Visit Sweden News Room

Weniger Tempo, mehr Sinn: Wie sich das Reisen 2026 verändert

Reisen dient immer seltener dazu, möglichst viel zu sehen und abzuhaken. Stattdessen rücken Ruhe, Nähe und Bedeutung in den Mittelpunkt. Das zeigt die neue **Trendanalyse** von Visit Sweden für 2026, die ein verändertes Reiseverhalten in Zeiten von Unsicherheit und Umbruch beschreibt. Ein Blick nach Schweden macht deutlich, wie sich diese Entwicklungen im Reiseerlebnis niederschlagen.

Geopolitische Spannungen, wirtschaftliche Unsicherheiten und eine rasante technologische Entwicklung prägen den Alltag vieler Menschen. Laut Visit Sweden wirkt sich das zunehmend auch auf das Reisen aus. Es geht weniger um Tempo, Status oder Konsum, sondern stärker um Orientierung, Erholung und soziale Nähe.

„Wir sehen immer deutlicher, dass es beim Reisen weniger darum geht, viel zu leisten, zu sehen und zu erleben. Stattdessen geht es darum, Balance, Verständnis und Sicherheit in einer Zeit zu finden, die viele als unsicher empfinden“, sagt Susanne Andersson, Geschäftsführerin von Visit Sweden.

Vom vollen Programm zur bewussten Reise

Überladene Reisepläne verlieren an Bedeutung. Stattdessen entscheiden sich viele Reisende bewusst für langsamere Formen des Unterwegsseins. Slow Travel entwickelt sich vom Nischentrend zum festen Bestandteil. Qualität zählt mehr als Quantität, und Zeit wird selbst zum wesentlichen Teil des Erlebnisses.

Gleichzeitig gewinnt das gemeinsame Reisen an Gewicht. Zeit miteinander, geteilte Erfahrungen und soziale Nähe stehen stärker im Fokus als individuelle oder besonders spektakuläre Aktivitäten. Reisen wird damit auch zu einer Antwort auf zunehmende Vereinzelung im Alltag.

Nähe statt großer Systeme

Mit wachsender Komplexität der Welt verschiebt sich auch das Vertrauen. Viele Reisende orientieren sich stärker an dem, was überschaubar und greifbar ist. Orte, die im Alltag verankert sind, persönliche Begegnungen und lokale Geschichten gewinnen an Bedeutung. Glatte Inszenierungen und standardisierte Angebote treten in den Hintergrund.

„Wenn Vertrauen in globale Strukturen unter Druck gerät, wird das Lokale wichtiger. Das zeigt sich nicht nur beim Reisen, sondern in vielen Bereichen des gesellschaftlichen Lebens“, so Andersson.

Technik soll entlasten, nicht überfordern

Auch die Erwartungen an digitale Lösungen verändern sich. Technik wird dann geschätzt, wenn sie Orientierung gibt und Abläufe vereinfacht. Gleichzeitig sinkt die Akzeptanz, wenn sie als zusätzliche Belastung oder Reizüberflutung wahrgenommen wird. Gefragt ist nicht mehr Technik um der Technik willen, sondern ihr sinnvoller Einsatz, der den Menschen unterstützt.

Vier Entwicklungen prägen das Reiseverhalten

Die Analyse von Visit Sweden beschreibt vier zentrale Entwicklungen:

- Slow Travel wird zum festen Bestandteil vieler Reisen. Statt möglichst viel in kurzer Zeit zu erleben, geht es darum, gezielt auszuwählen und sich Zeit zu lassen.
- Gemeinsame Erlebnisse gewinnen an Bedeutung. Reisen wird genutzt, um Beziehungen zu stärken und Zeit miteinander zu verbringen.
- Digitale Lösungen sollen Orientierung schaffen und Komplexität reduzieren, nicht erhöhen.
- Das Vertrauen verlagert sich stärker auf lokale Strukturen, persönliche Begegnungen und alltagsnahe Erfahrungen.

Ausblick: Reisen als Zugang zu Kultur und Alltag

Auch der Blick auf andere Kulturen verändert sich. Im Vordergrund steht weniger das klassische Besichtigen von Sehenswürdigkeiten. Stattdessen wächst das Interesse daran, Zusammenhänge zu verstehen, Einblicke in den Alltag zu bekommen und Orte über Geschichten, Geschichte und Gegenwart zu erschließen.

Die vollständige Trendanalyse von Visit Sweden ist hier abrufbar:
https://corporate.visitsweden.com/kunskap/trender/trendspaningar-2026/ (auf Schwedisch)

Pressebilder: https://imagebank.sweden.se/my-selections/msr4q1wa3

Visit Sweden GmbH
Sabine Klautzsch
Senior PR Manager
Große Bäckerstr. 10
20095 Hamburg

sabine.klautzsch@visitsweden.com
www.visitsweden.de

Visit Sweden ist das offizielle Marketingunternehmen für den Tourismus in Schweden – im Auftrag der schwedischen Regierung. Als nationale Tourismusorganisation vermarktet Visit Sweden das Reiseland Schweden mit dem Ziel, die Attraktivität des Landes zu steigern und so den Tourismus, die Exporterlöse und die Beschäftigung zu fördern. In enger Zusammenarbeit mit der schwedischen Tourismusbranche richtet sich Visit Sweden gezielt an die attraktivsten Zielgruppen – für einen langfristig nachhaltigen Tourismus. Der Hauptsitz befindet sich in Stockholm, ergänzt durch Vertretungen auf mehreren internationalen Märkten. www.visitsweden.com/corporate

Willkommen in Schweden - von Natur aus anders.

Additional assets available online: Photos (1)

https://press.visitsweden.com/2026-04-17-Weniger-Tempo,-mehr-Sinn-Wie-sich-das-Reisen-2026-verandert