

# brand eins Reise

25 Jahre  
brand eins



brand eins

„Es geht nicht darum, Abenteuer zu suchen. Es geht nur darum, wie man sich verhält, wenn es einen findet.“

*Artikel „Ankommen“, brand eins 01/2021*

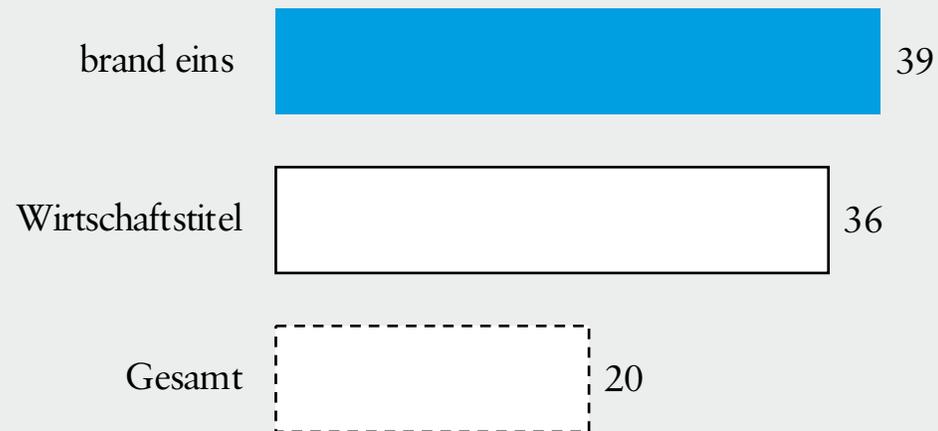
„Das Abenteuer muss, das ist wichtig,  
nichts sein, was uns gefährdet. Es könnte  
auch, ganz im Sinne der alten Bedeutung  
des Wortes Ankunft, Ankommen, eine  
Gelegenheit zum Nachdenken sein.“

*Artikel „Ich komm‘ besser mal vorbei“, brand eins 01/2021*

# Entdecker

## Studien- und Kulturreise als bevorzugte Reiseart

Angaben in Prozent



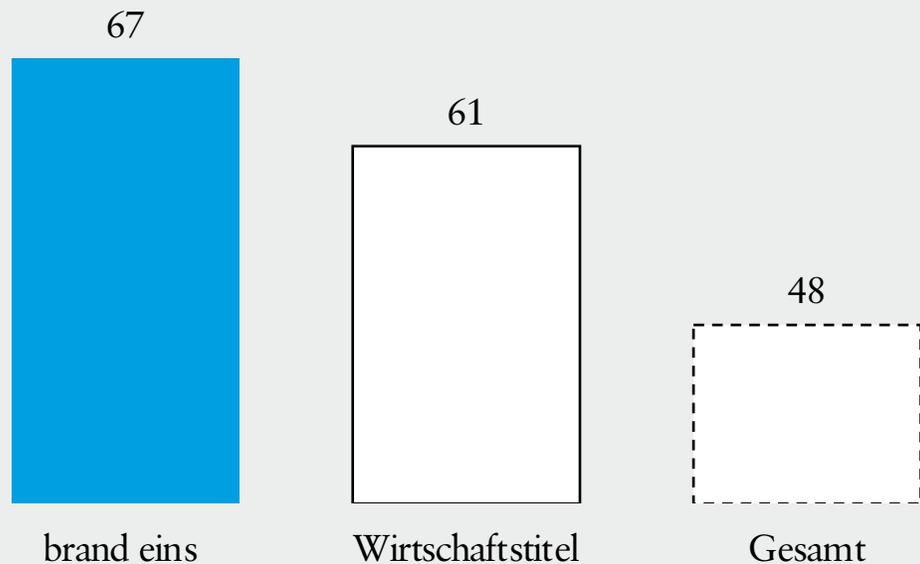
Neue Städte entdecken, fremde Kulturen kennenlernen und damit den eigenen Horizont erweitern – brandeins-Leserinnen und -Leser sind entdeckungsfreudig und wissbegierig: 39 Prozent unternehmen am liebsten Studien- und Kulturreisen.

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA; Eine Studien- und Kulturreise ist die bevorzugte Reiseart; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

# Urban

## Städtereise als bevorzugte Reiseart

Angaben in Prozent



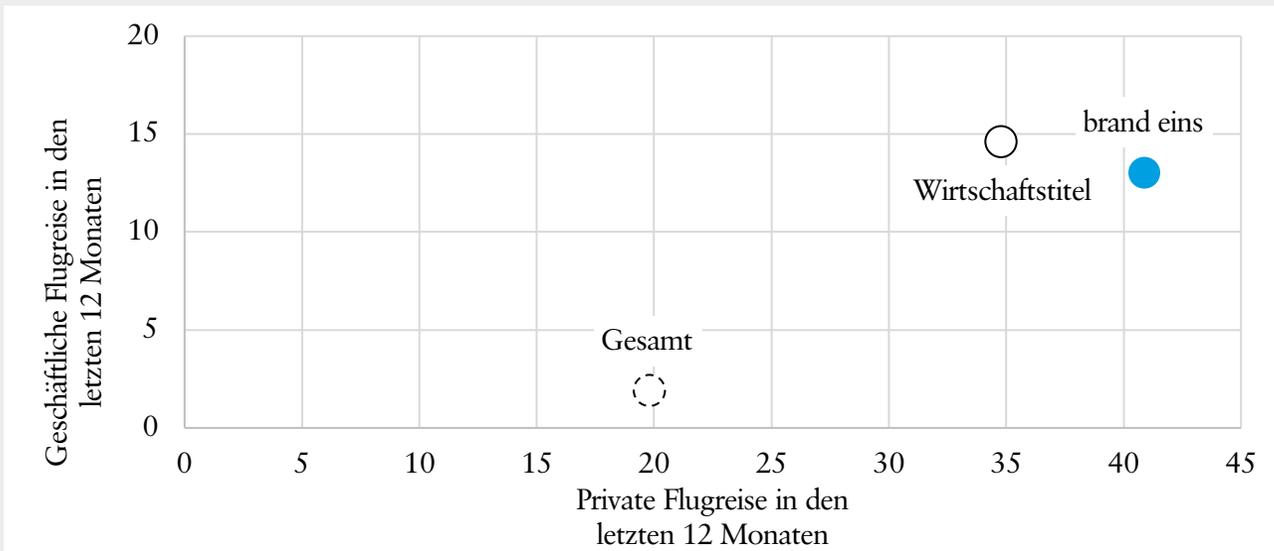
Heute in Paris, morgen schon in New York. brandeins-Leserinnen und -Leser reisen nicht nur viel, sondern auch gerne. Etwa 67 Prozent erkunden am liebsten fremde Städte. Im Konkurrenzumfeld belegt die brandeins-Leserschaft damit einen der ersten Plätze unter den Weltenbummlern.

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA; Eine Städtereise ist die bevorzugte Reiseart; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

# Vielflieger

## Flugreisen der letzten 12 Monate

Angaben in Prozent



Quelle: AWA 2023; Basis: LpA; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

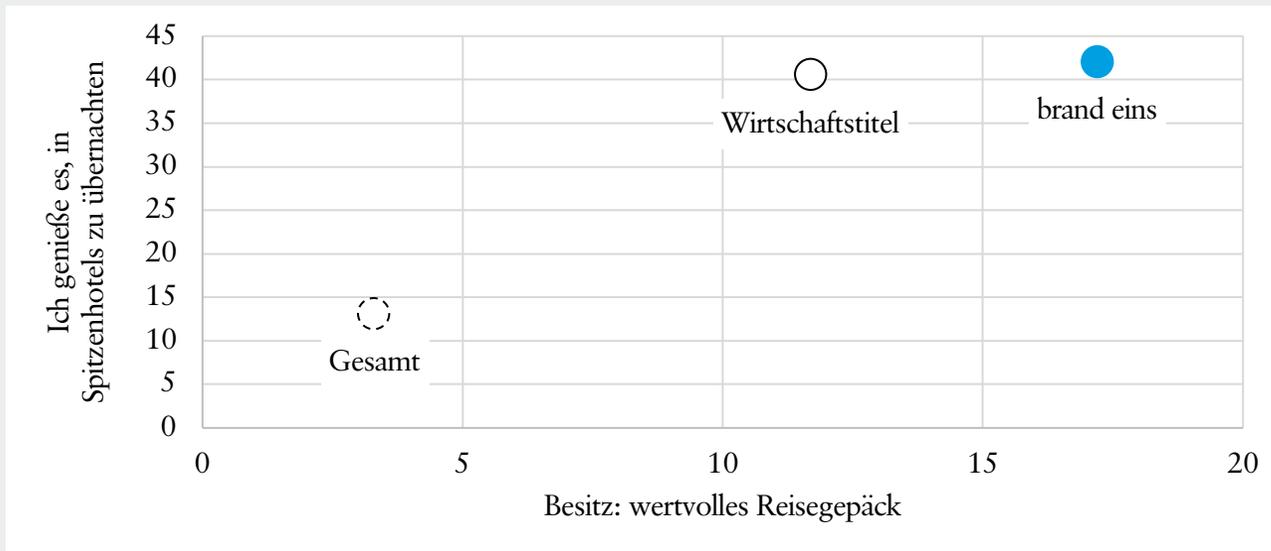
brandeins-Leserinnen und -Leser sind Vielflieger. 13 Prozent waren in den letzten 12 Monaten geschäftlich per Flugzeug auf Reisen. Privat waren es sogar 41 Prozent von ihnen.

Damit unternimmt die brandeins-Leserschaft deutlich häufiger Flugreisen als der Bevölkerungsdurchschnitt oder sogar die Leserschaft anderer Wirtschaftstitel.

# Luxusreisen

## Spitzenhotels und wertvolles Reisegepäck bevorzugt

Angaben in Prozent



Quelle: AWA 2023; Basis: LpA; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

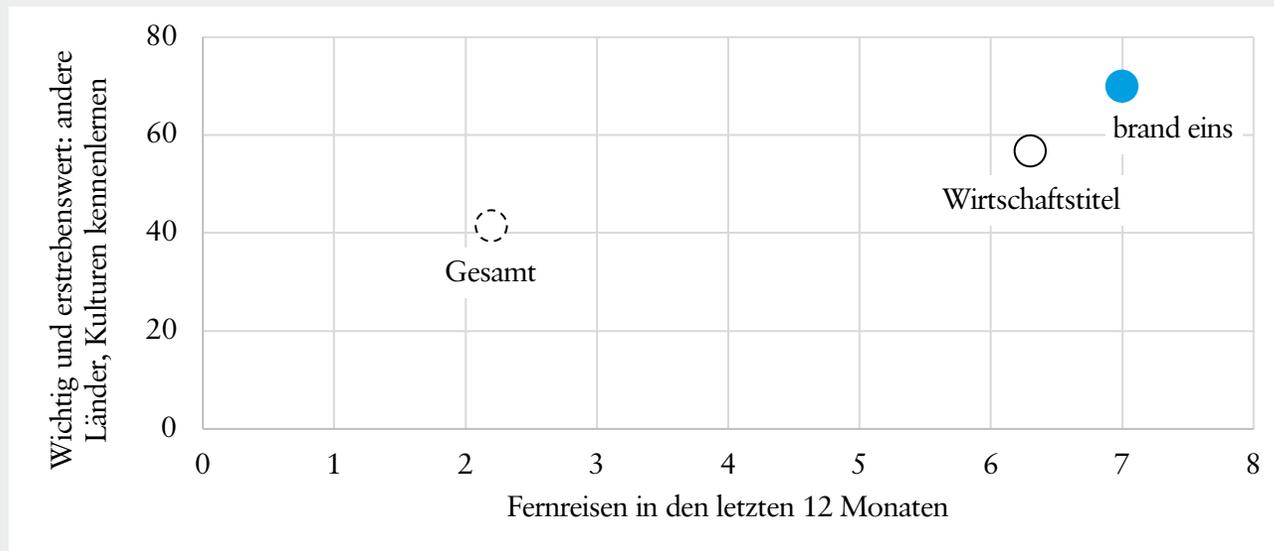
brandeins-Leserinnen und -Leser schätzen den Urlaub in schönem Ambiente.

42 Prozent genießen es, in Spitzenhotels zu übernachten. Und die brandeins-Leserschaft ist für diesen Urlaub gut gerüstet: Rund 17 Prozent besitzen wertvolles Reisegepäck.

# Fernreisen

## Wertorientierung und Fernreisen

Angaben in Prozent



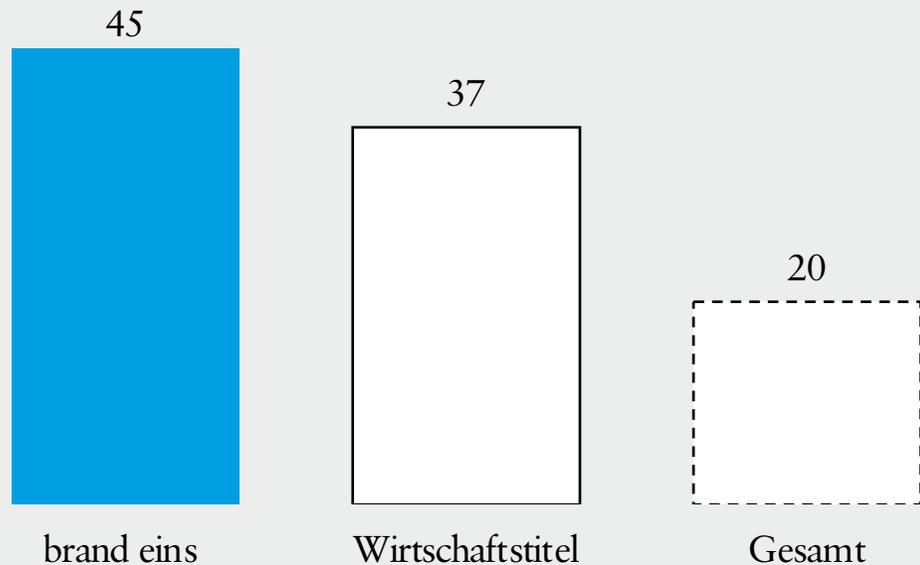
brandeins-Leserinnen und -Leser entdecken gerne andere Länder und Kulturen. Rund 70% von ihnen finden es wichtig und erstrebenswert, andere Länder und Kulturen kennenzulernen.

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA; Fernreise in den letzten 12 Monaten (Nord-, Mittel-, Südamerika, Süd-, West-, Ostafrika, Zentralafrika, übriges Asien); Werte: wichtig und erstrebenswert; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

# Globetrotter

## Mehrfache Urlaubsreisen in den letzten 12 Monaten

Angaben in Prozent



45 Prozent der brandeins-Leserschaft verreist zu Urlaubszwecken sogar mehrfach im Jahr. Damit liegen sie nicht nur weit über dem Durchschnitt sondern übertreffen auch die Leserinnen und Leser anderer Wirtschaftstitel.

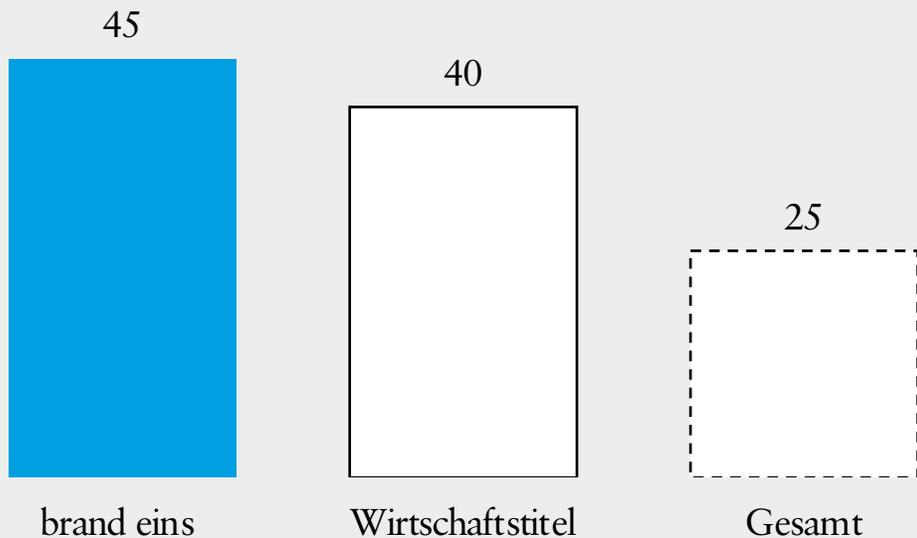
Index  
225

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA, Urlaubsreise in den letzten 12 Monaten: mehrfache Urlaubsreisen; Index: Gesamt= 100, Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftswoche

# Umweltbewusst

## Längere Bahnreisen

Angaben in Prozent

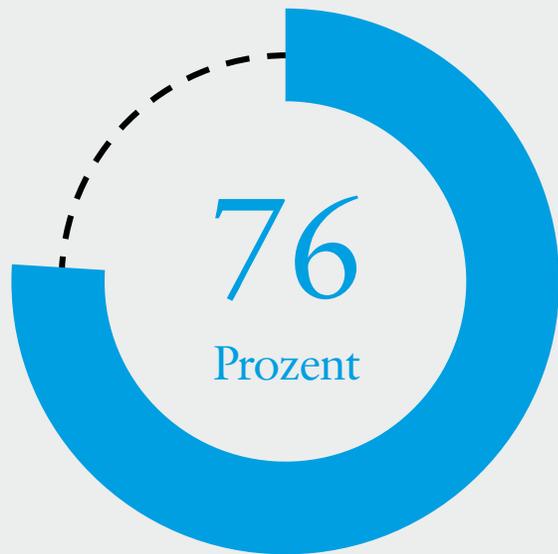


45 Prozent der brandeins-Leserinnen und -Leser haben in den letzten 12 Monaten längere geschäftliche oder private Bahnreisen gemacht und zeigen damit ein umweltbewusstes Handeln.

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA, Bahnreisen in den letzten 12 Monaten; Wirtschaftstitel: Capital, manager magazin, Wirtschaftstitel

# Ausgabebereit

Bereitschaft der brandeins-Leserschaft für  
Reisen viel auszugeben



brandeins-Leserinnen und -Leser lieben nicht nur das Reisen, sie geben auch gern Geld dafür aus. Rund 76 Prozent von ihnen gehört das Reiseerlebnis zu den Bereichen, für die sie gern mehr Geld ausgeben.

Quelle: AWA 2023; Basis: LpA, Hohe Ausgabebereitschaft: Reisen

# Wir sollten reden. brand eins

## Mediaberatung Reise



**Norbert Böddecker** (im Auftrag)  
040 / 32 33 16 -51  
[norbert\\_boeddecker@brandeins.de](mailto:norbert_boeddecker@brandeins.de)

## Mediaberatung



**Christina Fichtinger** (im Auftrag)  
040 / 32 33 16 -43  
[christina\\_fichtinger@brandeins.de](mailto:christina_fichtinger@brandeins.de)



**Stefanie Giese**  
040 / 32 33 16 -83  
[stefanie\\_giese@brandeins.de](mailto:stefanie_giese@brandeins.de)

**Verlag**  
brand eins Medien AG  
Friesenweg 4 (Haus 1-3)  
22763 Hamburg  
Postfach 57 01 16  
22770 Hamburg  
Tel. 040 / 32 33 16-70  
Fax 040 / 32 33 16-80  
[verlag@brandeins.de](mailto:verlag@brandeins.de)  
[www.brandeins.de](http://www.brandeins.de)

**Anzeigenleitung und Vertrieb**  
**Jan van Münster**  
040 / 32 33 16-73  
[jan\\_vanmuenster@brandeins.de](mailto:jan_vanmuenster@brandeins.de)

**Anzeigendisposition**  
**Helene Windolph**  
040 / 32 33 16-88  
[helene\\_windolph@brandeins.de](mailto:helene_windolph@brandeins.de)