

Reisestudie 2023

Buchungs- und Reiseverhalten der Schweizer
Reisebevölkerung 2023

Zürich, 06. September 2023



Agenda

1 Schweizer Reisebarometer

4 Nachhaltigkeit beim Reisen

2 Reisen & Versicherung

5 Fazit

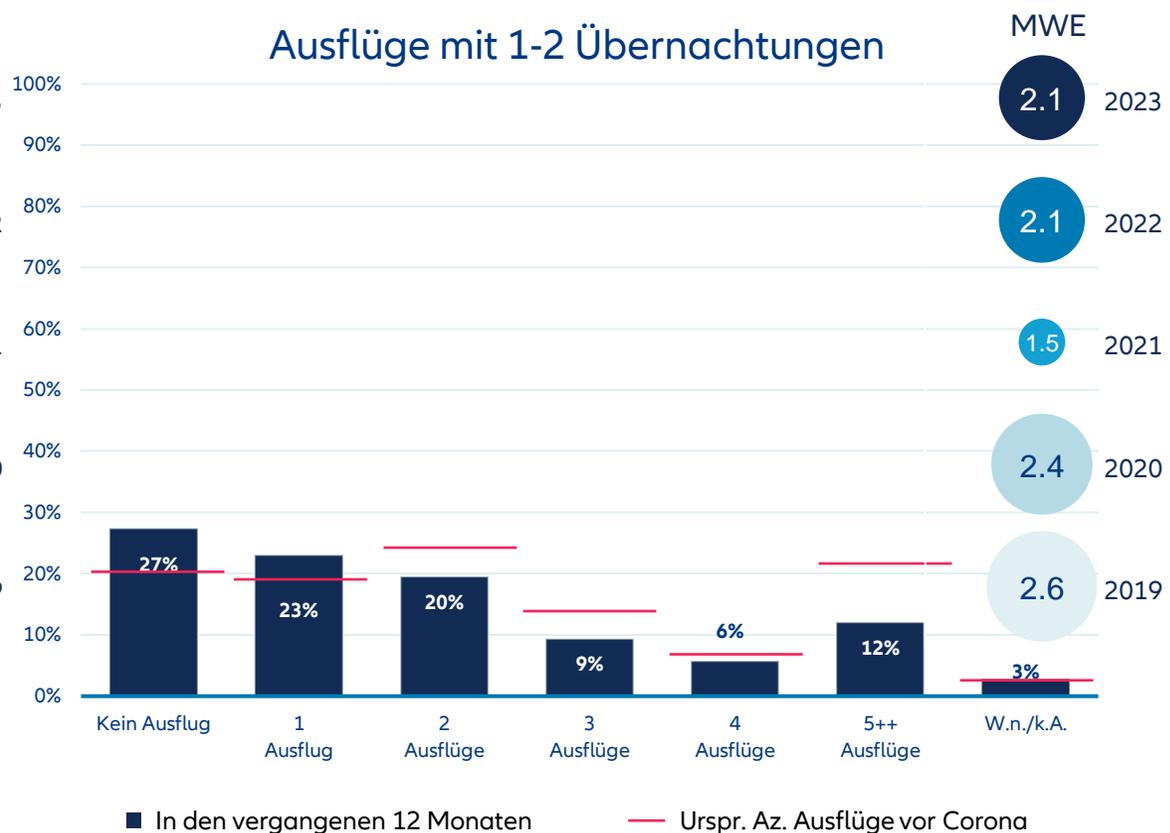
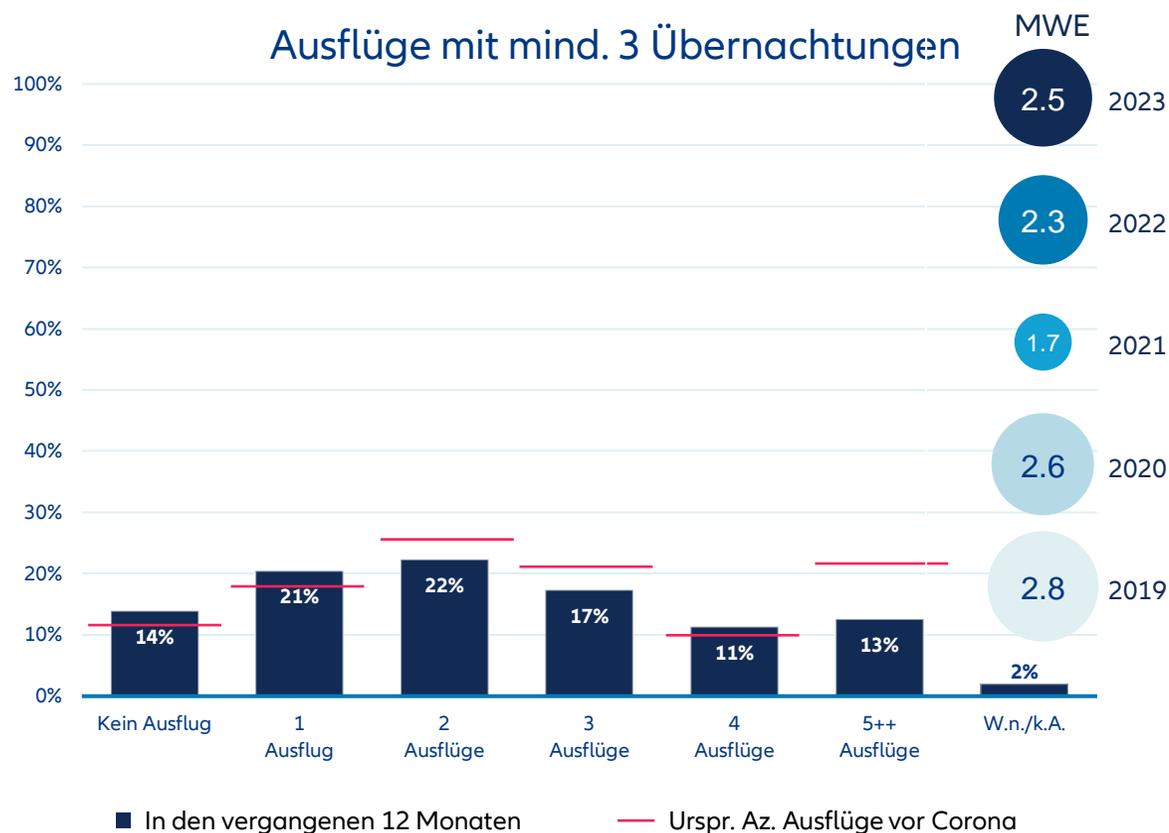
3 Reisebudgets & Preissteigerung

6 Stichprobenstruktur & Studiendesign 2023

Schweizer Reisebarometer



Anzahl auswärtige Übernachtungen – letzte 12 Monate



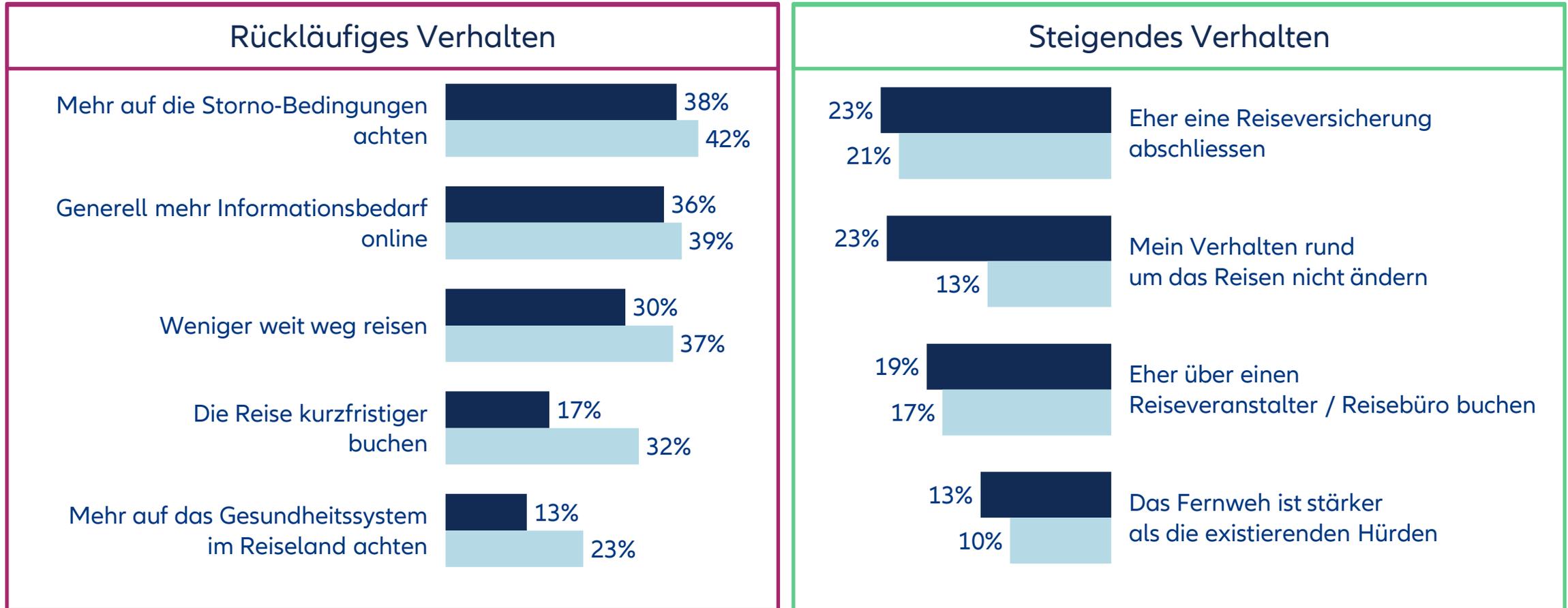
Die Reisetätigkeit erreicht das Niveau von Vor-Corona (2019) noch nicht, jedoch sieht man bei Ausflügen mit mind. 3 Übernachtungen eine leichte Steigerung gegenüber dem Vorjahr.

S10: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Ferien mit mindestens drei auswärtigen Übernachtungen gemacht?

S20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Kurztrips (z.B. Städte- oder Wochenendtrip) mit einer bis max. zwei auswärtigen Übernachtung(en) gemacht?

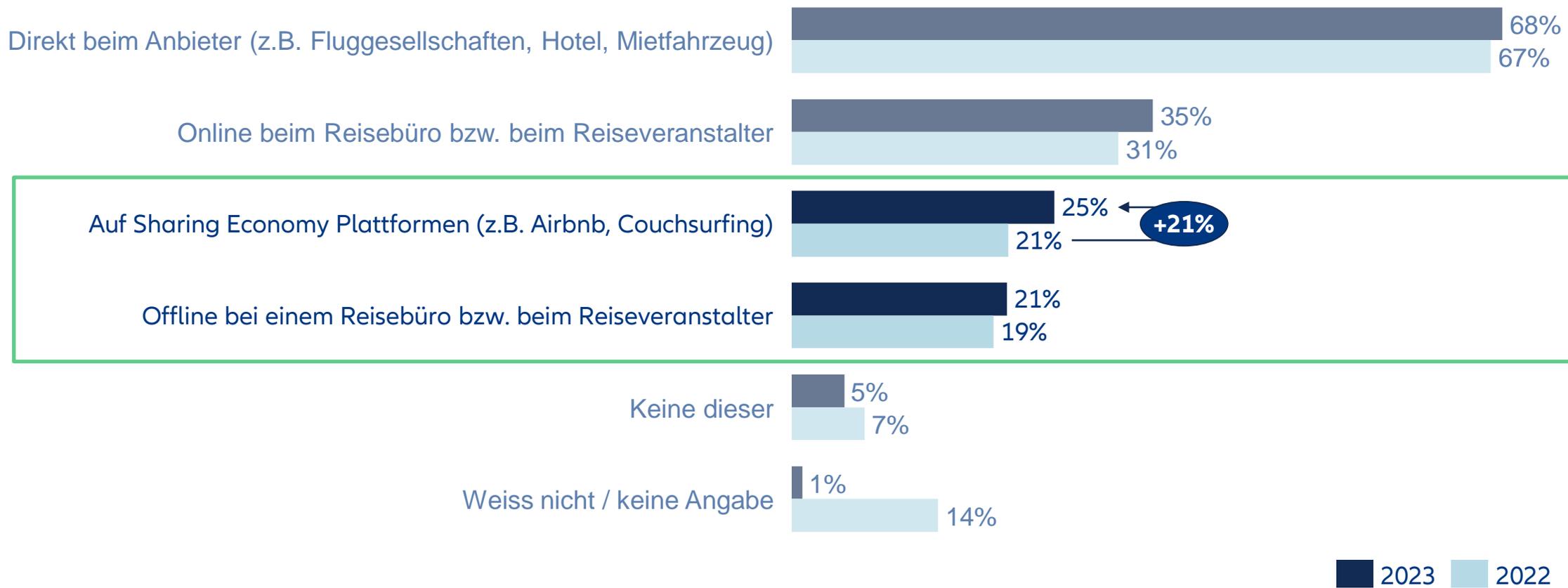
Basis: n=1'181 | Filter: Alle Befragten | Zahlenfelder | Neue Fragen in W3 2021

Unsicherheiten der Pandemie verblasen zunehmend – von Stornobedingungen bis hin zum Fernweh

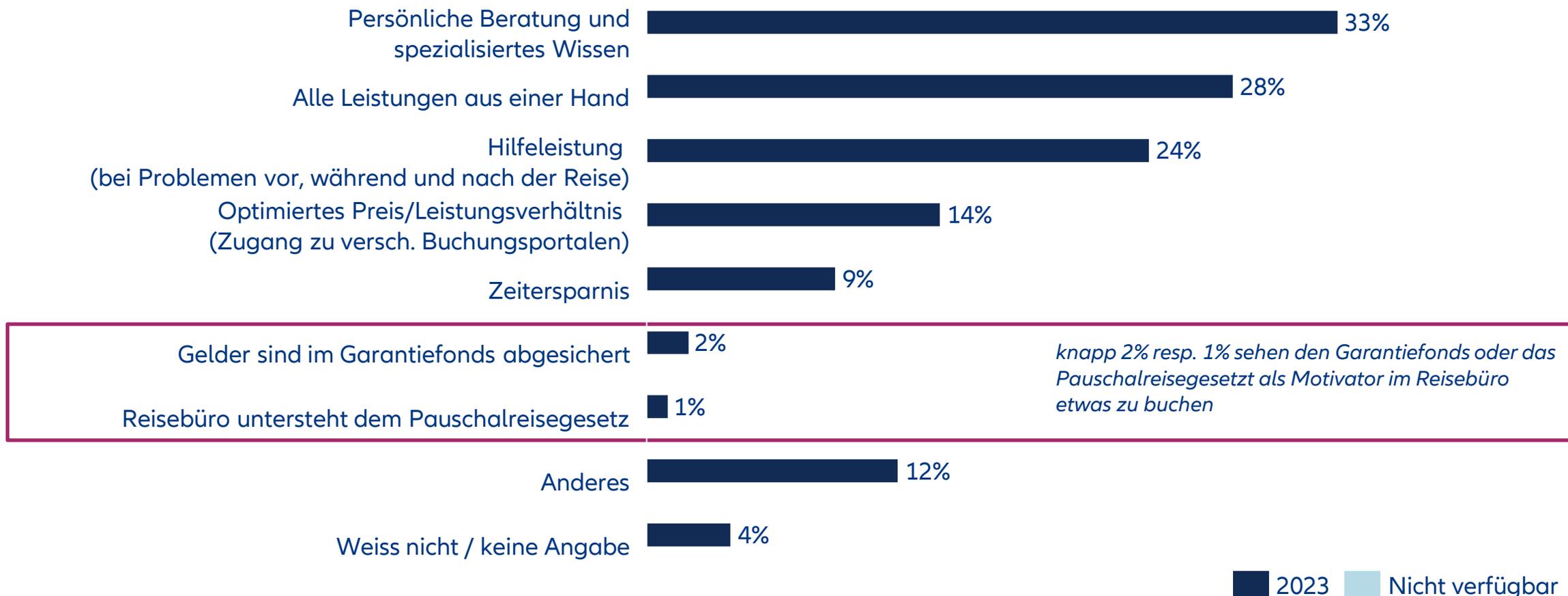


F110: Hürden und Komplexität beim Reisen sind nachweislich gestiegen – was resultiert für Sie entsprechend daraus?
 Basis: N=1'060 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Geschlossene Frage

Sharing Plattformen vergrössern Abstand zu Reisebüros – Generelle Zunahme über alle Buchungskanäle ersichtlich



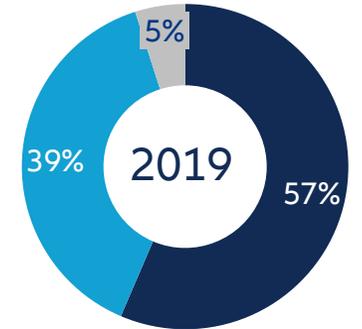
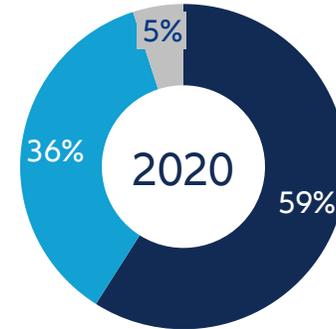
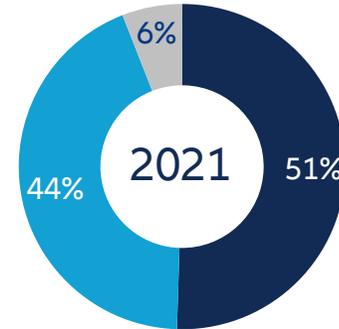
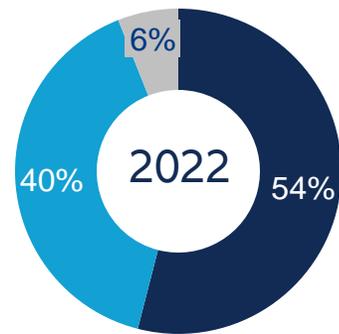
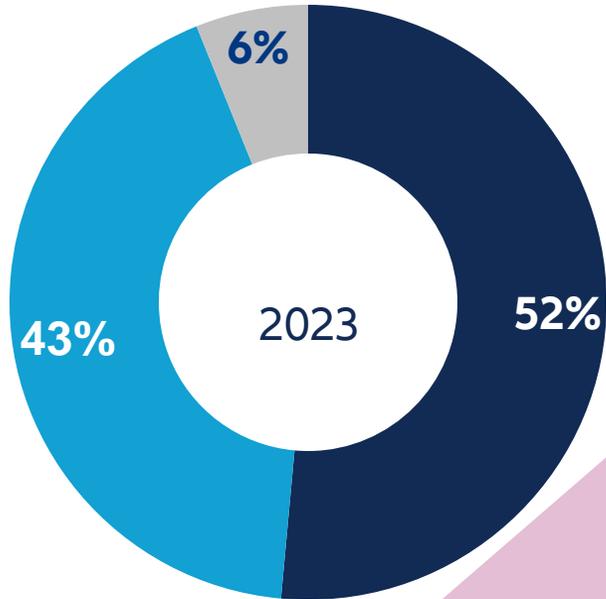
Reisebürobuchung - Service und Fachwissen als wichtigste Faktoren und Sicherheit auf den hintersten Rängen



Reisen & Versicherung

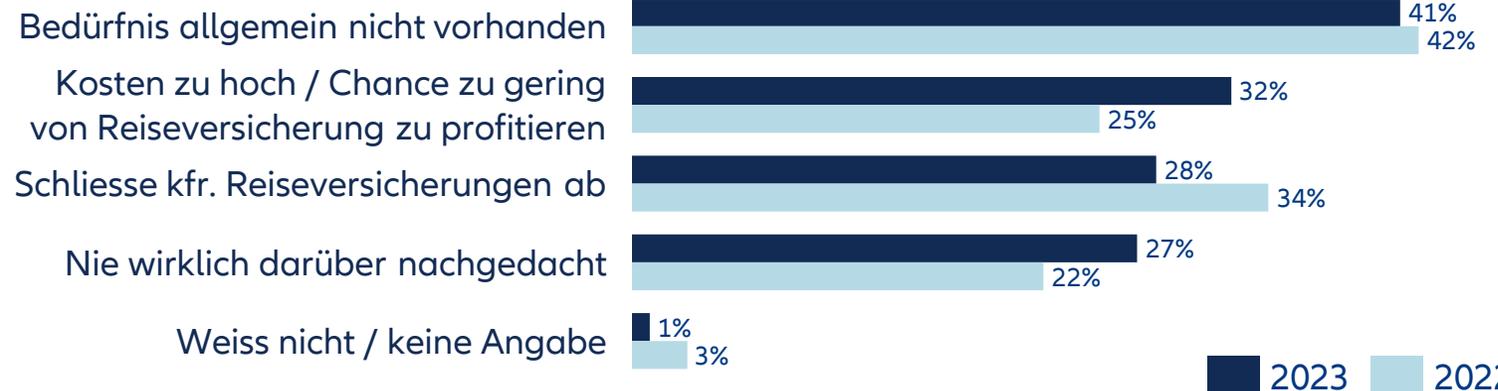


Leichter Rückgang beim Besitz einer Jahresreiseversicherung



Ja
 Nein
 Weiss nicht / k.A.

GRÜNDE GEGEN EINEN BESITZ



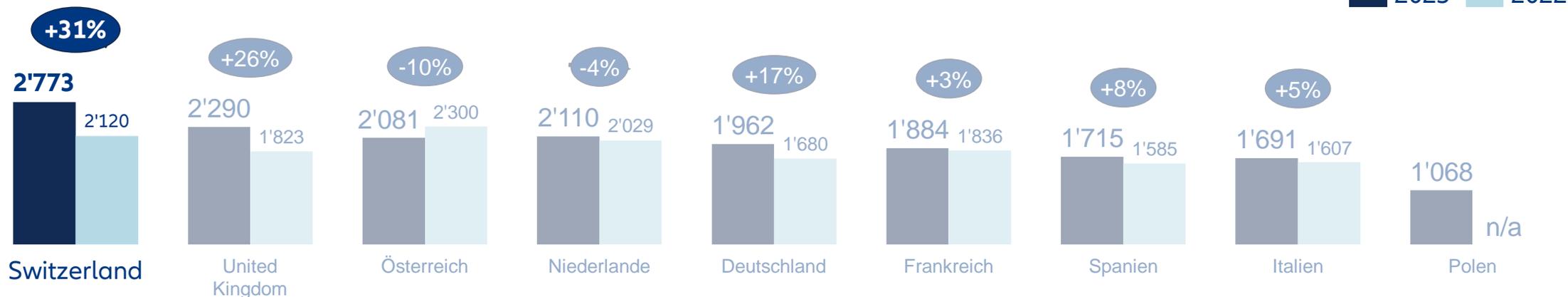
F600: Verfügen Sie über einen permanenten Reiseschutz? Mit einem permanenten Reiseschutz ist eine ganzjährige Reiseversicherung gemeint.
 F620: Über welchen Anbieter ist Ihr permanenter Reiseschutz abgedeckt?

Reisebudgets & Preissteigerungen



Reisebudget bereits +31% angepasst - 8 von 10 Befragten passen ihre Ausgaben inflationsbedingt an

Entwicklung der Reisebudgets im Länder- und Zeitvergleich (in € - Quelle: Allianz Partners Travel Confidence Study)



Individuelle Wahrnehmung und Anpassung der eigenen Ausgaben aufgrund der Inflation / Preissteigerungen



F881: Das Thema Preissteigerung/Inflation ist aktuell in aller Munde. Inwiefern sind ihre persönlichen Ausgaben davon betroffen?
 Basis: n=1'060 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Geschlossene Frage | neue Frage in W5 2023

Von den Fernzielen wird noch immer geträumt – Nachbarländer hoch im Kurs

Wohin Herr und Frau Schweizer gerne reisen möchten



Wohin Herr und Frau Schweizer effektiv reisen



F850b: Unabhängig aller Hürden und externen Einflussfaktoren – wohin würden Sie gerne reisen? (Land/Stadt/Region)

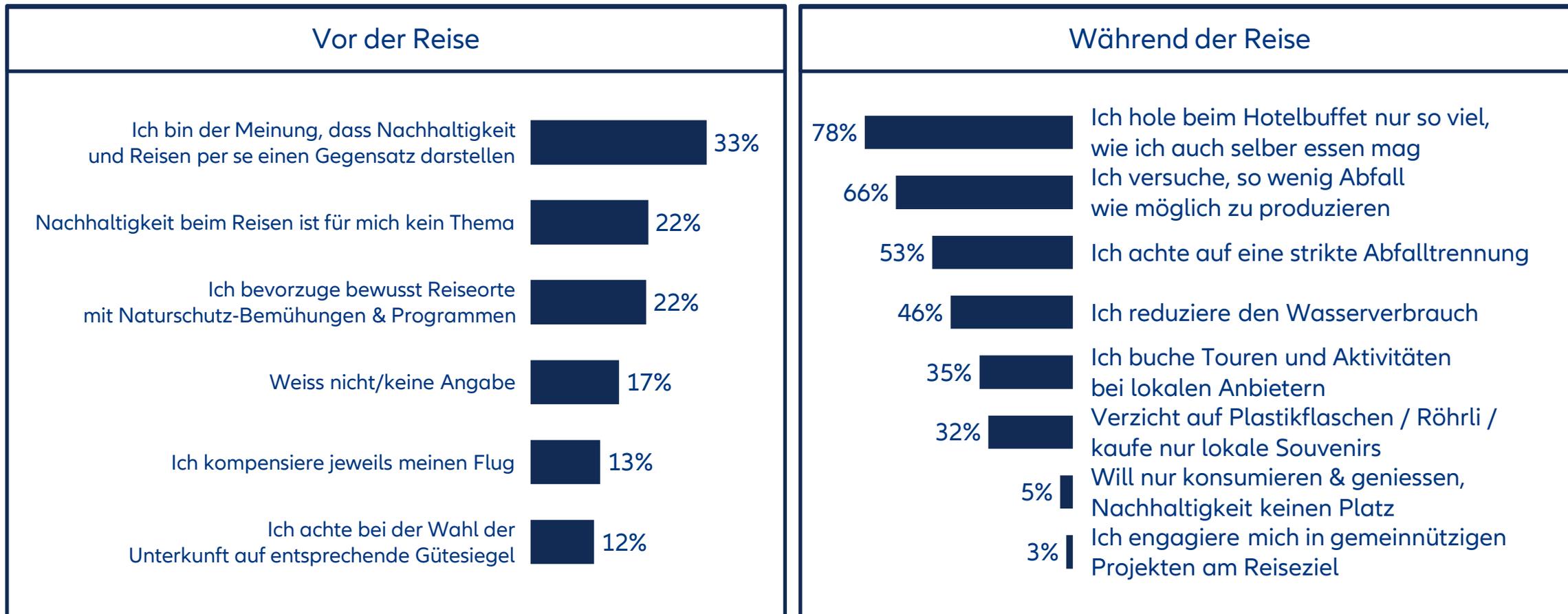
F860b: Wohin sind Sie dieses Jahr effektiv gereist respektive werden Sie hinreisen?

Basis: n=1'060 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Offene Frage | neue Frage in W4 2022 | Nennungen >2%

Nachhaltigkeit beim Reisen & weitere Aspekte



Nachhaltigkeit beim Reisen – Persönliches Greenwashing oder konkreter Gegensatz



F500: Inwiefern beeinflusst Sie das Thema Nachhaltigkeit bei der Reiseplanung? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?
 F510: Inwiefern beeinflusst Sie das Thema Nachhaltigkeit während Ihrer Reise? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?
 Basis: n=1'060 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Geschlossene Frage | neue Frage in W5 2023

Fazit



Portemonnaie statt Pandemie - Rückkehr zu alten Verhaltensmustern



Buchungsverhalten wandelt sich wieder zurück zu alten Verhaltensmustern

- Reisende sind wieder zuversichtlicher und buchen wieder vermehrt langfristig
- Generell steigende Sorglosigkeit ist zu erkennen



Mehrwert der Pauschalreise nicht im Bewusstsein der Reisenden verankert

- Druck auf die klassischen Reisebüros steigt weiter durch Buchungsalternativen im Aufwind
- Nur gut 2% erkennen den Mehrwert einer Pauschalreise über das Reisebüro



Gestiegene Reisebudgets drücken auf die Erfüllung der Reiseträume

- Reiseintensität weiter zunehmend
- Obschon das Reisebudget um 31% gestiegen ist, sind bereits Spareffekte sichtbar
- Fernweh bleibt weiter noch mehrheitlich ein Wunschtraum



Nachhaltigkeit bei der Reiseplanung weit entfernt vom Massenphänomen

- Unvereinbarkeit von Nachhaltigkeit und Reisetätigkeit von jeder dritten Person bejaht
- Greenwashing-Tendenzen zur Beruhigung des eigenen Gemüts

Medienkontakt und weitere Informationen

Allianz  Partners



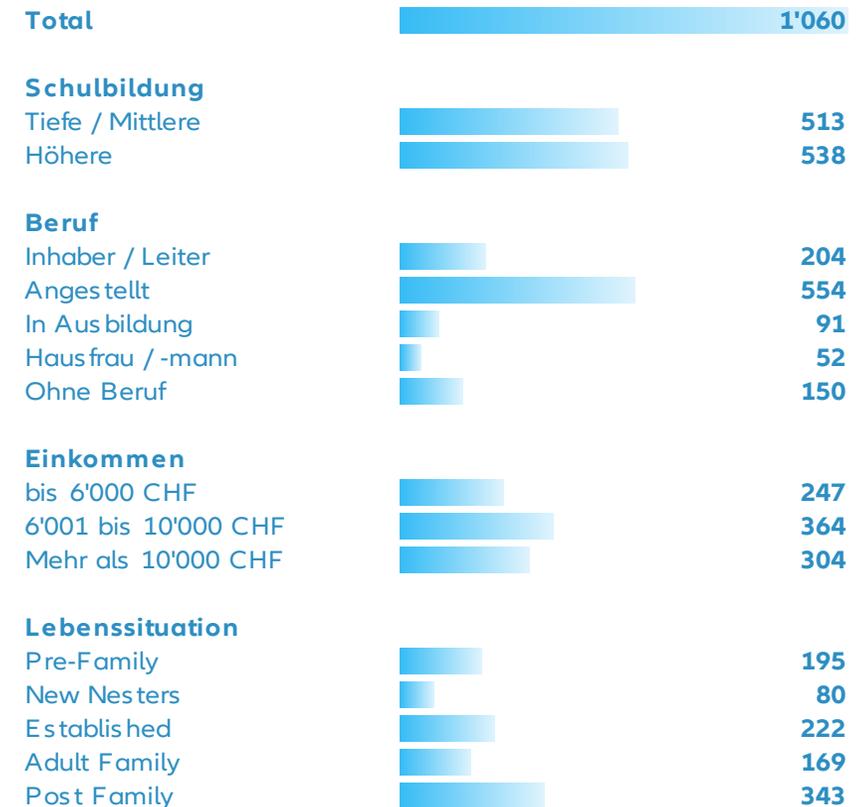
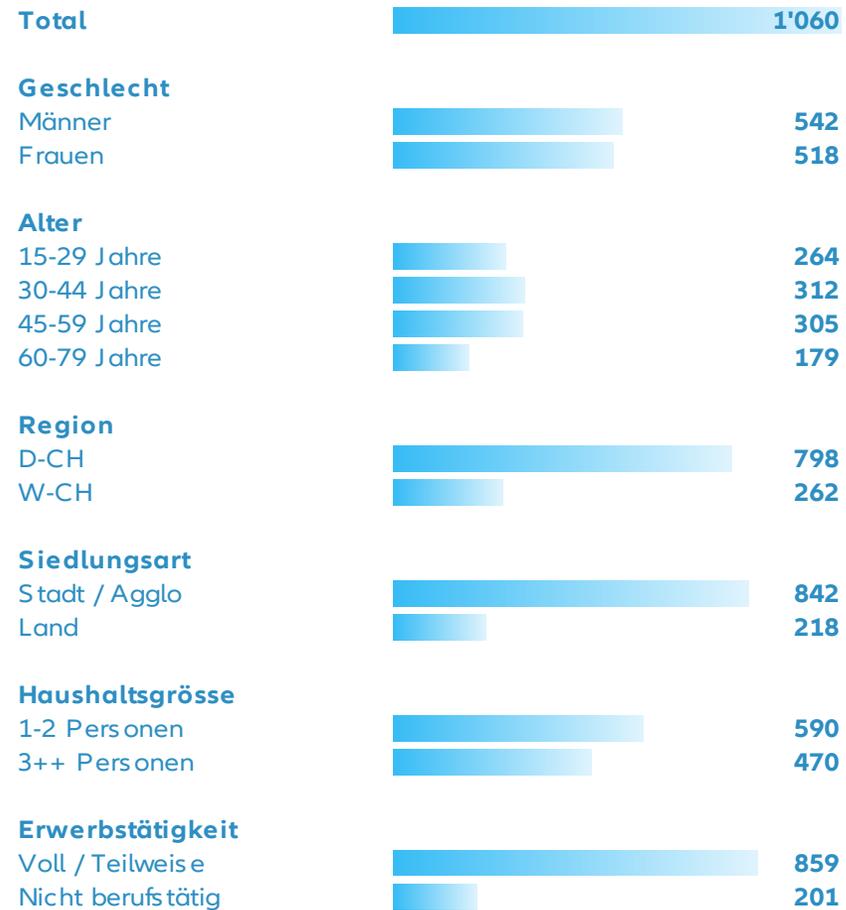
Medianfragen bitte an:
medien.ch@allianz.com

Ergebnisse zum Download unter:
www.allianz-partners.com/reisestudie

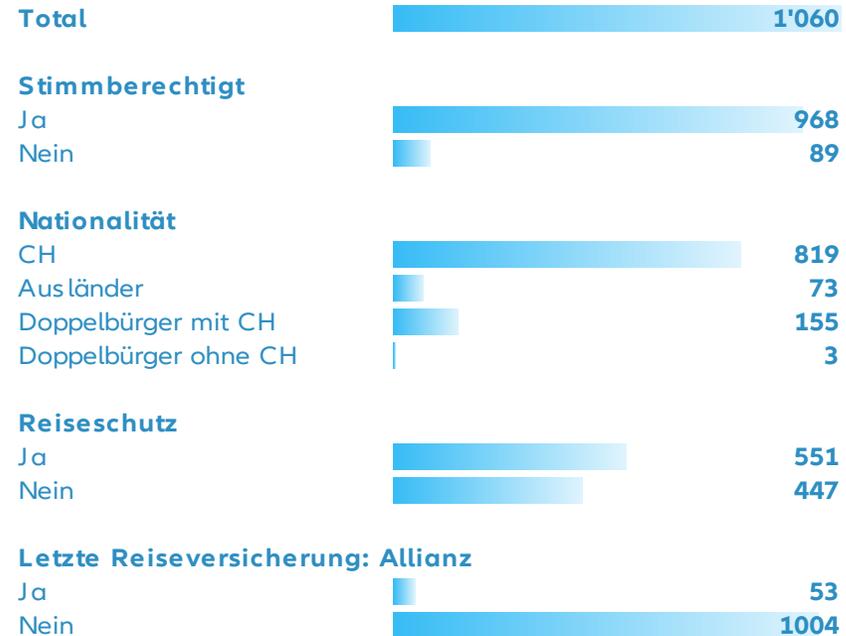
Stichprobenstruktur und Studiendesign 2023



Stichprobenstruktur (ungewichtet) – (1/2)



Stichprobenstruktur (ungewichtet) – (2/2)



Studiendesign

Kunde:	Allianz Partners
Kontaktperson Kunde:	Meret Etter Product Innovation & Marketing Specialist
LINK:	Annina Diethelm-Eggenschwiler Senior Research Consultant Marketing Research Nicole Hänzi Trainee Marketing Research
Studienziel:	Evaluation des Buchungs- und Reiseverhaltens der Schweizer Reisebevölkerung Zudem werden 2023 im Content-Teil Fragen zur Veränderung des Reiseverhaltens durch die Preissteigerung (inkl. Verhaltensänderungen im Alltag und beim Reisen & Wunsch-Destination) gestellt.
Erhebungsphase:	26. Juni - 5. Juli 2023
Zielgruppe:	Sprachassimilierte Bevölkerung zwischen 15 bis 79 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz mit mind. einer auswärtigen Übernachtung pro Jahr. Zudem gilt: Nutzen das Internet mindestens mehrmals pro Monat zu privaten Zwecken.
Anzahl Interviews:	n=1'060 Interviews (n=1'181 Brutto-Interviews)
Methode:	Online-Studie im LINK Internet-Panel mit ca. 115'000 telefonisch rekrutierten, aktiven Mitgliedern
Hinweise zur Studie:	In diesem Report werden nur die Totalwerte ausgewiesen. Für die Werte der Subgruppen wird auf die PDF- und Excel-Tabellen verwiesen. In den Auswertungen sind Rundungsdifferenzen von +/- 1 Prozent möglich.

Thank you!

