

MEDIENMITTEILUNG



Wallisellen, 14. September 2021

Kurzfristig und mit dem eigenen Auto – so verreist die Mehrheit der Schweizer Reisebevölkerung während der Corona-Pandemie

- Die Reisetätigkeit hat in den letzten 12 Monaten im Vergleich zu Vor-Corona Jahren nochmals stark abgenommen. Von einem Vor-Corona Durchschnitt von 2.8 Ferien pro Jahr verreisen Herr und Frau Schweizer derzeit nur noch 1.7 mal in die Ferien.¹
- Die vermehrten Lockerungen führen dazu, dass es die Befragten dieses Jahr wieder vermehrt ins umliegende Ausland zieht.
- Gebucht wird jedoch in letzter Minute und unter strenger Beobachtung der Storno-Bedingungen.
- Zwei von drei Befragten haben in den letzten zwölf Monaten komplett auf das Flugzeug verzichtet – eine Verdreifachung verglichen mit Vor-Corona Jahren. Auch sonst spielen Öffentliche Verkehrsmittel beim Verreisen eher eine untergeordnete Rolle.
- Das eigene Auto konnte den Abstand als beliebtestes Transportmittel weiter signifikant ausbauen. Die Population, welche beinahe ausschliesslich das eigene Auto nutzt, hat sich im Vergleich zu 2020 verdoppelt.
- Jahresreiseversicherungen verlieren weiter an Popularität. Im Bereich Leistungsbestandteile konnten zudem die Annullierungskosten nochmals zulegen – hingegen stagnierte der wahrgenommene Nutzen von Assistance-Leistungen (inkl. med. Assistance).
- Unbeschwertes Reisen ist nur für ein Drittel der Schweizer Reisebevölkerung ein Impfund. Vielmehr zählen der Schutz vor einer COVID-19-Erkrankung, die Rückkehr zur Normalität und das Leisten eines Beitrags zur Gesellschaft

Die 27. Durchführung der Allianz Partners Reisestudie (auch bekannt unter der Produkt-Marke Allianz Travel) stand ganz im Zeichen der Sommer-Lockerungen. Nachdem das Thema Coronavirus und Pandemie im letzten Jahr noch ein relativ junges Thema war, sind erstmals deutliche Verhaltensänderungen und Trends im Reiseverhalten erkennbar.

Die vermehrten Lockerungen im Zusammenhang mit dem Coronavirus liessen Herr und Frau Schweizer dieses Jahr aufhorchen. Viele der Befragten hoffen, wieder einmal in die lang ersehnten Ferien reisen zu können. Trotz anhaltender Reiselust haben sich die tatsächlich durchgeführten Reisen mit mindestens 3 auswärtigen Übernachtungen drastisch reduziert. Während sie 2019 noch bei knapp 2.8 Ausflügen lagen, waren es in den letzten 12 Monaten nur noch 1.7 (-39%). Ein ähnliches Bild zeigt sich auch bei den Kurzreisen (1-2 Übernachtungen). Dabei haben Personen, welche in ländlichen Gebieten wohnen, häufiger keinen Ausflug gemacht, als jene die in städtischen Gebieten wohnen.

Für die Buchung der Reise wird am häufigsten der direkte Weg gewählt – knapp zwei Drittel buchen ihre Reise beim Anbieter. Die Online-Buchungsplattformen liegen mit knapp 60% an Platz zwei, wobei sich bei diesem Kanal der rückläufige Trend fortsetzt. Buchungen via Reisebüro oder Reiseveranstalter liegen mit deutlichem Abstand auf den Rängen 3 und 4, je nach Altersklasse mit signifikanten Unterschieden.

¹ Ferien = Ausflüge mit mehr als drei auswärtigen Übernachtungen aneinander

Bei der Wahl des Transportmittels ist die Polarisierung in den letzten 12 Monaten nochmals vorangeschritten. Die Nutzungshäufigkeit des Autos hat weiter zugenommen und ist nach wie vor das Haupttransportmittel für die Ferien. Die Gruppe der Feriengänger, welche ausschliesslich mit dem eigenen Auto verreisen, hat sich seit Corona mehr als verdoppelt, während sich die Flugabstinenz auch in diesem Jahr fortgesetzt hat. Zwei von drei der Befragten haben das Flugzeug in den letzten 12 Monaten nie verwendet – dies entspricht einer Verdreifachung im Vergleich zur Vor-Corona Zeit. Dies hat auch die Reihenfolge der beliebtesten Transportmittel von Herr und Frau Schweizer entsprechend verändert. Der Zug ist trotz Popularitätseinbussen im Mittelwert nun deutlich vor dem Flugzeug auf dem zweiten Platz.

Im Bereich Sharing Economy-Plattformen ist vor allem ein sich verstärkender Generationengraben erkennbar. Dieser Bereich hat auch generell während der Corona-Krise stark gelitten, wobei hier die Meinungen je nach Alter weiterhin stark auseinander gehen. Bei den unter 30-Jährigen haben bereits drei von vier Befragten entsprechende Angebote genutzt oder wollen sie noch nutzen. Hingegen hatten neun von zehn der über 60-Jährigen Befragten noch gar keine Berührungspunkte mit der Sharing Economy.

Der Bereich Reiseversicherung hat seit Corona medial viel Aufmerksamkeit erhalten. Eine Jahresreiseversicherung gehört für eine knappe Mehrheit der Befragten zu den Ferien dazu, ist aber rückläufig weil auch vermehrt Einzel-Reiseversicherungen genutzt werden. Wobei auch hier ein deutlicher Graben zwischen den Generationen erkennbar ist. Bei den unter 30-Jährigen ist es nur jede zweite oder jede dritte Person, welche eine Reiseversicherung hat; bei den über 45-Jährigen haben zwei von drei Befragten eine Reiseversicherung. Der komplette Verzicht auf eine Reiseversicherung hat ebenfalls zugenommen. Dies hat mehrere Gründe – von weniger Reisen, Buchungsentscheide in Abhängigkeit der Annullationsbedingungen bis zu fehlendem offenkundigem Bedarf einer Reiseversicherung bei lokalen Ferien.

Entgegen den Erwartungen zeigte sich zudem, dass die Pandemie im Bereich Reiseversicherung nur sehr bedingt zu einer Veränderung des Risikobewusstseins geführt hat. Während die Attraktivität von Leistungsbestandteilen wie Annullierungskosten zugelegt hat, stagnierte der wahrgenommene Nutzen von Assistance-Leistungen (inkl. med. Assistance). Vor allem im Hinblick auf medizinische Betreuung im Ausland oder allfällige Repatriierungsthematiken wurde hier ein Anstieg erwartet.

Die nach wie vor ungewissen Aussichten für Reisepläne haben zur Folge, dass Herr und Frau Schweizer bei zukünftigen Reisen eher im Inland bleiben oder ins nahe Ausland verreisen. Dennoch wird im Vergleich zur Vorwelle das Bedürfnis nach Reisen ins Ausland wieder deutlich spürbar. Auch dem Gesundheitssystem vor Ort wird wieder weniger Beachtung geschenkt als noch bei der ersten Corona-Welle. Während die über 60-Jährigen beim Buchen der nächsten Reise eher Destinationen in der Schweiz berücksichtigen, zieht es die unter 30-Jährigen wieder ins nahe Ausland. Über alle Generationen hinweg, besteht jedoch nach wie vor das Bedürfnis kurzfristig zu buchen. Beim Reiseverhalten geben Frauen häufiger an, dass sie auch in Zukunft kurzfristiger buchen werden im Vergleich zu den Männern, welche eher davon überzeugt sind, dass sich ihr künftiges Reiseverhalten aufgrund der Coronakrise nicht ändern wird. Generell ist der Wille nach Anpassungen des Reiseverhaltens signifikant zurückgegangen.

In der diesjährigen Reisestudie wurde zudem auch das Thema COVID-Impfung aufgenommen. Für die Mehrheit der Befragten sind der Schutz vor einer COVID-19-Erkrankung, die Rückkehr zur Normalität und das Leisten eines Beitrags zur Gesellschaft (Herdenimmunität) die Hauptgründe, die für eine Impfung sprechen. Das unbeschwertere Reisen ist für knapp jede Dritte Person ein Grund, sich impfen zu lassen.

Über Allianz Partners

Allianz Partners ist einer der international führenden Anbieter von Reiseversicherungen (Allianz Travel) und Assistance-Leistungen (Allianz Assistance). Unsere Produkte sind nahtlos in das Geschäft unserer Partner eingebettet oder werden direkt an Kunden verkauft. Weltweit beschäftigt das Unternehmen mehr als 20'000 Mitarbeitende in 75 Ländern, die insgesamt 70 verschiedene Sprachen sprechen und eng mit einem globalen Netzwerk aus über 900'000 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 Travel, Allianz Assistance und Medi24 präsent.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.allianz-partners.com/reisestudie

Kontakt

Nico Koch
Leiter Kommunikation
Telefon: +41 44 562 38 29
E-Mail: medien.ch@allianz.com
Allianz Partners (Schweiz)
Richtiplatz 1
8304 Wallisellen