

Neugierige Gen Z verreist erlebnisorientiert und digital inspiriert

Die Generation Z macht rund 20 % der 18- bis 75-Jährigen in den neun untersuchten Reisemärkten aus. Sie ist eine besonders reisefreudige Zielgruppe – sowohl im Sommer als auch im Winter. Reisen werden meist kurzfristig geplant, die Inspiration erfolgt vor allem über Social Media, Freunde/Familie und KI-Anwendungen.

Die Gen Z reist stark erlebnisorientiert: Spaß, Abwechslung, Erholung sowie Sonne und Wärme stehen im Vordergrund, ergänzt durch ein ausgeprägtes Interesse an Events, Festivals, Nachtleben, Sport, Abenteuer und neuen Erfahrungen. Nachhaltigkeit spielt für sie eine wichtigere Rolle als für ältere Zielgruppen.

Österreich ist der Gen Z gut bekannt: Rund 60 % waren bereits in Österreich oder haben viel über Österreich gehört oder gelesen. Gleichzeitig zeigt sich ein hohes Potenzial: 19 Mio. Gen Z-Reiseplanende aus den neun untersuchten Märkten ziehen Österreich als Reiseziel in Betracht. Dabei ist der Winter für sie attraktiver als der Sommer. Besonders ansprechend sind neben der alpinen Landschaft und dem Skifahren Österreichs Städte, das imperiale Erbe sowie Fun- und Actionangebote. Darüber hinaus wecken Film- und Serien-Drehorte, Kunst und Kultur, Nachtleben und Events großes Interesse.

Reiseverhalten in Österreich

In Österreich reist die Gen Z häufiger mit Freunden oder der Familie (Eltern, Geschwister) und seltener als Paar. Der Aufenthalt ist geprägt von einer hohen Aktivitätsdichte: Sport, Sightseeing, Nachtleben, Events sowie Gastronomie und Kaffeehauskultur spielen eine überdurchschnittlich große Rolle. Die Tagesausgaben liegen im Sommer auf einem ähnlichen, im Winter auf einem leicht niedrigeren Niveau als bei älteren Zielgruppen – bei gleichzeitig hoher Zufriedenheit und sehr hoher Weiterempfehlungsbereitschaft.

Zur Studie: Die Studie "Reisen der Generation Z" basiert auf Daten von T-MONA 2024/25 sowie auf der Sommerpotenzialstudie 2025 und der Winterpotenzialstudie 2025/26 (ÖW/NIT). Während die Potenzialstudien das allgemeine Reiseverhalten der Gen Z in neun europäischen Herkunftsmärkten analysieren, beleuchtet T-MONA das konkrete Verhalten während eines Urlaubs in Österreich. Eine Kurzfassung steht der österreichischen Tourismusbranche kostenfrei zur Verfügung. WiPool-Abonnenten können die Gesamtstudie herunterladen.

*Untersuchte Märkte im Sommer und Winter: Österreich, Deutschland, Schweiz, Niederlande, Belgien, Dänemark, Großbritannien, Polen und Tschechien + Italien im Sommer und Frankreich im Winter

(mst/kjz)

Österreich Werbung {<https://b2b.austria.info/>}