

Pressemeldung

Jung, reiselustig, preissensibel: So denkt GenZ über Kreuzfahrten

AIDA Cruises, der Marktführer bei Kreuzfahrten und drittgrößter Reiseanbieter Deutschlands, hat im Februar 2025 YouGov beauftragt, eine bundesweit repräsentative Umfrage zur Reiseaffinität der Generation Z durchzuführen. Die Ergebnisse zeigen: Die junge Generation ist offen für das Thema Kreuzfahrt – wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Themenkreuzfahrten, außergewöhnliche Erlebnisse und Social Media sind entscheidende Faktoren, um GenZ für das Reisen auf dem Meer zu begeistern.

Junge Menschen sind bereit für das Abenteuer Kreuzfahrt

Die Zahlen zeigen: 25 Prozent der GenZ waren bereits auf Kreuzfahrt, doch 59 Prozent haben Interesse daran – 22 Prozent davon wollen sogar auf jeden Fall eine Kreuzfahrt machen. Das Potenzial für neue Gäste ist also groß. Besonders ausschlaggebend ist dabei das Erlebnis. „Unsere Umfrage zeigt, dass junge Menschen Kreuzfahrten vor allem als eine Möglichkeit sehen, mehrere Reiseziele in kurzer Zeit zu erkunden und gleichzeitig ein abwechslungsreiches Freizeitangebot an Bord zu genießen“, sagt Dirk Inger, Senior Vice President Public Affairs, Communication & Sustainability von AIDA Cruises. Außergewöhnliche Reiseziele (47 Prozent), Entertainment (28 Prozent) und Gemeinschaftserlebnisse mit Menschen im gleichen Alter an Bord (53 Prozent) zählen zu den meistgenannten Gründen, die eine Kreuzfahrt attraktiv machen.

Themenkreuzfahrten sprechen die Interessen von GenZ gezielt an

Der Wunsch nach individuellen Erlebnissen ist klar erkennbar: 66 Prozent der Befragten finden Themenkreuzfahrten besonders reizvoll, die sich gezielt an bestimmte Interessen oder Hobbys anpassen. Sei es Musik, Sport, Gaming oder Kulinarik – eine klar definierte Ausrichtung der Reise erhöht die Attraktivität für junge Reisende erheblich. „Wir sehen, dass Themenkreuzfahrten das Potenzial haben, neue Zielgruppen an Bord zu holen. Mit der zweiten Ausgabe unserer AIDA FESTIVALCruise bedienen wir genau diese Nachfrage“, so Inger.

Social Media als Reiseinspiration: Bilder und ErfahrungsZählen

Instagram, TikTok & Influencer spielen bei der Reiseentscheidung eine Rolle, jedoch weniger stark als erwartet: Nur 23 Prozent der Befragten geben an, sich durch Social Media stark oder sehr stark beeinflussen zu lassen. Gleichzeitig sagen 23 Prozent, dass Social Media für sie überhaupt keine Rolle spielt. Dennoch sind Erfahrungsberichte, Bewertungen und visuelles Storytelling wichtige Faktoren für die Entscheidung zugunsten einer Reiseform. „Unsere Umfrage zeigt, dass authentische Inhalte Einfluss auf die Entscheidungsfindung haben“, erklärt Inger. Visuelle Reize, echte Erlebnisse und persönliche Berichte sind für die junge Zielgruppe essenziell, wenn es darum geht, Kreuzfahrten als attraktive Option wahrzunehmen.

Nachhaltigkeit ist wichtig, aber kein Ausschlusskriterium

56 Prozent der Befragten sehen den Preis als wichtigstes Kriterium bei der Urlaubsplanung, während 58 Prozent Nachhaltigkeit als wichtigen bis sehr wichtigen Faktor für die Auswahl einer Kreuzfahrt angeben. Umweltfreundliche Reiseoptionen sind für viele wichtig – dennoch bleibt der Preis eines der größten Themen bei der Buchungsentscheidung. „Wir sehen in der Umfrage, dass Nachhaltigkeit eine große Rolle spielt“, betont Inger.

GenZ ist spontan

Die AIDA Umfrage zeigt: Die junge Generation ist offen für Kreuzfahrten, erwartet jedoch ein Reiseangebot, das gezielt auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist. Attraktive Preise, schnelles und flächendeckendes WLAN, erlebnisreiche Routen, umweltfreundliche Technologien und Themenreisen sind entscheidende Faktoren, um GenZ für Kreuzfahrten zu begeistern. Hinzu kommt: GenZ präferiert kurzfristige Buchungen. Lediglich 14 Prozent planen ihre Reisen mehr als sechs Monate im Voraus, während 65 Prozent ihre Reise ein bis sechs Monate vorher buchen.

Methodische Grundlage

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 13. - 24.02.2025 insgesamt 1001 Personen befragt. Die Erhebung wurde nach Alter und Geschlecht quotiert und die Ergebnisse anschließend entsprechend gewichtet. Die

Herausgeber:

AIDA Cruises
Am Strand 3d · 18055 Rostock
Tel.: +49 381 444 0
Fax: + 49 381 444 88 88
www.aida.de

Kontakt:

Communication & Sustainability
Tel.: +49 381 444 80 20
Fax: + 49 381 444 80 25
presse@aida.de



Pressemeldung

Ergebnisse sind repräsentativ für die Generation Z.

Rostock, den 13. März 2025

Herausgeber:

AIDA Cruises
Am Strande 3d · 18055 Rostock
Tel.: +49 381 444 0
Fax: + 49 381 444 88 88
www.aida.de

Kontakt:

Communication & Sustainability
Tel.: +49 381 444 80 20
Fax: + 49 381 444 80 25
presse@aida.de