

## **TikTok verändert das Kaufverhalten: Flugreisende kaufen weniger!**

Eine neue Kearney-Studie zeigt, wie TikTok und Co. das Konsumverhalten von Reisenden verändern und dabei technologische Innovationen fördern.

Düsseldorf steht im Fokus einer neuen Studie, die auf eine signifikante Veränderung im Reiseeinzelhandel hinweist. Obwohl die Passagierzahlen zwischen 2022 und 2023 um beeindruckende 30 Prozent zugenommen haben, bleibt das Umsatzwachstum der Reiseeinzelhandelsbranche weit hinter diesem Anstieg zurück. Laut Kearney, einer globalen Unternehmensberatung, wuchs der Markt lediglich um 18 Prozent, was für die Branche Alarmzeichen signalisiert. Der globale Umsatz beträgt dennoch beeindruckende 72 Milliarden US-Dollar. Diese Diskrepanz könnte auf tiefgreifende Probleme in der Zukunft hinweisen.

Die Ursachen für diese Entwicklung sind vielfältig. Viktor Dijon von Monteton, Partner bei Kearney, führt unter anderem eine wirtschaftliche Abkühlung sowie regulatorische Veränderungen in Nordasien an. Ein auffälliger Trend ist der Rückgang der durchschnittlichen Ausgaben pro Reisenden, die 2023 nur noch bei 16 US-Dollar liegt – ein Wert, der sogar unter dem Niveau vor der COVID-Pandemie liegt. Nur das Luxussegment zeigt eine konstante Nachfrage, während Faktoren wie hohe Flugpreise und ungünstige Wechselkurse die Kaufbereitschaft der Reisenden beeinträchtigen.

## **Verändertes Verbraucherverhalten und digitale Konkurrenz**

Ein weiterer wichtiger Aspekt, den die Studie beleuchtet, ist der Einfluss der jüngeren Generationen, insbesondere der Millennials und der Generation Z, auf das Konsumverhalten. Diese Gruppen legen zunehmend Wert auf authentische Erlebnisse und lokale Produkte, anstatt nur auf Niedrigpreise zu achten. Gleichzeitig konkurriert der Reiseeinzelhandel mit sozialen Medien wie TikTok und Instagram um die Aufmerksamkeit der Reisenden. Um in dieser digitalen Ära relevant zu bleiben, müssen Einzelhändler kreativere und individuellere Einkaufserlebnisse bieten.

Die Studie zeigt auch, dass 69 Prozent der Befragten die Wartezeit am Flughafen als eine Gelegenheit betrachten, was für den Einzelhandel ein großes Potenzial darstellt. Die Technologisierung spielt hierbei eine zentrale Rolle. Automatisierung und Digitalisierung entlang der gesamten Reisekette – von smarten Gates bis zu spezialisierten Apps – bieten neue Möglichkeiten für umfassendere Einkaufserlebnisse. Immer mehr Reisende wünschen sich technologische Unterstützung, um ihr Einkaufserlebnis zu optimieren. Tatsächlich nutzen 45 Prozent der Konsumenten bereits Tools, um ihren Aufenthalt im Geschäft angenehmer zu gestalten.

## **Technologische Innovationen als Schlüssel**

Technologien wie smarte Spiegel, Augmented Reality und KI-gestützte, personalisierte Einkaufserlebnisse könnten die Konversion von potenziellen Käufern in tatsächliche Kunden erheblich steigern. Dennoch betont der Bericht, dass technologische Innovationen durch menschliche Interaktion ergänzt werden sollten, insbesondere im Premium-Segment, wo individueller Service von großer Bedeutung bleibt. Personalisierte Angebote und gezielte Marketingstrategien über Flughafennetzwerke könnten es den Einzelhändlern ermöglichen, Reisende gezielter anzusprechen und deren Einkaufserlebnis maßgeblich zu verbessern.

Kearney empfiehlt, dass Einzelhändler und Flughafenbetreiber

nicht nur auf technologische Innovationen setzen, sondern auch ihre gesamten Geschäftsmodelle überdenken.

Kooperationsmodelle zwischen Flughäfen, Einzelhändlern und Marken sind entscheidend, um das Gesamterlebnis für die Reisenden zu optimieren. Ein innovativer Ansatz könnte die Implementierung eines KI-gestützten virtuellen Assistenten sein, der Reisende vor und während ihrer Ankunft am Flughafen individuell betreut und auf ihre persönlichen Vorlieben eingeht.

Insgesamt zeigt die aktuelle Studienlage, dass der Reiseeinzelhandel an einem kritischen Punkt steht. Um in einer sich schnell verändernden Welt erfolgreich zu bleiben, sind mutige Innovationen und enge Zusammenarbeit unter den Akteuren unverzichtbar. Die Herausforderungen des Marktes erfordern ein Umdenken und neue Wege, um den Ansprüchen der Reisenden gerecht zu werden. Genauere Informationen zu diesem Thema bietet ein Bericht auf [www.presseportal.de](http://www.presseportal.de).

Kearney, eine der führenden Unternehmensberatungen mit fast 100 Jahren Erfahrung, richtet ihren Fokus auf Vereinbarkeit von individuellen Interessen ihrer Mitarbeiter mit den Anforderungen des marktwirtschaftlichen Geschehens. Das Unternehmen berät und unterstützt Führungskräfte, Regierungsstellen sowie gemeinnützige Organisationen und setzt dabei auf große Ideen und deren Umsetzung.

Details

**Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](http://die-nachrichten.at)**