

## Presseinformation

Allianz Partners Reise-Studie

### **Young, wild and... in Deutschland?**

**Von wegen Generationenkonflikt: Junge Menschen sehen Deutschland kulturell und kulinarisch vorn. Was ihnen die älteren Urlauber voraushaben, sind Gelassenheit und Spontanität.**

München, 18.07.2019. In einem sind sich alle einig: Die Deutschen verreisen gerne, egal ob jung oder alt. Mehr als jeder zweite räumt dieser Beschäftigung einen eher hohen bis sehr hohen Stellenwert ein, das zeigt eine Studie von Allianz Partners. 50,9 Prozent der Ü59-Jährigen halten das Reisen für wichtig, bei den 18- bis 29-Jährigen sind es gar 56,6 Prozent. Das war es dann aber schon mit den Gemeinsamkeiten. Gefragt nach den Traum-Urlaubszielen herrscht Uneinigkeit: Während es die Jüngeren in ihr Traumland USA (13,3 Prozent) zieht und Paris (13,3 Prozent) als Lieblingsstadt gilt, bevorzugt das ältere Reisepublikum Italien (10,7 Prozent) als beliebteste Reisedestination. Als Lieblingsstadt steht für die Älteren New York (12,3 Prozent) an erster Stelle. Besonders auffällig sind die Unterschiede in der Reiseplanung. Ältere Reisende sind spontaner – 22,1 Prozent buchen erst vor Ort. Damit nutzt die Ü59-Generation diese Art der Buchung nahezu genauso häufig wie On- und Offline-Angebote allgemein. Jüngere dagegen sind nicht so spontan und buchen weniger vor Ort (17,8 Prozent).

### **Ältere reisen sorgenfreier**

Die Frage nach den Sicherheitsvorkehrungen beim Verreisen wird ebenfalls sehr unterschiedlich beantwortet: Ältere sind deutlich sorgenfreier als Jüngere. Letztere legen deutlich mehr Wert auf Alarmanlagen, Sicherheitsschlösser am Gepäck, Kopien der wichtigsten Dokumente und Desinfektionsmittel. Die ältere Generation hat in all diesen Punkten die geringste Nutzungsrate. Zudem sehen die Ü59-Jährigen Risiken deutlich gelassener als die jungen Reisenden. Schlechtes Wetter, Stau, Streik oder Krankheiten rufen bei ihnen nicht so viele Bedenken hervor wie bei den 18- bis 29-Jährigen. Hintergrund könnte neben der größeren Lebens- und Reiseerfahrung auch

## **Presseinformation**

die Absicherung sein: Die Ü59-Urlauber nutzen nämlich am häufigsten einen Versicherungsschutz, wenn sie verreisen (82,0 Prozent, Jüngere: 75,6 Prozent).

## **Reisezweck: Jüngere brauchen mehr Erholung**

Wollen sich die Jüngeren am liebsten vom Alltag erholen (30 Prozent), so dominiert bei den über 59-Jährigen der Drang, ihr Wissen zu erweitern und Neues zu entdecken (33,6 Prozent). Letzteres gaben nur 13,3 Prozent der Befragten unter 30 als Grund an. Diesen sind Abenteuer (18,9 Prozent) und Zeit für die Familie (15,6 Prozent) wichtiger. Von den älteren Befragten hingegen nehmen sich nur 5,7 Prozent aktiv während ihres Urlaubs Zeit dafür. Abenteuer spielen kaum eine Rolle (3,3 Prozent).

## **Deutschland ist bei Jüngeren beliebt**

Dafür gibt es einen anderen Aspekt, bei dem sich junge und ältere Reisende wieder einig sind: das Reiseland Deutschland. Für junge Reisende bietet die eigene Heimat nämlich ein fast genauso gutes Kulturangebot wie ihr Traumreiseland USA (20 Prozent Deutschland vs. 21,1 Prozent USA). Auch bei Faktoren wie Essen, Freizeitangebot und Preis-/Leistungsverhältnis kommt Deutschland bei den Jüngeren durchgehend auf einen guten zweiten Platz. Gastfreundschaft und Mentalität bewerten die 18- bis 29-Jährigen mit 18,9 Prozent sogar am allerbesten. So gut schneidet Deutschland nicht einmal bei der Fangruppe der Ü59-Jährigen ab (17,2 Prozent).

Details zu einzelnen Fragen der Reise-Studie finden Sie im Anhang.

## Presseinformation

### Über die Studie

Insgesamt 500 Deutsche ab 18 Jahren nahmen an der Studie teil, die Allianz Partners in Zusammenarbeit mit Marketagent.com durchgeführt hat:

Methode: Online-Befragung

Erhebungszeitraum: 13.12.2018 – 19.12.2018

Umfang: 26 geschlossene und offene Fragen

Geschlecht: 245 Männer, 255 Frauen

Altersstruktur: 18-29 Jahre (18,0 Prozent), 30-39 Jahre (15,8 Prozent), 40-49 Jahre (22,2 Prozent), 50-59 Jahre (19,6 Prozent), 60-69 Jahre (14,6 Prozent), älter als 69 Jahre (9,8 Prozent)

## Presseinformation

---

### Über Allianz Partners

---

Allianz Partners, mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen, ist auf Versicherungsschutz und Hilfeleistungen in zahlreichen Geschäftsfeldern spezialisiert. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungslösungen ist das Unternehmen weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Assistance, Gesundheit & Leben, KFZ und Reiseversicherungen. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen, stehen Geschäftspartnern sowie deren Kunden über direkte und digitale Kanäle unter den vier folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive und

Allianz Travel. Mehr als 19.000 Mitarbeiter, die 70 Sprachen sprechen, wickeln jährlich 54 Millionen Fälle auf allen Kontinenten ab.

Die Allianz Partners Gruppe ist mit den zwei Unternehmen AWP P&C S.A., Niederlassung für Deutschland und Allianz Partners Deutschland GmbH – jeweils mit Sitz in Aschheim bei München – vertreten. Sie bieten Leistungen im Bereich Spezialversicherungen für Reise, Freizeit und Auslandsaufenthalte sowie Assistance-Leistungen an.



Für weitere Presseauskünfte und Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Andreas Schneider  
Unternehmenskommunikation  
AWP P&C S.A., Niederlassung für Deutschland  
Telefon: (089) 26 20 83 - 4241  
E-Mail: presse-awpde@allianz.com  
Bahnhofstraße 16  
85609 Aschheim

Nuno dos Santos  
Serviceplan Public Relations & Content  
Telefon: (089) 2050-4156  
Fax: (089) 2050-604156  
E-Mail: n.dossantos@serviceplan.com  
Haus der Kommunikation  
Brienner Straße 45 a-d  
80333 München

#### **Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.**

##### **Vorbehalt bei Zukunftsaussagen**

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldnern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.