



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

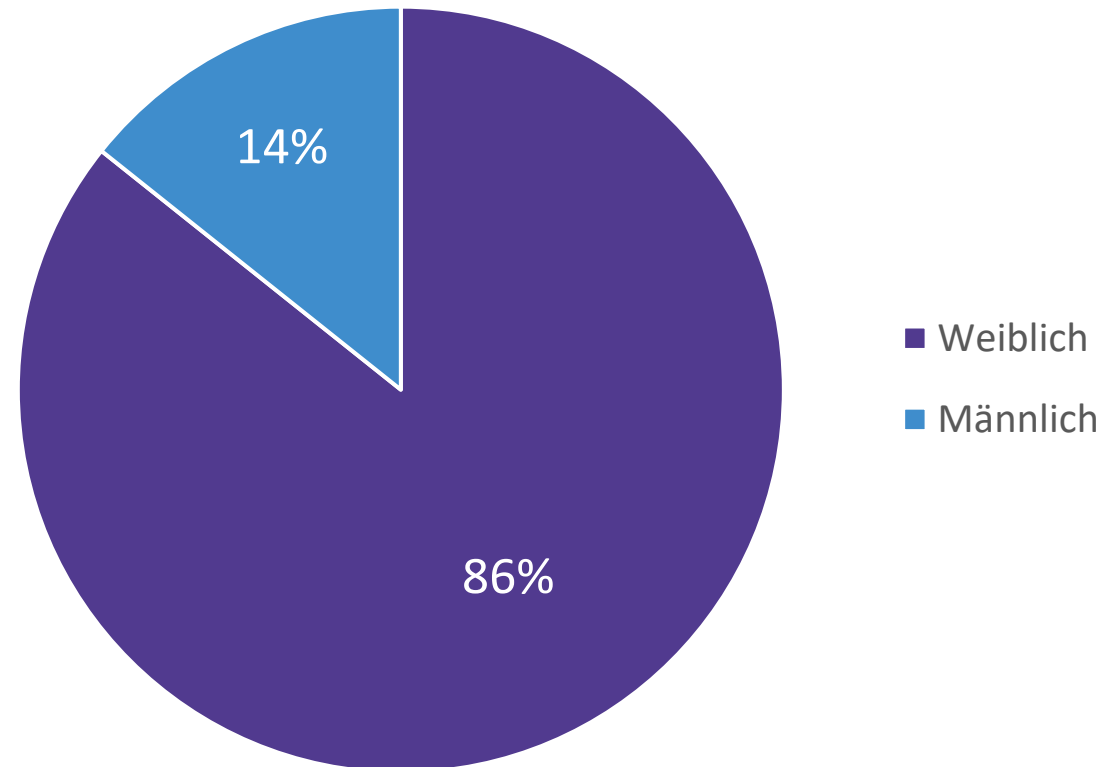


Unternehmerisches Mindset und Gründungsbereitschaft



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



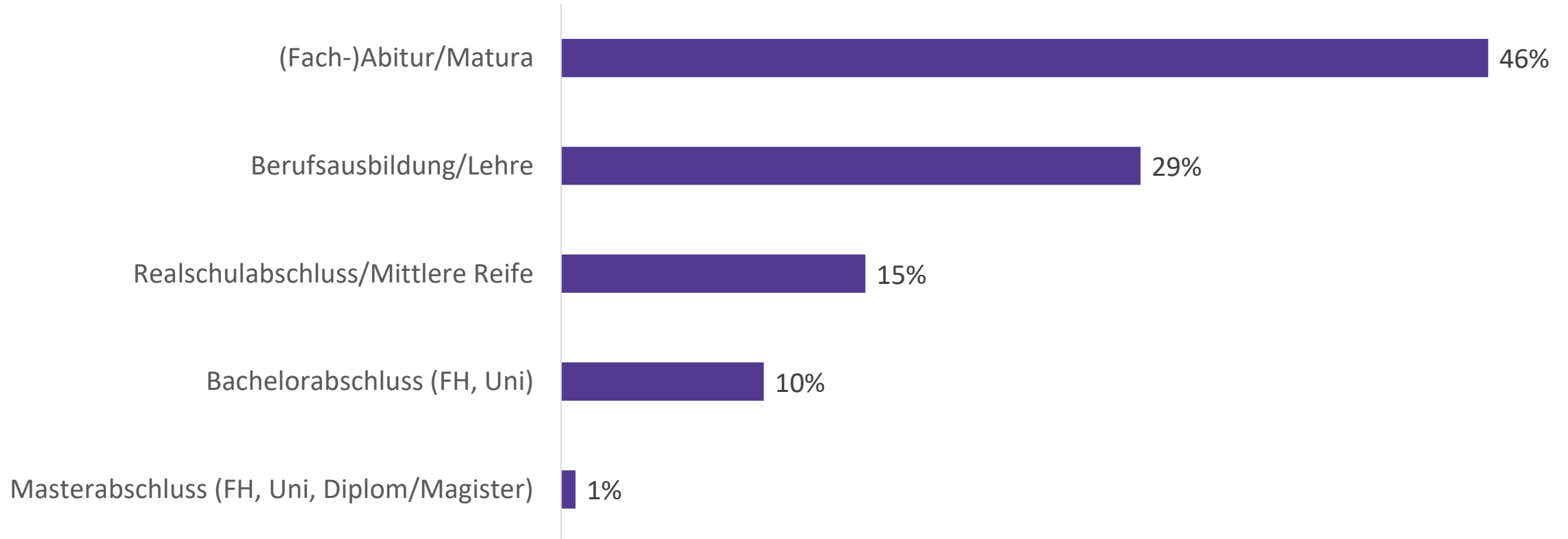
### **Generation Y (1981 bis 1995):**

Geprägt von digitaler Revolution und weltweitem Terror

Bildquelle: Adobe Stock

Quelle: Statistisches Bundesamt

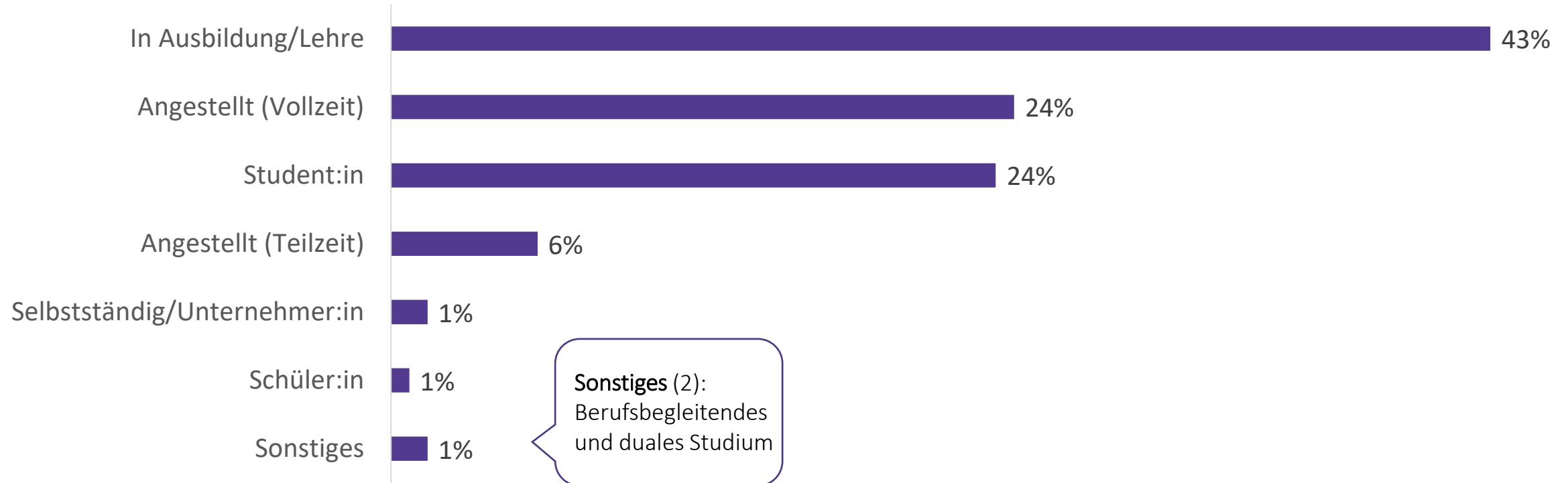
## Bildungsabschluss



**Welchen höchsten Bildungsabschluss haben Sie?**

Basis: Alle Befragten (n=140)

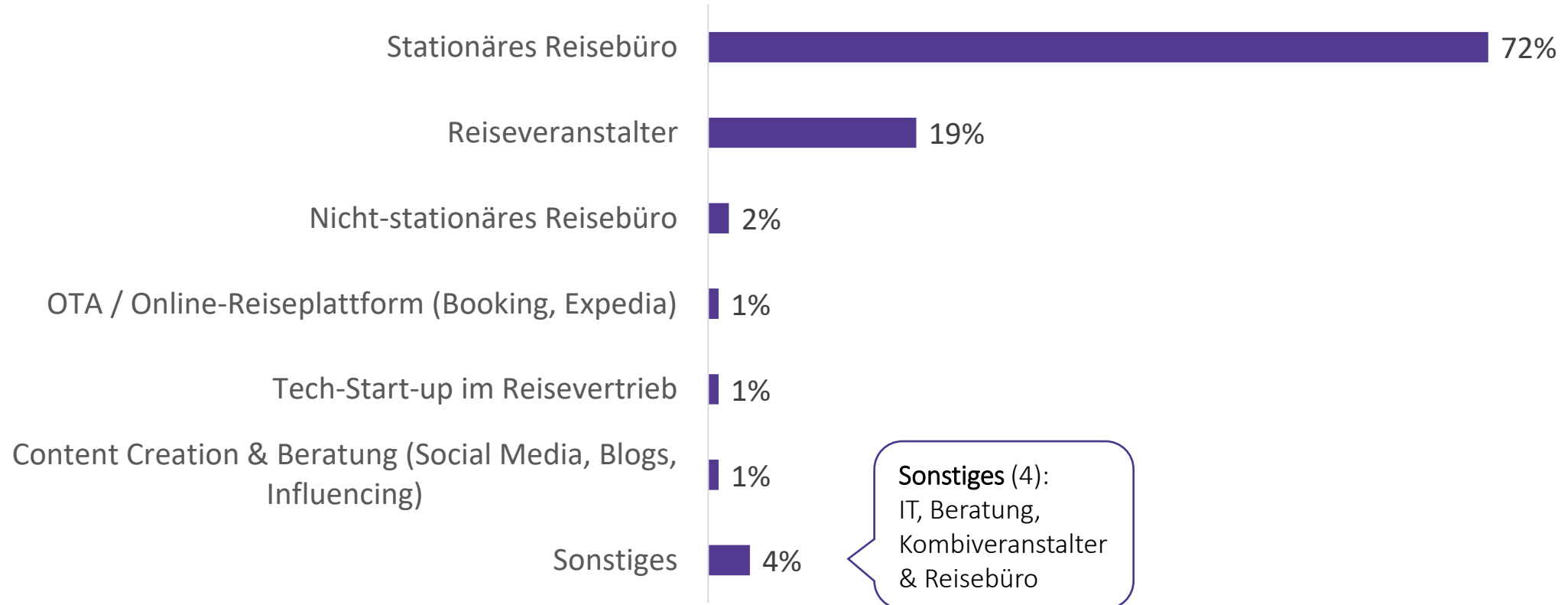
## Beschäftigungssituation



Was ist Ihre aktuelle Beschäftigungssituation?

Basis: Alle Befragten (n=140)

## Tätigkeitsbereich

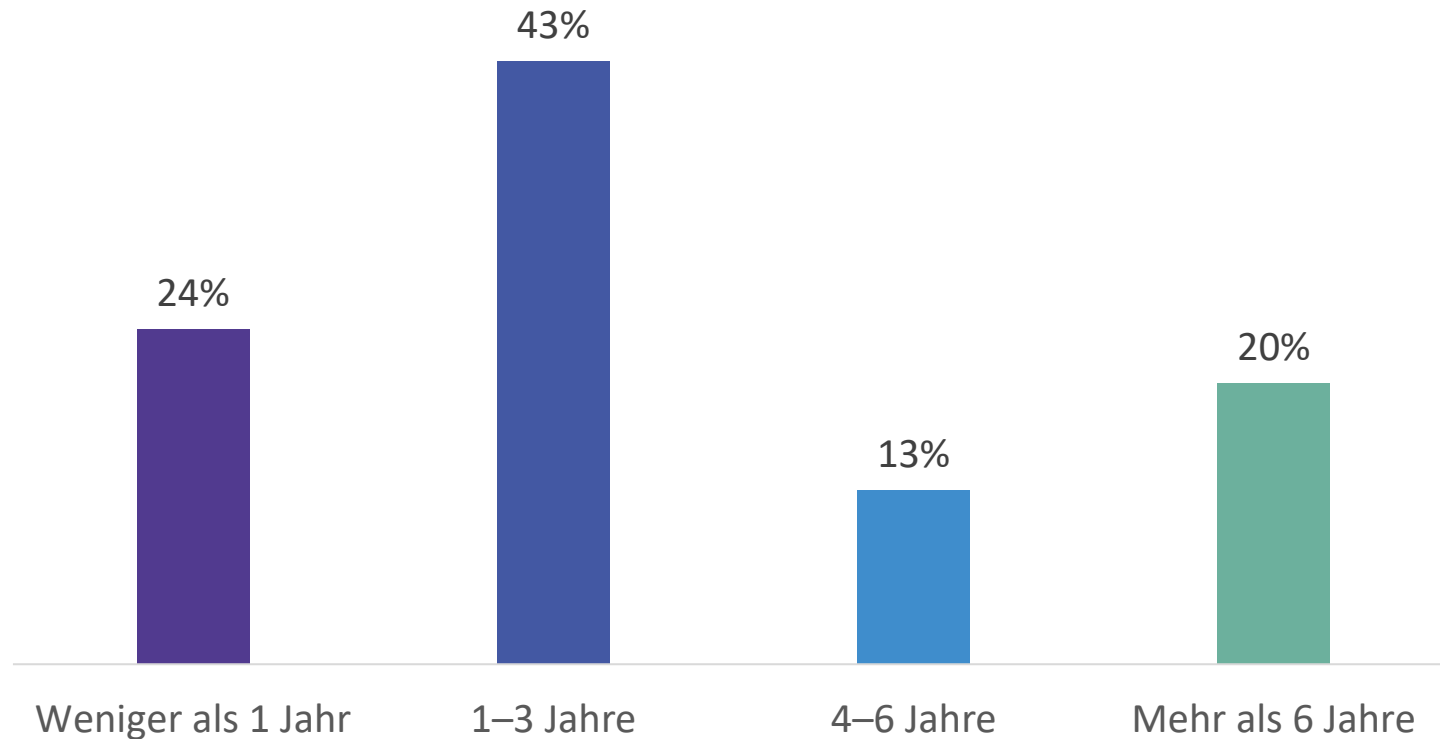


In welchem Tätigkeitsbereich der Branche sind Sie tätig?

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“.

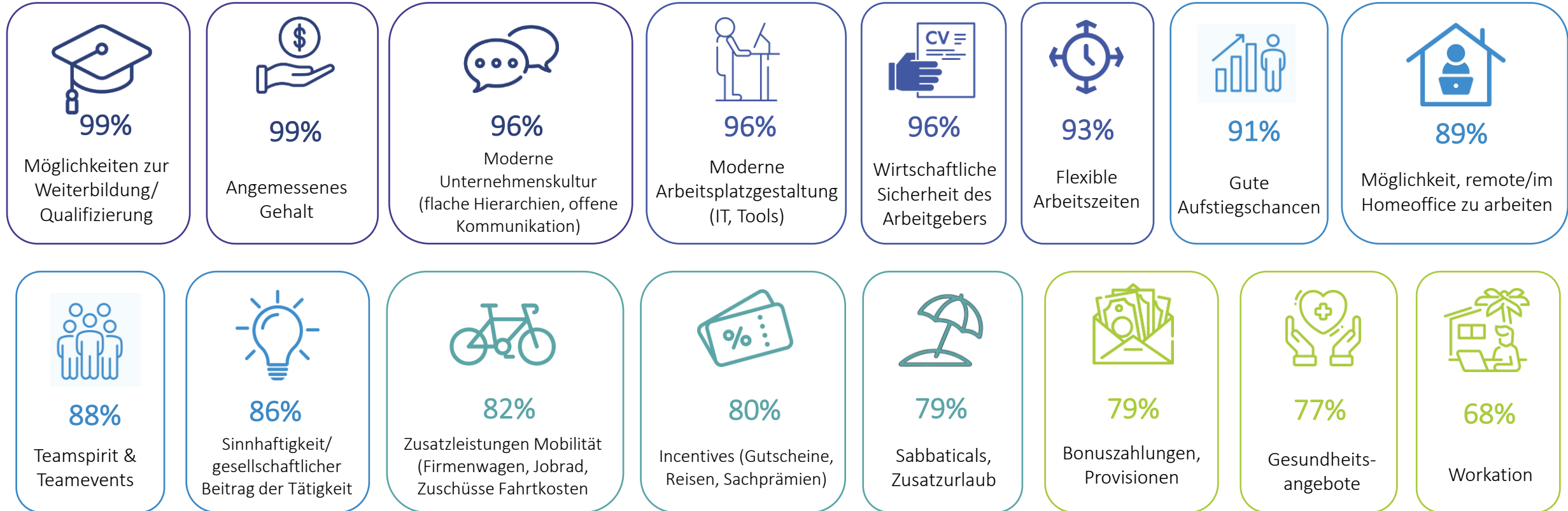
\*gemeint sind GenZ/GenY

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

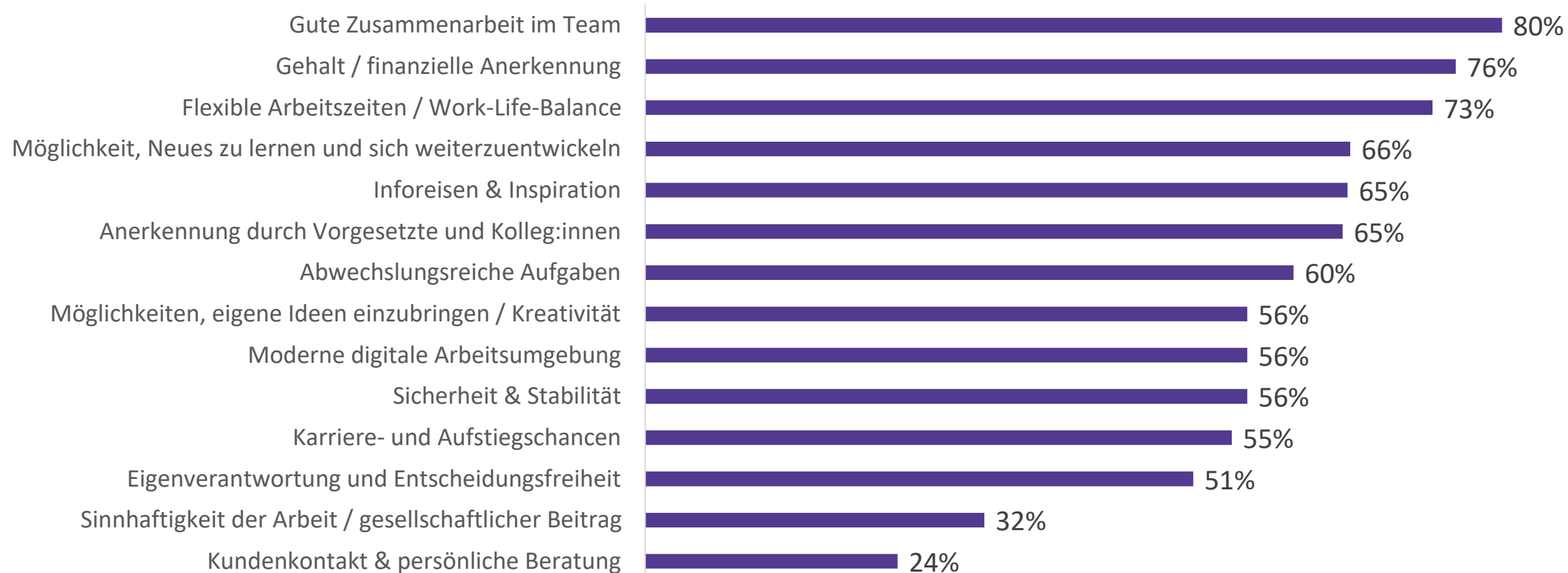


Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte bei einem Arbeitgeber?

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 %).

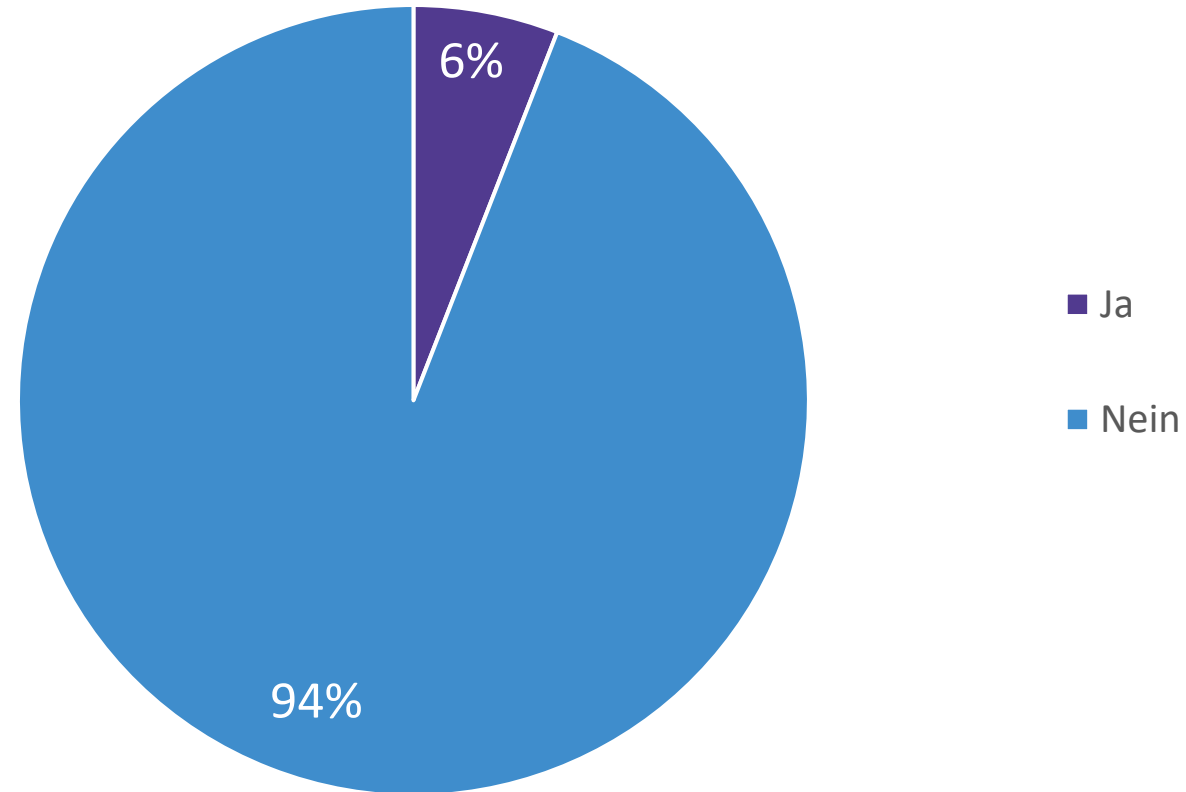
Darstellung der Zustimmung (TopTwoBoxes): Zusammenfassung der Antwortkategorien „stimme vollkommen zu“ und „stimme eher zu“.

- **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)

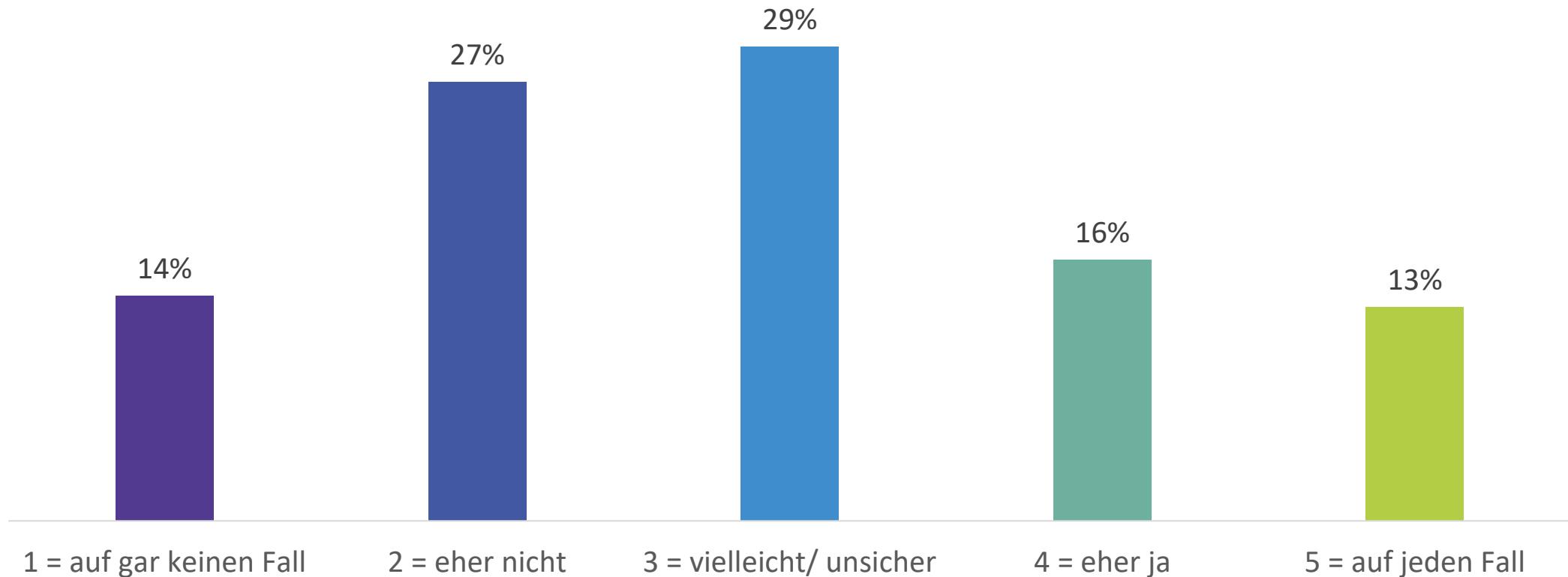
## Gründungserfahrung



Waren Sie schon einmal selbstständig oder haben ein Unternehmen gegründet?

Basis: Alle Befragten (n=140)

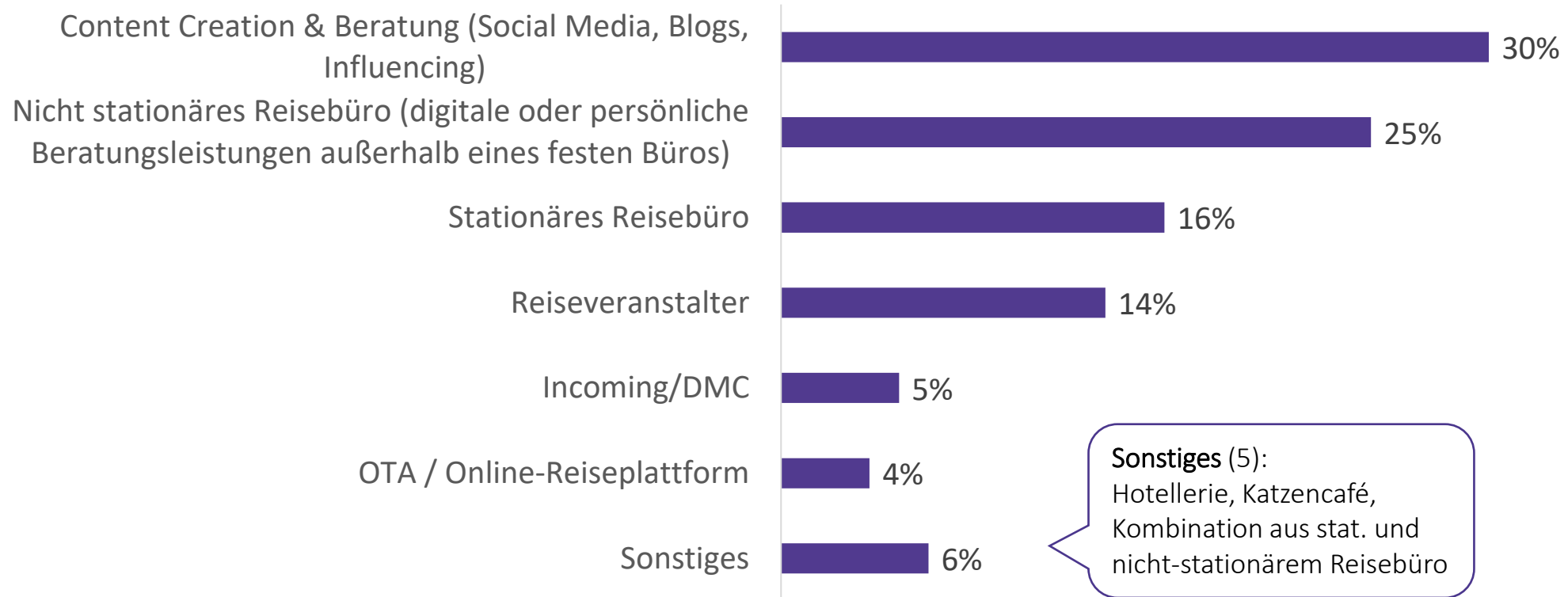
## Gründungsabsicht im Tourismus



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:

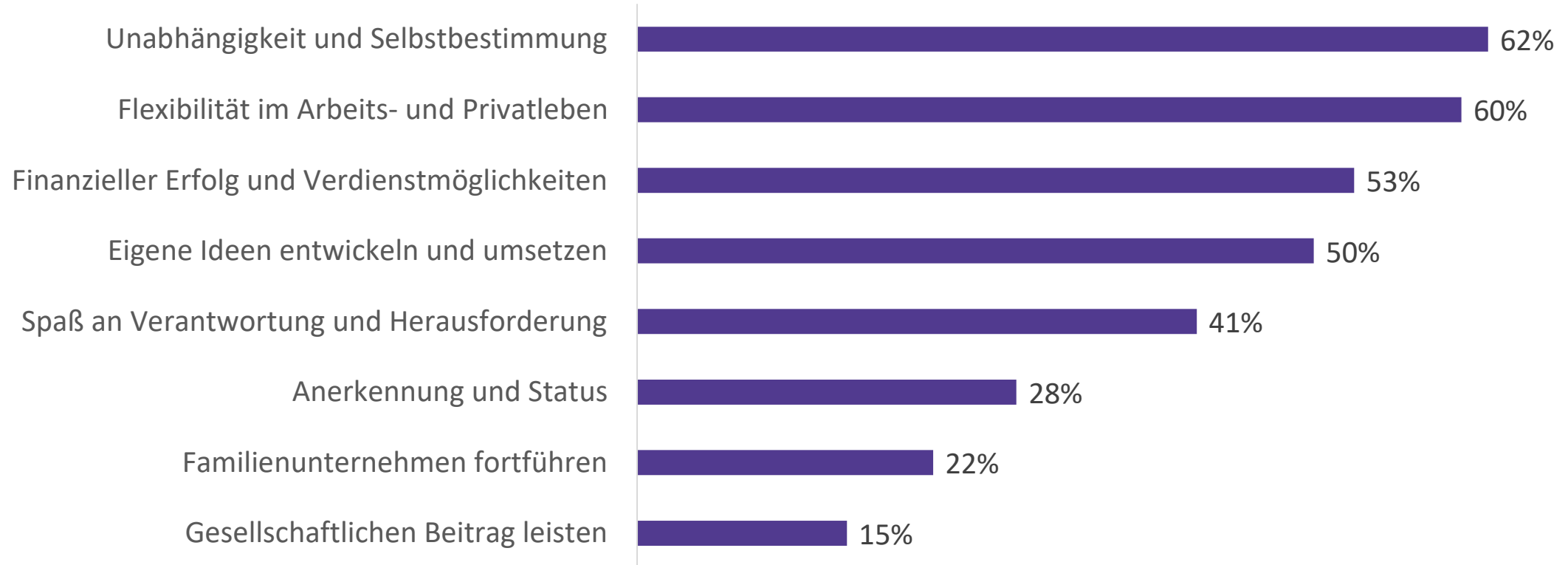


- Fehlende Unterstützung im Umfeld (33 %)

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



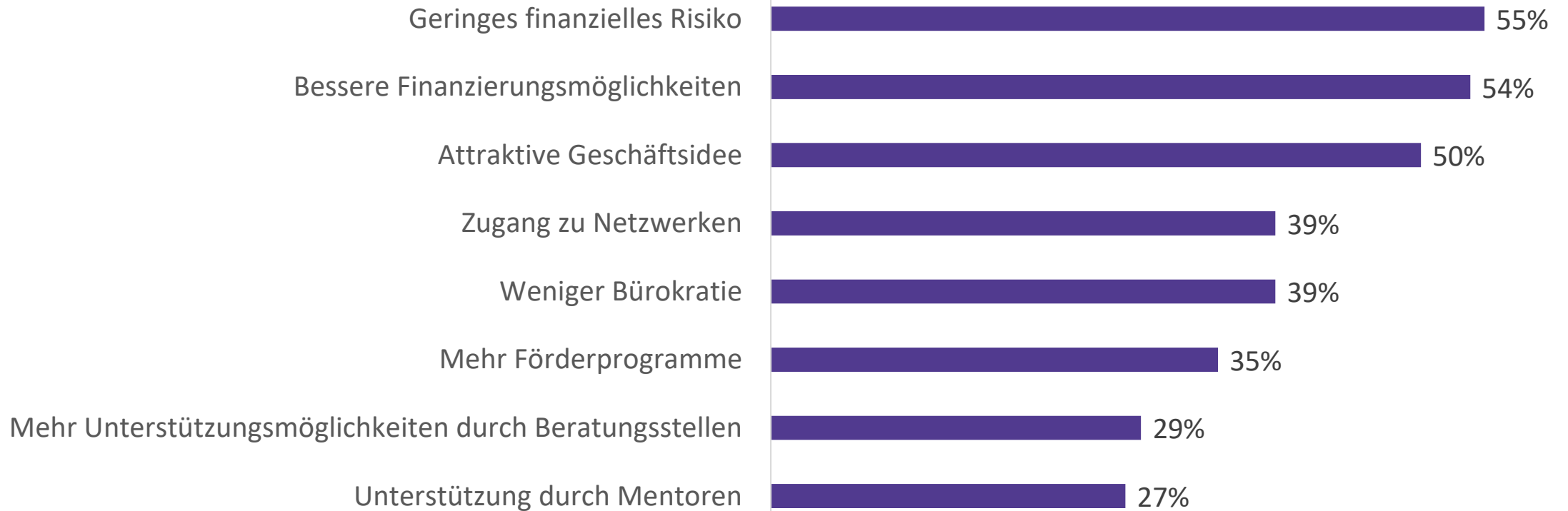
Inwieweit würden die folgenden Aspekte Sie motivieren, ein Unternehmen im Tourismus zu gründen?

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.



**Gründunghemmnisse 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](mailto:centouris@uni-passau.de)  
Web: [www.centouris.uni-passau.de](http://www.centouris.uni-passau.de)

## PROJEKTLEITUNG

---



Dr. Stefan Mang



Marina Reischl



Dr. Janine Maier



Xhyla Musliu

## Kontakt

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

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

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