmen von etwa jedem Fünften wahrgenommen wird. (20 %)



Die wichtigsten Social-Media-Kanäle für die Jobsuche sind Instagram (20 %) und LinkedIn. (16 %)



Bildquelle: Adobe Stock

Welche Kanäle sind für Ihre Jobsuche am relevantesten bzw. worüber haben Sie Ihren aktuellen Job gefunden? Mehrfachnennungen möglich!

Basis: Alle Befragten (n=104)



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Buchung und Beratung in der Zukunft

„**Ihr*** ist wichtig, dass Beratung und Buchung jederzeit digital möglich sind – unabhängig von Öffnungszeiten.“

Zustimmung: 96 %

„**Sie*** bevorzugt Angebote, die speziell auf ihre Zielgruppe oder Interessen zugeschnitten sind (Nachhaltigkeit, Luxus, Backpacking, Familienreisen).“

Zustimmung: 95 %

„**Sie*** findet eine Kombination aus persönlicher Beratung und digitalen Kanälen (Video, Chat, Onlinebuchung) am besten.“

Zustimmung: 85 %

Darstellung der Zustimmung (TopTwoBoxes): Zusammenfassung der Antwortkategorien „stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“.

*gemeint sind GenZ/GenY

Wie schätzen Sie Ihre Generation im Hinblick auf die Buchung und Beratung von Reisen in der Zukunft anhand der folgenden Aussagen ein?

Basis: Alle Befragten (n=140)



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Wichtige Aspekte eines Arbeitgebers



99%

Möglichkeiten zur
Weiterbildung/
Qualifizierung



99%

Angemessenes
Gehalt



96%

Moderne
Unternehmenskultur
(flache Hierarchien, offene
Kommunikation)



96%

Moderne
Arbeitsplatzgestaltung
(IT, Tools)



96%

Wirtschaftliche
Sicherheit des
Arbeitgebers



93%

Flexible
Arbeitszeiten



91%

Gute
Aufstiegschancen



89%

Möglichkeit, remote/im
Homeoffice zu arbeiten



88%

Teamspirit &
Teamevents



86%

Sinnhaftigkeit/
gesellschaftlicher
Beitrag der Tätigkeit



82%

Zusatzleistungen Mobilität
(Firmenwagen, Jobrad,
Zuschüsse Fahrtkosten)



80%

Incentives (Gutscheine,
Reisen, Sachprämien)



79%

Sabbaticals,
Zusatzurlaub



79%

Bonuszahlungen,
Provisionen



77%

Gesundheits-
angebote



68%

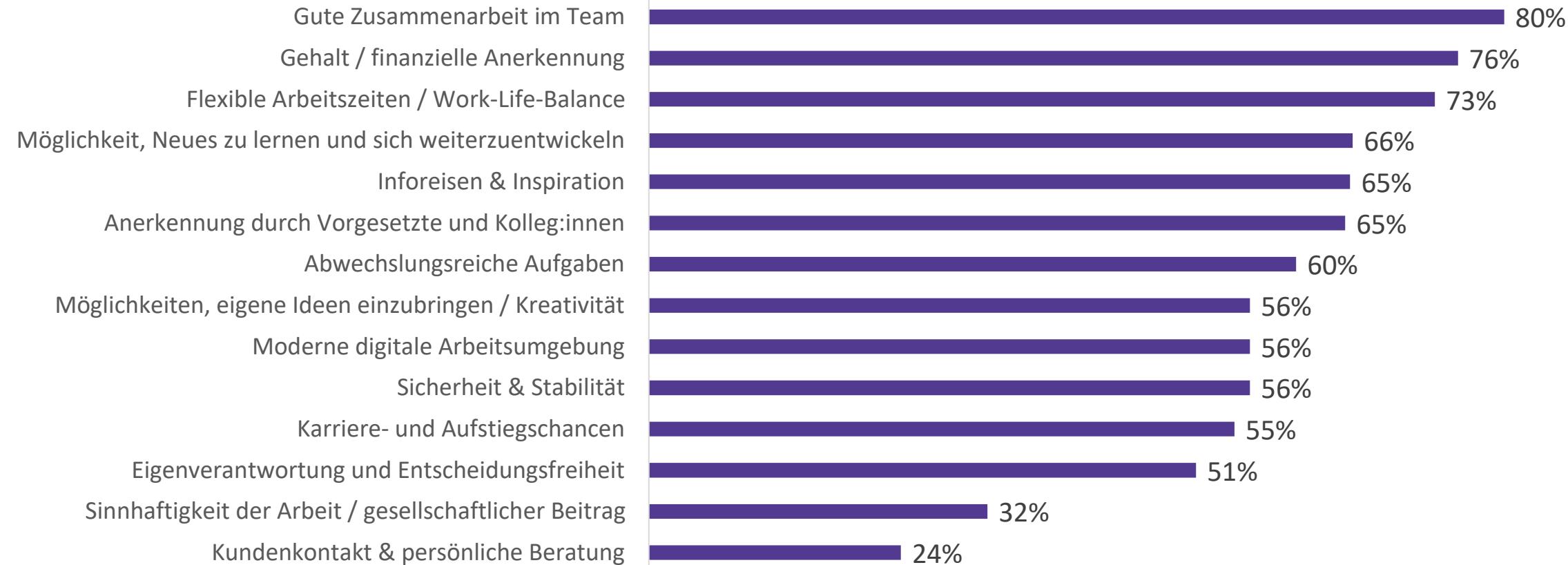
Workation

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Arbeitgeber?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Darstellung der Zustimmung (TopTwoBoxes): Zusammenfassung der Antwortkategorien „sehr wichtig“ und „eher wichtig“.

Motivation bei der Arbeit



Wie sehr motivieren Sie die folgenden Aspekte in Ihrer Arbeit?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Darstellung der Zustimmung: Antwortkategorie „motiviert mich sehr“.



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Aspekte zur Selbstwirksamkeit



Die Befragten fühlen sich **grundsätzlich gut für Unternehmertum gerüstet**:

→ Sie trauen sich zu, **Ideen zu entwickeln** (67 %), **Entscheidungen zu treffen** (82 %) und **Teams zu führen** (79 %).

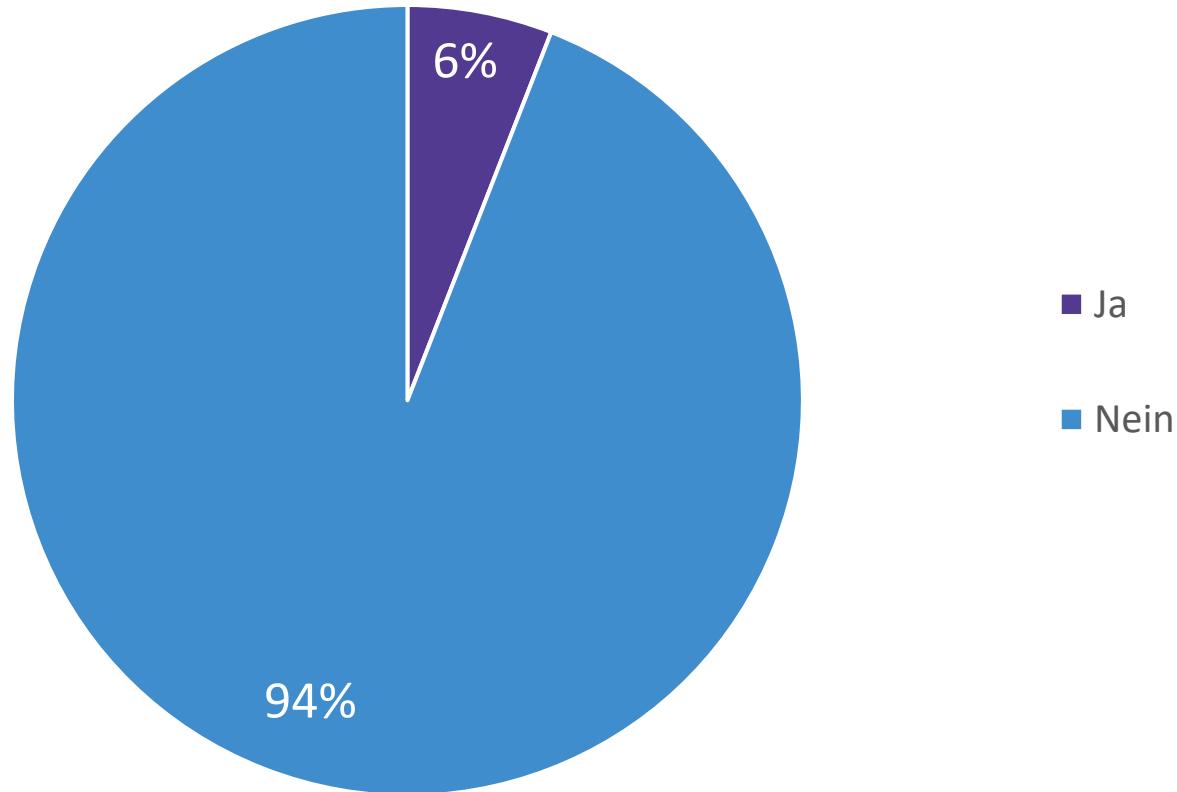
Darstellung der Zustimmung (TopTwoBoxes): Zusammenfassung der Antwortkategorien „stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“.

- **Langjährige Berufserfahrung** wird **nicht als zwingende Voraussetzung** gesehen.
- **Selbstständigkeit** wird zwar als belastend wahrgenommen, aber **nicht als grundsätzlich abschreckend**.
- Im Tourismus sehen die meisten **grundsätzlich Chancen**, auch wenn ein **Teil skeptisch bleibt**.
- Zudem wird **KI nicht als Ersatz für menschliche Beratung** betrachtet, was **persönliche Beratung als wichtigen Erfolgsfaktor** bestätigt.

Wie würden Sie die folgenden Aussagen bewerten?

Basis: Alle Befragten (n=140)

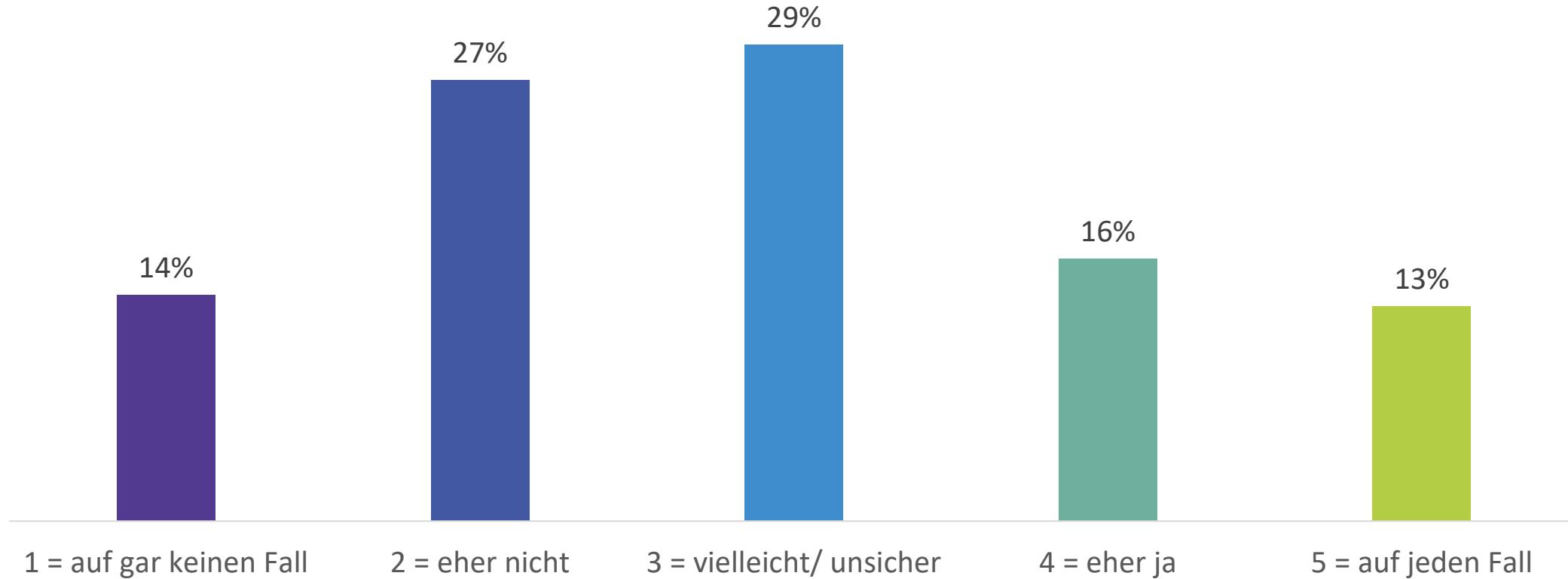
Gründungserfahrung



Waren Sie schon einmal selbstständig oder haben ein Unternehmen gegründet?

Basis: Alle Befragten (n=140)

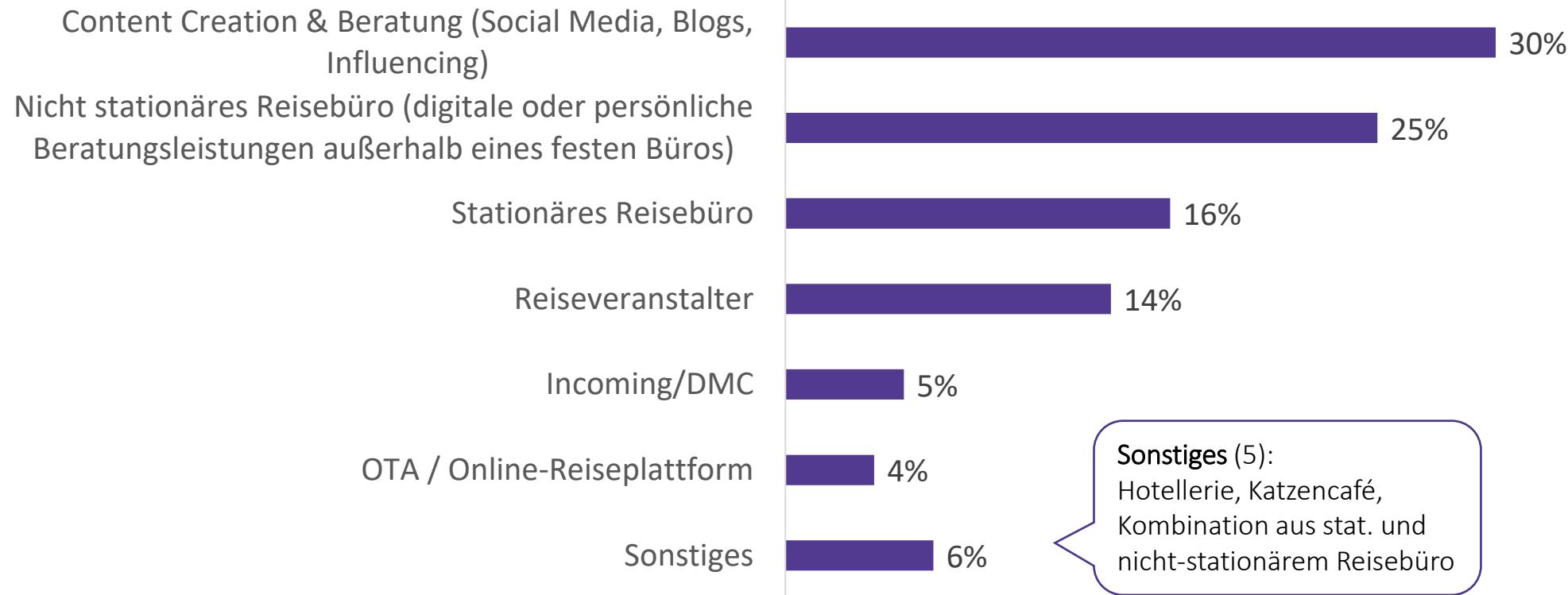
Gründungsabsicht im Tourismus



Können Sie sich vorstellen, ein eigenes Unternehmen im Tourismus zu gründen?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Gründungsabsicht im Tourismus



In welchem Bereich könnten Sie sich primär vorstellen zu gründen?

Basis: Alle Befragten mit möglicher Gründungsabsicht (n=80)



Stichprobenbeschreibung



Angaben zur Jobsuche und Informationsverhalten



Zukunft der Reiseberatung und -buchung



Arbeitgeberattraktivität und Arbeitsmotivation



Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



Gründungshürden und Motive



Hürden für eine Gründung im Tourismus

Hohe Hürden:

- Finanzielles Risiko (88 %)
- Unklare Einkommenssicherheit (88 %)
- Angst vor Scheitern / Insolvenz (84 %)
- Fehlendes Startkapital (79 %)



Mittlere Hürden:

- Work-Life-Balance / Stress (70 %)
- Bürokratie & rechtliche Hürden (63 %)
- Fehlendes Netzwerk (63 %)
- Fehlendes Fachwissen / Erfahrung (60 %)
- Fehlende Geschäftsidee (52 %)



Geringe Hürden:

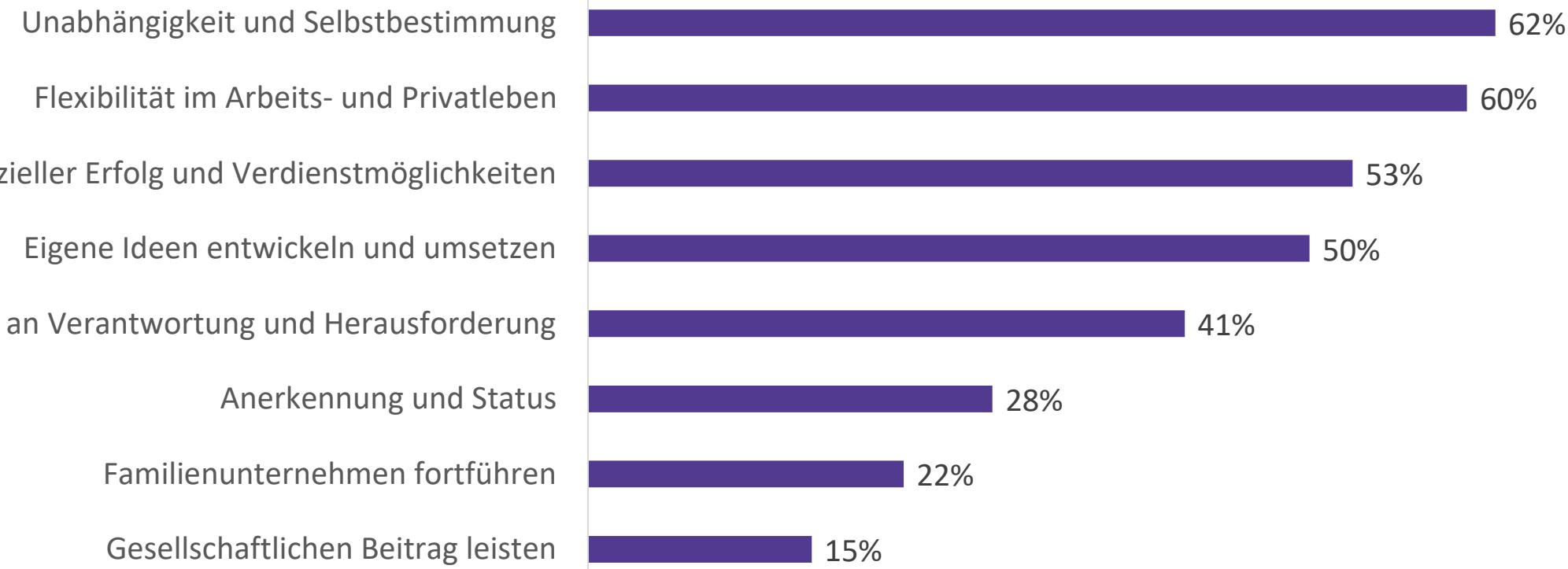
- Fehlende Unterstützung im Umfeld (33 %)



Darstellung der Zustimmung (TopTwoBoxes): Zusammenfassung der Antwortkategorien „sehr große Hürde“ und „eher eine Hürde“.

Unabhängig davon, ob Sie sich aktuell eine Gründung im Tourismus vorstellen können oder nicht: In welchem Ausmaß stellen die folgenden Punkte Hürden für eine Gründung im Tourismus dar?
Basis: Alle Befragten (n=140)

Motivation für eine Gründung im Tourismus

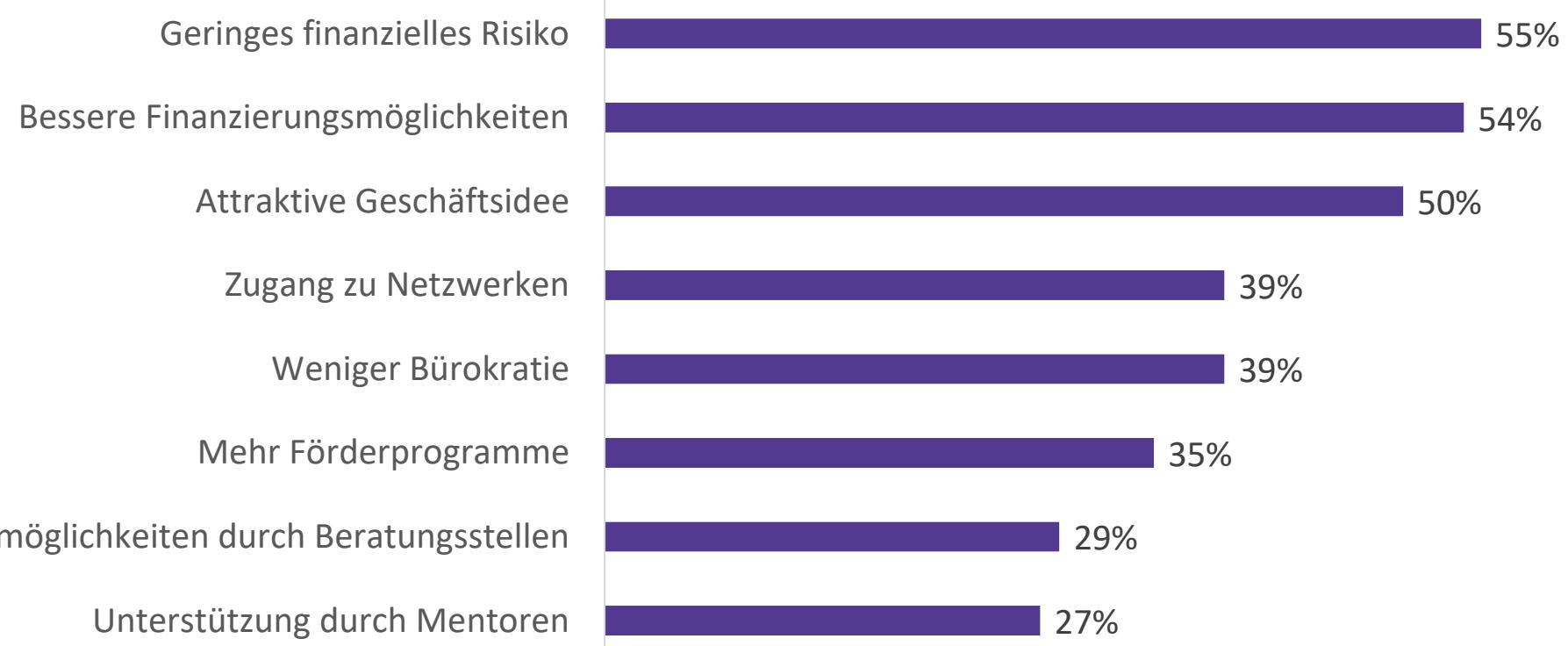


Inwieweit würden die folgenden Aspekte Sie motivieren, ein Unternehmen im Tourismus zu gründen?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Darstellung der Zustimmung: Antwortkategorie „sehr motivierend“.

Gründungsvoraussetzungen



Was müsste sich ändern, damit Sie sich eine Gründung im Tourismus vorstellen können? Wie wichtig wären Ihnen folgende Punkte?

Basis: Alle Befragten (n=140)

Darstellung der Zustimmung: Antwortkategorie „sehr wichtig“.

Gründungsbedenken

Finanzielle Unsicherheit & Existenzrisiko:

Sorgen rund um Geld am häufigsten genannt: fehlendes Startkapital, laufende Kosten, Finanzierung, Liquidität, Gewinnschwelle, Einkommen und Insolvenz. Viele Antworten drehen sich um die Angst, finanziell nicht ins Plus zu kommen, Verluste zu machen oder „pleite zu gehen“.

Kundengewinnung & Marktnachfrage:

Ein weiterer sehr großer Themenblock betrifft **fehlende Kundschaft, geringe Buchungen, Umsatzsorgen** und die Frage, ob das **Angebot überhaupt angenommen** wird. Häufig genannt werden: Aufbau eines Kundenstamms, Vertrauen & Sichtbarkeit, Konkurrenz durch etablierte Reisebüros und Online-Plattformen.

Wettbewerb & Marktumfeld:

Mehrere Nennungen beziehen sich explizit auf **starke Konkurrenz, Austauschbarkeit von Angeboten und Substitution durch Online-Anbieter** oder KI. Auch Unsicherheit über Differenzierung und Positionierung wird genannt.

Stellen Sie sich vor, Sie würden im Reisevertrieb gründen. Was wären Ihre größten Sorgen in den ersten zwölf Monaten?
Basis: Alle Befragten

Gründungsbedenken

Angst vor Scheitern & persönlichem Versagen:

Viele Antworten sind emotional geprägt: **Angst vor dem Scheitern**, davor, „nicht gut genug zu sein“, **Verantwortung nicht zu tragen** oder **alles zu verlieren**. Diese Sorgen sind oft eng mit finanziellen Risiken verknüpft.

Bürokratie, Recht & fehlendes Know-how:

Teil der Befragten äußert Sorgen bzgl.: **Bürokratie, Buchhaltung, rechtlicher Fehler, fehlendem Fach- oder Gründungswissen, Unsicherheit, „wo man überhaupt anfängt“**.

Arbeitsbelastung & Work-Life-Balance:

Mehrere Nennungen thematisieren **Überforderung, Stress, zu viel Arbeit und den Verlust von Freizeit oder Privatleben**, besonders in der Anfangsphase.

Externe, nicht beeinflussbare Faktoren:

Vereinzelt werden **externe Risiken** genannt, etwa Krisen, Pandemien, politische Unsicherheiten oder wirtschaftliche Rahmenbedingungen.

Stellen Sie sich vor, Sie würden im Reisevertrieb gründen. Was wären Ihre größten Sorgen in den ersten zwölf Monaten?
Basis: Alle Befragten



Reisevertrieb bleibt relevant, wird von Gen Z und Gen Y jedoch klar **digital, flexibel und hybrid** gedacht.

Persönliche Beratung hat weiterhin einen **hohen Stellenwert** und wird **nicht durch KI ersetzt**, sondern **ergänzt**.

Als Arbeitgeber überzeugen vor allem **angemessenes Gehalt, Weiterentwicklung, Flexibilität, Homeoffice und moderne Unternehmenskultur**.



Unternehmerisches Mindset ist vorhanden:

Viele trauen sich zu, Ideen zu entwickeln, Entscheidungen zu treffen und Verantwortung zu übernehmen.



Gründungshemmisse liegen primär im Finanzbereich (Risiko, Startkapital, Einkommenssicherheit), nicht in fehlender Motivation.



Zentrale Hebel für mehr Gründungen sind:

Bessere Finanzierungsmöglichkeiten, weniger Bürokratie sowie Zugang zu Netzwerken, Mentoren und gezielter Unterstützung.



Schloss Neuburg
Am Burgberg 8
94127 Neuburg am Inn

Postanschrift
Universität Passau
CENTOURIS
94030 Passau

Tel: 0851 509 – 2431
E-Mail: centouris@uni-passau.de
Web: www.centouris.uni-passau.de



Dr. Stefan Mang



Marina Reischl



Dr. Janine Maier



Xhyla Musliu

Kontakt

Dr. Janine Maier
janine.maier@uni-passau.de
Tel: +49 (0) 851 509 2727

Marina Reischl
marina.reischl@uni-passau.de
Tel: +49 (0)851 509 2434

Xhyla Musliu
xhyla.musliu@uni-passau.de
Tel: +49 (0)851 509 2175

PROJEKTLEITUNG
