

Presseinformation

Sicher und bequem, aber bitte nicht teurer

Neue rtk Studie zeigt: Sicherheit und Komfort der Pauschalreise sind gefragt – doch viele Kunden scheuen Aufpreis

Warum die Pauschalreise ihren Wert besser erklären muss

Burghausen, 21. Januar 2026. Die Pauschalreise bleibt ein zentraler Pfeiler des deutschen Reisemarktes und Rückgrat des touristischen Mittelstandes. Eine aktuelle, repräsentative Studie der rtk, realisiert vom Marktforschungsinstitut mindline unter Urlaubsreisenden in Deutschland, zeigt, wie hoch diese Form des Reisens bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern im Kurs steht – und gleichzeitig, unter welchem wachsenden Preisdruck die Pauschalreise steht und wie groß die Herausforderung für Reisebüros und Veranstalter geworden ist, diesen Wert auch preislich zu vermitteln.

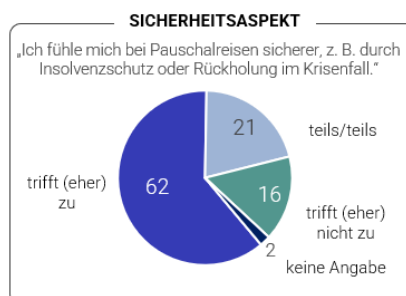
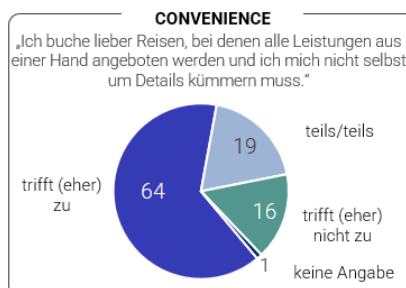
Fast zwei Drittel der Befragten, konkret rund 64 Prozent, stimmen der Aussage zu, dass sie lieber Reisen buchen, bei denen alle Leistungen gebündelt angeboten werden und sie sich nicht selbst um Details kümmern müssen. Nur 16 Prozent lehnen dieses Prinzip ab.

Sicherheitsgefühl spricht für die Pauschalreise

Ähnlich deutlich fällt das Bild beim Thema Absicherung aus: Rund 62 Prozent der Befragten geben an, dass sie sich bei Pauschalreisen sicherer fühlen, etwa durch Insolvenzschutz oder Rückholung im Krisenfall. Demgegenüber stehen nur 16 Prozent, die dieses Sicherheitsgefühl nicht teilen.

**Raiffeisen-Tours
RT-Reisen GmbH**
Burgkirchener Str. 143
84489 Burghausen

T 08677/918100
F 08677/918119
gsl@rt-reisen.de
www.meine-rtk.de



Beim Preis wird die Wertschätzung brüchig

Das Spannungsfeld zeigt sich in der Anschlussfrage zur Zahlungsbereitschaft besonders deutlich: Zwar sind 45 Prozent der Befragten grundsätzlich bereit, für eine abgesicherte Pauschalreise mit allen Leistungen aus einer Hand mehr zu bezahlen. Davon würden 13 Prozent „auf jeden Fall“ einen höheren Preis akzeptieren, weitere 32 Prozent zumindest „eventuell“.

Auf der anderen Seite steht jedoch eine knappe Mehrheit von 51 Prozent, die entweder keinen Aufpreis zahlen würde oder lieber einzelne Leistungen separat buchen möchte. 30 Prozent bezeichnen den Vorteil der Pauschalreise lediglich als „nice-to-have“, ohne dafür mehr Geld ausgeben zu wollen, und 21 Prozent würden grundsätzlich lieber wieder auf Einzelbuchungen setzen.

Pauschalreise ist mehr als ein Standardprodukt

Diese Zahlen machen deutlich, wie groß die kommunikative Herausforderung für die Branche ist. Denn die Pauschalreise von heute ist längst kein starres Katalogprodukt mehr. Flugverbindungen, Hotelkategorien, Transfers und Zusatzleistungen werden kombiniert, individuelle Wünsche berücksichtigt und komplexe Reiserouten organisiert. Gleichzeitig bleibt die volle rechtliche Absicherung bestehen, die Veranstalter und Reisebüros zu Trägern erheblicher Verantwortung macht.

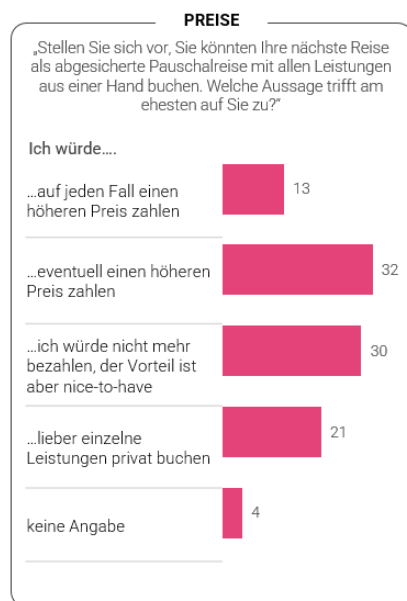
Reisebüros machen Mehrwert greifbar

Genau hier liegt eine wichtige Aufgabe des stationären Vertriebs. Die Studie zeigt, dass Vertrauen und Sicherheit zu den wichtigsten Entscheidungsfaktoren gehören. Reisebüros übersetzen die Leistungen der Pauschalreise in greifbare Sicherheit, Verlässlichkeit sowie persönliche und kompetente Betreuung. „Wir erleben jeden Tag, dass Kundinnen und Kunden sehr genau wissen wollen, wer im Hintergrund für ihre Reise geradesteht“, sagt Thomas Bösl (Foto), Geschäftsführer der rtk. „Eine Pauschalreise ist kein Produkt von der Stange mehr, sondern ein komplexes Leistungsversprechen. Dieses Versprechen müssen wir sichtbar machen – gerade in einer Zeit, in der viele den Mehrwert als selbstverständlich wahrnehmen.“



Neue EU-Regeln drohen, Kosten und Bürokratie zu erhöhen

Zusätzlichen Druck bringt die Reform der europäischen Pauschalreiserichtlinie sowie weitere bürokratische Hürden und Vorschriften. Die rtk warnt in diesem Zusammenhang vor einer schleichenden Verteuerung. „Verbraucherschutz ist unverzichtbar“, betont Bösl. „Aber die Pauschalreise darf nicht durch immer neue Auflagen so verteuert werden, dass sie am Ende nur noch für wenige bezahlbar ist. Wenn Bürokratie die Preise in die Höhe treibt, verlieren ausgerechnet diejenigen, die eigentlich geschützt werden sollen.“ Die Pauschalreise müsse bezahlbar bleiben, weil sie ein Sicherheitsnetz für Millionen Reisende darstelle. „Sie ist ihren Preis wert, weil sie Risiken übernimmt, die ein einzelner Kunde kaum tragen kann.“



Markt braucht eine neue Wertedebatte

Vor diesem Hintergrund plädiert die rtk dafür, den Mehrwert der Pauschalreise wieder stärker in den Mittelpunkt zu rücken. Sicherheit, Haftung, Organisation und persönliche Betreuung müssten aktiv erklärt und nicht als Selbstverständlichkeit hingenommen werden. Reisebüros spielen dabei eine Schlüsselrolle, weil sie Vertrauen schaffen und komplexe Leistungen verständlich machen können. Bösl: „Expedientinnen und Expedienten sind nicht Verkäufer, sondern Reisearchitekten und Problemlöser.“

Die aktuelle Marktforschung zeigt: Die Nachfrage nach abgesicherten, komfortablen Reisen ist hoch. Jetzt liegt es an der gesamten Branche, diesen Wunsch nicht nur zu bedienen, sondern auch seinen Wert klar zu vermitteln. Die Pauschalreise ist ein modernes, flexibles und sicheres Produkt und damit ein unverzichtbarer Baustein für die Zukunft des organisierten Reisens.

Zur Studie

Die Studie wurde vom Marktforschungsunternehmen mindline im November 2025 durchgeführt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung in Deutschland im Alter von 18-74 Jahren, die in den letzten drei Jahren eine Urlaubsreise ab fünf Tagen unternommen haben und selbst über ihren Urlaub entscheiden bzw. diese Entscheidung mit beeinflussen.



Über die rtk

Als größte Reisebürokooperation Europas umfasst die rtk Gruppe mit Hauptsitz in Burghausen derzeit rund 3.900 Reisebüros und bündelt einen Umsatz von knapp 6 Mrd. Euro. rtk (Raiffeisen-Tours-Kooperation) bietet ihren Partnern nicht nur professionelle und innovative Lösungen in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Technologie, sondern auch den Vorteil eines flächendeckenden Netzwerks.

Redaktionskontakt

Dr. Thomas Daubenbüchel

c/o DZ-CON GmbH

+49 (0)170 6323891

thomas.daubenbuechel@dz-con.de