

## Booking.com Reisestudie: LGBTQIA+-Reisende zwischen Vorsicht und Zuversicht

Die bisher umfangreichste Umfrage zu LGBTQIA+-Reisen von Booking.com beleuchtet die wachsende Besorgnis um die persönliche Sicherheit und zeigt, wie aktive Allies in der Reisebranche dazu beitragen, das Vertrauen der Reisenden zu stärken.

- Nahezu drei Viertel (74 %) der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (80 % weltweit) geben an, dass sie bei der Auswahl eines Reiseziels ihre Sicherheit und ihr Wohlbefinden bedenken müssen (gegenüber 60 % bzw. 64 % weltweit im Jahr 2022).
- Anstatt ängstlich oder unsicher zu sein, haben 69 % der deutschen Befragten (71 % weltweit) den Eindruck, dass sie als Teil der LGBTQIA+-Community selbstbewusstere Reisende sind – das sind 10 Prozentpunkte (9 Prozentpunkte weltweit) mehr als im vergangenen Jahr.
- Mehr als 33.000 Unterkünfte weltweit, darunter über 1.500 in Deutschland, haben für ihren Einsatz für inklusive Gastfreundschaft die Kennzeichnung „Travel Proud“ auf Booking.com erhalten.



**AMSTERDAM / MÜNCHEN, 25. Juli 2023** – Mit der Mission, es für alle einfacher zu machen, die Welt zu erleben – unabhängig von Gender-Identität oder sexueller Orientierung – beleuchtet Booking.com sowohl die stetigen Fortschritte als auch bestehende Herausforderungen für die LGBTQIA+-Community, wenn es ums Reisen geht. Obwohl die Reisebranche den Umfang und die Vielfalt der Community zunehmend anerkennt, begegnen viele LGBTQIA+-Reisende

weiterhin enormen Herausforderungen. Vor dem Hintergrund polarisierender politischer Entscheidungen in den letzten 12 Monaten war die persönliche Sicherheit noch nie so wichtig wie heute. Nahezu drei Viertel (74 %) der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (80 % weltweit) geben an, dass sie bei der Wahl ihres Reiseziels ihre Sicherheit und ihr Wohlbefinden als queere Person berücksichtigen müssen – ein deutlicher Anstieg gegenüber 60 % (64 % weltweit) im Jahr 2022. Dies gilt auch für intersexuelle (90 %), genderfluide (90 %), transfeminine (89 %) und transmaskuline (87 %) Reisende weltweit\*.

Die umfangreiche Umfrage wurde unter 11.555 LGBTQIA+-Reisenden in 27 Ländern und Regionen auf der ganzen Welt durchgeführt, darunter über 1.000 Teilnehmende aus Deutschland. Sie zeigt, dass Mainstream-Nachrichten – etwa über Probleme bei großen Sport- und Musikveranstaltungen oder zum Sponsoring von Prominenten und Unternehmen – diskriminierende Gesetze und Ansichten für viele ins Rampenlicht gerückt haben. Diese Nachrichten wirken sich auch auf die Urlaubsentscheidungen der Befragten aus: 65 % der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (71 % weltweit) geben zu, dass Kontroversen in den Nachrichten über die Wahrnehmung der queeren Community sowie über Diskriminierung und Gewalt gegenüber Menschen, die sich als LGBTQIA+ identifizieren, einen großen Einfluss auf ihre Wahl des Reiseziels hatten. Am vorsichtigsten sind dabei LGBTQIA+-Reisende aus Australien (84 %), Hongkong (82 %) und den USA (79 %).

## **Eine regressive Revolution**

Diese Entwicklungen bedeuten, dass die persönliche Sicherheit für queere Personen bei der Reiseplanung ein verstärkter Diskussionspunkt ist, insbesondere für Transgender. Weltweit gibt es immer noch [64 Länder, die gleichgeschlechtliche Beziehungen kriminalisieren](#) – darunter elf, in denen die Todesstrafe verhängt werden kann. Folglich kommen diese Reiseziele für die Mehrheit der LGBTQIA+-Reisenden nicht in Frage, obwohl in einigen der Länder große globale Veranstaltungen stattfinden. Zwei Drittel (66 %) der deutschen Befragten (64 % weltweit) geben an, dass konkrete Reiseziele für sie völlig tabu sind. Dies gilt laut der globalen Umfrageergebnisse sogar für nahezu drei Viertel (74 %) der Transgender-Reisenden weltweit, die Berichten zufolge einer unverhältnismäßig höheren Rate an Diskriminierung und Gewalt ausgesetzt sind. Auch nach der Buchung von Reisen bleiben LGBTQIA+-Reisende wachsam: 38 % der deutschen Befragten (41 % weltweit) haben im vergangenen Jahr eine Reise abgesagt, weil das entsprechende Land Menschen, die sich als LGBTQIA+ identifizieren, nicht unterstützt. Für Transgender liegt diese Zahl mit 63 % noch deutlich höher.

Diskriminierung bleibt eine zentrale Sorge beim gesamten Reiseerlebnis. 6 von 10 (60 %) deutsche Befragte (58 % weltweit) haben auf Reisen bereits Diskriminierung erlebt. Bei transfemininen (86 %) und transmaskulinen (83 %) Personen liegt der Anteil global gesehen deutlich höher.

- 29 % der deutschen Befragten offenbaren, dass sie Stereotypisierungen ausgesetzt waren, wobei dieser Anteil bei genderfluiden oder genderqueeren Reisenden weltweit sogar bei 51% liegt.
- Rund ein Fünftel (19 %) der deutschen LGBTQIA+-Reisenden sagen, dass sie von anderen Reisenden angestarrt, ausgelacht oder beschimpft wurden. Die weltweite Zahl ist bei pansexuellen Reisenden (26 %) und lesbischen Reisenden (23 %) am höchsten.
- Nahezu genauso viele (17 %) teilen mit, dass sie das Gleiche erlebt haben, allerdings von

Einheimischen am Reiseziel, wobei dieser Anteil weltweit bei lesbischen Reisenden (23 %) sowie bei queeren und pansexuellen Reisenden (22 %) am höchsten liegt.

- 14 % in Deutschland berichten, dass sie von örtlichen Strafverfolgungsbehörden bedroht oder eingeschüchtert wurden. Global trifft dies bei intersexuellen Reisenden auf fast jede dritte Person (32 %) und bei Transgender-Reisenden auf fast jede vierte Person (24 %) zu.

Für Transgender kann das Reisen mit zusätzlichen Hürden verbunden sein, beispielsweise wenn ihre Geschlechtsidentität, ihr Name oder ihr Aussehen nicht mit den Angaben im Reisepass übereinstimmen. Während 56 % der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (62 % weltweit) sagen, dass die Zugehörigkeit zur LGBTQIA+-Community Einfluss darauf hat, wie sie sich auf Reisen mittels Kleidung und Make-up präsentieren, liegt dieser Wert bei allen weltweit Befragten für Transgender bei 75 %. Außerdem haben 17 % der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (19 % weltweit) erlebt, dass jemand ihr Geschlecht oder ihre Pronomen falsch verwendet hat. Bezogen auf die weltweiten Umfrageergebnisse, haben doppelt so viele (38 %) Transgender-Reisende diese Erfahrung gemacht.

Während Reisen ein Gefühl von Freiheit und Selbstentfaltung vermitteln kann, fühlt sich ein erheblicher Teil der LGBTQIA+-Community immer noch eingeschränkt. Fast ein Drittel (28 %, 32 % weltweit) haben das Gefühl, dass sie ihr Verhalten ändern müssen, um eine voreingenommene Beurteilung oder unangenehme Interaktionen mit anderen zu vermeiden (gegenüber 17 % in Deutschland bzw. 22 % weltweit im Jahr 2022). Um diese Dinge zu vermeiden, fühlen sich ein Viertel der Befragten in Deutschland und auch weltweit zudem dazu gezwungen, ihr Aussehen zu verändern (gegenüber 13 % in Deutschland bzw. 16 % weltweit im Jahr 2022). Davon ist vor allem die jüngere Generation betroffen: Gut ein Drittel (34 %) der deutschen LGBTQIA+-Reisenden der Generation Z (40 % weltweit) haben das Gefühl, dass sie ihr Verhalten ändern müssen, und fast genauso viele (33 %; 32 % weltweit) verspüren die Notwendigkeit, ihr Aussehen zu verändern.

Selbst, wenn LGBTQIA+-Personen an Reiseziele reisen, wo ihrer Meinung nach ausreichende Gesetze zum Schutz ihrer Rechte gelten, verspüren einige während des gesamten Reiseerlebnisses immer noch ein Unbehagen – insbesondere im Vergleich zu Reisezielen mit unzureichenden Gesetzen. Zum Beispiel:

	<b>LGBTQIA+-Reisende in Deutschland (und weltweit), die sich an Reisezielen <i>mit angemessener</i> Gesetzgebung unwohl fühlen:</b>	<b>LGBTQIA+-Reisende in Deutschland (und weltweit), die sich an Reisezielen <i>mit unzureichender</i> Gesetzgebung unwohl fühlen:</b>
Beim Durchlaufen der Sicherheitskontrolle am Flughafen	18 % (13 %)	31 % (23 %)

Beim Heranwinken eines Taxis	17 % (15 %)	32 % (24 %)
Beim Essen außerhalb ihres Hotels	12 % (8 %)	26 % (21 %)
Beim Vorzeigen des Ausweises bei Veranstaltungen	15 % (12 %)	29 % (23 %)
Beim Ausgehen spät abends	15 % (18 %)	33 % (31 %)
Bei der Teilnahme an geführten Touren mit anderen Tourist*innen	15 % (11 %)	26 % (20 %)

## Vorsicht in Vertrauen verwandeln

Während persönliche Sicherheitsbedenken einen wesentlichen Einfluss auf die Wahl des Reiseziels für 36 % der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (39 % weltweit) haben, spielen auch andere Reisemotivationen eine wichtige Rolle: Schöne Naturlandschaften (48 % bzw. 49 % weltweit), eine leckere regionale Küche (37 % bzw. 45 % weltweit) und tolle Strände (43 % bzw. 40 % weltweit) haben dabei den größten Einfluss auf die Wahl der Destination.

Trotz der Schlagzeilen und der großen Herausforderungen, die an vielen Reisezielen weiterhin bestehen, haben 69 % der deutschen Befragten (71 % weltweit) das Gefühl, dass ihre Zugehörigkeit zur LGBTQIA+-Community sie als Reisende selbstbewusster macht (gegenüber 59 % bzw. 62 % weltweit im Jahr 2022), wobei global betrachtet transfeminine (83 %) und transmaskuline (81 %) Personen die selbstbewusstesten Reisenden unter den verschiedenen Gender-Identitäten sind. Erfreulich ist auch, dass sich in Bezug auf Erlebnisse im Urlaub 79 % der deutschen LGBTQIA+-Reisenden (83 % weltweit) sicher fühlen, an allen Aktivitäten teilzunehmen, die sie möchten. Die Mehrheit der deutschen Befragten (55 %; 65 % weltweit) sucht eher nach Attraktionen und Aktivitäten, die auf die queere Community zugeschnitten sind. Booking.com bietet beispielsweise eine Reihe spezifischer Aktivitäten für LGBTQIA+-Reisende auf der ganzen Welt an, von geführten Rundgängen durch die lebhaften Straßen des [Marais in Paris](#) und [Asakusa und 2-Chome in Tokio](#) bis hin zu [einer informativen Tour in New York](#), die dokumentiert, wie die LGBTQIA+-Community dazu beigetragen hat, den Stadtteil Chelsea zu dem blühenden Stadtviertel zu machen, das es heute ist.

Auch positive Reiseerlebnisse werden häufiger und stärken zweifellos das Selbstvertrauen der LGBTQIA+-Community. Über vier Fünftel (82%) der LGBTQIA+-Reisenden in Deutschland und auch weltweit geben an, dass sie positive Interaktionen erlebt haben – und zwar insbesondere, wenn es um Interaktionen mit Unterkünften geht:

- 38 % der deutschen Befragten (42 % weltweit) haben vor der Ankunft eine freundliche und informative Korrespondenz mit der Unterkunft geführt (gegenüber 24 % in Deutschland bzw. 25 % weltweit im Jahr 2022)

- 48 % der deutschen Reisenden (47 % weltweit) sagen, dass sie bei der Ankunft einen großartigen ersten Eindruck hatten, z. B. durch Begrüßungsgetränke und freundliches Personal (gegenüber 37 % in Deutschland bzw. 31 % weltweit im Jahr 2022)

## Aktive Allies in der Reisebranche

Die Reisebranche spielt eindeutig eine Rolle bei der Veränderung von Sichtweisen und Wahrnehmungen. Fast drei Viertel (72 %) der deutschen LGBTQIA+ Reisenden und sogar 78 % weltweit fühlen sich aufgrund der zunehmenden Inklusivität der Reisebranche beim Reisen wohler, bei genderfluiden oder genderqueeren Reisenden sind es weltweit gesehen 87 %. Außerdem genießen 75 % (78 % weltweit) der LGBTQIA+-Reisenden die eigentliche Reisebuchung – das sind nur 5 Prozentpunkte weniger als in der Umfrage zu Reisetrends von Booking.com, bei der *alle* Reisenden befragt wurden.\*\*

Dennoch zeigt die Umfrage, dass noch viel mehr getan werden muss, um den Bedürfnissen der LGBTQIA+-Reisenden gerecht zu werden. Während beim Check-in häufig Tipps und Informationen zur Umgebung gegeben werden (34 % in Deutschland bzw. 40 % weltweit), sind spezielle Tipps für LGBTQIA+-Reisende viel seltener – nur 16 % haben dies hierzulande und weltweit erlebt. 26 % der deutschen Befragten (34 % weltweit) möchte LGBTQIA+-relevante Informationen über die örtlichen Gegebenheiten erhalten, wie beispielsweise Gesetze, religiöse Rahmenbedingungen und Tipps für sichere Orte. Bei Reisenden, die sich als trans\* und genderfluid oder genderqueer identifizieren, steigt dieser Anteil bei den weltweiten Umfrageergebnissen deutlich auf 51 %.

Es besteht ein klarer Bedarf für Reiseunternehmen, als Allies aktiv zu werden und Richtlinien umzusetzen, die für LGBTQIA+-Reisende inklusiv und einladend sind:

- 60 % der deutschen Befragten (65 % weltweit) informieren sich vor der Reise über Reisemarken und -erlebnisse, um herauszufinden, wie diese Menschen unterstützen, die sich als LGBTQIA+ identifizieren.
- Über die Hälfte (55 %) der deutschen LGBTQIA+-Reisenden und sogar zwei Drittel (66 %) weltweit geben an, dass sie Reisen und Erlebnisse eher bei Marken buchen, die Personen aus der Community gehören (gegenüber 43 % in Deutschland bzw. 55 % weltweit im Jahr 2022), wobei global betrachtet queere (73 %) und pansexuelle (71 %) Reisende noch stärker darauf achten.
- 59 % der deutschen Befragten (69 % weltweit) stimmen zu, dass sie eher Fluggesellschaften und Marken mit inklusiven Richtlinien, z. B. geschlechtsneutralen Uniformen, bevorzugen, wobei dieser Anteil weltweit bei transmaskulinen Reisenden bei 86 % und bei transfemininen Reisenden bei 83 % liegt.

*„In einer Welt zunehmender Widersprüche und Instabilität ist es keine Überraschung, dass die LGBTQIA+-Reisenden von heute gleichzeitig vorsichtiger und selbstbewusster sind“, sagt **Arjan Dijk, CMO und Senior Vice President bei Booking.com**. „Ich verstehe das Selbstvertrauen, das daraus entsteht, als schwuler Mann aufzuwachsen und zu lernen, sich in der Welt zurechtzufinden, sowie die zusätzlichen Gedanken und Bedenken rund um das Thema Sicherheit und Wohlbefinden, mit denen sich LGBTQIA+-Reisende in dieser Umfrage weiterhin auseinandersetzen. Wir bei Booking.com möchten, dass alle die Möglichkeit haben, die Welt zu entdecken und dabei zu jeder Zeit sie selbst sein können. Obwohl die Sichtbarkeit, das*



*Verständnis und die Akzeptanz von LGBTQIA+-Personen in den letzten Jahren gestiegen sind, können wir diesen Fortschritt nicht als selbstverständlich betrachten. Die Reisebranche sollte danach streben, ein Vorbild für Inklusion zu sein, und dazu beitragen, ein Umfeld zu schaffen, in dem sich alle entfalten können, egal ob sie in der Nähe oder ans andere Ende der Welt reisen.“* Seit der Einführung im [Jahr 2021](#) bietet Booking.com dessen Unterkunftspartnern im Rahmen des [Travel Proud-Programms](#) kostenlose Trainings für eine inklusive Gastfreundschaft an. Diese helfen dabei, ein besseres Verständnis für die spezifischen Herausforderungen zu entwickeln, mit denen LGBTQIA+-Reisende konfrontiert sind. Außerdem erfahren Unterkunftspartner, was sie konkret tun können, damit sich alle Gäste willkommener fühlen, unabhängig davon, woher sie kommen, wen sie lieben oder wie sie sich identifizieren. Das Training ist aktuell auf Englisch, Italienisch, Französisch, Spanisch und brasilianischem Portugiesisch sowie seit Ende Mai 2023 auch auf Deutsch verfügbar. In diesen Sprachen wird es jeweils mindestens einmal pro Woche angeboten. Mittlerweile gibt es weltweit mehr als 33.000 durch das Programm zertifizierte Unterkünfte auf Booking.com – Travel Proud-Aufenthalte sind in 122 Ländern und Gebieten sowie in über 9.000 Städten verfügbar.

###

#### **Hinweis an die Redaktion:**

Von Booking.com in Auftrag gegebene und unabhängig durchgeführte Umfrage unter einer Stichprobe von 11.555 LGBTQIA+-Reisenden aus 27 Ländern und Gebieten, darunter: Argentinien (209), Australien (608), Belgien (206), Brasilien (508), Kanada (803), Kolumbien (309), Kroatien (206), Dänemark (201), Frankreich (1000), Deutschland (1011), Hongkong (204), Indien (403), Israel (206), Italien (602), Japan (407), Mexiko (307), Niederlande (511), Neuseeland (209), Singapur (210), Spanien (408), Schweden (203), Schweiz (202), Taiwan (205), Thailand (210), Vereinigtes Königreich (1004), Vereinigte Staaten (1003), Vietnam (200). LGBTQIA+ Befragte identifizierten sich selbst anhand der demografischen Merkmale Geschlecht und sexuelle Orientierung. Um an dieser Umfrage teilnehmen zu können, mussten die Befragten außerdem eine Reise in den nächsten 12 Monaten planen. Die Umfrage wurde im März und April 2023 online durchgeführt.

\* Die Aufschlüsselung nach Gender-Identität oder sexueller Orientierung ist für den deutschen Markt nicht möglich, sondern nur auf globaler Ebene.

\*\* Von Booking.com in Auftrag gegebene und unabhängig durchgeführte Umfrage unter einer Stichprobe von 42.513 Teilnehmenden aus 33 Märkten (darunter 2.000 aus den USA, 1.008 aus Kanada, 2.000 aus Mexiko, 1.000 aus Kolumbien, 2.000 aus Brasilien, 1.000 aus Argentinien, 2.000 aus Australien, 1.000 aus Neuseeland, 2.000 aus Spanien, 2.000 aus Italien, 2.000 aus Frankreich, 2.000 aus dem Vereinigten Königreich, 2.000 aus Deutschland, 1.000 aus den Niederlanden, 1.000 aus Dänemark, 1.000 aus Schweden, 1.000 aus Kroatien, 1.000 aus der Schweiz, 1.000 aus Belgien, 1.000 aus Irland, 1.000 aus Portugal, 1.000 aus Israel, 2.000 aus Indien, 1.000 aus China, 1.005 aus Hongkong, 1.000 aus Thailand, 1.000 aus Singapur, 1.000 aus Taiwan, 1.000 aus Vietnam, 1.000 aus Südkorea, 1.000 aus Japan und 500 aus den VAE). Teilnehmende an dieser Umfrage mussten mindestens 18 Jahre alt sein, in den letzten 12 Monaten mindestens einmal gereist sein und 2023 verreisen wollen, wobei sie bei der Reise entweder der Entscheidungsträger oder an der Entscheidung beteiligt gewesen sein mussten oder müssen. Die Umfrage wurde online durchgeführt und fand im Januar und Februar 2023 statt.



**Kontakt:**

Weitere Informationen erhalten Sie vom Pressebüro von Booking.com in Deutschland

Ketchum GmbH | Blumenstraße 28 | 80331 München, Germany

Tel: +49 89 59042 – 1120

E-Mail: [Booking.com-presse@ketchum.de](mailto:Booking.com-presse@ketchum.de)

Newsroom: <https://news.booking.com/de/>

**Über [Booking.com](#):**

Booking.com gehört zu Booking Holdings Inc. (NASDAQ: BKNG) und hat die Mission: „Mit uns entdecken alle die Welt noch einfacher.“ Durch die Investition in Technologie, die dazu beiträgt, das Reisen reibungsloser zu gestalten, verbindet der Marktplatz von Booking.com Millionen von Reisenden jeden Tag nahtlos mit unvergesslichen Erlebnissen. Für weitere Informationen folgen Sie @bookingcom in den sozialen Medien oder besuchen Sie [globalnews.booking.com](https://globalnews.booking.com).