

DIE NEUEN LUXUS-REISENDEN

WAS ANSPRUCHSVOLLE VERBRAUCHER WIRKLICH VOM REISEN ERWARTEN

Juli 2026

enchanted
TRAVELS

Luxusreisen in Maßarbeit

EINFÜHRUNG

Warum reisen wohlhabende Verbraucher?

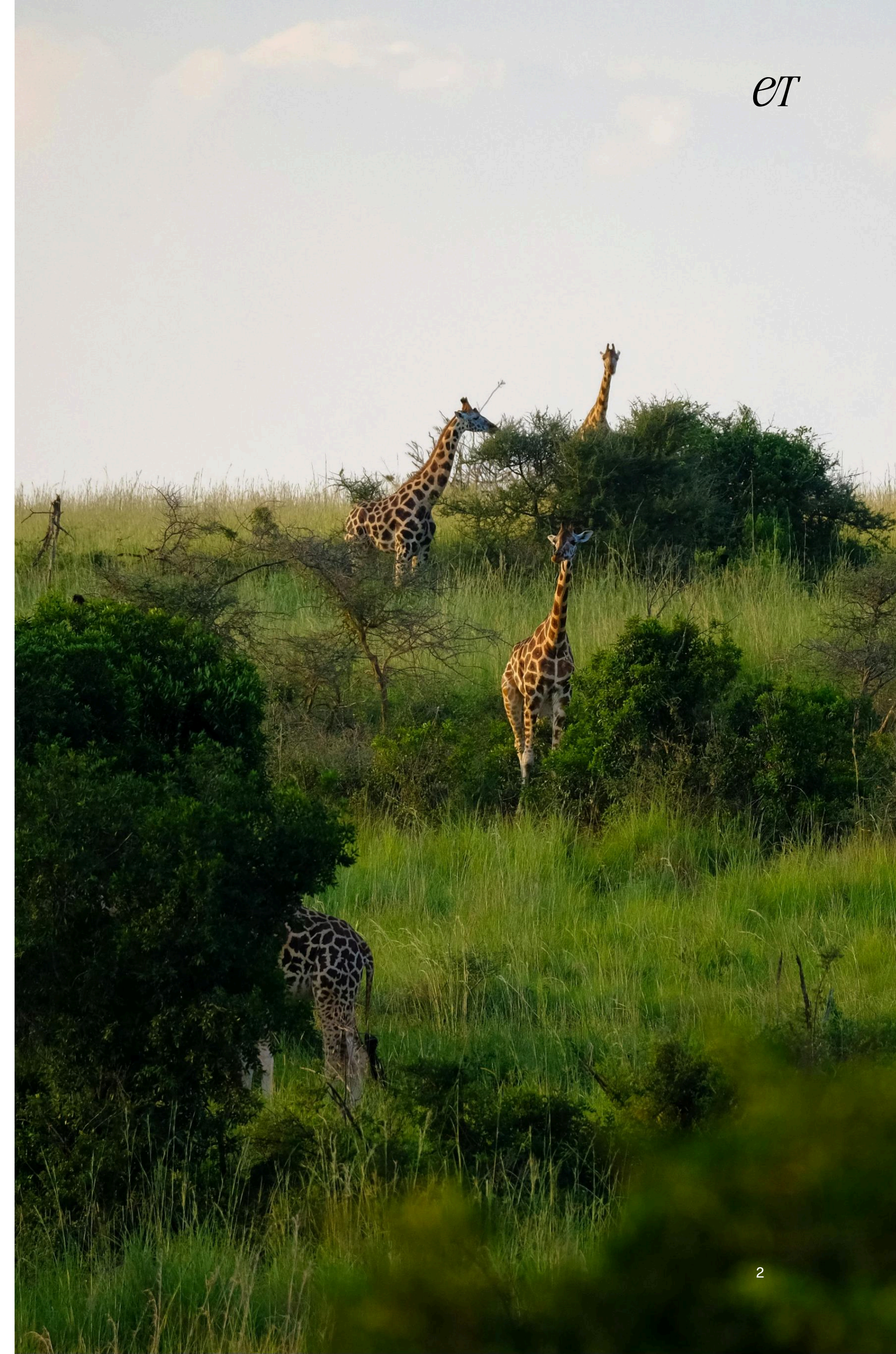
Das Ende von Luxus als Statussymbol

Der Luxusreisemarkt tritt in eine neue Phase ein – eine Ära, die weniger durch traditionelle Vorstellungen von Exklusivität als vielmehr durch das Streben nach bleibenden, tiefgründigen Erfahrungen definiert wird. Der vorliegende Bericht basiert auf eigenen Studien und zeigt, dass wohlhabende Reisende zunehmend neu bewerten, wofür Luxus für sie steht. Der Trend geht weg von passiven Verwöhnprogrammen und hin zu Erlebnissen, die sich persönlich, transformativ und mit der lokalen Kultur verbunden anfühlen.

Diese Entwicklung stellt branchenweit langjährige Annahmen auf den Kopf. Attribute, die einst als primäre Symbole für Luxus dienten, verlieren an Einfluss - während Kriterien wie **Authentizität, exklusiver Zugang, Personalisierung und emotionale Resonanz** an Bedeutung gewinnen. Zudem zeigen Reisende ein stärkeres Bedürfnis nach Tiefe: längere Reisen, bewusst gewählte Reiserouten und Erlebnisse, die einen langfristigen persönlichen Mehrwert bieten, statt kurzer Fluchten aus dem Alltag.

Zusammengenommen deuten die vorliegenden Ergebnisse auf eine weitreichende Umdeutung des Begriffs Luxus hin. Für den anspruchsvollen Reisenden von heute geht es bei Luxus nicht mehr nur um reinen Komfort oder Abgeschiedenheit – es geht zunehmend um aktives Erleben, den Gewinn neuer Perspektiven und die Möglichkeit, eine Destination auf eine Weise zu erleben, die sich besonders, bereichernd und zutiefst menschlich anfühlt.

Enchanting Travels bietet seit mehr als 20 Jahren maßgeschneiderte Luxusreisen zu Reisezielen auf der ganzen Welt an. Unter der Leitung der Gründer Alexander Metzler und Parik Laxminarayan haben wir unsere globalen Geschäftstätigkeiten mit Experten in zwanzig verschiedenen Ländern aufgebaut. Nach der Betreuung von über 100.000 Gästen und mit einer TrustPilot-Bewertung von 4,9/5,0 haben wir für unsere Gäste die Kunst des erfahrungsorientierten Reisens in mehr als 60 Destinationen auf allen sieben Kontinenten perfektioniert. Der folgende Bericht zeigt auf, wonach sie für ihre Reisen suchen und wovon sie auf diesem Weg beeinflusst werden.





ERKENNTNIS 01

Erlebnisse sind die treibende Kraft für Luxusreisen geworden

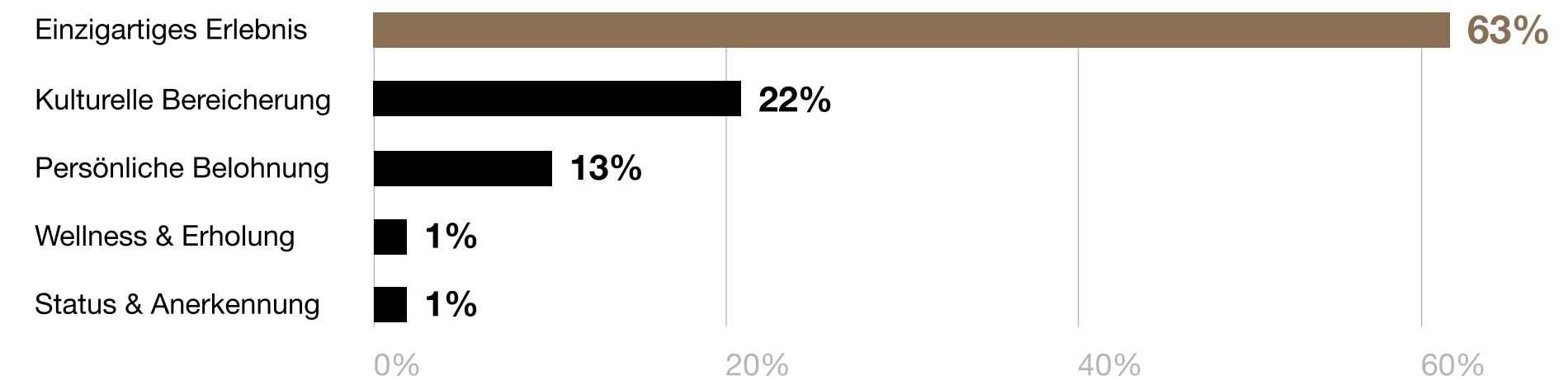
Der Wandel von „Status“ zu „Rarität“

Reisende suchen zunehmend nach Erlebnissen, die sich passgenau, nachhaltig und über die herkömmlichen Kanäle der Reisewirtschaft schwer zugänglich anfühlen. Die Umfrage zeigt eine deutliche Verschiebung bei den Motiven wohlhabender Verbraucher für ihre Reisen. Fast zwei Drittel der Befragten (63 %) nannten ein einzigartiges Erlebnis als Hauptgrund für eine Reise, was dies mit Abstand zum stärksten Motivator unter den Befragten macht.

Im Vergleich dazu lag die kulturelle Bereicherung mit 22 % und großem Abstand auf dem zweiten Platz, während die persönliche Belohnung mit 13 % noch weiter zurücklag. Bemerkenswerterweise machten Status & Anerkennung sowie Wellness & Erholung jeweils nur 1 % der Antworten aus. Dies deutet darauf hin, dass die traditionelle Statussymbolik und passives Sich-verwöhnen-Lassen eine weitaus geringere Rolle bei Entscheidungen im Luxusreisesektor spielen als in der Vergangenheit.

Die Ergebnisse zeigen, dass wohlhabende Reisende zunehmend Erlebnisse priorisieren, die sich unverwechselbar, persönlich und schwer reproduzierbar anfühlen. Statt Luxus in erster Linie aus der Sicht von Prestige und Müßiggang zu betrachten, scheinen Reisende größeren Wert auf Authentizität und einen Schlüssel zu Momenten zu legen, die bleibende Erinnerungen und Begebenheiten schaffen.

Primäre Motive für Luxusreisen



ERKENNTNIS 02

Reisende definieren „Einzigartigkeit“ auf unterschiedliche Weise

Exklusivität ist keine universelle Erwartung

Während sich der Wunsch nach einzigartigen Erlebnissen als ein Hauptmotiv unter wohlhabenden Reisenden herausstellte, zeigt die Studie auch, dass „Einzigartigkeit“ nicht gleichbedeutend mit „unerreichbar“ sein muss. Der Markt ist durch eine Nachfrage nach Unverwechselbarkeit geprägt, während gleichzeitig ein nahtloser Ablauf dieser Erlebnisse als ebenso wichtig erachtet wird.

Wohlhabende Reisende suchen nicht pauschal nach extrem raren, unzugänglichen Extremen. Für die große Mehrheit lautet die Erfolgsformel „Differenzierter Zugang“. Die überzeugendsten Luxusangebote sind diejenigen, die ganz besondere, privilegierte Momente ermöglichen und gleichzeitig einen durchgehend makellosen, komfortablen Servicestandard bieten.

Aufschlussreich ist, wie sich aus Antworten der Umfrageteilnehmer verschiedene Segmente auf der Skala der Exklusivität erkennen lassen.



Extreme Seltenheit (17 %)

Dieses Segment repräsentiert die absolute Spitze des Marktes. Diese Reisenden legen den größten Wert auf pure Originalität, absolute Seltenheit und Erlebnisse, die für die meisten anderen völlig unerreichbar scheinen. Schier unsichtbar und ganz unter sich zu sein, macht den besonderen Reiz aus.



Erreichbare Einzigartigkeit (52 %)

Die meisten Antworten liegen zwischen 3 und 4 von 5 Punkten. Diese Befragten erwarten, dass sich ein Erlebnis persönlich und von der Masse abgehoben anfühlt, bewerten es jedoch auch in Hinblick auf seine Zugänglichkeit. Die Erfahrung muss nicht von der Außenwelt abgeschottet sein, vielmehr wünschen sie sich, diese in etwas Besonderes zu verwandeln – etwas Einmaliges und nur auf sie zugeschnittenes, ohne auf Komfort zu verzichten oder vor komplexen logistischen Hürden zu stehen.



Luxus pur (31 %)

Für fast ein Drittel der Reisenden ist die Unwiederholbarkeit einer Reise unwichtig. Ihr Fokus liegt ganz auf den traditionellen Merkmalen von Luxus: tadelloser Service, wunderschöne Unterkünfte und erholsame Umgebungen. Dies ist unabhängig davon, wie viele andere Menschen die gleiche Erfahrung bereits vor ihnen gemacht haben.

ERKENNTNIS 03

Luxusreisende wollen mehr als reine Empfehlungen

Sie suchen nach vertrauenswürdiger Expertise

Qualitative Daten der Umfrage zeigen eine differenzierte Rangordnung der Einflussfaktoren. Während sich wohlhabende Reisende auf einen „inneren Kreis“ vertrauenswürdiger Freunde verlassen, betrachten sie professionelle Reiseberater wie Enchanting Travels zunehmend nicht mehr als reine Auftragsabwickler, sondern als professionelle Ergänzung zu ihrem Netzwerk.

Garantie für einen hohen Standard: Innerhalb dieses Marktes fungieren Empfehlungen als starker emotionaler Katalysator. Wenn Gleichgesinnte begeistert von einer Reise berichten, weckt dies den Wunsch, dieses Erlebnis eins zu eins zu kopieren. Allerdings klären Verbraucher durch einen Reiseberater ab, ob sich die Erfahrung des Erzählers duplizieren lässt. Der Reiseberater fungiert als „Schutzschild“ für die Qualität, das sicherstellt, dass die strukturellen Rahmenbedingungen (Komfort, Sicherheit und Authentizität) reibungslos und verlässlich umgesetzt werden.

Kundenverständnis statt reiner Pflichterfüllung: Statt Statussymbolen suchen Luxusreisenden die präzise Wellenlänge mit Gleichgesinnten und verlassen sich auf Empfehlungen von Menschen, die ihre eigene Reisephilosophie teilen. Sie nutzen professionelle Reiseberater nicht, um Zugang zu elitären Erlebnissen zu erhalten, sondern um ein sicheres Gefühl für die Qualität der Reise zu gewinnen. Für diese Zielgruppe bedeutet Luxus, darauf vertrauen zu können, dass jede Unterkunft, jede Aktivität und jede Service-Schnittstelle die hohen operativen Anforderungen erfüllt.

Ermöglichung „kognitiver Entlastung“: Die Verantwortung für die Umsetzung der Reise komplett abgeben zu können, ist der Hauptgrund für die Zusammenarbeit mit Reiseexperten. Indem die „Mental Load“ der Reiseorganisation an einen Profi delegiert wird, erhalten Reisende die Freiheit, voll und ganz in das Erlebnis einzutauchen.

Im Luxussektor hat sich der Reiseberater zu einem Partner mit Mehrwert entwickelt. Ihm wird vertraut, weil er die Sprache des sozialen Umfelds der Reisenden spricht, und dabei gleichzeitig über die globale Infrastruktur verfügt, um absolute Sorgenfreiheit garantieren und die gesetzten Erwartungen erfüllen zu können.

enchanting
TRAVELS

Luxusreisen in Maßarbeit

ERKENNTNIS 04

Der Wandel in der Erholungskultur

Vom Wunsch nach Entspannung zum Streben nach persönlichem Wachstum

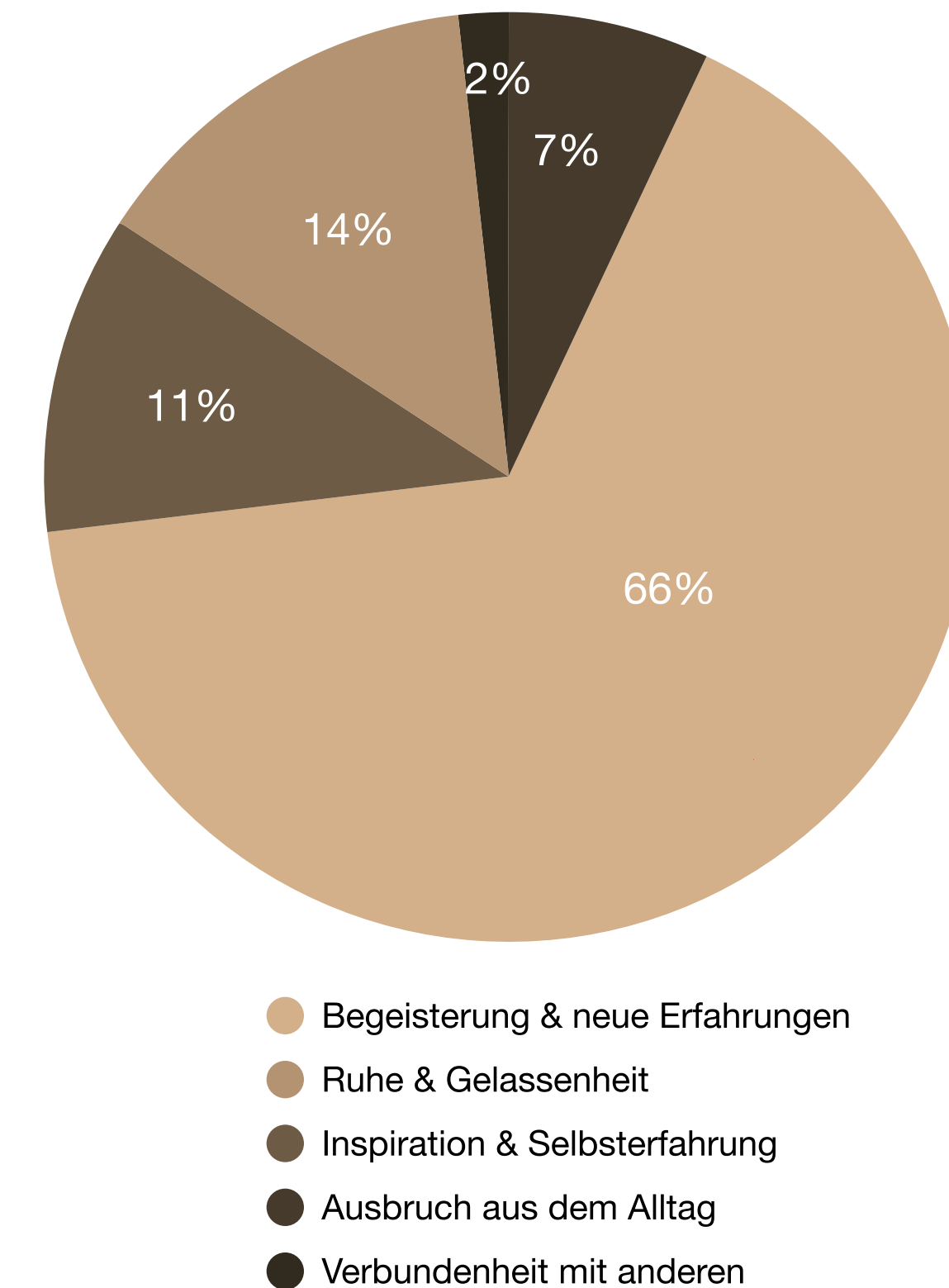
Über Jahrzehnte hinweg wurden Luxusreisen vor allem als Gelegenheit verstanden, abzuschalten, das Tempo zu drosseln und sich vom Druck des Alltags zu erholen. Obwohl diese Motivation für einige Reisende nach wie vor besteht, zeigt unsere Studie, dass dies nicht mehr die dominierende Erwartungshaltung unter wohlhabenden Verbrauchern ist.

Stattdessen suchen Reisende heute überwiegend nach Erlebnissen, die anregend, stimulierend und persönlich von Bedeutung sind. **Zwei Drittel der Befragten (66 %) nannten Begeisterung & neue Erfahrungen als das emotionale Ergebnis**, das sie am Reisen am meisten schätzen. Dieser Wunsch nach aktiver Stimulation übertrifft bei Weitem diejenigen, die Ruhe & Gelassenheit priorisieren (14 %), und wird von einem gezielten Interesse an Inspiration & Selbsterfahrung (11 %) begleitet.

Gleichzeitig fallen einige traditionelle Reisemotive kaum noch ins Gewicht: Lediglich 7 % verbinden eine Luxusreise primär mit einem Ausbruch aus dem Alltag, während nur 2 % sie als Verbundenheit mit anderen sehen.

Diese Ergebnisse deuten auf einen umfassenderen Wandel hin, wie Luxusreisende Erholung heute definieren. Anstatt das Reisen als passives Ausruhen, eine Verpflichtung gegenüber anderen oder als Instrument für die Bewältigung eines fordernden Lebensstils zu betrachten, sehen wohlhabende Verbraucher darin eine zutiefst individuell nutzbare Quelle der proaktiven Erneuerung durch aktives Erleben. Für diese vermögende Zielgruppe entsteht Erfüllung nicht durch den Rückzug in eine stille Leere, sondern durch das Eintauchen in etwas, das sich frisch anfühlt, die Perspektive verändert oder emotional bereichernd ist.

Gefühle, die sich Reisende erhoffen



Luxus wird persönlicher

Der Wandel von Luxus in Form von Isolation hin zu Luxus als Zugang

Die Studie deutet auf eine spürbare Veränderung hin, **wie wohlhabende Reisende Luxuserlebnisse bewerten**. In der Vergangenheit wurden Privatsphäre und Exklusivität als die prägenden Merkmale von High-End-Reisen angesehen. Heute jedoch legen Reisende größeren Wert auf Personalisierung, kulturelle Verbindung und eine ehrliche Auseinandersetzung mit dem Reiseziel.

Bei der Frage, sechs zentrale Reiseaspekte nach ihrer Wichtigkeit zu ordnen, priorisierten die Befragten eindeutig maßgeschneiderte und authentische Erlebnisse. **Personalisierung ging dabei als klarer Spitzenreiter hervor: 26 % der Reisenden nannten sie als ihre oberste Priorität**. Dicht dahinter folgten Tradition und Unverfälschtheit, die 22 % der Erstplatzierungen einnahmen. **Zusammen identifizierte fast die Hälfte (48 %) aller Befragten entweder Personalisierung oder Unverfälschtheit als ihren Hauptantrieb**. Dies zeigt, dass Erlebnisse, die sich maßgeschneidert und kulturell echt anfühlen, zu stärkeren Wertindikatoren geworden sind als traditionelle Merkmale für Exklusivität allein.

Unterdessen entwickeln sich Merkmale, die einst den Luxus definierten, zu einer grundlegenden Erwartungshaltung. Während beispielsweise Komfort & Annehmlichkeiten selten den absoluten Spitzenplatz einnehmen, konzentrierten sie sich stark im Mittelfeld der Ranglisten: **Fast ein Drittel der Befragten (31 %) ordnete Komfort exakt auf Platz 4 ein, und über 82 % platzierten ihn unter ihren Top 4**. Dies deutet darauf hin, dass **ein hoher Grad an Annehmlichkeiten heute als selbstverständlicher, nicht verhandelbarer Standard** und nicht mehr als wichtiges Differenzierungsmerkmal angesehen wird. **Auch das Eintauchen in die lokale Kultur war eine beständige Priorität, wobei mehr als die Hälfte (51 %) der Befragten diesen Aspekt unter ihren persönlichen Top 3 platzierte**.

Am aufschlussreichsten ist vielleicht der Bedeutungsverlust von Privatsphäre als primären Reiseaspekt. **Bemerkenswerte 40 % der Befragten setzten Privatsphäre auf den letzten Platz, und 60 % platzierten sie auf den beiden untersten Rängen**. Obwohl Privatsphäre in bestimmten Kontexten nach wie vor wichtig ist, belegen die Daten, dass sie **nicht mehr das bestimmende Ziel ist**.

Zusammengenommen signalisieren diese Ergebnisse einen umfassenderen Wandel: **weg von Luxus in Form von Isolation und hin zu Luxus als Zugang**: zu Menschen, Kulturen, Expertenwissen sowie zu Erlebnissen, die sich unabhängig und in Eigenregie nur schwer verwirklichen lassen.



„Die anspruchsvollsten Reisenden der Welt möchten nicht beeindruckt werden. Sie möchten verstanden werden. Das klingt einfach, es verändert jedoch alles – wie eine Reiseroute gestaltet wird, wie Mitarbeiter geschult werden und wie Erfolg definiert wird. Das Gefühl, beeindruckt zu sein, verblasst spätestens an der Gepäckausgabe. Das Gefühl, verstanden zu werden, bleibt über Jahre.“

— Alexander Metzler, Enchanting Travels Mitgründer und COO



ERKENNTNIS 06

Reisen als eine Form des Abschaltens

Wie nahtlose Prozesse emotionalen Wert schaffen

Während wohlhabende Reisende zunehmend nach inspirierenden Begegnungen, aktiver Teilhabe und nachhaltigen Erlebnissen suchen, hebt die Untersuchung auch ein ebenso wichtiges Gegengewicht hervor: den starken Wunsch, sich von der gewohnten Rolle und den Verpflichtungen des Alltags zu lösen.

Mehr als die Hälfte der Befragten (56 %) bewertete die Fähigkeit, von beruflichen Verpflichtungen und den alltäglichen Aufgaben abzuschalten, am obersten Ende der Skala (6 oder 7 auf einer 7-Punkte-Skala). Dies bestätigt, dass diese Form der „Ent-Spannung“ für viele Verbraucher nach wie vor ein Kernelement des Luxusreiseerlebnisses ist.

Wichtig ist, dass dieser Wunsch, sich abzugrenzen, nicht im Widerspruch zu der an anderer Stelle in der Studie festgestellten Nachfrage nach kultureller Tiefe und Teilhabe steht. Reisende möchten sich mit dem Reiseziel, den Menschen und den Erlebnissen vor Ort verbunden fühlen – und sich gleichzeitig von den Anforderungen, Erwartungen und Entscheidungszwängen distanzieren, die ihr tägliches Leben bestimmen.

Für viele wohlhabende Konsumenten, insbesondere für Entscheidungsträger und Führungskräfte, gelten Luxusreisen zunehmend als Gelegenheit, für eine bestimmte Zeit aus dem Gefühl der permanenten Verantwortung auszusteigen. Der Wert liegt für diese dabei nicht nur in der physischen Abwesenheit, sondern in der mentalen Entlastung: weniger Entscheidungen, weniger Verpflichtungen und weniger Leistungsdenken, das an Arbeit oder Status gekoppelt ist.

enchanted
TRAVELS

Luxusreisen in Maßarbeit

Wohlhabende Reisende priorisieren längere Reisen und Reisen mit mehr Tiefgang

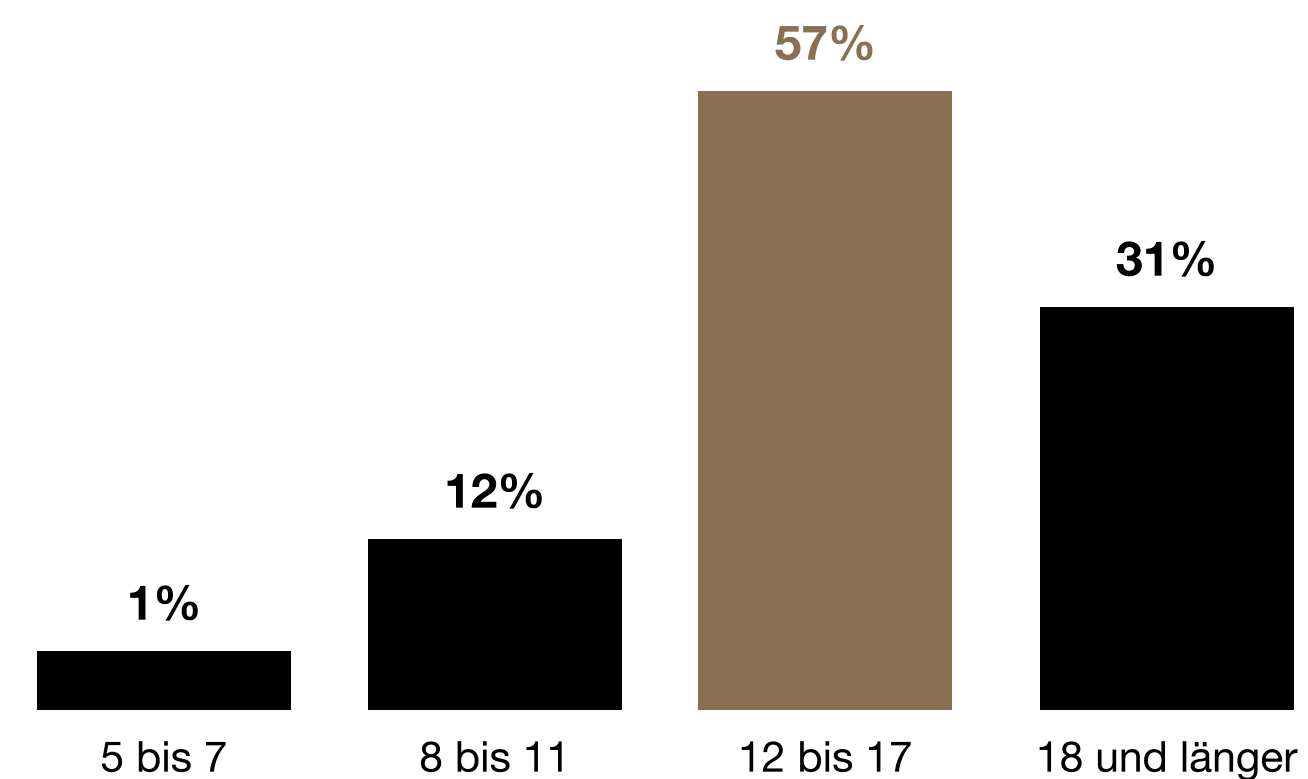
Mehr als Erlebnisse in Isolation

Die Umfrage legt nahe, dass es wohlhabende Reisende zunehmend zu längeren, erlebnisreichen Reisen hinzieht, die ein tieferes Eintauchen in die besuchte Region ermöglichen. Während die Reisebranche oft kurze Luxus-Auszeiten bewirbt, finden nur 1 % der Befragten, dass fünf Tage die ideale Dauer einer Reise sind. **Im Gegensatz dazu gab die große Mehrheit (87 %) an, dass ihre bevorzugte Reisedauer 12 Tage und mehr ist** – darunter sind die fast 31 % der Befragten, die am liebsten länger als 18 Tage unterwegs sind.

Die Ergebnisse deuten auf eine wachsende Vorliebe für Reisen hin, die Raum für Entfaltung lassen anstelle eines straffen Zeitplans – insbesondere beim Besuch kulturell vielfältiger oder geografisch weit entfernter Ziele. Für viele Reisende werden diese Reisen nicht mehr bloß als Urlaub angesehen, sondern als Gelegenheit, voll und ganz in eine andere Umgebung, einen anderen Lebensrhythmus und einen anderen kulturellen Kontext einzutauchen.

Dieser Wandel spiegelt umfassendere Veränderungen in den Erwartungen wohlhabender Verbraucher an Luxusreisen wider. Statt möglichst viele Punkte in kurzer Zeit „abzuhaken“, scheinen Reisende zunehmend bereit zu sein, mehr Zeit in die tiefgründige Erkundung einer Region zu investieren. Dabei bewegen sie sich durch mehrere Städte oder Gegenden und lassen sich auf Erfahrungen ein, die sich im Laufe einer Reise schrittweise entfalten.

Ideale Reiselänge in Tagen



ERKENNTNIS 08

Der bleibende ROI

Reisende messen den Wert einer Reise an dem, was nach ihr bleibt

Auf die Frage, was ein Luxusreiseerlebnis wirklich „lohnenswert“ macht, konzentrierten sich die Befragten selten allein auf Logistik, Unterkünfte oder Annehmlichkeiten. Stattdessen drehten sich ihre Antworten um die bleibende emotionale Wirkung des Erlebnisses – darum, wie es sie nach der Rückkehr nach Hause weiterhin begleitete.

Aus den Antworten kristallisierten sich drei Themen heraus:



Tiefe Erfüllung

Das dominierende Thema unter den Befragten war **ein Gefühl von tiefer, langanhaltender Zufriedenheit und persönlicher Erfüllung**. Reisende beschrieben eine erfolgreiche Reise häufig als eine Erfahrung, die sie geistig bereichert, dankbar und zutiefst zufrieden mit der Art und Weise zurückließ, wie sie ihre Zeit verbracht hatten.

Für diese Zielgruppe bemisst sich Luxus an der Qualität der neu gewonnenen Eindrücke – mit einem „erfüllten Herzen und klaren Geist“ nach Hause zurückzukehren, gilt als der ultimative Gradmesser für eine lohnende Investition.



Bleibende Erinnerungen

Viele Reisende beschrieben die bedeutsamsten Reisen als diejenigen, die noch **lange nach dem Ende der Reise lebendig blieben**. Die intensivsten Erlebnisse wurden oft als unvergesslich, emotional nachhallend oder als schwer in Fotos einzufangen charakterisiert.

Wohlhabende Reisende bewerten Luxusreisen zunehmend nach der Tiefe und Langlebigkeit der Erinnerungen, die sie schaffen. Eine erfolgreiche Reise erfreut nicht einfach nur im Moment; sie behält ihren emotionalen Wert über Monate oder sogar Jahre hinweg.



Ein Gefühl von erweitertem Horizont

Über tiefe Erfüllung und denkwürdige Momente hinaus gaben viele Befragte an, dass sich **eine Reise dann gelohnt habe, wenn sie ein Land und seine Menschen auf eine unverfälschte, nicht-touristische Art und Weise wirklich kennengelernt** haben.

Statt nach gesellschaftlicher Anerkennung oder Geschichten, um damit anzugeben, zu suchen, zieht diese Zielgruppe den Wert aus einem stillen Gefühl des persönlichen Wachstums, einem erweiterten Horizont und dem besonderen Privileg, eine völlig andere Welt aus erster Hand zu erleben.

FAZIT

Was Reisen wirklich wertvoll macht

Wohlhabende Reisende suchen heute keinen bloßen „Rückzug“ mehr. Sie suchen einen **Zugang** zu neuen Kulturen, eine bewusste Pause von Ihrer Alltagsrolle und Reisen, die so persönlich sind, dass diese nur auf sie passen können. In Zeiten digitaler Reizüberflutung und ständiger Erreichbarkeit ist Luxus letztendlich nicht mehr der vergoldete Wasserhahn oder die private Insel. Es sind die besonderen, maßgeschneiderten Erlebnisse, die die eigene Perspektive verändern.

Durch unsere gesamte Studie hindurch zeichnet sich ein klares, beständiges Bild ab.
Moderne, wohlhabende Reisende sind:

- **Erlebnisorientiert**, nicht von Prestigegedanken getrieben. Sie investieren in persönliche Entfaltung und echte Entdeckungen, nicht in ein Statussymbol. Die Plakette an der Hoteltür ist weit weniger wichtig als das, was im Inneren passiert.
- **Auf der Suche nach Inspiration**, nicht nach bloßer Entspannung. Sie möchten geistig bereichert und erfüllt nach Hause zurückkehren – mit einem erweiterten Horizont, einer bleibenden inneren Zufriedenheit und einem tiefen Gefühl der Dankbarkeit für das, was sie gesehen und gefühlt haben.
- **Von Personalisierung und einem Gefühl von Echtheit geleitet**. Das Vertrauen, dass eine Reise exakt auf die eigene Reisephilosophie zugeschnitten wurde, kombiniert mit dem Anspruch auf unverfälschte kulturelle Einblicke – das ist der stärkste Gradmesser für den Wert einer Reise.
- **Hungrig nach Abgrenzung**. Damit ist nicht Privatsphäre im wörtlichen Sinne gemeint, sondern eine echte psychologische Freiheit von der Identität und den Verpflichtungen ihres Alltags.
- **An der langfristigen emotionalen Rendite orientiert**. Sie messen den Wert einer Reise in Monaten und Jahren, nicht in Tagen. Das Erlebnis, das noch lange nach dem Ende der Reise nachhallt, hat seinen Preis mehr als gerechtfertigt.

Wohlhabende Reisende definieren das Reisen nicht mehr über Prestige und Unter-sich-Sein. Es geht ihnen vielmehr um Tiefe, Transformation und das nachhaltige Erlangen eines erfüllten Lebens. Bei Enchanting Travels setzen wir Reisen nahtlos auf Grundlage der Leidenschaften und Vorlieben jedes einzelnen Gastes um, damit diese Transformation Wirklichkeit wird.



enchanting
TRAVELS
Luxusreisen in Maßarbeit

Da sich der Markt für maßgeschneiderte Luxusreisen ständig weiterentwickelt, wird Enchanting Travels diese Veränderungen auch in Zukunft anhand interner Daten und der Rückmeldungen unserer Gäste genau beobachten. Wir freuen uns, zu sehen, wie die gewonnenen Erkenntnisse die Zukunft des Reisens im Jahr 2026 und darüber hinaus prägen werden.

Für weitere Einblicke oder Medienanfragen zu diesem Bericht wenden Sie sich bitte an press@enchantingtravels.com oder besuchen Sie enchantingtravels.de.

Hinweis zu den Daten: Die in diesem Bericht vorgestellten Erkenntnisse basieren auf geschützten internen Daten und Gästebefragungen von Enchanting Travels. Alle Ergebnisse sind das geistige Eigentum von Enchanting Travels. Diese Informationen dienen ausschließlich zu Informationszwecken und spiegeln interne Trends wider, nicht notwendigerweise marktübergreifende Statistiken.

enchanting
TRAVELS

Luxusreisen in Maßarbeit