

Der wahre Luxus im Urlaub ist Zeit: Deutsche wünschen sich 2026 vor allem Erholung und Entlastung beim Reisen

- **Zeit schlägt Status: Luxus wird 2026 neu interpretiert**
- **Jede zweite Person wünscht sich im Urlaub maximale Entlastung**
- **Rundum-Service verbessert das Gefühl von Freiraum und Erholung**

Pressestelle ROBINSON und
TUI MAGIC LIFE
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

Communications@robinson.com

www.robinson.com

Facebook : @robinsonclub
Instagram : @robinsonclub

Hannover, 31.07.2026. Was bedeutet Luxus im Urlaub? Für viele Deutsche lautet die Antwort dieses Jahr nicht einfach: mehr Sterne, Komfort und Exklusivität. Stattdessen rücken Zeit, Erholung und die Möglichkeit, Verantwortung zeitweise abzugeben, in den Fokus. Das zeigt eine repräsentative YouGov-Umfrage* im Auftrag der Robinson Club GmbH.

Für 30 Prozent der Befragten bedeutet Luxus im Urlaub vor allem Zeit zur Erholung und Entschleunigung. Damit liegt dieser Aspekt deutlich vor hohem Komfort (17 Prozent). Noch deutlicher wird der Wandel beim Blick auf die Frage, welche Kriterien Menschen hierbei als echten Luxus empfinden: Mehr als jede zweite befragte Person (53 Prozent) nennt das Gefühl, sich um nichts kümmern zu müssen. 40 Prozent genießen es, nicht kochen zu müssen, und 28 Prozent empfinden es als Luxus, Planung und Organisation weitgehend abgeben zu können.

Deutsche sehnen sich nach mehr Zeit für das Wesentliche

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass Luxus zunehmend über das definiert wird, was im Alltag oft fehlt: Zeit und mentale Entlastung. Dabei spielen klassische Luxusgüter eine untergeordnete Rolle. Im Vordergrund steht das gute Gefühl, Verantwortung für eine Weile abgeben zu können.

Komfort und hochwertige Urlaubsangebote verlieren damit jedoch nicht an Bedeutung. Vielmehr erfüllen sie heute einen anderen Zweck: Sie schaffen Freiräume und ermöglichen es Reisenden, ihre Urlaubszeit nach den eigenen Bedürfnissen zu gestalten.

Rundum-Service ist von großer Bedeutung für die Urlaubserfahrung

Die Ergebnisse bestätigen eine weitere Entwicklung, die ROBINSON und TUI MAGIC LIFE seit Jahren beobachten: Urlauberinnen und Urlauber suchen heute nicht nur Erholung, sondern Urlaubskonzepte, die ihnen den Alltag möglichst umfassend abnehmen.

Ob abwechslungsreiche Gastronomie, Sport- und Freizeitangebote, Kinderbetreuung oder Unterhaltung an einem Ort – ein hochwertiges Clubkonzept reduziert Organisationsaufwand und schafft genau den Freiraum, den viele Menschen heute im Urlaub

herbeisehen. Gäste entscheiden selbst, wie aktiv oder entspannt sie ihre Zeit vor Ort gestalten möchten, ohne sich ständig um Planung oder Logistik kümmern zu müssen.

„Die Studie zeigt deutlich: Luxus im Urlaub wird für viele Menschen zunehmend zum Gegenentwurf eines oft eng getakteten Alltags. Zeit für sich selbst, gemeinsame Erlebnisse mit Familie und Freunden sowie die Möglichkeit, Verantwortung zeitweise abzugeben, gewinnen an Bedeutung. Deshalb hat es für uns weiterhin Priorität, neben erstklassigen Urlaubserlebnissen vor allem Services anzubieten, die unseren Gästen Zeit schenken und den Cluburlaub so unkompliziert wie möglich machen“, ergänzt Bernd Mäser, Managing Director der Robinson Club GmbH.

Pressestelle ROBINSON und
TUI MAGIC LIFE
Karl-Wiechert-Allee 23
30625 Hannover

Communications@robinson.com

www.robinson.com

Facebook : @robinsonclub
Instagram : @robinsonclub

Damit verändert sich 2026 auch das Verständnis von Luxus. Nicht mehr das Außergewöhnliche allein steht im Mittelpunkt, sondern vor allem die Qualität der Zeit.

Weitere Informationen: www.robinson.com | www.magiclife.com

Pressekontakt:

Stephanie Holweg, Stephanie.Holweg@Robinson.com

Stefanie Schlumschinski, Stefanie.Schlumschinski@Robinson.com

Über die Studie

Im Auftrag der Robinson Club GmbH führte YouGov vom 3. Juli bis 6. Juli eine repräsentative Online-Befragung unter 2.016 Personen ab 18 Jahren in Deutschland durch. Untersucht wurde, was Menschen 2026 unter Luxus im Urlaub verstehen und welche Aspekte sie als besonderen Luxus wahrnehmen.

Die Robinson Club GmbH, ein Unternehmen der TUI Group mit Sitz in Hannover, ist der Qualitäts- und Marktführer im Premiumsegment für Cluburlaub. Unter ihrem Dach vereint sie zwei starke Marken: ROBINSON und TUI MAGIC LIFE. Mit 42 Clubs in Europa, Afrika und Asien schafft die Robinson Club GmbH vielfältige Arbeits- und Urlaubswelten, die von Vielfalt, Internationalität und nachhaltigem Handeln geprägt sind.

ROBINSON steht seit über 50 Jahren für Premium-Cluburlaub mit Erlebnischarakter. In weltweit 26 Clubs verbindet die Marke gehobene Gastronomie, niveauvolles Entertainment und individuelle Sport- und Kulturangebote mit einem besonderen Fokus auf Gemeinschaft. ROBINSON richtet sich an Paare, Alleinreisende, Gruppen und Familien, die im Urlaub Wert auf Qualität und besondere Erlebnisse legen.

TUI MAGIC LIFE bietet eines der umfassendsten All-Inclusive-Angebote auf dem deutschen Markt. Die vielfältigen Sport- und Entertainmentangebote sorgen bei Familien, Alleinreisenden, Paaren und Gruppen für einen abwechslungsreichen Urlaub – mit Sport, Entertainment und Kulinarik inklusive. Alle derzeit 16 Clubs liegen direkt am Meer und haben jeweils unterschiedliche Profile und Schwerpunkte.