Allianz | Allianz Partners

Pressemitteilung

Urlaub bleibt Herzenssache: Deutsche reisen trotz steigender Kosten

Der Allianz Partners International Travel Confidence Index 2025 zeigt: Trotz gestiegener Lebenshaltungs- und Reisekosten bleibt die Reiselust der Deutschen ungebrochen – auch wenn sie dafür in anderen Lebensbereichen gezielt sparen müssen.

München, 3. Juni 2025 Der Sommer steht vor der Tür, und auch dieses Jahr beabsichtigen viele Deutsche trotz gestiegener Lebenshaltungs- und Reisekosten in der wärmsten Jahreszeit zu verreisen – und nehmen hierfür sogar deutliche Einsparungen im Alltag in Kauf, wie aus dem Allianz Partners International Travel Confidence Index hervorgeht. Im Rahmen der Studie befragte OpinionWay im Auftrag von Allianz Partners 9.300 Personen in neun europäischen Ländern nach ihren bevorstehenden Urlaubsplänen sowie den damit verbundenen Hürden und Wünschen.

Unter den 1.045 Teilnehmern aus Deutschland plant eine Mehrheit von 66 Prozent, zwischen Juni und September 2025 eine Urlaubsreise anzutreten. Während mit 41 Prozent der überwiegende Teil der Reisewilligen einen Aufenthalt im Ausland plant, möchten immerhin 34 Prozent ihren Urlaub lieber in Deutschland verbringen. Von den 34 Prozent der Befragten, die in diesem Sommer keine Reise planen, nennen über die Hälfte finanzielle Gründe: 52 Prozent geben an, sich keinen Urlaub leisten zu können, und 29 Prozent empfinden die Reisekosten als zu hoch. Zudem finden 16 Prozent der Nichtreisenden, dass es in den Sommermonaten zu viele Touristen gibt.

Weitere wichtige Erkenntnisse

Sparen statt daheimbleiben: 58 Prozent der Befragten sind bereit, ihre Ausgaben für Freizeitaktivitäten wie Restaurantbesuche, Theater, kulturelle Veranstaltungen, Fitnessstudio oder TV-Abonnements zu reduzieren, um sich den Urlaub leisten zu können. Außerdem planen 55 Prozent, größere Anschaffungen wie ein neues Auto oder Renovierungen zurückzustellen, um ihren Sommerurlaub zu finanzieren.

Stefan Kirchner, Leiter touristischer Vertrieb bei Allianz Partners Deutschland, kommentiert: „Die Bereitschaft, in anderen Bereichen zu sparen, um sich den Sommerurlaub zu leisten, verdeutlicht die anhaltende Bedeutung des Reisens für die Deutschen. Viele sind bereit, ihre Ausgaben für Freizeitaktivitäten zu reduzieren, um die Möglichkeit zu haben, neue Orte zu besuchen und Zeit mit der Familie oder Freunden zu verbringen. Diese Priorisierung des Reisens ist ein positives Zeichen für die Zukunft der Reisebranche.“

Umweltbewusstsein prägt Urlaubsplanung: Immer mehr Reisende berücksichtigen Umweltgefahren wie Überschwemmungen und Megabrände bei der Auswahl des Urlaubsziels (57 Prozent). Zudem sind 58 Prozent bereit, mehr Geld für umweltfreundliche Unterkünfte und Transportmittel auszugeben, um ihren ökologischen Fußabdruck zu reduzieren.

Das Auto bleibt das bevorzugte Transportmittel: Auch in der diesjährigen Reiseplanung setzt die Mehrheit der Reisenden (55 Prozent) auf das Auto. Flugreisen folgen mit einer Wahl von 41 Prozent der Reisenden, während 25 Prozent den Zug bevorzugen.

Wachsende Bedeutung der Reiseversicherung: 54 Prozent der Reisewilligen haben bereits eine Reiseversicherung abgeschlossen oder beabsichtigen, dies zu tun – ein Anstieg von 4 Prozent[1] im Vergleich zum Vorjahr. Die wichtigsten Beweggründe sind die medizinische Versorgung im Ausland, die Absicherung der damit verbundenen Kosten, der Rücktransport sowie die Erstattung im Falle einer Stornierung. Eine bedeutende Mehrheit von 88 Prozent der Befragten fühlen sich mit einer Reiseversicherung sicherer und sorgenfreier. Besonders geschätzt (79 Prozent) wird ein rund um die Uhr verfügbarer Live-Chat mit medizinischen Fachkräften oder eine Hotline. Zudem erwarten 81 Prozent von ihrem Versicherer digitale Dienste, die das Reisen erleichtern, wie etwa einen digitalen Tresor für den sicheren und einfachen Zugriff auf wichtige Dokumente.

Digitale Urlaubsplanung: Immer mehr Deutsche lassen sich bei der Urlaubsplanung von Sozialen Medien inspirieren (37 Prozent). Auch der Einsatz von künstlicher Intelligenz erweist sich bei 29 Prozent als beliebtes Mittel bei der Reiseplanung.

Über den International Vacation Confidence Index

Die Online-Befragung wurde zwischen dem 11. und 22. April 2025 auf der Grundlage einer Stichprobe von 1.045 Personen in Deutschland mit einem selbstverwalteten Online-Fragebogen über das CAWI-System (Computer Assisted Web Interview) durchgeführt. Die Stichproben wurden nach der Quotenmethode anhand der Kriterien Geschlecht, Alter, Wohnregion und Einkommen gezogen.

[1] Die Umfrage für das Jahr 2025 fand vom 11. bis 22. April statt, was eine Vorverlegung um drei Wochen im Vergleich zum Befragungszeitraum des Jahres 2024 (2. bis 10. Mai) darstellt. Daher ist ein Vergleich der Ergebnisse nur bedingt möglich.

Pressekontakte

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

Naomi Lahner
FleishmanHillard Germany GmbH
Mobil: +49 152-09556977
Mail: allianz-partners.deutschland@fleishman.com
Blumenstraße 28
80331 München, Deutschland

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 und Mitarbeitenden-Benefits an. Dank ihrer kundenorientierten Arbeitsweise definieren die Allianz Partners Mitarbeiter:innen Versicherungsdienstleistungen neu, indem sie zukunftsweisende Hightech-Produkte und -Lösungen anbieten, die über die traditionelle Versicherung hinausgehen. Die Produkte und Services werden dabei nahtlos in das Geschäft der Partner eingebettet oder direkt an die Kund:innen verkauft und sind unter der Marke Allianz erhältlich. Rund 22.600 Mitarbeiter:innen, 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 auf der ganzen Welt Sicherheit und Komfort – nur einen Klick entfernt.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.allianz-partners.de