

Pressemitteilung

Mehrheit der Deutschen plant trotz des derzeitigen finanziellen Drucks Winterurlaub

Allianz Partners Deutschland veröffentlicht die Ergebnisse des 3. „International Travel Confidence Index“, für den 1.039 Personen in Deutschland befragt wurden

München, 07. Februar 2023 Anfang des Jahres planen mehr als die Hälfte der Deutschen (59 %) zwischen Januar und März in den Urlaub zu fahren – entweder im Inland oder im Ausland. Trotz des weit verbreiteten Drucks auf die Verbraucherausgaben erweisen sich die Auslandsreiseabsichten als sehr hoch: Fast ein Viertel (23 %) der Befragten plant, in den ersten drei Monaten des Jahres 2023 einen Auslandsurlaub zu machen. Von denjenigen, die in diesem Winter einen Urlaub im Ausland planen, sind andere europäische Länder das Top-Ziel und werden 70 % der Auslandsreisenden anziehen.

Das sind die wichtigsten Ergebnisse des 3. „International Travel Confidence Index“, den das französische Meinungsforschungsinstitut OpinionWay im Januar 2023 für Allianz Partners in Deutschland durchgeführt hat. An der Studie nahmen 1.039 Personen in Deutschland teil. Sie gibt Aufschluss über das Vertrauen der Verbraucher:innen in das Reisen in den ersten drei Monaten des Jahres 2023 – und über die größten Sorgen der Reisenden in diesem Winter.

Die Untersuchung ergab außerdem:

Die drei wichtigsten Gründe für einen Urlaub in diesem Winter sind: die Entspannung, die Liebsten und die Natur. Fast jede:r zweite Deutsche (47 %) gibt an, sich entspannen zu wollen. Ein Drittel (32 %) plant, Zeit mit den Liebsten zu verbringen, und 29 % wollen die Natur auf dem Land oder in den Bergen genießen.

Trotz der Inflation und der Krise bei den Lebenshaltungskosten rechnet der durchschnittliche Reisende mit Ausgaben von mehr als 1.500 €. Der durchschnittliche Betrag, den inländische und internationale Reisende zwischen Januar und März dieses Winters einplanen, beträgt 1.684 €. Das ist fast identisch mit den durchschnittlichen Urlaubsbudgets für den Sommer 2022 (1.680 €) – trotz der Tatsache, dass Winterurlaube in der Regel viel kürzer sind.

Auch wenn der Kostendruck die Nachfrage nicht untergräbt, so beeinträchtigt er doch bei einigen die Reisepläne. Von denjenigen, die eine Reise planen, gibt etwa die Hälfte der Befragten (47 %) an, dass sie aufgrund der steigenden Reisekosten damit rechnen, ihr Reiseziel

zu ändern, ihre Reise zu verkürzen oder sie sogar abzusagen. Auch bei denjenigen, die in diesem Winter *nicht* verreisen wollen, ist Geldmangel eines der größten Hindernisse für eine Reise (51 %). Mehr als die Hälfte (56 %) gab außerdem an, dass ein Winterurlaub für sie nicht wichtig sei.

Nach den Reiseproblemen des Jahres 2022 sind die Bedenken, was Beeinträchtigungen angeht, weiterhin hoch. Die Zuversicht, dass im Falle von Reiseunterbrechungen oder -annullierungen Alternativen gefunden werden können, ist eher gemischt. Während die Mehrheit der Menschen davon ausgeht, dass sie bei Bedarf alternative Verkehrsmittel oder Unterkünfte finden können, ist eine beträchtliche Minderheit nicht davon überzeugt. 29 % sind nicht zuversichtlich, dass eine alternative Beförderung gefunden werden könnte, wenn ihre ursprünglichen Pläne storniert würden. Und 29 % sind nicht zuversichtlich, dass sie eine alternative Unterkunft finden könnten.

Gesundheitliche Bedenken halten die Menschen nicht mehr vom Reisen ab. In diesem Winter gaben nur 2 % gesundheitliche Bedenken als Grund an, nicht zu verreisen. Insgesamt sind 42 % der Befragten etwas besorgt über die gesundheitliche Situation, ein Rückgang um 5 % im Vergleich zum letzten Sommer.

Heute schließen mehr Menschen eine Reiseversicherung aus dem Grund ab, um im Falle einer Stornierung oder Reiseunterbrechung abgesichert zu sein, als um medizinische Hilfe zu erhalten. Von denjenigen, die vor der Reise eine Reiseversicherung abschließen möchten (54 %), planen 23 %, sich gegen unvorhergesehene Ereignisse während der Reise zu versichern, und 27 %, sich im Falle einer Stornierung die Kosten erstatten zu lassen. Dem gegenüber stehen 17 %, die eine Versicherung zur Deckung medizinischer Kosten abschließen.

Stefan Kirchner, Leiter Vertrieb Touristik bei Allianz Partners Deutschland, kommentiert die Umfrage wie folgt: „Die Reiselust der Deutschen ist diesen Winter bemerkenswert groß – selbst angesichts der gestiegenen Kosten und der wirtschaftlichen Unsicherheit. Es ist etwa ein Jahr her, dass die meisten europäischen Länder ihre letzten pandemiebedingten Reisebeschränkungen aufgehoben haben, und die Deutschen haben die Vorteile des Reisens wiederentdeckt: eine Gelegenheit, sich zu entspannen, Zeit mit den Liebsten zu verbringen und die Natur zu genießen.

Die steigenden Preise haben jedoch die Trennlinie zwischen denen, die sich Reisen leisten können, und denen, die es nicht können, verschärft. Während viele weiterhin bereit und in der Lage sind, Geld für Freizeitreisen auszugeben, werden andere den privaten wirtschaftlichen Druck deutlich stärker spüren. Das kann für die Touristik-Branche eine Herausforderung werden, wenn sich dies bis über die Sommerreisesaison hinaus ausdehnt.

Außerdem haben sich die Gründe dafür, Reiseversicherungen abzuschließen, verändert: Während in der Vergangenheit der Hauptgrund für den Abschluss die Absicherung bei medizinischen Notfällen war, steht heute für viele Menschen der Schutz bei kurzfristigem Reiserücktritt und bei Reiseunterbrechungen im Vordergrund. Die Nachfrage nach Versicherungen ist größer denn je – aber auch die Erwartungen an den Service der Versicherer, wenn es um Problemlösung geht.“

Über den „International Travel Confidence Index“

Die Umfrage wurde von OpinionWay anhand einer Stichprobe von 9.337 Personen in Frankreich (1.033), in Deutschland (1.039), im Vereinigten Königreich (1.047), in Italien (1.047), in Spanien (1.047), in den Niederlanden (1.027), in Österreich (1.014), in der Schweiz (1.036) und in Polen (1.047) durchgeführt. Den vollständigen englischsprachigen Report finden Sie [hier](#).

Insgesamt nahmen 1.039 Deutsche ab 18 Jahren an der Meinungsumfrage teil:

Methode: Online-Befragung

Erhebungszeitraum: 3. bis 10. Januar 2023

Geschlecht: 48 Prozent Männer, 52 Prozent Frauen

Altersstruktur: 18-24 Jahre (11 Prozent), 25-34 Jahre (15 Prozent), 35-49 Jahre (27 Prozent), 50-64 Jahre (25 Prozent), 65 Jahre und älter (22 Prozent)

Pressekontakte

Alexandra Zimmerle
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Telefon: +49 170 3645904
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Maike Störmer
Account Executive
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 unter den drei folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care und Allianz Travel. Rund 19.800 Mitarbeitende, die in mehr als 75 Ländern vertreten sind, bearbeiten jährlich etwa 64 Millionen Fälle in 70 Sprachen. Damit bieten sie Geschäftspartnern und ihren Kund:innen Sicherheit und Komfort – nur einen Klick entfernt.

Allianz Partners ist in Deutschland mit verschiedenen Unternehmen vertreten: Die **AWP P&C S.A.**, Niederlassung für Deutschland und die **Allianz Partners Deutschland GmbH** bieten Leistungen im Bereich Spezialversicherungen für Reise, Freizeit und Auslandsaufenthalte sowie Assistance-Leistungen an. Zu Allianz Partners gehören zudem die **Automotive VersicherungsService GmbH** als Versicherungspartner des Automobilhandels sowie die **MAWISTA GmbH** als Spezialist in der Vermittlung von zielgruppenspezifischen Krankenversicherungen für vorübergehende Auslandsaufenthalte sowie Aufenthalte von Gästen aus dem Ausland in Deutschland. Die **Allianz Handwerker Services**

GmbH bietet umfassende Leistungen rund um das Schaden- und Immobilienmanagement, modernisiert und repariert deutschlandweit mit eigenen Ingenieuren und geprüften Handwerkern. Als Customer Support Center erbringt die **Mondial Kundenservice GmbH** im **24/7-Betrieb** Dienstleistungen für die Versicherungswirtschaft, zudem stehen über diese Gesellschaft auch die Leistungen der Allianz Handwerker Services GmbH für die Versicherungswirtschaft zur Verfügung. Außerdem ist Allianz Partners im Bereich Rehabilitationsmanagement mit der **rehacare GmbH** vertreten. Sie unterstützt Menschen nach Unfall oder schwerer Krankheit auf dem Weg ihrer Rehabilitation. Die **Warranty GmbH** ist auf die Vermittlung und Abwicklung von Kfz-Garantie-Versicherungen spezialisiert.