

Persbericht

Stijgende kosten deze zomer de belangrijkste uitdaging voor reizigers

De International Vacation Confidence Index van Allianz Partners constateert dat hoewel het reisvertrouwen hoog is, meer mensen van plan zijn om deze zomer in eigen land te blijven dan naar het buitenland te reizen, ondanks steeds minder Covid-19-beperkingen

Brussel, 8 juni 2022

Nu de wereld de Covid-19-beperkingen achter zich begint te laten, is er een nieuw, monetair obstakel ontstaan, dat huishoudens een andere beperking oplegt. Volgens nieuw onderzoek van Allianz Partners, voor de eerste zomereditie van de International Vacation Confidence Index, vormt de huidige onzekere economische situatie de grootste uitdaging voor reizigers deze zomer.

Het onderzoek, uitgevoerd door OpinionWay namens Allianz Partners, ondervroeg 9.107 mensen in Nederland, Oostenrijk, Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje, Zwitserland, het Verenigd Koninkrijk en de V.S., met als doel inzicht te krijgen in het consumentenvertrouwen en het vertrouwensniveau in reizen voorafgaand aan de zomervakantie van 2022. Daarnaast wil Allianz Partners de belangrijkste uitdagingen blootleggen waarmee reizigers deze zomer worden geconfronteerd.

Hoewel de impact van de pandemie op het dagelijks leven in de meeste landen af lijkt te nemen, blijkt uit het onderzoek dat het vertrouwen in de mogelijkheid om te reizen gestegen is (77%) in vergelijking met afgelopen winter (58%). De helft van de respondenten (50%) zegt echter dat de waarschijnlijke stijging van de reiskosten hen ertoe zou kunnen aanzetten om hun zomervakanties dit jaar wat soberder in te richten. Daarnaast zegt bijna de helft (47%) dat de staat van hun persoonlijke financiën zou kunnen betekenen dat ze hun ambities voor hun zomervakantie moeten aanpassen. Ondertussen zijn er ook respondenten die dit jaar geen zomervakantie plannen. Als belangrijkste reden voor deze beslissing wordt hier het feit genoemd dat ze het zich niet kunnen veroorloven vanwege de stijgende kosten van levensonderhoud en reizen.

Bezorgdheid over de aanhoudende gezondheidscrisis is het op één na meest waarschijnlijke obstakel die een zomervakantie in de weg staat (45%). Daarna volgen de bezorgdheid over de geopolitieke situatie met de oorlog in Oekraïne (42%), samen met persoonlijke (43%) en professionele (32%) verplichtingen.

Vakanties in eigen land zijn een blijvende trend

Covid-19 dwong veel landen de grenzen te sluiten, met als gevolg dat degenen die op vakantie wilden, hun eigen land begonnen te verkennen. Terwijl onze werelden fysiek kleiner werden, werden onze thuislanden aantrekkelijker dan ooit tevoren en deze trend zal blijven, ondanks de heropening van de grenzen. Italië (81%), Spanje (75%) en de V.S. (67%) lopen voorop en

de meeste ondervraagden zijn van plan om dit jaar voor hun zomervakantie in eigen land te reizen. In Oostenrijk (58%) en Zwitserland (57%) overwegen respondenten vooral om naar het buitenland te gaan.

Ook de economie speelt een grote rol bij de reisintenties, waarbij bijna de helft (43%) van de respondenten die niet van plan zijn het land te verlaten, de economie als belangrijkste reden hiervoor noemt. Ruim een kwart (27%) zegt niet naar het buitenland te kunnen reizen vanwege de prijsstijgingen en nog eens 16% zegt liever hun geld te sparen.

De impact van de kosten van levensonderhoud op het budget voor de zomervakantie

Het verwachte gemiddelde budget onder Amerikanen voor zomervakanties dit jaar is veruit het hoogste, met € 3.061 (\$ 3.222). Meer dan de helft (57%) zegt echter dat de prijsstijgingen kan betekenen dat ze hun budget moeten herzien en minder uit moeten geven. Hoewel bijna alle Spanjaarden en Italianen het erover eens zijn dat zomervakantie belangrijk is, hebben ze allebei de laagste budgetten, respectievelijk € 1.585 en € 1.607. In deze landen is de inflatievrees ook hoog: twee op drie (66%) in Spanje en meer dan de helft in Italië (59%) zegt dat dit waarschijnlijk een negatieve invloed zal hebben op hun vakantie deze zomer.

Ontspanning is doel nummer één voor de zomervakantie

Terwijl de wereld een gezondheids-, geopolitieke en economische crisis aanpakt, is het niet verwonderlijk dat respondenten in alle landen, behalve Spanje, een ontspannende, rustgevende vakantie noemen als hun belangrijkste doel voor hun zomervakantie. In Spanje hopen de meeste respondenten (48%) naar het strand of de kust te gaan.

Amerikanen geven het meeste aan dat ze familie en vrienden willen bezoeken (28%). Ook plannen zij vaker winkelvakanties (19%), net als Nederlanders (19%). Terwijl Oostenrijkers het meest atletisch zijn, met 14% die hun vakantie willen gebruiken om een sport of hobby te beoefenen.

Joe Mason, Chief Marketing Officer – Travel bij Allianz Partners zegt het volgende over het onderzoek: *“Met genoeg deel ik de resultaten van de tweede editie van de International Vacation Confidence Index mee, de eerste keer dat we ons met dit internationale onderzoek richten op de zomervakantie. Het goede nieuws is dat het vertrouwen in de mogelijkheid om deze zomer te reizen grotendeels is hersteld in alle onderzochte landen. Zomervakanties zijn enorm belangrijk voor mensen en een waardevol moment om even de tijd te nemen om te ontspannen en te verbinden met familie en geliefden. Nu we de eerste zomer in drie jaar tegemoet gaan met weinig reisbeperkingen vanwege Covid, is het bijzonder interessant om te zien dat de pandemie niet langer de eerste zorg is voor zomervakantiegers. De vakantie in eigen land – die tijdens de pandemie zo populair werd – lijkt echter een trend te zijn die zal blijven, waarbij velen van plan zijn om dit jaar in hun thuisland op vakantie te gaan omdat ze te maken hebben met de stijgende kosten van levensonderhoud en reizen.*

“Dit onderzoek geeft ons een uitgebreid inzicht in consumentengedrag. Onderzoek als dit is uiterst belangrijk voor ons bij Allianz Partners om ervoor te zorgen dat we diensten leveren die voldoen aan de steeds veranderende behoeften van onze klanten en ook luisteren naar hun zorgen.”

Ga voor meer informatie over Allianz Partners naar: www.allianz-partners.com

EINDE

Mediavragen:

Neem voor meer informatie contact op met FleishmanHillard:

allianzpartners@fleishmaneuropa.com

Opmerkingen voor de redactie

Studiemethodologie

Het onderzoek werd uitgevoerd op een steekproef van 9.107 personen, in Frankrijk (1.019 personen), in Duitsland (1.020 personen), in het Verenigd Koninkrijk (1.012 personen), in Italië (1.025 personen), in Spanje (1.015 personen), in Nederland (1.003 personen), in Oostenrijk (1.003 personen), in Zwitserland (1.005 personen) en in de Verenigde Staten van Amerika (1.005 personen). De steekproeven werden opgesteld volgens de quotamethode, rekening houdend met de criteria geslacht, leeftijd, socio-professionele categorie, woongebied en grootte van de agglomeratie in Frankrijk; geslacht, leeftijd, regio en inkomen in andere landen.

Het onderzoek is afgenomen met behulp van een zelf in te vullen online vragenlijst via het CAWI-systeem (Computer Assisted Web Interview).

De interviews vonden plaats tussen 3 mei en 11 mei 2022.

Over Allianz Partners

Allianz Partners is wereldwijd leider op het gebied van B2B2C-verzekeringen en hulpverlening en biedt wereldwijde oplossingen voor internationale gezondheids- en levensverzekeringen, reisverzekeringen, automotive en assistance. Onze innovatieve experts zijn klantgericht en herdefiniëren verzekeringsdiensten door toekomstbestendige, hightech high-touch producten en oplossingen te leveren die verder gaan dan traditionele verzekeringen. Onze producten zijn naadloos geïntegreerd in de activiteiten van onze partners of worden rechtstreeks aan klanten verkocht via het commerciële merk Allianz Assistance in België. Onze 21.500 medewerkers zijn werkzaam in 76 landen en spreken 70 talen, behandelen meer dan 58 miljoen dossiers per jaar en zijn gemotiveerd om dat ene stapje extra te doen om onze klanten over de hele wereld te helpen en te beschermen.

Social media



Volg ons op LinkedIn [Allianz Partners Belgium](#)



Volg ons op Facebook [Allianz Assistance Assistance Belgium](#)