

Berlin, 15. Juli 2026

## a&o-Umfrage zum Reiseverhalten: Preis, Energie und Weltlage geben Ton an – Europa statt Fernreise, Citytripp statt Traumurlaub

- Mehr als 14.000 Befragte ab 18 Jahren aus zwölf europäischen Ländern
- YouGov-Umfrage im Auftrag von a&o zum Reiseverhalten
- Jeder Zehnte bleibt in diesem Sommer zuhause
- Städte- und Kurztrips boomen – vor allem bei Jüngeren



Europa statt Fernreise, kurz mal weg als länger raus: Die neueste Umfrage von a&o Hostels, durchgeführt vom Marktforschungsinstitut YouGov, zeigt: Europäer sind unter Druck, d.h. ihre Urlaubsentscheidungen sind geprägt von Preis, Weltlage und Energie. An der repräsentativen Umfrage nahmen im Juni mehr als 14.000 Personen ab 18 Jahren aus zwölf europäischen Ländern teil. (Foto/Visualisierung: a&o Hostels).

**Berlin – Preis, Energie, Weltlage: Das Reiseverhalten der Europäer in diesem Sommer ist geprägt von gedämpfter Aufbruchstimmung. Elf Prozent der Befragten bleiben gar ganz zuhause. Immerhin: Kurztrips boomen und manche Reiseträume werden immer noch wahr. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Umfrage des Markt- und Meinungsforschungsinstituts YouGov im Auftrag von a&o Hostels. Über 14.000 Teilnehmende aus zwölf europäischen Ländern wurden im Juni nach ihren Reiseplänen gefragt – wohin, ob überhaupt, nach welchen Kriterien die Entscheidung fällt. Phillip Winter, CMO a&o Hostels: „Reisen bleibt ein**

**starkes Bedürfnis – aber die Entscheidung, wohin es geht, ist heute mehr denn je eine Budgetfrage.“**

Preise, Weltlage und Energiekosten prägen das Reiseverhalten im Sommer 2026 und verändern die Reiseentscheidung – besonders bei jungen Europäerinnen und Europäern. Befragt wurden 14.249 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Tschechien, Ungarn, Polen, Dänemark, Belgien, den Niederlanden, Österreich, Italien, Großbritannien, Frankreich und Spanien. Die Ergebnisse sind nach Alter, Geschlecht und Region repräsentativ gewichtet.<sup>1</sup>

Der Preis ist zum dominierenden Reiseentscheidungsfaktor geworden, Fernreisen weichen dem europäischen Nahraum, und die hohen Energiekosten halten viele diesen Sommer ganz vom Reisen ab. Phillip Winter: „Fällt der klassische Urlaub aufgrund zu hoher Kosten aus, gewinnt der Städtetrip, bislang ein zusätzliches Vergnügen im Jahr, an Bedeutung, d.h. auch, die Erwartungen an die Kurzreise steigen.“



### **Europa statt Fernreise: Kurztrips boomen – vor allem bei der jungen Generation**

Europa wird zur bevorzugten Reisedestination dieses Sommers. 30 Prozent der Befragten planen mindestens eine Kurzreise (bis sechs Tage) im eigenen Land, weitere 16 Prozent eine Kurzreise innerhalb Europas, und 17 Prozent eine Europareise von mindestens einer Woche.

<sup>1</sup>YouGov: „Die dargestellten Werte stellen den aggregierten Wert aus zwei aufeinanderfolgenden Skalenpunkten (Top2Box) dar. Die Daten dieser Befragung basieren auf Online-Interviews mit Mitgliedern des YouGov Panels, die der Teilnahme vorab zugestimmt haben. Für diese Befragung wurden im Zeitraum 08.-16.06.2026 insgesamt 14.249 Personen befragt. Die Erhebung wurde nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und die Ergebnisse anschließend entsprechend gewichtet. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die Wohnbevölkerung des jeweiligen Landes ab 18 Jahren. Die Befragung wurde in Deutschland, Tschechien, Ungarn, Polen, Dänemark, Belgien, Niederlande, Österreich, Italien, UK, Frankreich und Spanien durchgeführt.“

Besonders ausgeprägt ist die Tendenz zum europäischen Kurztrip bei 18- bis 34-Jährigen, von denen bis zu 24 Prozent einen Europatrip in den nächsten Wochen einplanen. Dass der Trend strukturell ist, zeigen auch folgende Zahlen: Sechs Prozent der Befragten haben in den vergangenen sechs Monaten eine geplante Fernreise aktiv durch eine Europareise ersetzt oder verschoben.

### **Preis schlägt Traumziel: Jeder Dritte lässt sich vom Budget leiten**

31 Prozent der Befragten geben an, dass der Preis ihr letztes Reiseziel beeinflusst hat – damit ist Kostenüberlegung der meistgenannte Einzelfaktor in der gesamten Erhebung. In Ungarn liegt dieser Wert bei 39 Prozent, in Belgien und den Niederlanden bei rund 35 Prozent. Besonders ausgeprägt ist der Preiseinfluss bei jüngeren Reisenden: Unter 18- bis 34-Jährigen geben bis zu 37 Prozent an, ihr Ziel maßgeblich nach dem Budget gewählt zu haben.

### **Energiekosten bremsen die Reisefreude: Jeder Zehnte bleibt diesen Sommer zuhause**

Der Kostendruck geht über die Zielwahl hinaus: Elf Prozent der Befragten geben an, wegen hoher Energiepreise in diesem Sommer gar nicht zu verreisen. In Deutschland liegt dieser Anteil mit 15 Prozent besonders hoch, in Frankreich bei 15 Prozent. Weitere 5 Prozent wollen wegen der Energiekosten auf mindestens eine Flugreise verzichten, 3 Prozent auf mindestens eine Reise mit dem Auto.

Besonders betroffen sind ältere Reisende: In der Gruppe der über 55-Jährigen geben 13 Prozent an, diesen Sommer komplett auf Reisen zu verzichten. Bei den 18- bis 34-Jährigen liegt dieser Anteil mit rund sieben Prozent deutlich darunter.

### **Weltlage macht Reisende vorsichtiger: Geopolitik und Sicherheit prägen die Destinationswahl**

Zwölf Prozent der Befragten geben an, dass das aktuelle Weltgeschehen ihre letzte Reisezielwahl beeinflusst hat. In Tschechien liegt dieser Wert bei 18 Prozent, in Österreich bei 19 Prozent. Sicherheitsaspekte spielen für rund zehn Prozent der Reisenden eine Rolle – bei 18- bis 24-Jährigen sogar für 16 Prozent.

Die Daten deuten darauf hin, dass politische Stabilität und ein sicheres Umfeld zunehmend zu impliziten Reiseanforderungen werden – und europäische Städte mit verlässlicher Infrastruktur davon profitieren.

### **Bucketlist schlägt Algorithmus: Fast jeder Fünfte folgt seinem Reisetraum**

Trotz Budgetdruck und Unsicherheit bleibt der persönliche Reisetraum ein starker Motivator: 20 Prozent der Befragten wählten ihr letztes Ziel, weil sie es schon immer besuchen wollten. In Österreich liegt dieser Wert bei 25 Prozent, bei 25- bis 34-Jährigen bei 24 Prozent.

Empfehlungen – von Freunden, Familie oder Online-Bewertungen – spielen für rund elf Prozent eine entscheidende Rolle, bei Jüngeren bis 24 Jahren sogar für 17 Prozent. Das unterstreicht die anhaltende Bedeutung authentischer Reiseerfahrungen und glaubwürdiger Weiterempfehlung im Buchungsprozess.

## Über a&o Hostels

a&o wurde im Jahr 2000 vom heutigen CEO Oliver Winter in Berlin gegründet. Das Unternehmen betreibt derzeit 45 Standorte mit rund 31.300 Betten in 31 Städten und zehn europäischen Ländern. Getreu dem Motto „Everyone can travel“, ermöglicht a&o das Reisen zum bezahlbaren Preis. Rucksacktouristen gehören ebenso wie Alleinreisende, Familien, Schulklassen und Vereine zum Kern-Gästesegment von a&o. Auch die Zahl der Businessreisenden und Senioren nimmt weiter zu. Mit rund drei Millionen Gästen (2024: 2,8), 6,6 Millionen Übernachtungen (6,2 Mio), einer Zimmerauslastung von 76 Prozent und einem Umsatz von 245 Millionen Euro (232,4 Mio) ist 2025 das bislang erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Im Rahmen der Nachhaltigkeits-Strategie werden die Maßnahmen zur weiteren Verringerung der CO2e-Emissionen je Übernachtung vorangetrieben. Seit Ende 2023 sind StepStone Group und Proprium Capital Partners Eigentümer von a&o. Neue Standorte 2026/25: Manchester, London, Mailand, Florenz, Brüssel. Mehr unter <https://www.aohostels.com/de/>