

Persbericht

Reizigers verhogen reisbudgetten ondanks de druk op kosten van levensonderhoud

Allianz Partners' Vacation Confidence Index onthult:

- **Toenemende vraag naar internationale reizen met een aanzienlijke afname van de bezorgdheid over gezondheid en geopolitiek.**
- **Reizigers maken zich grote zorgen over milieurisico's zoals branden en overstromingen.**

Amsterdam, 13 juni 2023

De meeste reizigers verhogen hun vakantiebudget in 2023, ondanks de aanhoudende druk op de kosten van levensonderhoud en de hardnekkig hoge inflatie. Respondenten in zeven van de negen landen die door Allianz Partners zijn onderzocht voor de Summer Vacation Confidence Index plannen hogere reisuittgaven dit seizoen*, waarbij die in Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk de grootste jaarlijkse stijgingen melden van respectievelijk €653 (stijging van 31%) en €467 (stijging van 26%). Reizigers in Frankrijk, Duitsland, Italië, Spanje en Nederland melden ook hogere bestedingen. Oostenrijk is het enige land dat een verlaging van de budgetten meldt.

Voor het onderzoek, dat werd uitgevoerd door OpinionWay voor Allianz Partners, werden 9.443 mensen ondervraagd in Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië, Spanje, Nederland, Oostenrijk, Zwitserland en Polen.

Uit het onderzoek bleek dat de vraag naar reizen zeer groot blijft: 85% van de respondenten is van plan om deze zomer op vakantie te gaan, vergeleken met 84% vorig jaar. De internationale reisintenties zijn opnieuw toegenomen, met 43% die een reis naar het buitenland plant in de zomer van 2023, een stijging van 4 procent ten opzichte van 2022. Het Verenigd Koninkrijk (50%) zag de grootste stijging in reizigers die internationale vakanties plannen, een stijging van 8 procent.

De meeste reizigers houden rekening met milieurisico's zoals branden en overstromingen bij het kiezen van een vakantiebestemming. Na spraakmakende natuurrampen in de afgelopen jaren, waaronder de overstromingen in Noord-Italië in 2023 en grote branden in 2022, verklaarde 58% van de respondenten in het onderzoek dat ze rekening houden met dergelijke risico's bij het kiezen van een vakantiebestemming. Reizigers in Spanje (65%) en Zwitserland (62%) het meest waarschijnlijk op deze manier te werk gaan. Respondenten in het Verenigd Koninkrijk (50%) hielden het minst rekening met deze risico's.

* Polen was niet opgenomen in de enquête van 2022, dus een vergelijking met de gegevens van 2023 is niet mogelijk.

Allianz Partners

Group Communications

Andere belangrijke inzichten:

- **Steeds avontuurlijker:** 43% van de respondenten vindt zichzelf avontuurlijker dan vijf jaar geleden. Daarnaast heeft 73% van de vakantiegangers aangegeven iets nieuws en anders te willen proberen tijdens hun vakantie.

- **Minder bezorgdheid over geopolitiek en gezondheidskwesties:** Slechts 29% van de ondervraagden zegt zich zorgen te maken over geopolitieke kwesties, een daling van 13 punten ten opzichte van vorige zomer. Ook zegt slechts 28% van de ondervraagden zich zorgen te maken over gezondheidskwesties, een daling van 17 punten in de afgelopen 12 maanden.

- **Meer aandacht voor de impact op het milieu:** Meer dan de helft (56%) is van plan om de manier waarop ze reizen te veranderen om hun impact op het milieu te verminderen. De helft (53%) is bereid meer uit te geven aan vervoer en accommodatie om hun ecologische voetafdruk te verkleinen.

- **Rust en ontspanning belangrijkste reden om weg te gaan:** Rust en ontspanning was het belangrijkste motief om op vakantie te gaan voor de meeste reizigers in alle negen onderzochte landen.

Als reactie op het onderzoek zegt Joe Mason, Chief Marketing Officer – Travel bij Allianz Partners: *“Na een jaar van hoge inflatie en druk op de kosten van levensonderhoud, zou je verwachten dat reizigers hun budgetten zouden verlagen en de broekriem aanhalen in 2023. In feite is het tegenovergestelde het geval: het verlangen om te reizen blijft extreem sterk en reizigers reageren op hogere prijzen door hun budgetten te verhogen. Tegelijkertijd zorgt een afname van geopolitieke en gezondheidszorgen ervoor dat de internationale reisintenties weer toenemen.”*

“Mensen houden bij het plannen van hun vakantie ook rekening met milieurisico's zoals overstromingen en branden. Recente extreme weersomstandigheden zijn niet onopgemerkt gebleven nu vakantiegangers hun opties afwegen. Deze trends zullen waarschijnlijk een domino-effect hebben op de reisverzekeringsbranche, waarbij meer reizigers ervoor kiezen om de grote verscheidenheid aan producten te verkennen die worden aangeboden om er zeker van te zijn dat ze gedekt zijn.”

“De bredere milieu-impact van reizen is ook een prioriteit voor veel vakantiegangers. Ondanks de druk op de kosten, is het opvallend dat 53% van de reizigers nu zegt dat ze bereid zijn om meer te betalen voor vervoer en accommodatie die hun impact op het milieu verminderen.”

Ga voor meer informatie naar www.allianz-partners.nl

EINDE**Persvragen:**

Neem voor meer informatie contact op met FleishmanHillard:
allianzpartners@fleishmaneuropa.com

Noot voor de redactie**Methodologie van het onderzoek**

* Polen was niet opgenomen in de enquête van 2022, dus een vergelijking met de gegevens van 2023 is niet mogelijk.

Allianz Partners

Group Communications

Het onderzoek werd uitgevoerd op een steekproef van 9.443 personen, in Frankrijk (1.037 personen), in Duitsland (1.050 personen), in het Verenigd Koninkrijk (1.052 personen), in Italië (1.050 personen), in Spanje (1.051 personen), in Nederland (1.050 personen), in Oostenrijk (1.053 personen), in Zwitserland (1.050 personen) en in Polen (1.050 personen). De steekproeven werden samengesteld volgens de quotummethode, met betrekking tot de criteria geslacht, leeftijd, socio-professionele categorie, regio van verblijf en grootte van de agglomeratie in Frankrijk; geslacht, leeftijd, regio en inkomen in andere landen. De interviews werden uitgevoerd met behulp van een online vragenlijst die door de respondent zelf werd ingevuld via het CAWI-systeem (Computer Assisted Web Interview). De enquêtes werden uitgevoerd tussen 3 en 9 mei 2023.

Over Allianz Partners

Allianz Partners is wereldwijd leider op het gebied van B2B2C-verzekeringen en hulpverlening en biedt wereldwijde oplossingen voor internationale gezondheids- en levensverzekeringen, reisverzekeringen, automotieve en assistance. Onze innovatieve experts zijn klantgericht en herdefiniëren verzekeringsdiensten door toekomstbestendige, hightech high-touch producten en oplossingen te leveren die verder gaan dan traditionele verzekeringen. Onze producten zijn naadloos geïntegreerd in de activiteiten van onze partners of worden rechtstreeks aan klanten verkocht via het commerciële merk Allianz Global Assistance. Onze 21.500 medewerkers zijn werkzaam in 75 landen en spreken 70 talen, behandelen meer dan 58 miljoen dossiers per jaar en zijn gemotiveerd om dat ene stapje extra te doen om onze klanten over de hele wereld te helpen en te beschermen.

Social media



Volg ons op Twitter [@AllianzAssistNL](https://twitter.com/AllianzAssistNL)



Volg ons op LinkedIn [Allianz Partners Nederland](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners-nederland)