

## Medienmitteilung

### 9 von 10 Schweizerinnen und Schweizer lieben das Reisen

Wallisellen, 11. September 2019. **Bereits zum 25. Mal in Folge führt Allianz Partners (auch bekannt unter der Marke Allianz Global Assistance) die Reisestudie in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Reiseverband (SRV) und dem Institut LINK in Luzern durch. Zum Jubiläum wurde die Reisestudie mit aktuellen Themen wie Reiseverhalten rund um Nachhaltigkeit und Umwelt sowie Digitale Abstinenz (Digital Detox) ergänzt.**

9 von 10 (88%) der Schweizerinnen und Schweizer verreisen mindestens einmal pro Jahr in den Urlaub – bzw. unternehmen mindestens eine private dreitägige Reise pro Jahr.

Mit 2.8 längeren Reisen pro Jahr gegenüber 2.6 Kurz-Trips, bevorzugen Herr und Frau Schweizer nach wie vor länger zu verreisen als mehrere solcher Kurztrips zu machen.

Aufgrund der Erstbefragung der Thematik lässt sich noch kein Trend hin zu Kurzurlaub ausmachen, die sogenannten Micro-Cations (Kurz-Trips mit mindestens einer oder zwei Übernachtungen) scheinen aber dennoch auch hierzulande beliebt zu sein.

Bei der Wahl der Reisedestination spielt die persönliche Empfehlung aus dem eigenen Freundes- und Verwandtenkreis auch im digitalen Zeitalter nach wie vor die wichtigste Rolle.

Knapp jeder Fünfte zählt aber auch gerne auf die persönliche Beratung und Expertise der Reisebüros. Obwohl zwei von drei befragten angeben, über online Portale oder bei reinen online Anbietern zu buchen, kauft ein Viertel der Befragten direkt offline bei Reisebüros oder Reiseveranstaltern.

Im Vergleich zu anderen Ländern scheint die Schweiz auch beim Thema Sharing Economy eher noch Zurückhaltung zu üben.

31% haben demnach bereits Erfahrung mit Sharing Plattformen gemacht, währenddessen knapp die Hälfte aller Befragten noch nie darüber gebucht haben und auch nicht beabsichtigen, solche Plattformen zu nutzen. Bei den aktiven Nutzern von Sharing Plattformen ist das Preis/Leistungsverhältnis als auch die Lage der Unterkünfte ein Hauptkriterium, währenddessen der persönliche Kontakt zu Gastgebern vor Ort oder die Authentizität eine untergeordnete Rolle spielen.

In punkto Reiseversicherung fällt auf, dass sich Herr und Frau Schweizer oftmals auf Bagatellen fokussieren. Währenddessen ein Reiseversicherer sein Augenmerk eher auf die Absicherung der wirklich existenziellen Risiken legt.

So wird die Eintrittswahrscheinlichkeit des Risikos von Verspätungen im Durchschnitt als signifikant höher als für alle anderen Ereignisse eingestuft. An dritter Stelle folgt Krankheit auf Reisen – noch vor einem allfälligen Gepäckverlust oder einem Unfall unterwegs.

So sind bei der Auswahl der entsprechenden Versicherung auch Annullierungskosten die wichtigste Leistung. Währenddessen eine Reise-Assistance oder ein 24h medizinischer Beratungsservice erst an sechster respektive achter Stelle auftauchen.

Dabei gilt es auch zu erwähnen, dass zwei von fünf Befragten keine Reiseversicherung haben. Ein fehlendes Bedürfnis oder zu geringe Wahrscheinlichkeiten die Versicherung auch wirklich zu benötigen, sind dabei die primären Beweggründe, dicht gefolgt von der Unwissenheit entsprechender Versicherungsmöglichkeiten.

Zum ersten Mal seit der Durchführung wurden die Studienteilnehmer auch zu Themen wie Nachhaltigkeit und Umwelt sowie Digitale Abstinenz (Digital Detox) befragt.

Bezüglich Umweltthemen ist vor allem die Transportmittelwahl ein Hauptkriterium. Seltener bzw. weniger zu fliegen oder gar gänzlich darauf zu verzichten, ist bereits für einen Viertel der Befragten Realität.

ÖV und Zug sind dabei die primären Alternativtransportmittel noch vor der Wahl einer näheren Reisedestination.

8 von 10 Personen können sich zudem vorstellen, in den Ferien teilweise auf ihre digitalen, smarten Helfer zu verzichten. 2 von 5 der Befragten gar für bis zu einer Woche oder auch mehr.

Für einen Fünftel der Befürworter einer digitalen Abstinenz spielen dabei gesundheitliche Motive eine Hauptrolle. Für mehr als zwei Drittel der digital Verbundenen ist das Bedürfnis mit Freunden und Familie in Kontakt zu bleiben einer der Hauptgründe oder auch den digitalen Assistenten für die Tagesplanung zu benötigen.

**Als Fazit lässt sich festhalten, dass Herr und Frau Schweizer nach wie vor sehr reisefreudig sind. Längere Urlaube und Kurz-Trips wie Micro-Cations werden gerne kombiniert ohne auf das eine oder andere zu verzichten.**

**Trotz der Verbreitung und Möglichkeiten von online Buchungsplattformen geniessen klassische Reisebüros einen hohen Stellenwert bei einem Viertel der Befragten.**

**In Bezug auf Reiseversicherungen besteht seitens der Versicherer teilweise noch Handlungsbedarf um eine akkuratere Risikoeinschätzung der Reisenden zu fördern.**

**Trotz erneuten Passagierrekorden an Flughäfen in der Schweiz, geben ein Viertel der Befragten an, ihren ökologischen Fussabdruck durch eine Reduktion des Fliegens oder einen gänzlichen Flugverzicht gesenkt zu haben oder minimieren zu wollen.**

**8 von 10 Schweizerinnen und Schweizern können sich vorstellen, in den Ferien (teilweise) auf ihre Smart Devices zu verzichten, 19% davon aus gesundheitlichen Motiven.**

**Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an:**

Nico Koch

Leiter Kommunikation

Telefon: +41 44 562 38 29

E-Mail: [medien@allianz-assistance.ch](mailto:medien@allianz-assistance.ch)

Allianz Partners (Schweiz)

Hertistrasse 2

8304 Wallisellen

Die detaillierte Studie kann unter [www.allianz-assistance.ch/news](http://www.allianz-assistance.ch/news) heruntergeladen werden.

---

#### Über Allianz Partners

Allianz Partners ist einer der international führenden Anbieter von Reiseversicherungen und Assistance-Leistungen. Weltweit beschäftigt das Unternehmen mehr als 21'000 Mitarbeitende, die insgesamt 76 verschiedene Sprachen sprechen und eng mit einem globalen Netzwerk aus über 800'000 Anbietern von Gesundheits- und Service-Leistungen zusammenarbeiten. Allianz Partners gehört zum Allianz Konzern mit Sitz in München und ist auf dem Schweizer Markt mit den Marken Allianz Global Assistance und Medi24 präsent.