

Pressemitteilung

Deutsche erhöhen ihre Reisebudgets trotz gestiegener Lebenshaltungskosten

Der Allianz Partners International Vacation Confidence Index zeigt eine steigende Nachfrage nach internationalen Reisen bei deutlich sinkenden gesundheitlichen und geopolitischen Bedenken. Hingegen ist die Sorge der Reisenden vor Umweltrisiken wie Brände und Überschwemmungen groß.

München, 13. Juni 2023 Die meisten Reisenden erhöhen ihr Sommerreisebudget 2023 trotz anhaltend hoher Lebenshaltungskosten und Inflation. Das durchschnittliche Budget pro Haushalt beträgt 1.962 Euro und damit 282 Euro mehr als noch im vergangenen Jahr. Das ist eines der zentralen Ergebnisse des Allianz Partners International Vacation Confidence Index. Die von OpinionWay für Allianz Partners durchgeführte Studie befragte dafür zwischen dem 3. und 9. Mai 2023 1.050 Personen in Deutschland.

Die Umfrage ergab außerdem, dass die generelle Nachfrage nach Reisen weiterhin sehr hoch ist: 80 % der Befragten planen in diesem Sommer eine Urlaubsreise, im Vergleich zu 78 % im letzten Jahr. Die Absicht, ins Ausland zu reisen, hat ebenfalls erneut zugenommen: 44 % planen im Sommer 2023 eine Auslandsreise, das sind 4 Prozentpunkte mehr als 2022.

Im Zusammenhang mit der Klimakrise gibt es nun ein neues Risiko, das die Mehrheit der Befragten bei der Wahl des Sommerurlaubs in Betracht zieht: Umweltkatastrophen wie Brände und Überschwemmungen. Nach den aufsehenerregenden Naturkatastrophen der letzten Jahre, darunter die Überschwemmungen in Norditalien im Jahr 2023 und die Großbrände im Jahr 2022, gaben 57 % der Befragten an, dass sie diese Risiken bei der Wahl des Sommerurlaubs mitbedenken.

Weitere wichtige Erkenntnisse:

- **Zunehmend abenteuerlustig:** 38 % der Befragten halten sich für abenteuerlustiger als noch vor fünf Jahren. Passend dazu haben 70 % der Urlauber:innen den Wunsch geäußert, in ihrem Urlaub etwas Neues ausprobieren zu wollen.
- **Weniger Sorgen wegen geopolitischer und gesundheitlicher Probleme** Nur 29 % der Befragten gaben an, dass sie sich um die geopolitische Situation Sorgen machen, das sind 22 Prozentpunkte weniger als im letzten Sommer. Ebenso gaben nur 28 % der Befragten an, dass sie sich Sorgen um die Gesundheit machen, ein Rückgang um 19 Punkte in den letzten zwölf Monaten.
- **Stärkeres Augenmerk auf die Umweltauswirkungen:** Mehr als die Hälfte (52 %) plant, ihr Reiseverhalten zu ändern, um die Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern und ist bereit, mehr für Transport und Unterkunft auszugeben, um den eigenen ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

- **Erholung und Entspannung als Hauptgrund für einen Urlaub:** Der Hauptgrund der meisten Reisenden (59 %) in Deutschland ist, sich entspannen und erholen zu können. Das sind 13 Prozentpunkte mehr im Vergleich zu 2022.

Stefan Kirchner, Leiter Vertrieb Touristik bei Allianz Partners Deutschland, kommentiert die Umfrage wie folgt: *„Nach einem Jahr das unter anderem von einer hohen Inflation und steigenden Lebenshaltungskosten geprägt war, könnte man erwarten, dass die Reisenden im Jahr 2023 ihre Budgets kürzen und den Gürtel enger schnallen würden. Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall: Die Reiselust ist nach wie vor extrem hoch und die Reisenden reagieren auf die höheren Preise, indem sie ihre Budgets aufstocken. Gleichzeitig lässt ein Rückgang der geopolitischen und gesundheitlichen Bedenken auch die internationalen Reiseabsichten wieder steigen.“*

Kirchner ergänzt: *„Die Menschen berücksichtigen bei ihrer Urlaubsplanung auch Umweltrisiken wie Überschwemmungen und Brände. Die jüngsten extremen Wetterereignisse sind nicht unbemerkt geblieben, da die Urlauber:innen ihre Optionen abwägen. Diese Trends werden sich wahrscheinlich auch auf die Reiseversicherungsbranche auswirken. Immer mehr Reisende entscheiden sich dafür, die breite Palette der angebotenen Versicherungsprodukte und Services zu nutzen, um ihren Versicherungsschutz zu gewährleisten. Für viele Urlauber:innen hat auch die Umweltverträglichkeit ihrer Reisen Priorität. Trotz der hohen Lebenshaltungskosten und der Inflation ist es bemerkenswert, dass 52 % der Reisenden jetzt bereit sind, mehr für Transport und Unterkunft zu zahlen, die die Umweltbelastung reduzieren.“*

Weitere Informationen über Allianz Partners finden Sie unter: [Allianz Partners Deutschland \(allianz-partners.com\)](https://allianz-partners.com)

Über den „International Vacation Confidence Index“

Die Online-Befragung wurde zwischen dem 3. und 9. Mai 2023 auf der Grundlage einer Stichprobe von 1.050 Personen in Deutschland mit einem selbstverwalteten Online-Fragebogen über das CAWI-System (Computer Assisted Web Interview) durchgeführt. Die Stichprobe wurden nach der Quotenmethode anhand der Kriterien Geschlecht, Alter, sozio-professionelle Kategorie, Wohnregion und Einkommen gezogen.

Pressekontakte

Vanessa Mogler
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Mobil: +49 175 2925229
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Maike Störmer
FleishmanHillard Germany GmbH
Telefon: +49 172 624 8798
E-Mail: maike.stoermer@fleishman.com
Hanauer Landstraße 182 A
60314 Frankfurt am Main

Über Allianz Partners

Allianz Partners ist ein weltweit führender Anbieter von B2B2C-Versicherungs- und Assistance-Leistungen und bietet globale Lösungen in den Bereichen Reise, Gesundheit, Mobilität und Haus & Wohnen an. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen, stehen über direkte und digitale Kanäle und den drei folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care und Allianz Travel. Rund 21.900 Mitarbeitende, die in mehr als 75 Ländern vertreten sind, bearbeiten jährlich etwa 72,5 Millionen Fälle in 70 Sprachen. Damit bieten sie Geschäftspartnern und ihren Kund:innen Sicherheit und Komfort – nur einen Klick entfernt.

Weitere Informationen finden Sie unter: [Allianz Partners Deutschland \(allianz-partners.com\)](https://allianz-partners.com)