

Die Trends von morgen

So sehen Luxusreisen in der Zukunft aus

von [Lena-Marie Lübker](#)

Freitag, 09. Januar 2026



Den Sternen so nah: Das Unternehmen Zephalto lässt Luxusreisende in einer Kapsel mit Ballons in die Stratosphäre abheben.

Vom Weltraumflug bis zur Forschung im ewigen Eis – Luxusreisende suchen künftig mehr denn je nach lehrreichen und prägenden Erfahrungen. Fünf Trends von morgen.

Was vor zehn Jahren noch undenkbar war, wird in der Zukunft Normalität sein: Darin ist sich Trendforscher Oliver Kreipe sicher. Er leitet nicht nur die Luxusakademie der TUI-Marke Airtours, sondern forscht auch nach den zukunftsweisenden Trends im Luxusreisebereich.

Trend 1: Der Griff nach den Sternen

"Die nächste große Sache ist Space Tourism. Das wird auf jeden Fall mit Unternehmen wie Zephalto bald kommen", zeigt er sich im Gespräch mit fw|TravelTalk überzeugt. Mit seiner Einschätzung dürfte Kreipe richtig liegen: Die ersten milliardärsgesetzten Raketen fliegen schon in den Orbit. Dahinter

stehen Start-ups, die mit teils skurrilen Ideen den Weltraum erobern möchten. Bis 2030 könnte der Wirtschaftszweig Weltraumtourismus schätzungsweise bis zu drei Milliarden Euro wert sein.

Wettstreit im Weltraumtourismus

Spaziergänge im Weltall, Besuche der Internationalen Raumstation ISS und Weltraumflüge in 1400 Kilometer Höhe – seit Jahren liefern sich die von Elon Musk & Co gegründeten Raumfahrtunternehmen **Space X, Blue Origin** und **Virgin Galactic** einen Wettstreit um die Vorherrschaft im Geschäft mit dem Weltraumtourismus. Mit rund 47 Mio. Euro ist der zehntägige Trip von Axiom Space zur ISS bis dato einer der teuersten Flüge.

Doch inzwischen ist das All längst kein reiner Milliardärsspielplatz mehr. Das Start-up **Zephalto** bietet seit 2025 in Kooperation mit der französischen Raumfahrtbehörde luxuriöse Ballonflüge in die Stratosphäre für den "schmäleren" Geldbeutel an: Ein sechsstündiger Ballonflug kostet rund 120.000 Euro pro Person. In 25 Kilometer Höhe, dreimal höher, als Flugzeuge fliegen, genießen Passagiere bei einem schicken Essen die Aussicht, die lange nur Astronauten vorbehalten war. Geplant sind 60 Flüge pro Jahr mit jeweils sechs Passagieren an Bord.

Auch **Space Perspectives** verkauft seit 2024 Reisen mit seiner Raumkapsel Neptune One. Obwohl diese sogar 30 Kilometer über die Erde fliegt, kostet die Reise mit etwa 108.000 Euro etwas weniger.

Exakt zehn Minuten und 22 Sekunden: So lange dauerte die Reise sechs amerikanischer Frauen, darunter Pop-Sängerin Katy Perry, die im April dieses Jahres unter großer Medienwirksamkeit in einer Raumkapsel von Blue Origin ins All abhoben. Das von Amazon-Mogul Jeff Bezos gegründete Weltraumtourismus-Unternehmen hatte erst drei Jahre zuvor die erste Rakete namens New Shepard bemannt ins All geschickt – er selbst war mit an Bord.

Mittlerweile sind inklusive Perrys Mission 600 Menschen in die Stratosphäre abgehoben, etwa so viele wie anfangs auf dem Mount Everest wanderten, als dieser in den 80er Jahren touristisch erschlossen wurde. Ein erster Griff nach den Sternen?

Spezialist für Luxusreisen



Oliver Kreipe ist seit 30 Jahren für die TUI-Luxusmarke Airtours tätig. Bevor er 2005 den Airtours Business Club gründete, arbeitete er als Verkaufsleiter Norddeutschland. Heute führt Kreipe mit 3000 Mitgliedern unter dem Namen Airtours & Friends die größte Luxustrainingsakademie der Welt. Zudem ist er ausgebildeter Trainer für Glückspychologie.

Ähnlich abgehoben wie der Flug ins All ist die Suche nach außerirdischen Signalen: Ursprünglich von der renommierten Weltraumorganisation **Seti** (Search for Extraterrestrial Intelligence) in den 80er Jahren als Nasa-Projekt initiiert, ist der Trend auch auf Luxustouristen übergeschwappt. Anbieter wie **Swan Hellenic** bieten Passagieren unter dem Motto "Space at Sea" die Möglichkeit, Astro-Wissenschaftler bei ihren Forschungen zu begleiten. Neben klassischen Laborarbeiten wird an den Polarkappen nach Signalen aus dem Weltraum gesucht. "Ein Erfolgserlebnis tritt ein, wenn man ein Geräusch empfängt", sagt Kreipe.

2026 lockt die nächste Gelegenheit: Im Frühjahr legt die SH Vega mit einem Nasa-Forschungsleiter und einem Astronauten an Bord nach Südamerika ab. Die Expeditionskreuzfahrt startet am 30. März in Valparaíso (Chile) und führt entlang der Westküste. Da der chilenische Himmel als einer der klarsten der Welt gilt, können Gäste vom Schiff aus astronomische Phänomene über der Atacama-Wüste beobachten.

Hinter den Angeboten steht ein Wandel der Bedürfnisse: Erlebnisorientierung statt Materialismus ist gefragt. "Kunden wünschen sich, mehr Emotionen zu spüren", sagt Kreipe. Das können kulinarische, kulturelle oder immersive Erfahrungen sein. "Je mehr wir mit künstlicher Intelligenz machen, desto mehr sehnen wir uns nach realen Erlebnissen."

In der Forschung werden Reisetrends in Mikro- und Makrotrends unterteilt: Erstere erleben einen kurzfristigen Boom, verschwinden aber schnell wieder vom Markt – etwa der Hype um Dubai-Schokolade.

Makrotrends sind langfristige, gesellschaftsübergreifende Strömungen, die laut Kreipe kommen, um zu bleiben. Neben dem Weltraumtourismus zeichnen sich im Luxus derzeit vier weitere Strömungen ab, die sich fest etablieren könnten.

Trend 2: Im Dienst der Wissenschaft

Vom Touristen zum Forscher: Immer mehr Menschen sehnen sich auf Reisen danach, abseits der Erlebnisse auch einen Beitrag für die Wissenschaft zu leisten. Unternehmen wie die amerikanische Kreuzfahrt-Reederei Swan Hellenic machen dieses Engagement möglich.

Mit einem Programm "Citizen Science" wird Passagieren die Möglichkeit geboten, Gastforscher an Bord bei ihrer wichtigen Arbeit zu begleiten. Das Programm soll auch dazu beitragen, die wissenschaftliche Gemeinschaft bei der Datenerfassung in abgelegenen und schwer zugänglichen Regionen zu unterstützen.

Die Themen sind vielfältig und reichen von der Erforschung von Seevögeln und Walen über Phytoplankton-Proben und Meereis-Beobachtung bis hin zur Suche nach außerirdischen Signalen. Ein Highlight 2026 ist eine Südamerika-Reise in Kooperation mit der Weltraumorganisation Seti, bei der ein ehemaliger Astronaut an Bord ist.



Was fliegt denn da? Auch "außerirdische" Erlebnisse sind auf Erden möglich.

Trend 3: Aus Wellness wird Medizin

Ein gesunder Lebensstil ist kein Trend mehr, sondern längst Standard. Umso dringender müssen Luxushotels künftig ihr Angebot erweitern, um mitzuhalten. Nicht wenige setzen dabei auf **Longevity**. Die Idee: Durch medizinische Maßnahmen und einen gesunden Lebensstil soll der Alterungsprozess der Zellen aufgehalten und so das Leben verlängert werden.

Zu den populärsten Maßnahmen zählen Kältekammern (Kryotherapie), IV-Drips, Detox-Kuren sowie ein personalisierter Ernährungsplan. Im Unterschied zu herkömmlichen Wellness-Angeboten liegt der Fokus bei Longevity auf dem medizinischen Aspekt. So werden nicht selten auch Biohacking-Techniken und medikamentöse Therapieansätze eingesetzt.

Als feste Institution für Langlebigkeit gilt das **Palace Merano**, das seit den frühen 80er Jahren chinesische Medizin (TCM) mit westlicher Diagnostik verbindet. Heute führt Dr. Massimiliano Mayrhofer, einer der erfahrensten Longevity-Mediziner Europas, das italienische Refugium.



Mit Licht und Laser: Das Palace Merano bietet Therapien für Kopf und Körper.

Trend 4: Die Evolution des Luxusreisens

Um das wachsende Bedürfnis der Reisenden nach originellen Erfahrungen zu erfüllen, erfindet sich die Luxusreisebranche ständig neu. Ob das Angebot von All-Inclusive-Konzepten in Fünf-Sterne-Hotels oder die Kombi aus Kreuzfahrt und Hotelaufenthalt: Luxusgruppen wie **Aman**, **Accor** oder **Ritz-Carlton** haben das Potenzial erkannt und eigene Jachten geordert.

Als Vorreiter gilt Ritz-Carlton, die bereits zwei ultraluxuriöse Schiffe, die Evrima und die Ilma, zu Wasser gelassen haben. Auch Four Seasons will zeitnah ins Geschäft einsteigen. Auf der Fincantieri-Werft ist die erste Kreuzfahrtjacht vom Stapel gelaufen, die im Januar 2026 starten soll.



Start Anfang 2026: Kreuzfahrtjacht von Four Seasons.

Trend 5: Virtuelle und immersive Erlebnisse

Für seinen Erfindergeist ist Las Vegas hinlänglich bekannt, doch mit der Eröffnung von **The Sphere** hat sich selbst die Spiel- und Showmetropole noch einmal übertroffen. Nach fünf Jahren Bauzeit wurde 2023 das größte kugelförmige Gebäude der Welt eröffnet und setzt seither neue Maßstäbe im Live-Entertainment. Zuletzt verzeichnet The Sphere einen Buchungsanstieg von über 4000 Prozent im Jahresvergleich.

Das zeigt: Virtuelle und immersive Erlebnisse liegen im Trend. Vorreiter sind die Arabischen Emirate. Nach dem Museum of Future in Dubai (2022) und dem Teamlab Phenomena in Abu Dhabi (2025) soll 2030 das Sphere Las Vegas X Abu Dhabi starten. Auch in Hamburg sind Projekte geplant: Das **Teamlab Phenomena** feiert 2026 sein Debüt in der Hansestadt.



The Sphere setzt neue Maßstäbe im Live-Entertainment.