

TUI Studie: Reisen macht vier Jahre jünger – Urlaub behält in 2025 hohe Priorität

- **Im Schnitt fühlen sich die Deutschen nach dem Urlaub 4,2 Jahre jünger**
- **Naturerlebnisse (85 %), Entspannung und Wellness (79 Prozent*), Zeit mit der Familie oder Freunden (75%), Abwesenheit von Arbeit (72 %*) sind größte Wohlfühlfaktoren**

Hannover, 24. Januar 2025. Urlaub ist mehr als nur Erholung – er macht uns jünger! Das zeigt eine aktuelle repräsentative Umfrage von YouGov im Auftrag der TUI. 37 Prozent* der Deutschen fühlt sich nach dem Urlaub nicht nur erholt, sondern tatsächlich jünger oder gibt an, jünger auszusehen. Weitere 31 Prozent können dieser Aussage teilweise zustimmen.

22 Prozent der Urlauber fühlen sich nach einem Urlaub fünf Jahre jünger, weitere 15 Prozent schätzen den „Jungbrunnen-Effekt“ sogar höher (aggregiert 15 Prozent). Die Mehrheit – 38 Prozent** – schätzen den „Jungbrunnen-Effekt“ für sich selbst auf ein bis drei Jahre. Im Schnitt geben die Befragten an, sich nach dem Urlaub um 4,2 Jahre jünger zu fühlen.

Die Wirkung von Urlaub geht weit über die Reisezeit hinaus. Die Mehrheit der Deutschen fühlt den „Jungbrunnen-Effekt“ – jünger auszusehen oder sich jünger zu fühlen – für eine Länge von ein paar Tagen bis zu zwei Wochen (59 Prozent**). Für zehn Prozent der Befragten hält er für drei Wochen an, für 14 Prozent sogar bis zu einem Monat.

Urlaub bleibt Priorität – und geplant wird schon jetzt

„Auch 2025 setzen die Deutschen auf Reisen: 60 Prozent aller Befragten planen laut TUI Studie mindestens eine mehrtägige Urlaubsreise. Die Zahlen aus der Befragung zeigen, dass ein Drittel der Reisewilligen bereits ihren Urlaub für 2025 gebucht hat. Jede fünfte Person der Reisewilligen plant, im Vergleich zu 2024 mehr zu reisen. 37 Prozent der befragten Reisewilligen wollen mindestens zwei Reisen im kommenden Jahr buchen. Der Trend ist klar: Trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten bleibt Urlaub für viele eine Priorität,“ sagt Sebastian Ebel, CEO der TUI Group.

Ob Natur, Wellness oder kulturelle Highlights – die gereisten Deutschen wissen, was sie entspannt. Laut der Umfrage sind Naturerlebnisse (85 %), Entspannung und Wellness (79 Prozent), Zeit mit Familie und Freunden (75 %) sowie die Abwesenheit von Arbeit (72 %) die größten Wohlfühlfaktoren.

Die Ergebnisse der aktuellen YouGov-Befragung der TUI stehen im Einklang mit einer wissenschaftlichen Studie der Edith Cowan University (ECU) in Australien. Sie hat gezeigt, dass Reisen nicht nur das Wohlbefinden steigern, sondern auch die Zeichen des Alterns verlangsamen kann. Die Studie legt nahe, dass positive Reiseerlebnisse – physische Aktivität, soziale Interaktionen, positiver Emotionen und die Auseinandersetzung mit neuen Umgebungen – das Immunsystem stärken, den Stoffwechsel anregen und die natürliche Selbstheilung des Körpers fördern können.

„Vereinfacht ausgedrückt: Das Selbstverteidigungssystem des Körpers wird widerstandsfähiger. Reisen ist nicht nur Freizeit und Erholung – es kann auch entscheidend zu physischer und mentaler Gesundheit beitragen“, betont die Studienleiterin Fangli Hu. So könnten beispielsweise moderate Aktivitäten wie Wandern, Radfahren oder Klettern den Stoffwechsel und die Durchblutung fördern sowie die Widerstandskraft des Körpers gegen äußere Einflüsse verbessern.

Über die YouGov-Umfrage

Die repräsentative Studie wurde von YouGov im Auftrag der TUI durchgeführt. 2169 Erwachsene in Deutschland wurden im Rahmen von Online-Interviews im Zeitraum vom 29.11. bis 02.12.2024 befragt. Die genannten Werte beziehen sich, sofern im Text nicht anders spezifiziert, auf 1.431 Personen, welche in den letzten 24 Monaten verreist waren.

- * Zwei aggregierte Skalenpunkte
- ** Drei aggregierte Skalenpunkte

TUI Group
Group Corporate &
External Affairs
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

group.communications@tui.com
www.tuigroup.com

Studie zum Zusammenhang von Tourismus und Gesundheit: Fangli Hu et al, The Principle of Entropy Increase: A Novel View of How Tourism Influences Human Health, *Journal of Travel Research* (2024)

Über die TUI Group

Die TUI Group ist ein weltweit führender Touristikonzern und weltweit aktiv. Sitz des Konzerns ist Deutschland. Die Aktie der TUI notiert im MDAX-Index der Frankfurter Wertpapierbörsen und im regulierten Markt der Niedersächsischen Börse zu Hannover. Der TUI Konzern bietet für seine 20 Millionen Kunden integrierte Services aus einer Hand und bildet die gesamte touristische Wertschöpfungskette unter einem Dach. Zum Konzern gehören über 400 Hotels und Resorts mit Premium-Marken wie RIU, TUI Blue und Robinson und 17 eigene Kreuzfahrtschiffe, von der MS Europa und der MS Europa 2 in der Luxusklasse und Expeditionsschiffen der HANSEATIC -Klasse bis zur Mein Schiff-Flotte der TUI Cruises und Kreuzfahrtschiffen bei Marella Cruises in Großbritannien. Zum Konzern zählen außerdem europaweit führende Veranstaltermarken und Online-Vermarktungsplattformen zum Beispiel für Nur-Hotel- oder Nur-Flug-Angebote, fünf Fluggesellschaften mit mehr als 130 modernen Mittel- und Langstrecken-Flugzeugen und rund 1.200 Reisebüros. Neben dem Ausbau des Kerngeschäfts mit Hotels, Kreuzfahrten über erfolgreiche Joint Ventures und Aktivitäten in den Urlaubsdestinationen setzt die TUI verstärkt auf den Ausbau digitaler Plattformen. Der Konzern wandelt sich zu einem globalen touristischen Plattformunternehmen.

Die globale Verantwortung für nachhaltiges wirtschaftliches, ökologisches und soziales Handeln ist Kern unserer Unternehmenskultur. Die von TUI initiierte TUI Care Foundation setzt mit Projekten in 25 Ländern auf die positiven Effekte des Tourismus, auf Bildung und Ausbildung sowie die Stärkung von Umwelt- und Sozial-Standards. Sie unterstützt so Urlaubsdestinationen in ihrer Entwicklung. Die weltweit tätige TUI Care Foundation initiiert Projekte, die neue Chancen für die kommende Generation schaffen.

TUI Group

Group Corporate & External Affairs

Christian Rapp
Konzernkommunikation
Tel. +49 (0) 511 566 6028
christian.rapp@tui.com