



Bildquelle: stock.adobe.com

Reisebürobefragung 2025

FORSCHUNGSFRAGEN

- Wie stark sind Reisebüros vom Fachkräftemangel betroffen?
- Wie wird Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses eingesetzt? Welche Herausforderungen gibt es?
- Wie wird Künstliche Intelligenz entlang des Informations- und Buchungsprozesses eingesetzt? Welche Herausforderungen gibt es?
- Wie gehen Reisebüros mit dem Thema Nachhaltigkeit um?
- Welche Relevanz haben Cross-Selling-Produkte für Reisebüros?



ZIELSETZUNG

- Praxiserfahrung der Reisebüros zu den Themen Fachkräftemangel, neue Technologien und Nachhaltigkeit



METHODIK

- Standardisierte Online-Befragung



STICHPROBE

- 63 Teilnehmende aus dem Reisevertrieb: Reisebüros, Reiseveranstalter und Online-Reisevertrieb/OTA



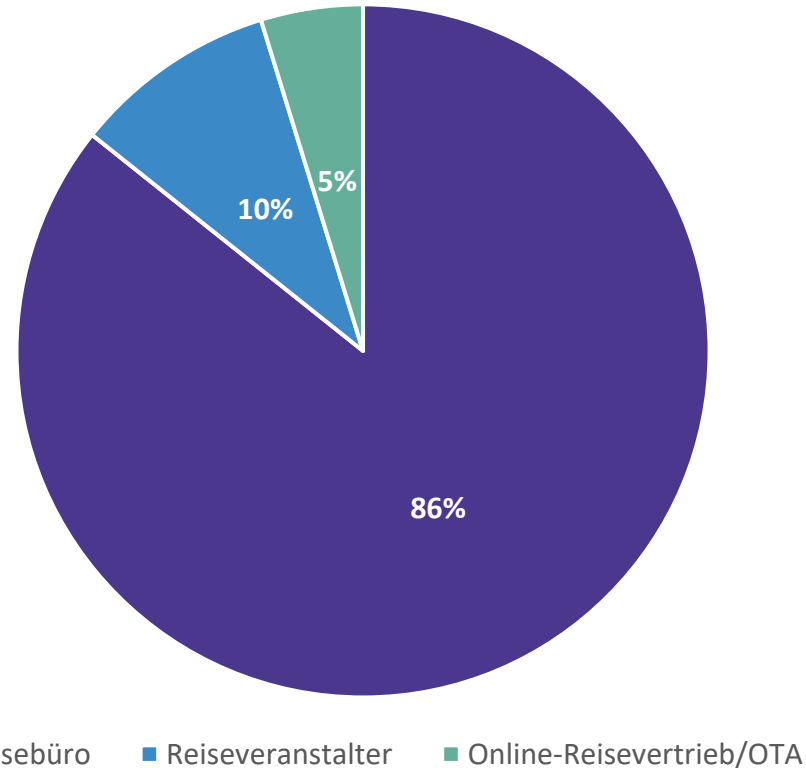
UMFRAGEZEITRAUM

- Juli bis November 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
-  Fachkräftemangel im Reisevertrieb
-  Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
-  Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
-  Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
-  Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

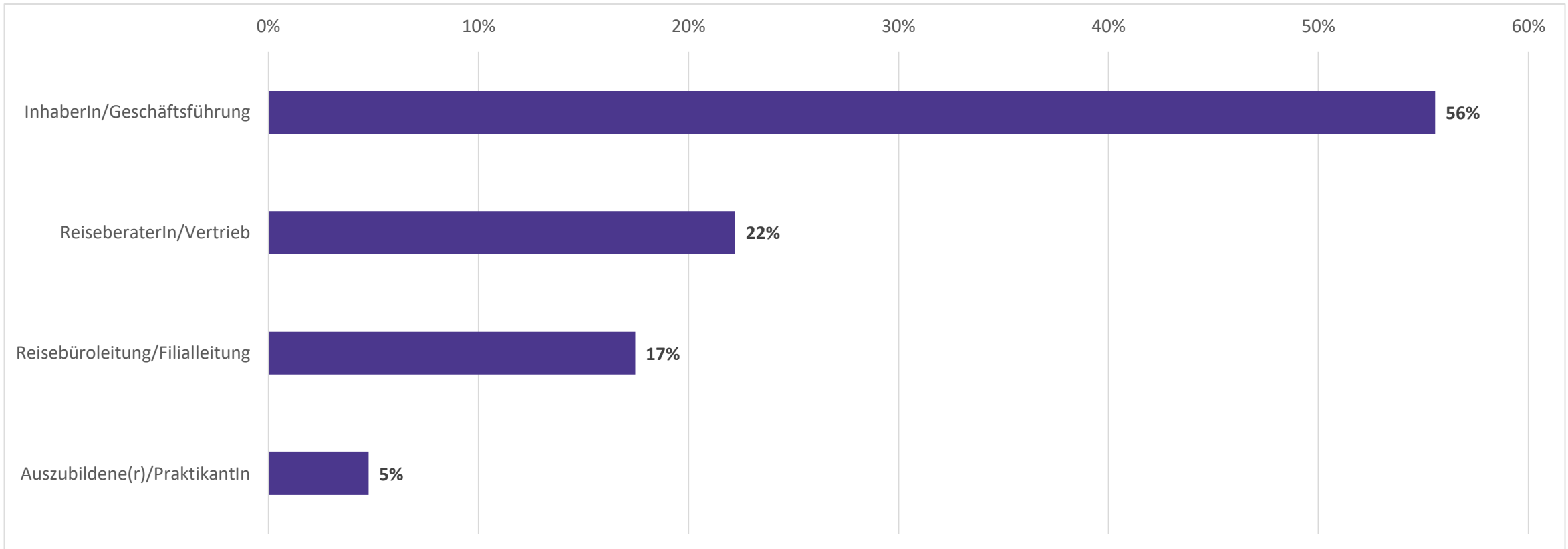
Tätigkeitsfeld



Bei welchem touristischen Leistungsträger sind Sie tätig?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Funktion

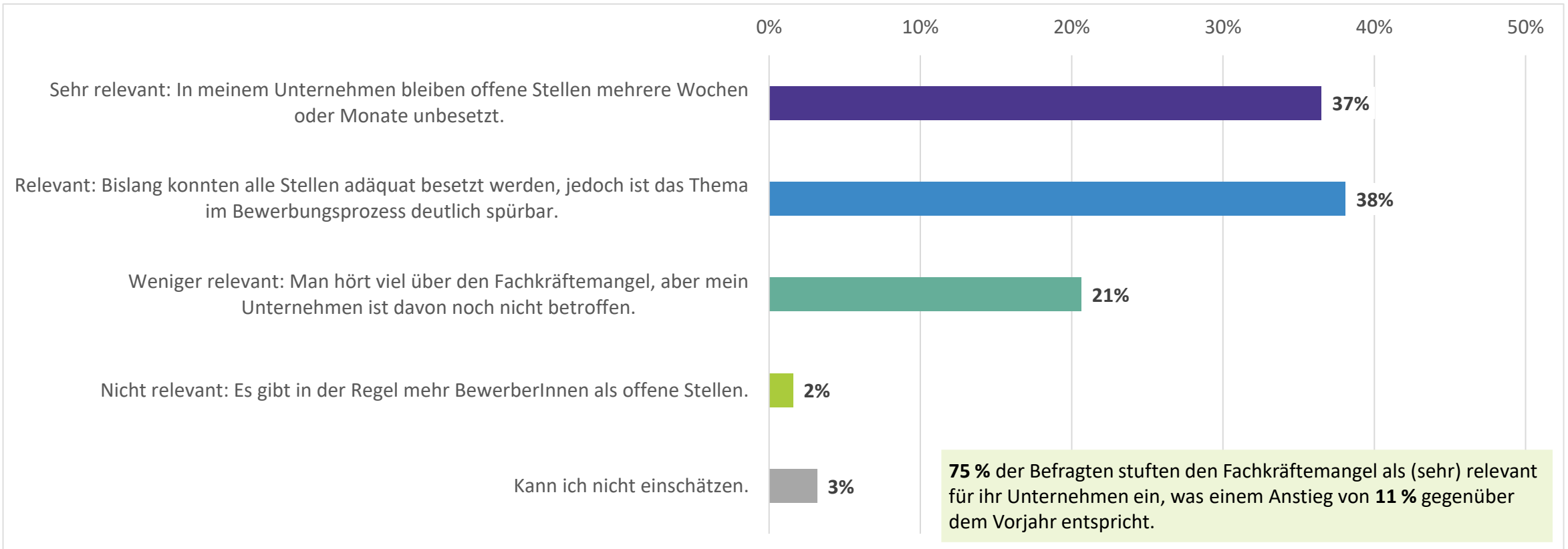


In welcher Funktion sind Sie derzeit in Ihrem Unternehmen tätig?

Basis: Alle Befragten (n=63)

- Stichprobenbeschreibung
- Fachkräftemangel im Reisevertrieb
- Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
- Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

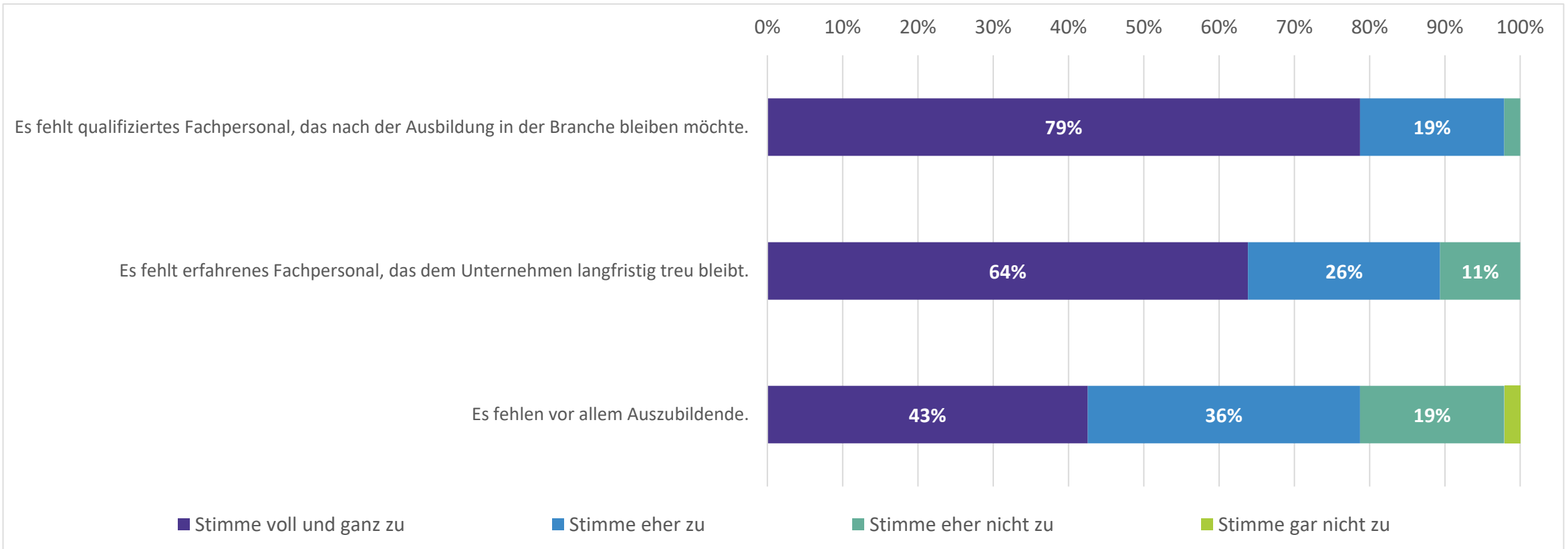
Relevanz des Fachkräftemangels



Wie relevant schätzen Sie den Fachkräftemangel in Ihrem Unternehmen ein?

Basis: Alle Befragten (n=63)

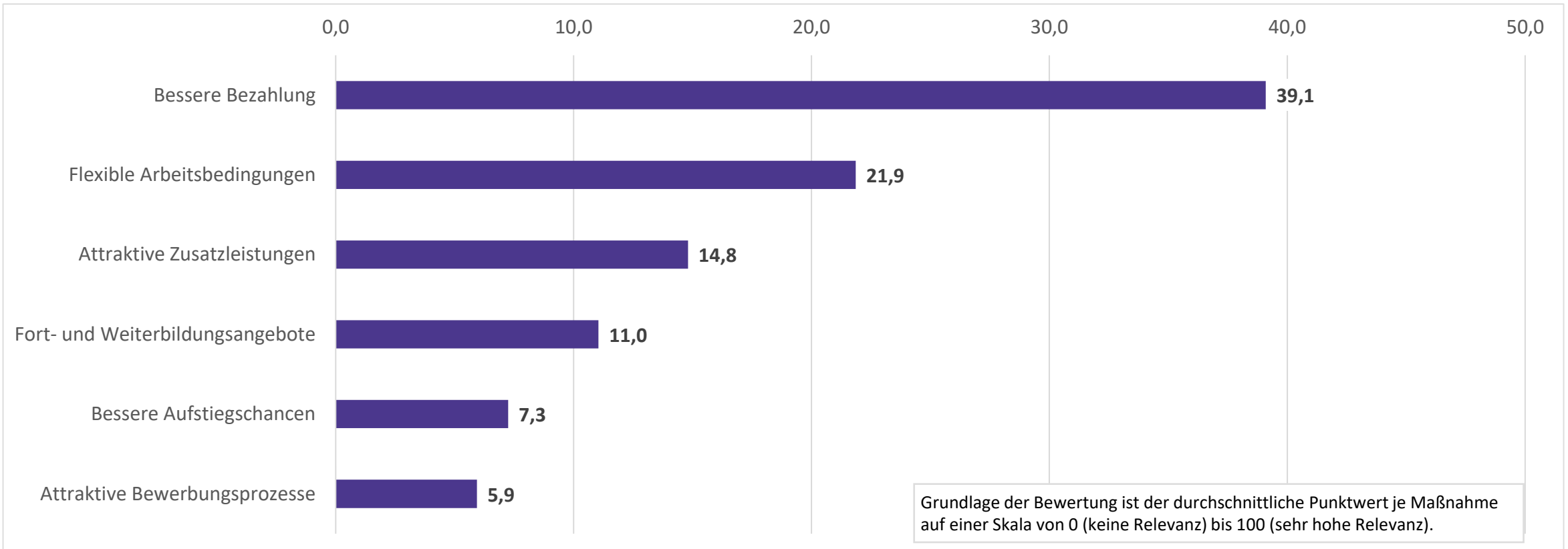
Auswirkungen des Fachkräftemangels



Inwiefern macht sich der Fachkräftemangel in Ihrem Unternehmen bemerkbar?
Basis: Alle Befragten, die den Fachkräftemangel als (sehr) relevant einschätzen (n=47)

Im Vergleich zum Vorjahr hat der Mangel an qualifiziertem und erfahrenem Fachpersonal zugenommen.

Maßnahmen gegen den Fachkräftemangel

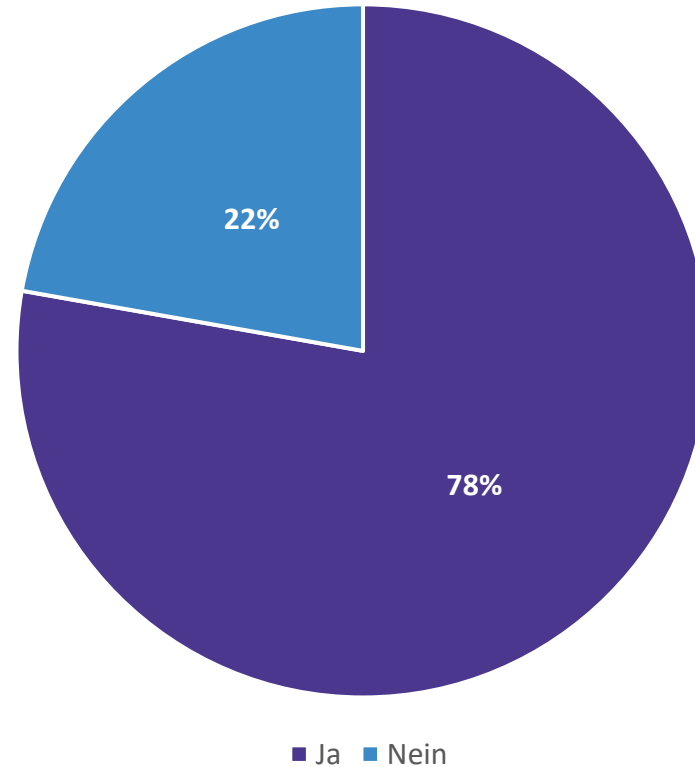


Welche Maßnahmen müssten getroffen werden, um Personal für die Touristik-Branche zu gewinnen bzw. in der Branche zu halten?

Basis: Alle Befragten (n=63)

- Stichprobenbeschreibung
- Fachkräftemangel im Reisevertrieb
- Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
- Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

Nutzung von Social Media

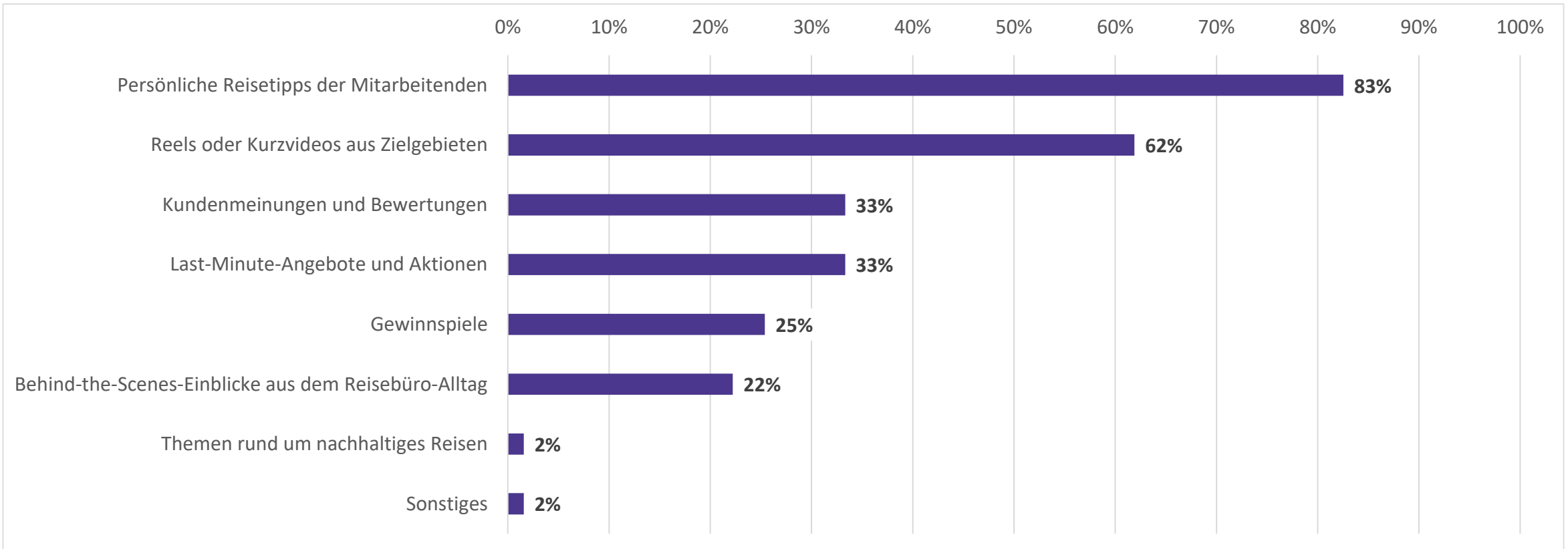


Setzen Sie in Ihrem Reisebüro Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses ein?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Passende Inhalte für Social Media



Welche Inhalte funktionieren aus Ihrer Sicht auf Social Media am besten? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Potentiale von Social Media

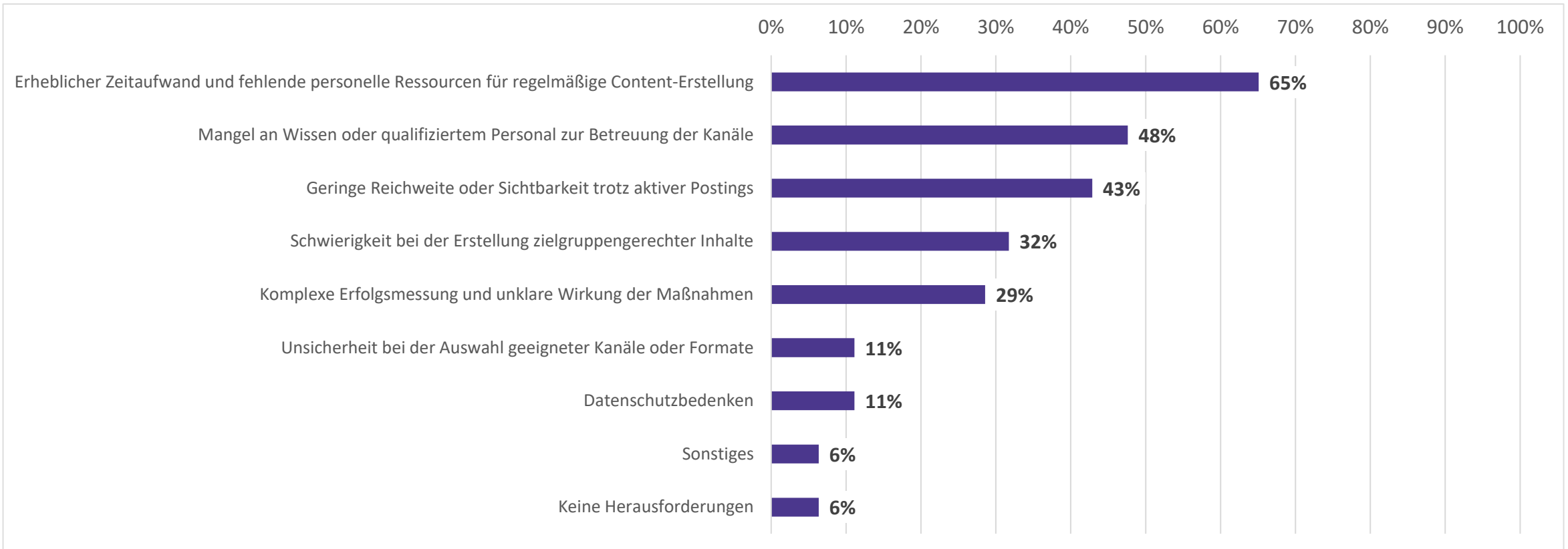


Welche Potentiale sehen Sie in der Anwendung von Social Media, um die Reiseerlebnisse für Ihre KundInnen zu verbessern?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Herausforderungen von Social Media



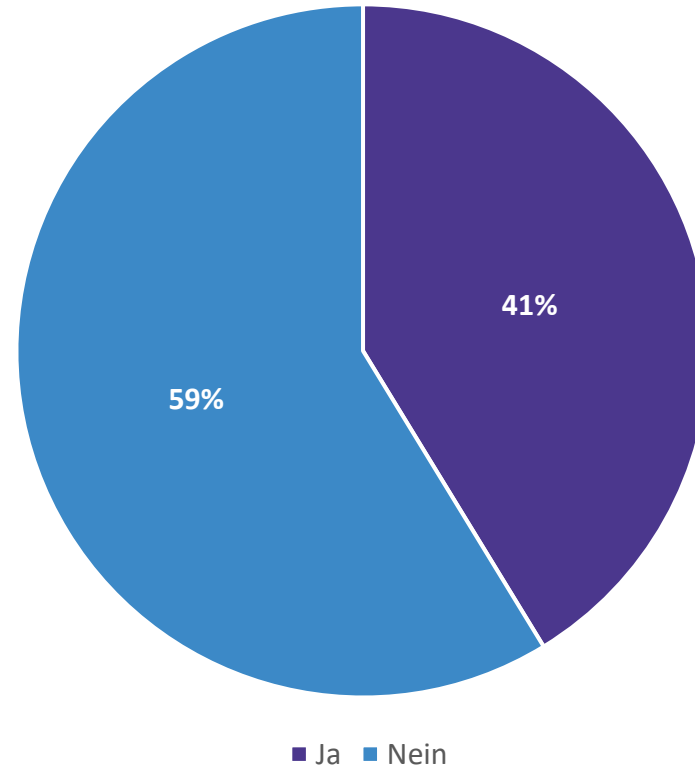
Welche Herausforderungen sehen Sie beim Einsatz von Social Media in Ihrem Reisebüro? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)

- Stichprobenbeschreibung
- Fachkräftemangel im Reisevertrieb
- Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
- Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses

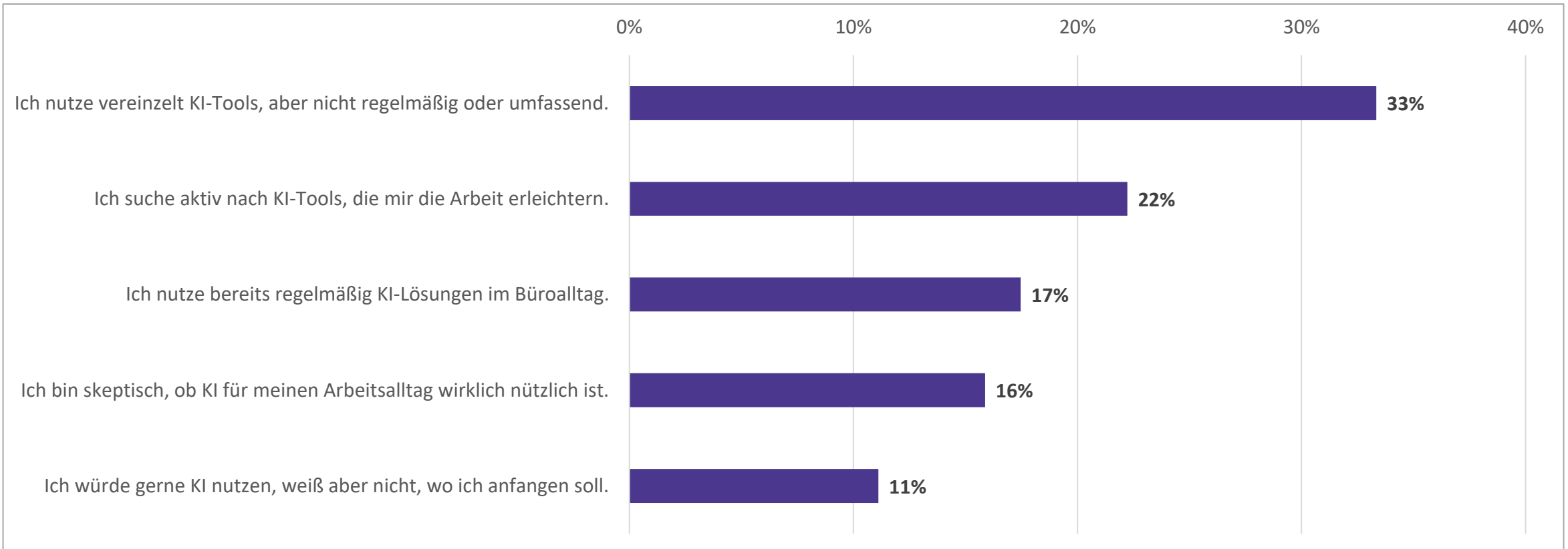
Nutzung von Künstlicher Intelligenz (KI)



Setzen Sie in Ihrem Reisebüro Künstliche Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses ein?
Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Nutzungsstand von Künstlicher Intelligenz (KI)

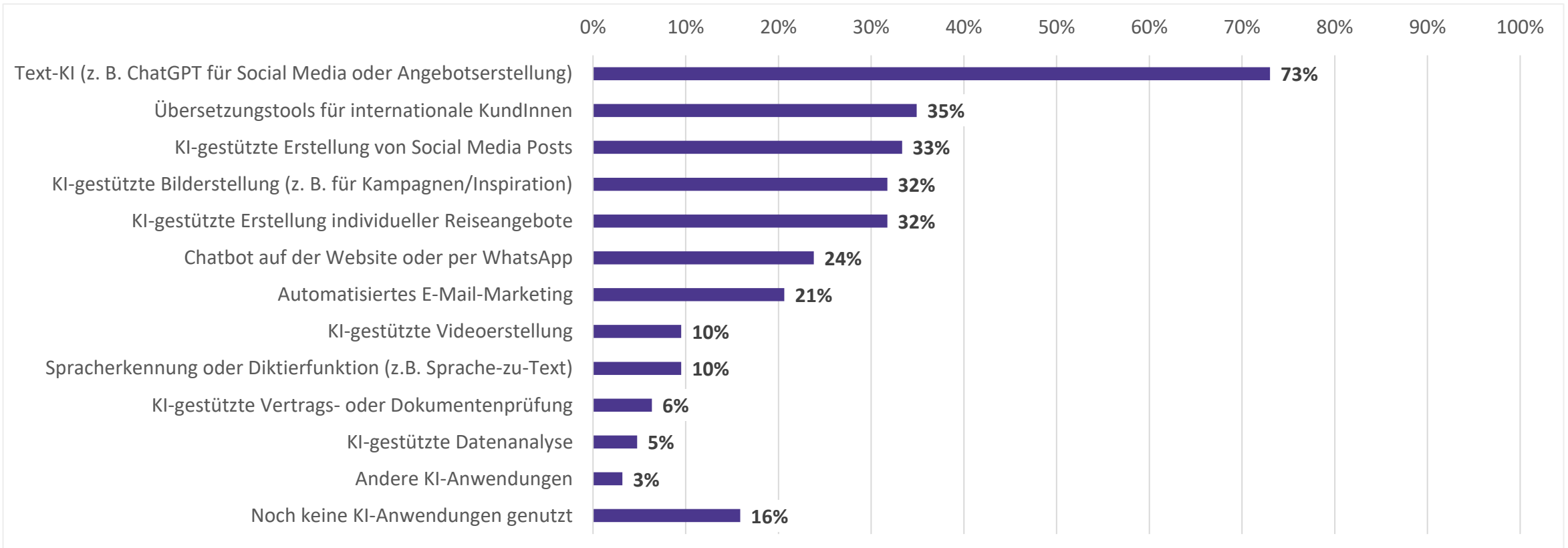


Welche Aussage beschreibt Ihre aktuelle Situation am besten?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses

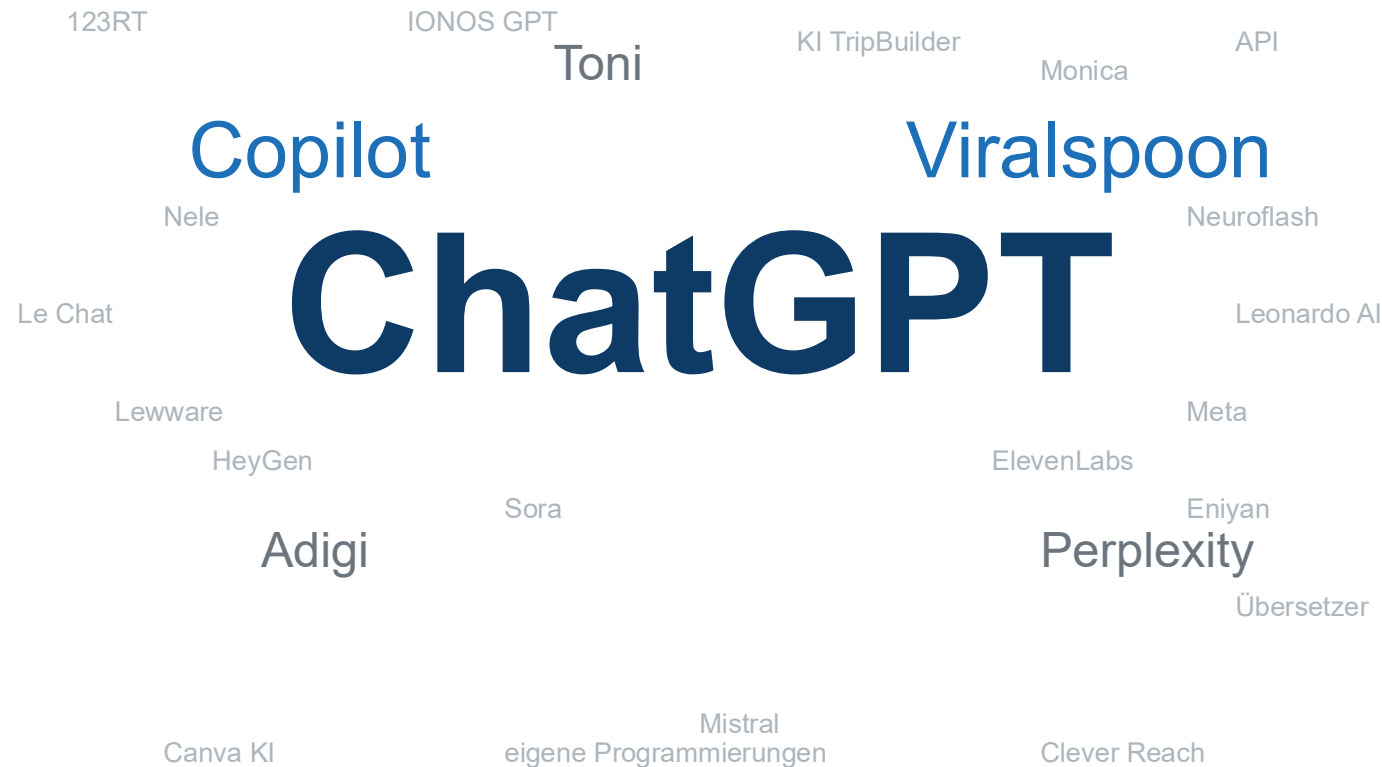
Bereits genutzte KI-Anwendungen



Welche KI-Anwendungen haben Sie bereits ausprobiert oder sind in Ihrem Büro im Einsatz? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)

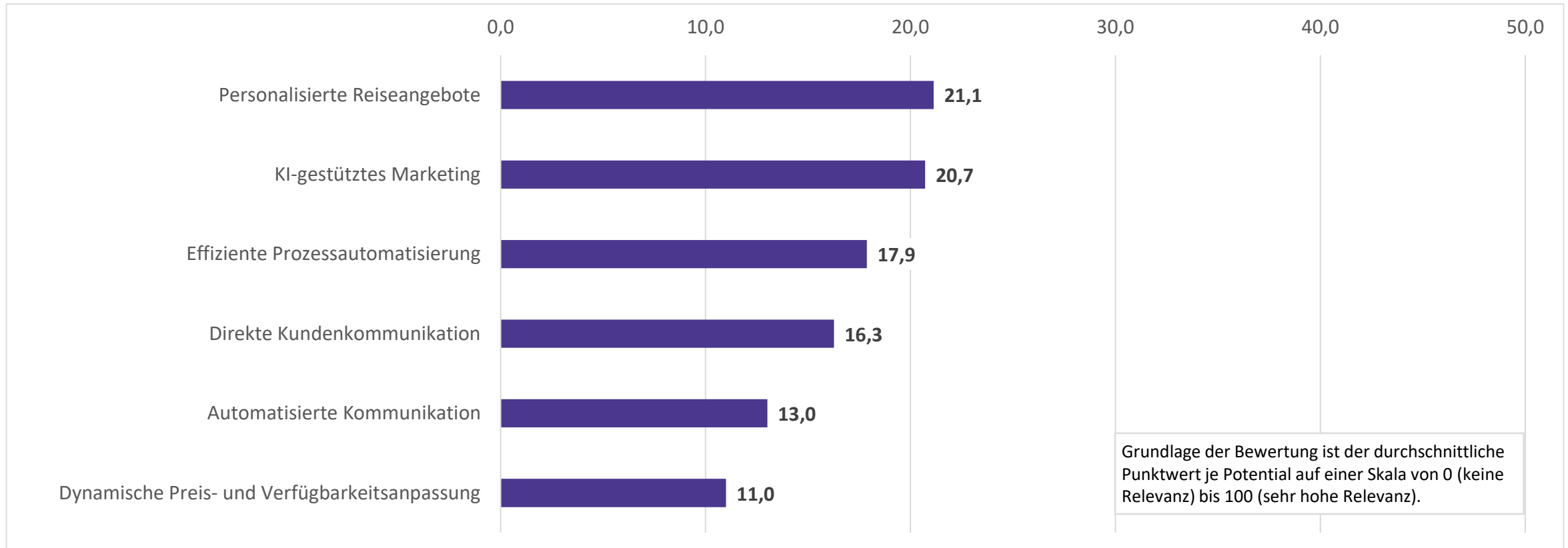
KI-Anwendungen bei der täglichen Arbeit



Welche konkreten KI-gestützten Tools verwenden Sie in Ihrer täglichen Arbeit?
Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Potentiale von Künstlicher Intelligenz (KI)

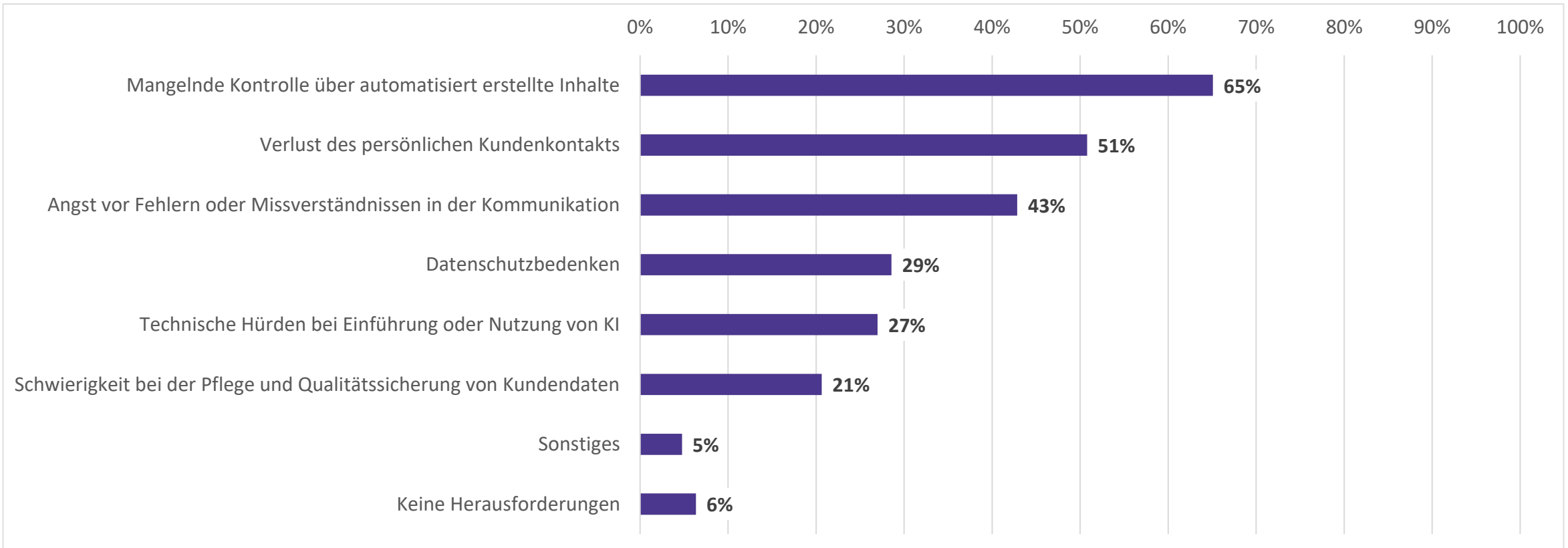


Welche Potentiale sehen Sie in der Anwendung von Künstlicher Intelligenz, um die Reiseerlebnisse für Ihre Kunden zu verbessern?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses

Herausforderungen von Künstlicher Intelligenz (KI)

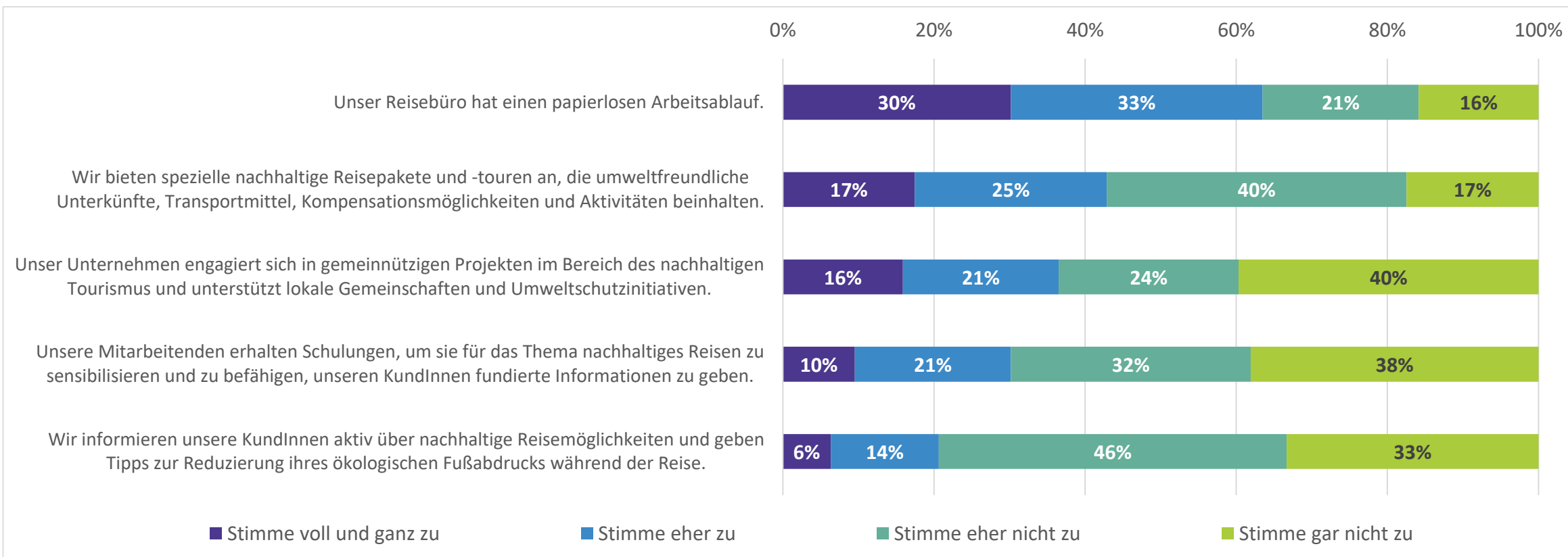


Welche Herausforderungen sehen Sie beim Einsatz von KI in Ihrem Reisebüro? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)

- Stichprobenbeschreibung
- Fachkräftemangel im Reisevertrieb
- Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
- Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

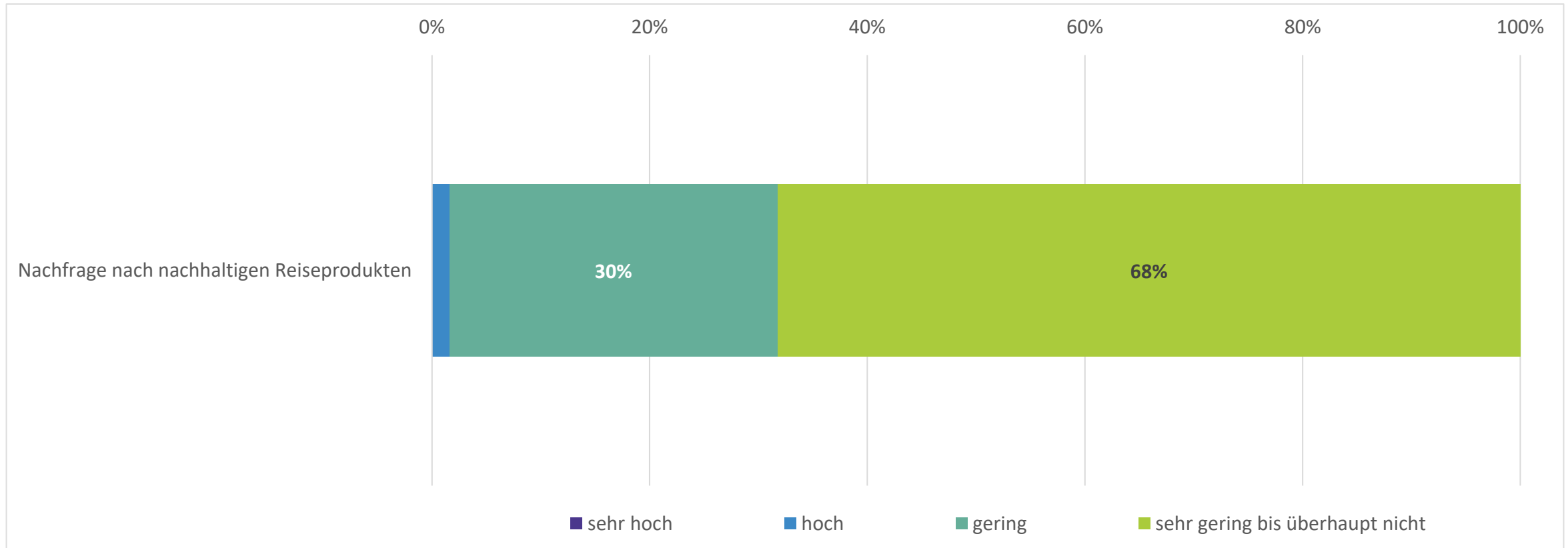
Einstellung zur Nachhaltigkeit im Tourismus



Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zum Thema Nachhaltigkeit zu?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Nachfrage nach nachhaltigen Reiseprodukten

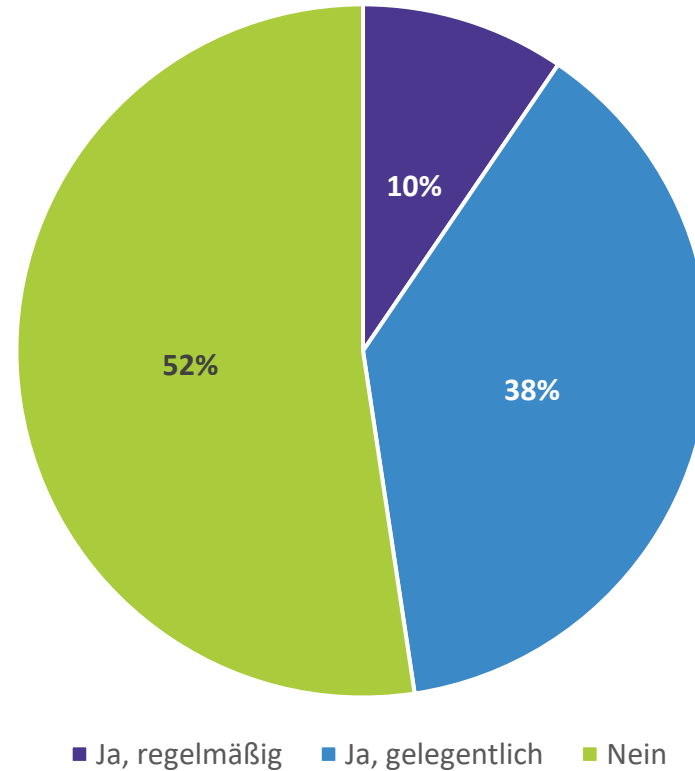


Wie beurteilen Sie die aktuelle Nachfrage Ihrer Kunden nach nachhaltigen Reiseprodukten?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Wie bereits im Vorjahr wird die Nachfrage nach nachhaltigen Reiseprodukten weiterhin als **gering** eingeschätzt: 2024 bewerteten **95 %** der Befragten sie als (sehr) gering, 2025 stieg der Anteil auf **98 %**.

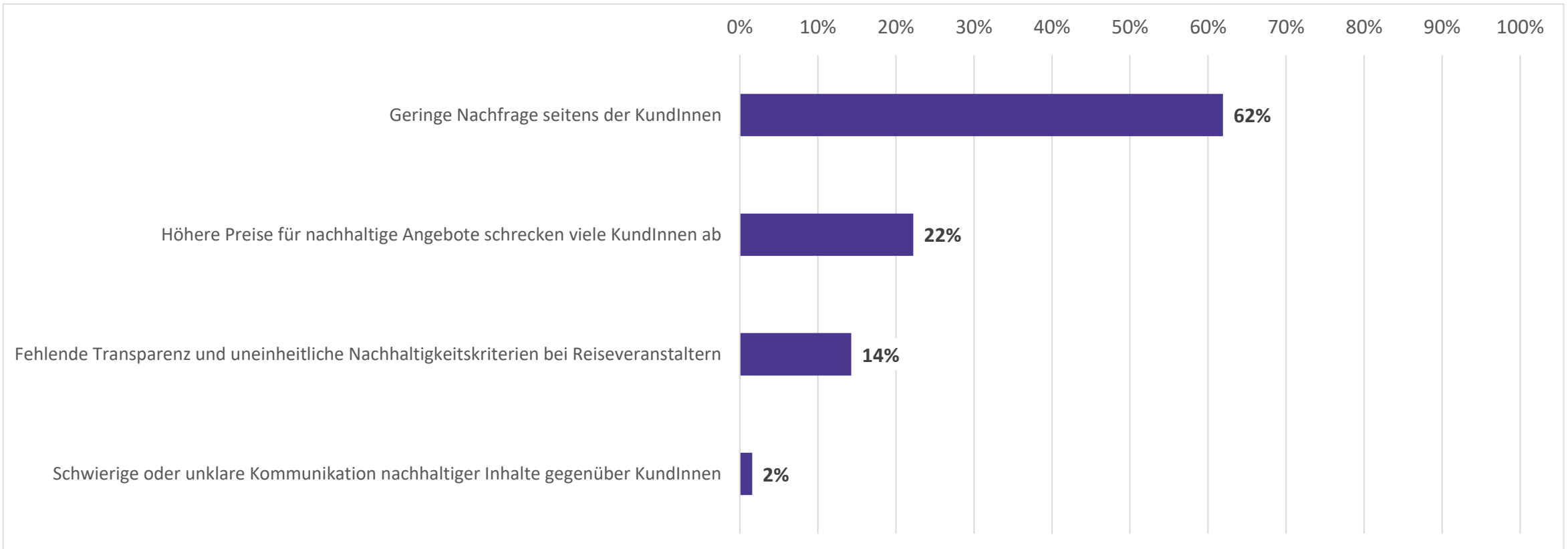
Aktive Kommunikation von Nachhaltigkeit



Kommunizieren Sie Nachhaltigkeit aktiv gegenüber Ihren KundInnen?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Herausforderungen bei der Integration von Nachhaltigkeit

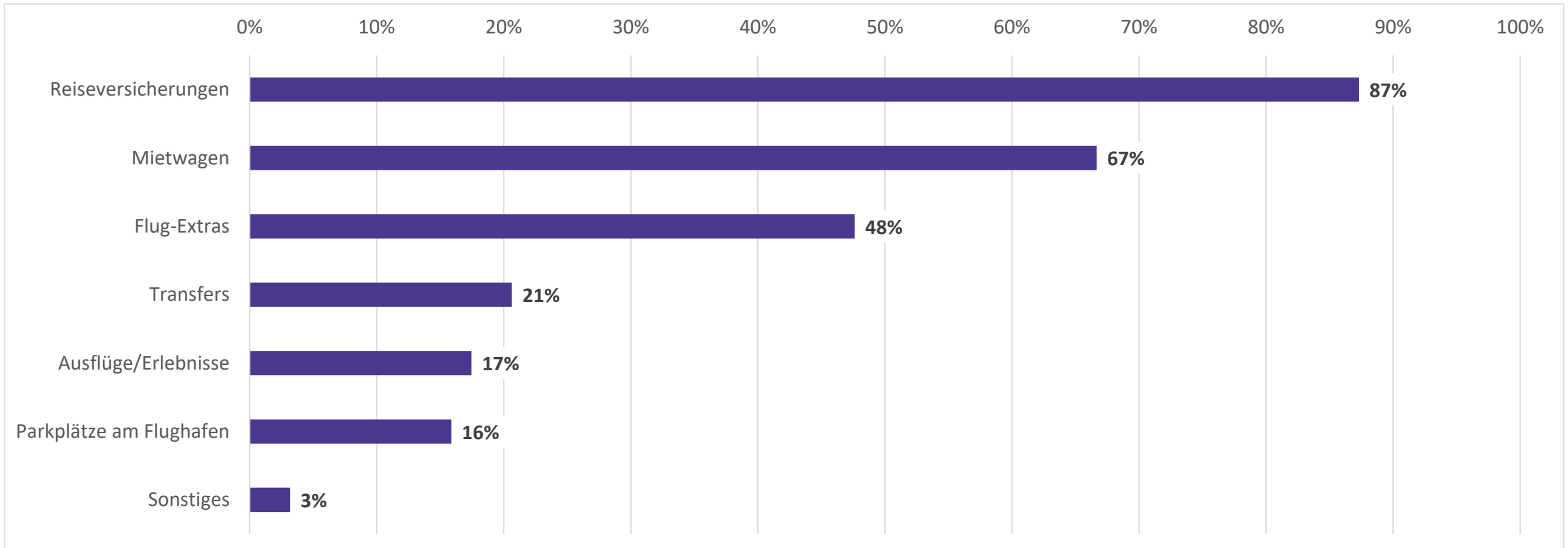


Was ist aus Ihrer Sicht die größte Herausforderung bei der Integration von Nachhaltigkeit in den Reisevertrieb?

Basis: Alle Befragten (n=63)

- Stichprobenbeschreibung
- Fachkräftemangel im Reisevertrieb
- Einsatz von Social Media entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Einsatz von Künstlicher Intelligenz (KI) entlang des Informations- und Buchungsprozesses
- Nachhaltigkeit im Reisevertrieb
- Bedeutung von Cross-Selling-Produkten

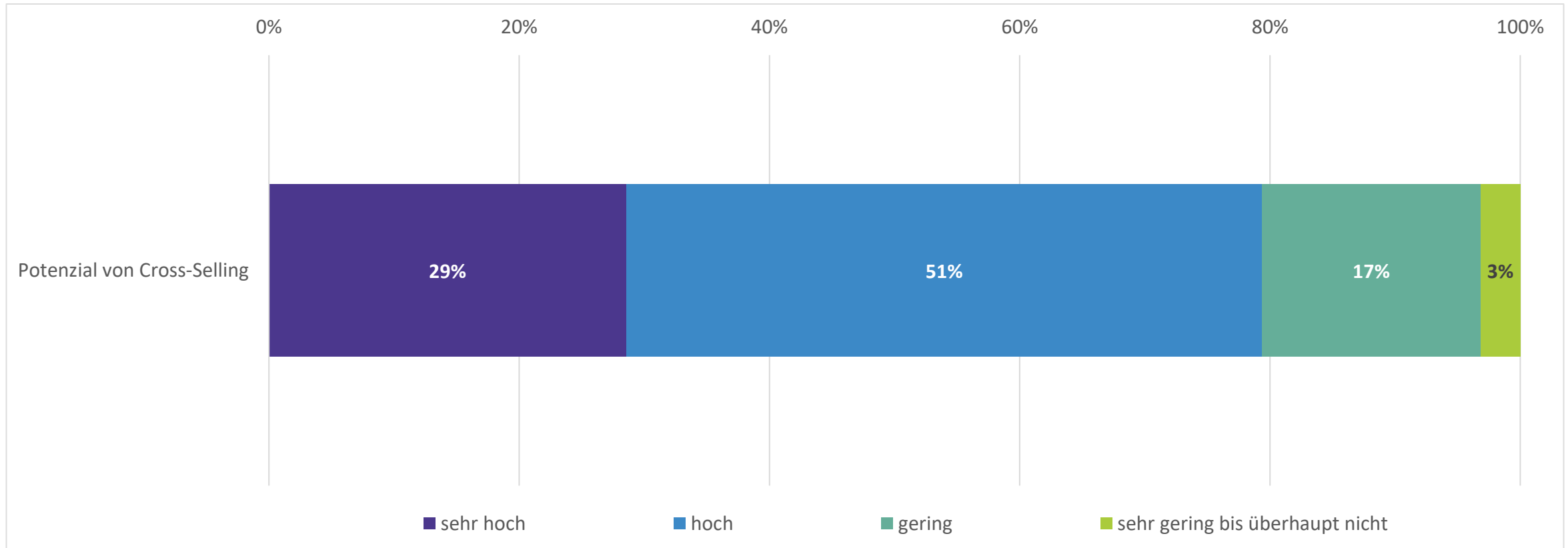
Verkauf von Cross-Selling-Produkten



Welche dieser Cross-Selling-Produkte verkaufen Sie am häufigsten? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)

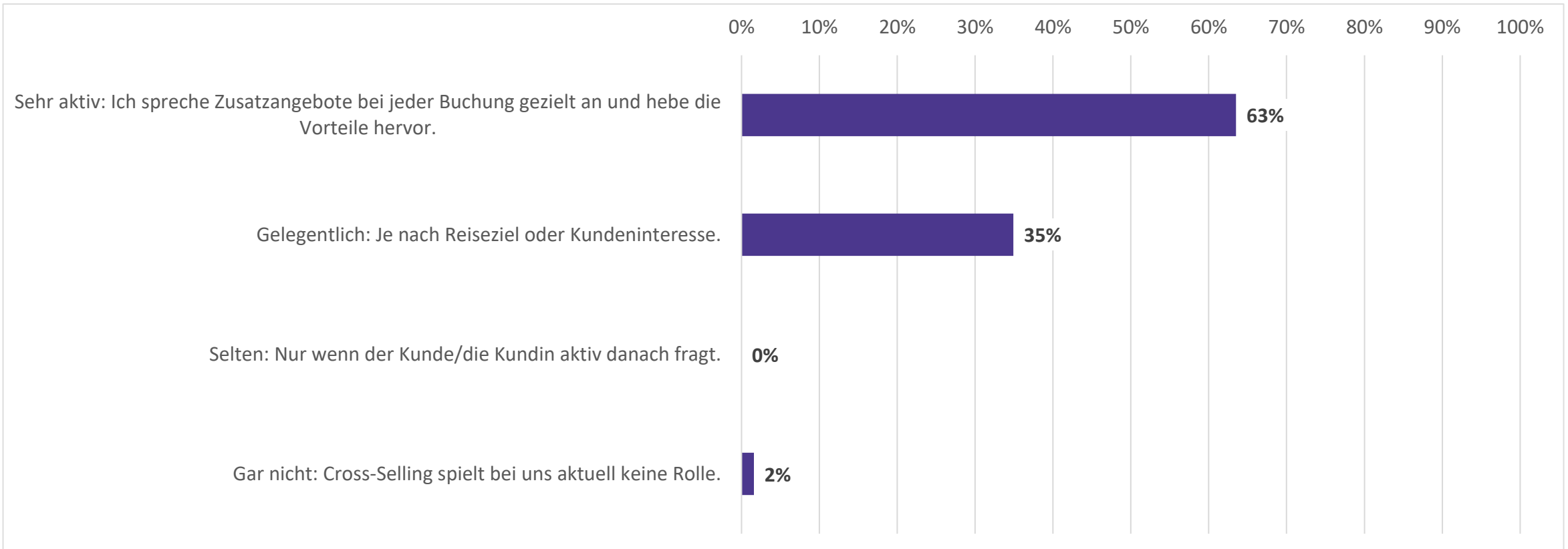
Potential von Cross-Selling-Produkten



Wie bewerten Sie das Potential von Cross-Selling zur Umsatzsteigerung in Ihrem Reisebüro?

Basis: Alle Befragten (n=63)

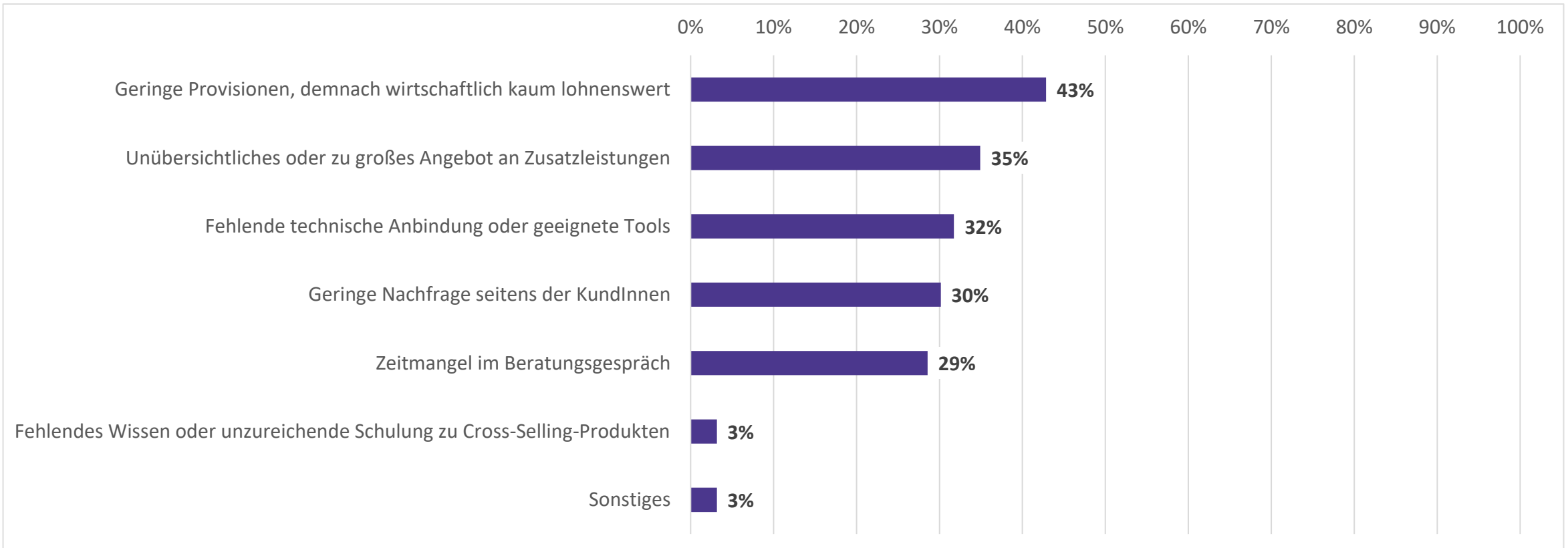
Bewerbung von Cross-Selling-Produkten



Wie aktiv bewerben Sie Cross-Selling-Produkte im Beratungsgespräch?

Basis: Alle Befragten (n=63)

Herausforderung beim Cross-Selling im Reisevertrieb



Welche der folgenden Hürden oder Herausforderungen erschweren Ihnen aktuell das Cross-Selling im Reisevertrieb? Mehrfachantworten möglich.

Basis: Alle Befragten (n=63)



- **Fachkräftemangel im Reisevertrieb**

75 % der Befragten bewerten den Fachkräftemangel im Reisevertrieb als (sehr) relevant. Besonders betroffen ist der Mangel an qualifiziertem und erfahrenem Fachpersonal mit langfristiger Bindung. Als zentrale Maßnahme wird eine verbesserte Vergütung gesehen.

- **Einsatz von Social Media im Reisevertrieb**

Mehr als Dreiviertel der Befragten nutzen Social-Media-Kanäle im Informations- und Buchungsprozess. Inhalte wie persönliche Reisetipps und Beiträge zu Reisedestinationen werden als besonders geeignet wahrgenommen. Social Media wird vor allem zur Neukundenakquise und direkten Kundenkommunikation genutzt, während Zeitaufwand und begrenzte personelle Ressourcen als zentrale Herausforderungen gelten

- **Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Reisevertrieb**

Circa 40 % der Befragten setzen KI-Lösungen entlang des Informations- und Buchungsprozesses ein. Insbesondere Text-KI wie ChatGPT werden von den Befragten genutzt. Als Potentiale werden die Erstellung personalisierter Reiseangebote und KI-gestütztes Marketing gesehen. Kritische Aspekte betreffen die Kontrolle über Inhalte und den Erhalt des direkten Kundenkontakts.

- **Nachhaltige Reiseprodukte**

Die Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten wird weiterhin als (sehr) gering eingeschätzt. Hohe Preise wirken zusätzlich hemmend auf das Kundeninteresse.

- **Bedeutung von Cross-Selling-Produkten**

Rund 80 % der Befragten sehen im Cross-Selling ein hohes Potential. Reiseversicherungen, Mietwagen und Flug-Extras sind die meistverkauften Cross-Selling-Produkte. Ein Großteil der Unternehmen betreibt eine aktive Bewerbung dieser Produkte, wobei geringe Provisionen und ein unübersichtliches Produktangebot als wesentliche Herausforderungen gelten.



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

PROJEKTLEITUNG



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