

PayPal Open

So transformieren Paymentlösungen das Reisen

Wie sich Kundenerwartungen und
Reiseerlebnisse weiterentwickeln.



Inhalt

- 3 Intro**
- 4 Das Reisen verändert sich**
- 6 So unterstützen Zahlungslösungen Reisende bei jedem Schritt**
- 7 So schaffen Zahlungslösungen ein einheitliches Reiseerlebnis**
- 8 Eine zukunftssichere Strategie für Zahlungslösungen in der Reisebranche**
- 10 Aktionsplan für die Transformation der Reisebranche**
- 11 Fazit**

Vom Moment ihrer ersten Reiseinspiration bis zum Einchecken im Hotel erwarten Reisende heute Geschwindigkeit, Flexibilität und Personalisierung – und das alles reibungslos. Preis und Zusatzleistungen waren schon immer treibende Faktoren, doch inzwischen beurteilen Reisende Marken auch danach, wie reibungslos sich ihr Erlebnis anfühlt. Daher engagieren sich Online-Reisebüros (OTAs), Reiseveranstalter, Flug- und Kreuzfahrtgesellschaften und Hotels zunehmend in der Bereitstellung „vernetzter Reisen“. Und Zahlungslösungen sind dabei ein wichtiger Bestandteil.



Wie sich das Reisen verändert

Die Reisebranche in Deutschland befindet sich in einem fundamentalen Umbruch, beeinflusst von Online-Verhaltensweisen, ökonomischem Druck und einer mobileren, globaleren Kundschaft.

Kund:innen wollen Vernetzung

Das Erlebnis umfasst heute verschiedenste Plattformen, Partner und Zahlungsmethoden. Dennoch erwarten die Reisenden, dass sich das Erlebnis bei jedem Schritt persönlich und vernetzt anfühlt.

Außerdem wünschen sie Flexibilität – und lehnen ein Angebot ab, wenn es nicht flexibel genug ist.

Angesichts der wachsenden Anforderungen müssen deutsche Unternehmen aus der Reisebranche diese Erwartungen erfüllen und gleichzeitig neue Wege finden, ihre Effizienz und Kund:innentreue zu fördern.



Eine robuste Branche

Die deutsche Reisebranche bleibt trotz gesamtwirtschaftlichen Drucks stark. Das Wachstum ist robust, jedoch auch der Wettbewerb, und der Margendruck ist ein ständiges Thema – Zahlungslösungen bleiben hier ein entscheidender Hebel, um Effizienz, Kund:innentreue und Einnahmen zu steigern.

Zahlungspräferenzen

Die internationale Reisebranche ist wieder auf Kurs.

Der internationale Reisemarkt erreichte 2024 wieder das Niveau von vor der Pandemie³ und deutsche Unternehmen begrüßen eine weltweite Kundschaft mit sehr unterschiedlichen Erwartungen an Zahlungslösungen. global customers with diverse payment expectations.

Die Vorlieben variieren stark:

- ✓ EU: bevorzugt Banküberweisungen
- ✓ UK und USA: bevorzugt Debit- und Kreditkarten
- ✓ Asien-Pazifik-Raum: bevorzugt digitale Wallets

Das Anbieten verschiedenster Zahlungsoptionen trägt entscheidend zur Reduzierung von Warenkorbabbrüchen bei und steigert die Autorisierungsraten. Der in Aussicht stehende Lohn ist gewaltig: Der weltweite grenzübergreifende Zahlungsmarkt wird mit über 194 Billionen US-Dollar bewertet, mit dem Reisemarkt als entscheidender Wachstumstreiber.⁴

Die Ausgaben des eingehenden Tourismus werden für 2025 auf den Rekordwert von 57 Milliarden Euro prognostiziert – die höchsten je in Deutschland verzeichneten Inbound-Ausgaben¹

Die weltweiten Reisebuchungen lagen 2025 brutto bei über 1,72 Billionen US-Dollar²

Online-Buchungen werden bis 2026 den Prognosen zufolge den Wert von 1,2 Billionen US-Dollar erreichen (65 % des Markts)²

¹ World Travel & Tourism Council (NTTO), 2025. Zugriff unter: <https://wtcc.org/news/germanys-travel-and-tourism-sector-to-break-all-time-records-in-2025> (Zugriff: Juli 2025)

² Phocuswright, 'Travel Forward: Data, Insights and Trends for 2025', 2025. Zugriff unter: <https://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2024/Travel-Forward-Data-Insights-and-Trends-for-2025> (Zugriff: Juli 2025)

³ UN Tourism, 'International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024', 2025. Zugriff unter: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (Zugriff: Juli 2025)

⁴ FXC Intelligence, 'Cross-Border Payments Market Report', 2024. Zugriff unter: <https://www.fxcintel.com/research/reports/how-big-is-the-b2b-cross-border-payments-market> (Zugriff: Juli 2025)

So unterstützen Zahlungslösungen Reisende bei jedem Schritt

Auf jeder Reise führen Reisende zahlreiche Zahlungen durch. Dieser Prozess hat Einfluss darauf, wie reibungslos sich die Reise anfühlt, wie sicher sich Kund:innen bei ihren Ausgaben fühlen und wie wahrscheinlich es ist, dass sie Zusatzkäufe tätigen.

● **Der Start: Buchungen, Online-Reisebüros und Reiseveranstalter**

Jede Reise beginnt mit einer Buchung. Das sollte der einfachste Teil sein, doch allzu oft verlieren Reiseunternehmen die Kundin oder den Kunden bereits hier.

65 % der PayPal-Reisekund:innen geben an, dass das Bezahlen mit PayPal ihr Gesamterlebnis verbessert hat.⁵

● **Der Reiseweg: Straße, Schiene, Luft oder Wasser**

Nach der Buchung entsteht eine neue Welle an Zahlungsmöglichkeiten. Fluggesellschaften entbündeln ihre Leistungen – mit separaten Abbuchungen für Sitze, Gepäck, Mahlzeiten, WLAN und Upgrades – wodurch Zahlungen zu einem wiederkehrenden Teil einer Reise werden. Züge, Kreuzfahrten und andere Transportmittel fügen ebenfalls weitere Kontaktpunkte von der Buchung bis zu Einkäufen an Bord hinzu.

Diese Interaktionen sind nicht nur Gelegenheiten, den Reisenden zusätzliche Auswahl und Komfort anzubieten. Sie erzeugen auch wertvolle Kunden-Insights, die Unternehmen helfen, ihre Angebote zu verfeinern, Leistungen genau zuzuschneiden und bei künftigen Reisen noch relevantere Erlebnisse zu schaffen.

● **Die Destination: Hotels und Gastgewerbe**

Von Hotels wird erwartet, dass sie Checkout-Erlebnisse wie im Einzelhandel bieten, mit hinterlegten Karten und online wie vor Ort gültigen digitalen Wallets. Ein Ansatz, der Zahlungen als Teil eines vernetzten Gasterlebnisses begreift, kann Ausgabenhöhe und Zufriedenheit der Kund:innen steigern.

⁵ Nielsen, im Auftrag von PayPal, Nielsen Attitudinal Survey of Germany (Oktober 2023)

So schaffen Zahlungslösungen ein einheitliches Reiseerlebnis

Während einer Reise erwarten Kund:innen in jeder Phase das gleiche reibungslose Erlebnis. Eine solche Einheitlichkeit zu erreichen ist kein Zufall – Zahlungen sind ein entscheidender Teil dieser reibungslosen Wirkung.

Die Auswirkung von Reibungspunkten bei der Zahlung

Aus Perspektive der Reisenden ist ihre Reise ein durchgängiges Band, doch weltweit kann das Bild stark fragmentiert sein – und das nehmen Reisende wahr.

Optimierte Zahlungslösungen können dazu beitragen, derartige Lücken zu schließen: PayPal-Nutzer:innen bewerten ihr positives Erlebnis im Vergleich zu typischen Checkout-Methoden um 20 % höher.⁶

⁶ Nielsen, im Auftrag von PayPal, Nielsen Attitudinal Survey of Germany (Oktober 2023)



Der Gesamtüberblick der Zahlungsdienstleister

Eine einzelne Reisemarke kann nur einen Teil der Ausgaben sehen, doch weltweite Zahlungsanbieter wie PayPal sehen die gesamten Reiseausgaben. Diese umfassendere Sicht macht es einfacher, Verhaltensmuster zu erkennen, Risikosignale zu identifizieren und über die einzelnen Kontaktpunkte hinweg ein stärker personalisiertes, sichereres Erlebnis zu bieten.

Wertschöpfung in Reise-Partnerschaften

Über die Transaktionen hinweg können Zahlungsdienstleister das Ökosystem vernetzen. Abwicklungen zwischen Hotels und Reiseveranstaltern, die früher Tage dauerten, können heute in Minuten erledigt werden, was operative Prozesse optimiert und reaktionsschnellere, stärker personalisierte Erlebnisse ermöglicht.

Eine zukunftsichere Strategie für Zahlungslösungen in der Reisebranche

Bei der Modernisierung der Zahlungsabwicklung ist nicht immer klar, worauf der Fokus liegen sollte.

Hier sind **fünf wesentliche Fragen**, die Sie sich stellen sollten:

1. Gibt es Reibungspunkte zwischen Buchungskanälen?

Reisende bewegen sich zwischen Apps, Browsern, Callcentern und Mitarbeiter:innen im persönlichen Kontakt hin und her. Jede Unterbrechung des Zahlungserlebnisses birgt das Risiko, die Buchung zu verlieren.

- Stellen Sie sicher, dass Kund:innen dort weitermachen können, wo sie aufgehört haben
- Erkennen Sie Buchende im Gastmodus genauso an wie wiederkehrende Kund:innen
- Ermöglichen Sie ein nahtloses Checkout-Erlebnis über sämtliche Kanäle hinweg

2. Haben Sie eine klare Sicht auf Zahlungsvorlieben?

Ohne Transparenz über Kanäle, Regionen und Segmente hinweg bleiben Umsatzeinbußen unentdeckt.

- Überwachen Sie Genehmigungsquoten, Ablehnungen, Abbrüche und Verarbeitungskosten.
- Identifizieren Sie besser und schlechter performende Kanäle
- Nutzen Sie Analysen für die Verfeinerung von Routings, Retry-Logik und Anbieterbeziehungen

3. Ist Ihr Zahlungs-Routing optimal?

Ein intelligentes Routing findet den schnellsten Pfad für jede Transaktion, verbessert die Genehmigungsquoten und senkt Kosten.

- Analysieren Sie Transaktionsdaten, um die besten Routing-Pfade zu identifizieren
- Nutzen Sie intelligente Routing-Tools, um die Verarbeitungskosten zu senken
- Korrigieren Sie Umsatzverluste und verbessern Sie die Kund:innenzufriedenheit

4. Können Kund:innen mit der richtigen Währung und Zahlungsmethode bezahlen?

Reisende erwarten, mit ihrer bevorzugten Methode zahlen zu können. Wenn Sie die lokal üblichen Methoden und Währungen nicht anbieten können, riskieren Sie den Verlust der Buchung.

- Unterstützen Sie die beliebten Zahlungsarten in den einzelnen Märkten
- Ermöglichen Sie Zahlungen in der lokalen Währungen, um Reibungspunkte zu vermeiden
- Passen Sie sich schnell an neue Zahlungstrends an

5. Nutzen Sie Zahlungsdaten zur Personalisierung des Reiseerlebnisses?

Ihre Zahlungsdaten bergen Hinweise darauf, wer Ihre besten Kund:innen sind und wie Sie diese an sich binden können.

- Identifizieren Sie umsatzstarke Reisende und häufig buchende Kund:innen
- Passen Sie Angebote und Treueprogramme auf Basis von Ausgabemustern genau an
- Nutzen Sie Analysen, um Premium-Upgrades und Zusatzverkäufe zu fördern



Überlegungen zur Transformation der Reisebranche

Wenn Sie eine bessere Conversion, niedrigere Kosten und eine höhere Kund:innentreue fördern möchten, ist der Weg nach vorn eher praktischer als theoretischer Natur.

1 Überprüfen Sie Ihren Status quo

Überwachen Sie Ihre Genehmigungsquoten, Warenkorbbabbrüche beim Checkout, Verarbeitungskosten und Zufriedenheitswerte. Bilden Sie das prozess kanalübergreifend ab und sammeln Sie Input von Kund:innen und Mitarbeiter:innen mit Kund:innenkontakt. Bestimmen Sie genau, wo Ihre bestehende Konfiguration Wachstum unterstützt und wo sie Sie ausbremst.

2 Evaluieren Sie Ihre Partner

Bei der Evaluierung von Anbietern sollten Sie über die Funktionen und Merkmale des Produkts hinaus blicken. Hat der Dienstleister nachweislich Erfahrung in Ihrem Markt? Kann er die Zahlungsmethoden unterstützen, die Ihre Kund:innen bevorzugen? Wie überzeugend sind seine Tools zum Betrugsschutz? Wie flexibel sind seine APIs und Integrationspfade? Ganz entscheidend: kann er Daten und Analysen bieten, die Ihnen helfen, mit der Zeit die richtigen Anpassungen vorzunehmen?



3 Implementieren Sie schrittweise

Entwickeln Sie eine gestaffelte Roadmap mit realistischen Zeitplänen und klaren Meilensteinen. Durch eine stufenweise Einführung der Verbesserungen reduzieren Sie mögliche Störungen und entwickeln Dynamik – mit messbaren Erfolgen auf jeder Stufe.

4 Messen und optimieren Sie

Verstehen Sie Optimierungen als einen kontinuierlichen Prozess anstatt als einmaliges Projekt. Überwachen Sie regelmäßig Ihre Performance. Testen Sie neue Strategien. Lernen Sie, was funktioniert, und entwickeln Sie Ihre Konfiguration ständig weiter, um mit den Erwartungen der Kundschaft und Zielen Ihres Unternehmens Schritt zu halten.

Machen Sie Payments zu einem Wettbewerbsvorteil

In der deutschen Reisebranche ist das Kund:innenerlebnis alles, und Zahlungen sind heute ein entscheidender Teil dieses Erlebnisses. Reisende erwarten, mithilfe ihrer bevorzugten Methoden zahlen zu können – und das jedes Mal über einen reibungslosen, sicheren und schnellen Checkout.

Der richtige Zahlungspartner hilft Ihnen:

- Reibungslose Checkout-Erlebnisse anzubieten, die zu den lokalen Zahlungsgewohnheiten passen
- Umsätze zu schützen – durch fortschrittlichen Betrugsschutz für ein hochwertiges Reiseerlebnis
- Die Akzeptanz verschiedener Währungen zu vereinfachen, um nahtlos grenzübergreifende Verkäufe zu ermöglichen
- Sammelzahlungen an Partner und Anbieter zu optimieren, um Prozesse zu beschleunigen

Mit **PayPal Open** können deutsche Unternehmen aus der Reisebranche das gesamte prozess vereinheitlichen und vereinfachen und dadurch Vertrauen aufbauen, Komplexität reduzieren und ihre Wettbewerbsfähigkeit im In- und Ausland fördern.

Möchten Sie sehen, was smarte Zahlungslösungen für Ihr Business leisten könnten?

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf

www.paypal.de/travel

PayPal

This content is provided for informational purposes only.
You should always obtain independent business, tax, financial, and legal advice before making any business decision.

