

Reisestudie

Buchungs- und Reiseverhalten
der Schweizer Reisebevölkerung 2025

Medien
Allianz Partners Schweiz

Zürich,
10. September 2025



Schweizer Reiseverhalten im europäischen Kontext



Erhebung des Reiseverhaltens
der Schweizer Bevölkerung

Befragungszeitraum **Juni 2025**

1'212 Befragte

(davon 1'068 mit mind. 1 Reise)

Allianz Partners Schweiz



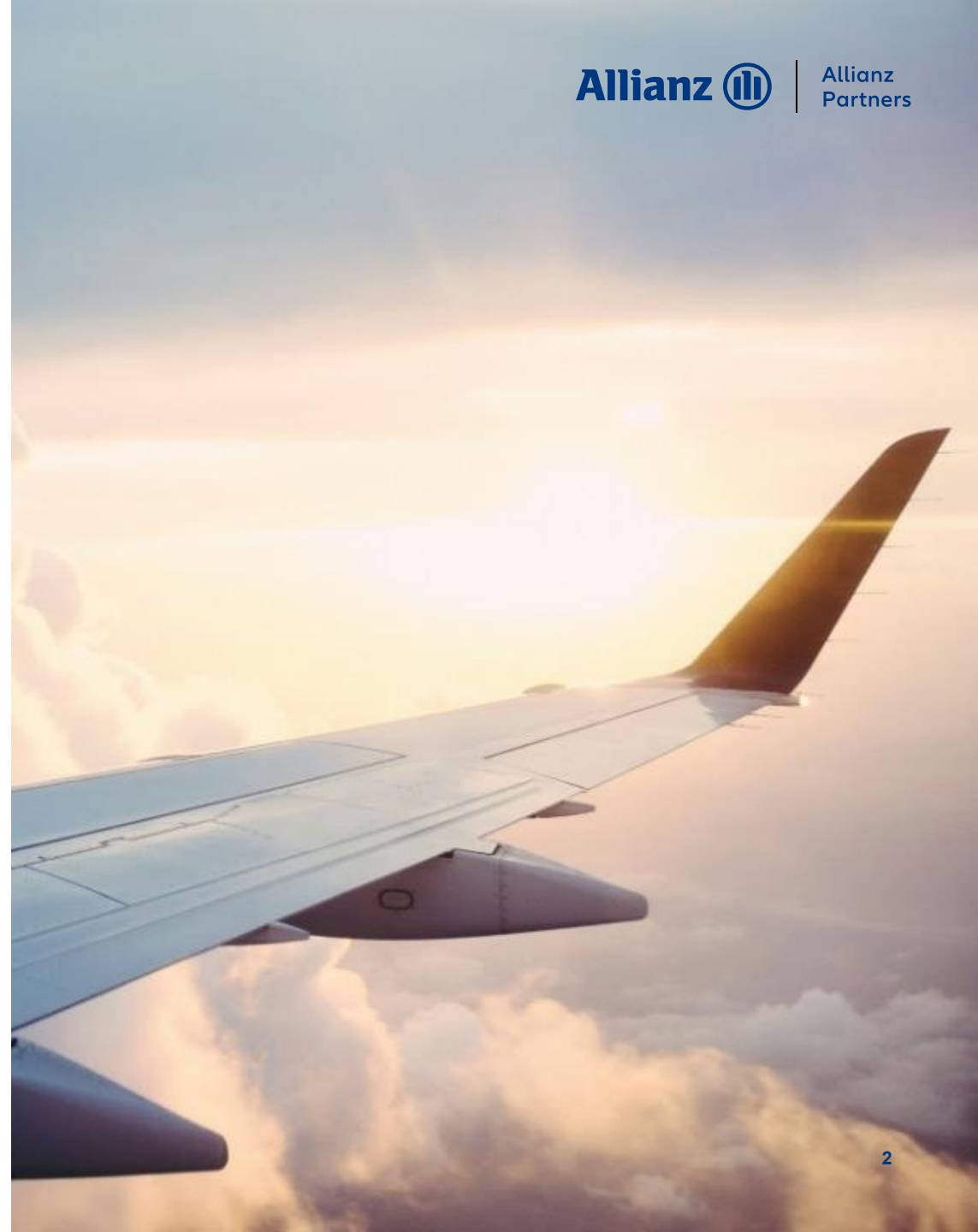
International Travel
Confidence Study

Befragungszeitraum **April 2025**

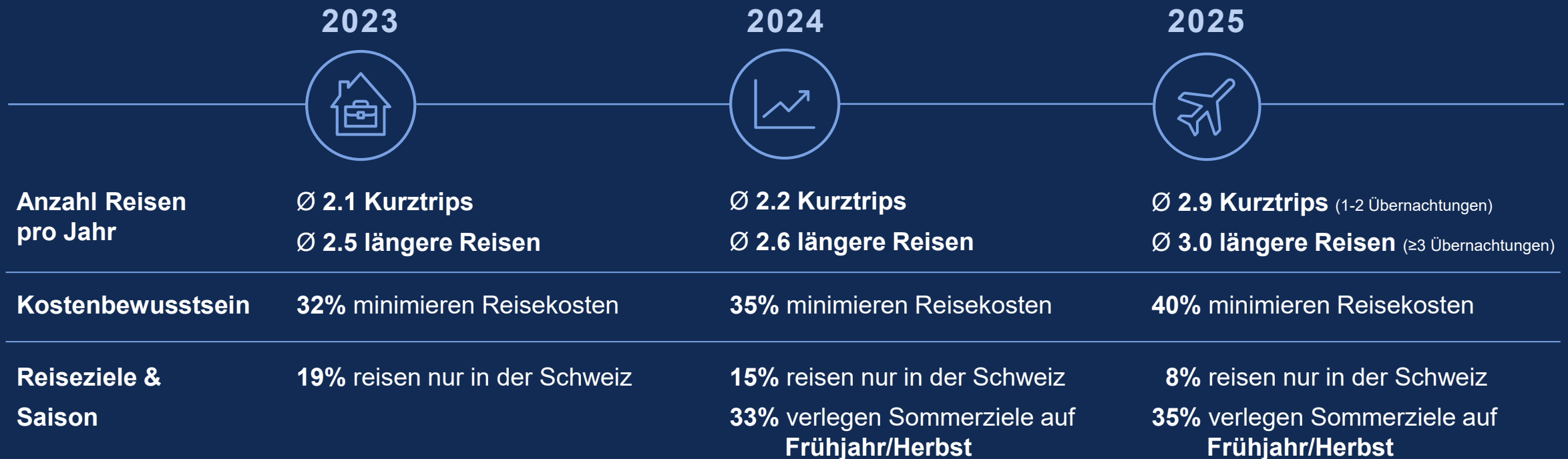
1'005 Befragte Schweiz

Allianz Partners Global

Erstmalige **Kombination** der Ergebnisse inkl. **aktueller Fragestellungen** wie
Reiseziele, Geopolitik und Individualisierung



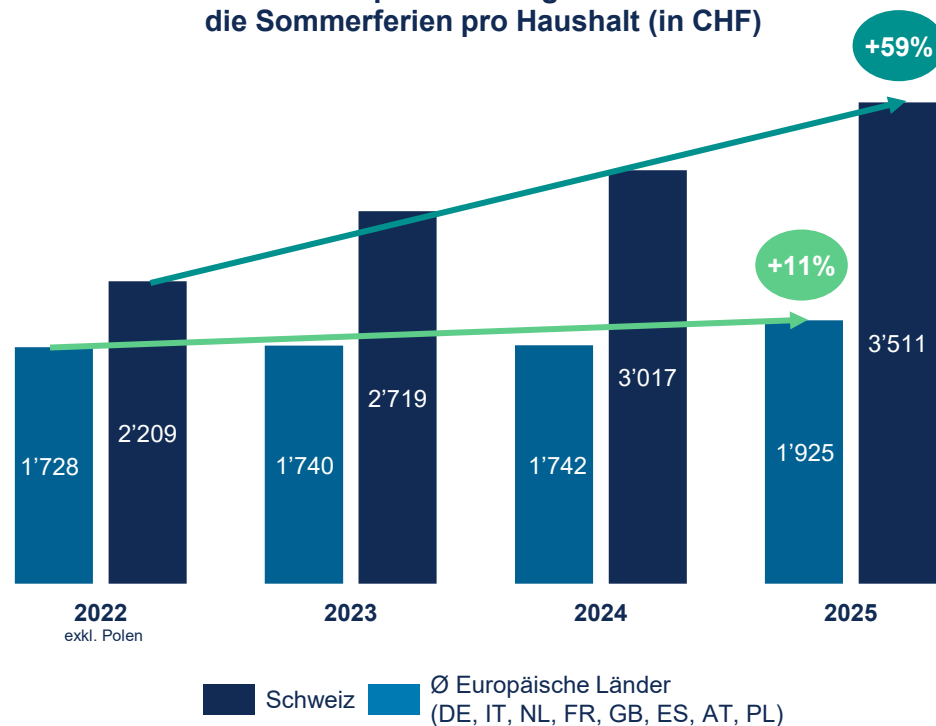
Vorjahresvergleich – Reisefrequenz nimmt trotz höherem Kostenbewusstsein stetig zu



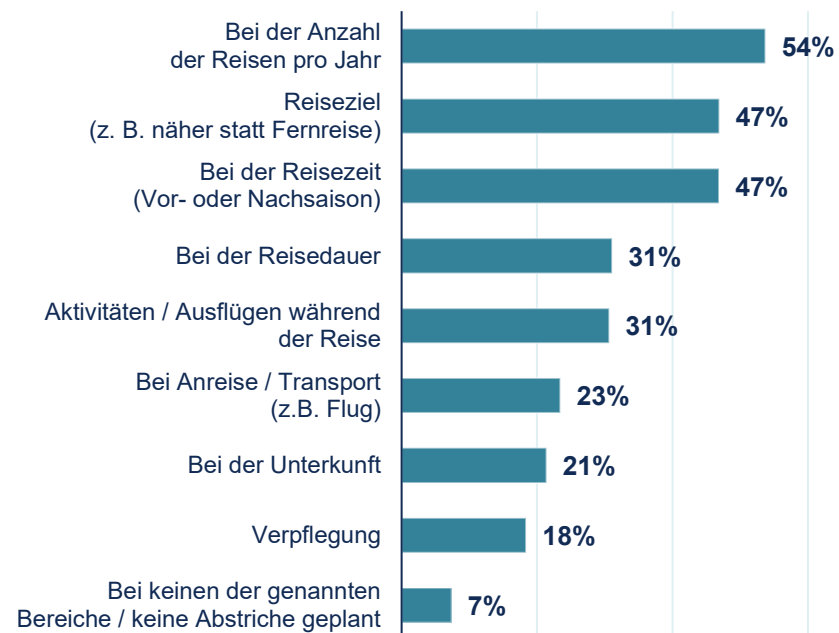
- S10: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Ferien mit mindestens drei auswärtigen Übernachtungen gemacht? | S20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Kurztrips (z.B. Städte- oder Wochenendtrip) mit einer bis max. zwei auswärtigen Übernachtung(en) gemacht?; Basis: n=1'212 | Filter: Alle Befragten | Zahlenfelder
- F410.01, F410.05, F410.18: Hier sind einige Sätze oder Meinungen zum Thema Reisen: Geben Sie für jeden Satz an, ob er auf Sie zutrifft oder nicht, indem Sie eine Skala von 1 bis 7 verwenden. Ich versuche, die Kosten für meine Reisen zu minimieren; Ich werde nur innerhalb der Schweiz reisen; Ich bereise klassische Sommerziele mittlerweile eher im Frühjahr und/oder Herbst; Basis: n=1'068 | Filter: Personen, die mind. 1 auswärtige Übernachtung pro Jahr machen
- Q1: What are your summer travel plans (sometime between June and September)?; Base: n=1'005 | Filter: all participants

Trotz erhöhtem Kostenbewusstsein – geplantes Ferienbudget der Schweizer wächst überdurchschnittlich

Geplantes Budget für
die Sommerferien pro Haushalt (in CHF)

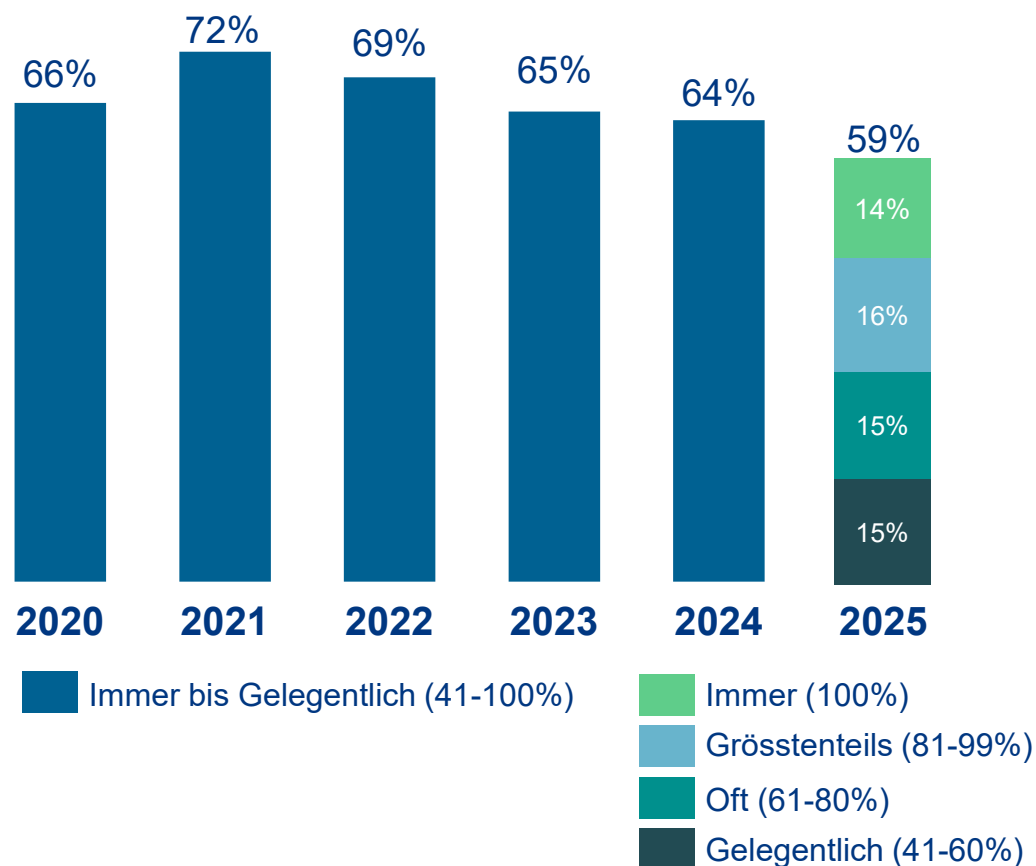


«Angesichts steigender Preise: Bei welchen Bereichen Ihrer Reise wären Sie am ehesten bereit, aus Kostengründen Einschränkungen hinzunehmen?»

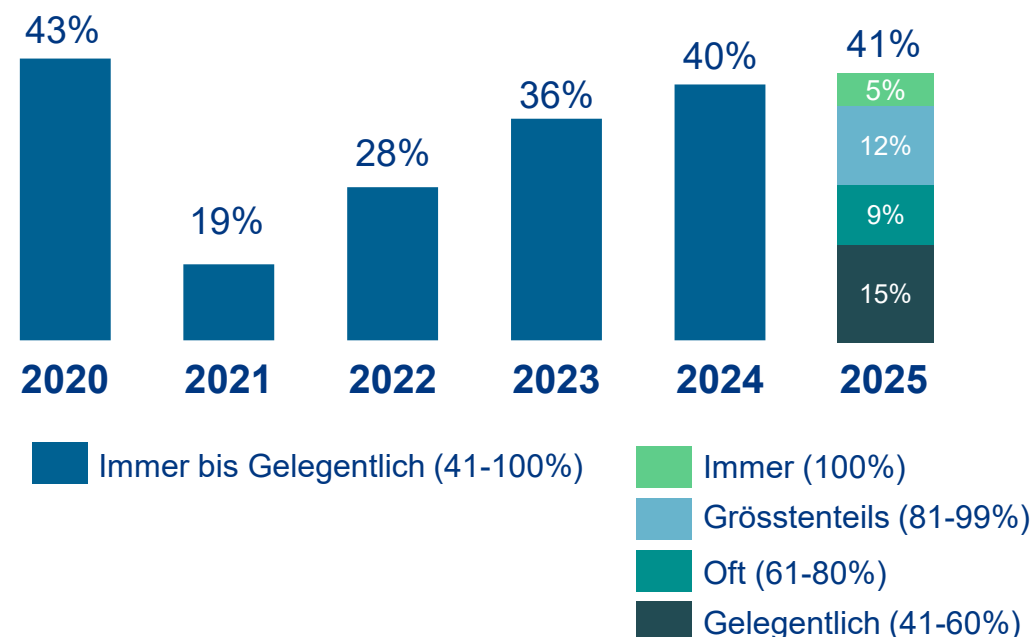


Fliegen im Aufschwung – Autofahren zunehmend auf der Bremse?

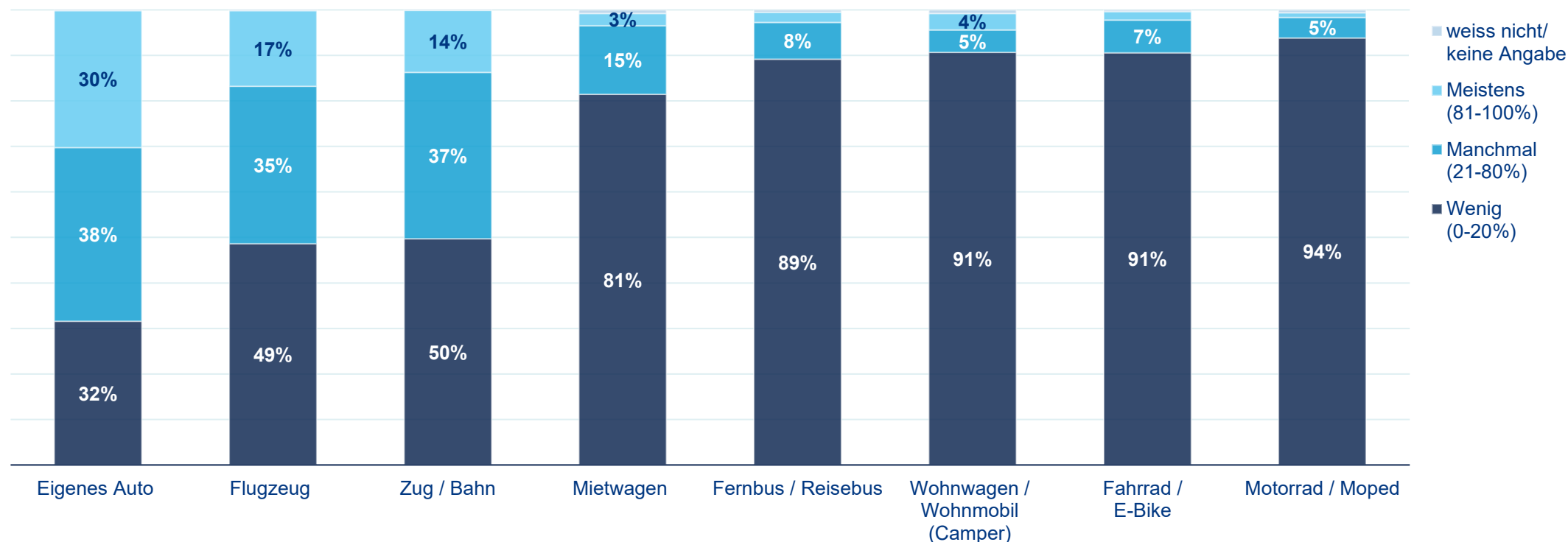
«Wie häufig wird das eigene Auto als Transportmittel genutzt?»



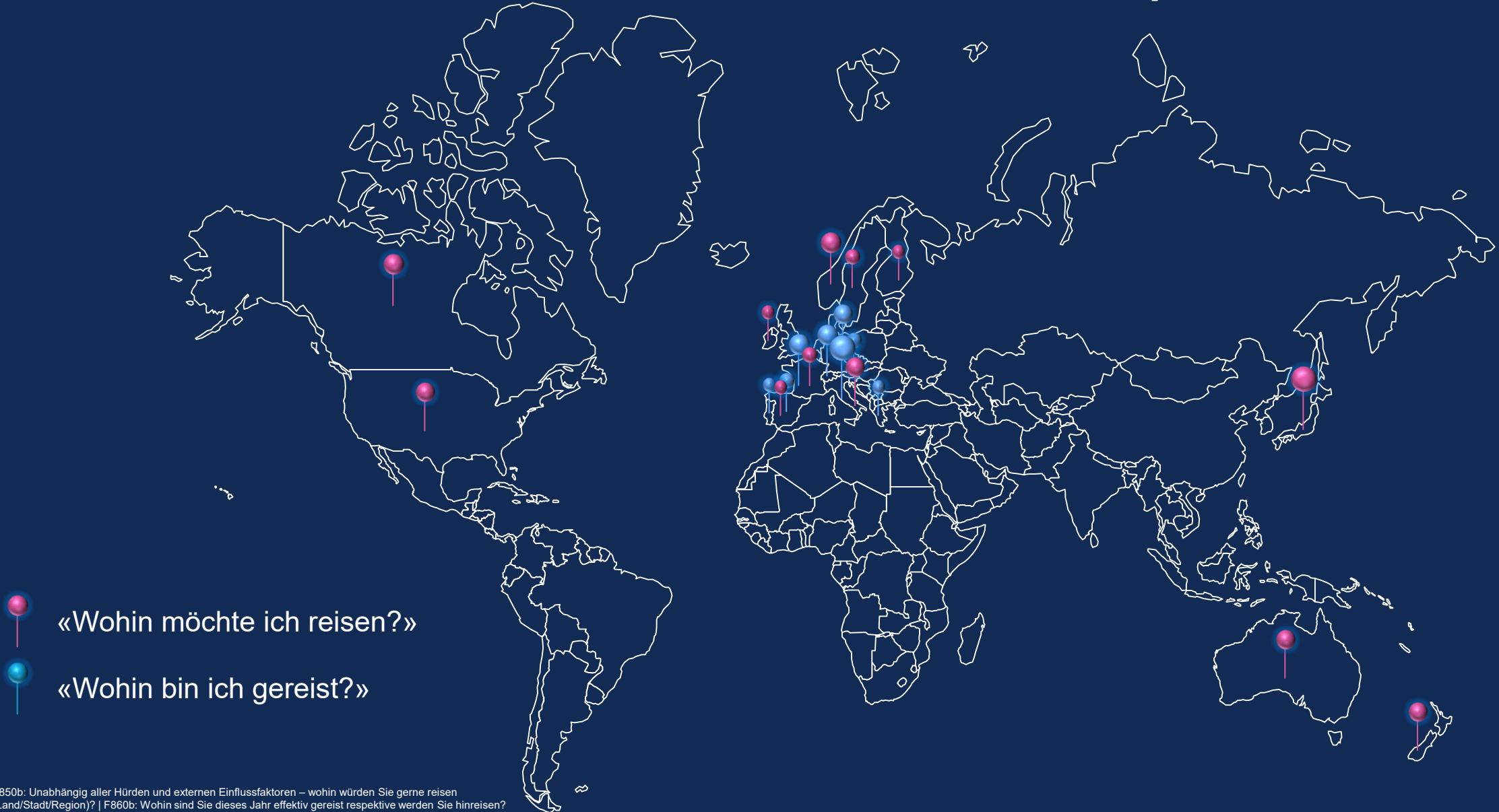
«Wie häufig wird das Flugzeug als Transportmittel genutzt?»



Nutzung aller Transportmittel – letzte 12 Monate



Reiseziele 2025 – Industrienationen Spitzenreiter

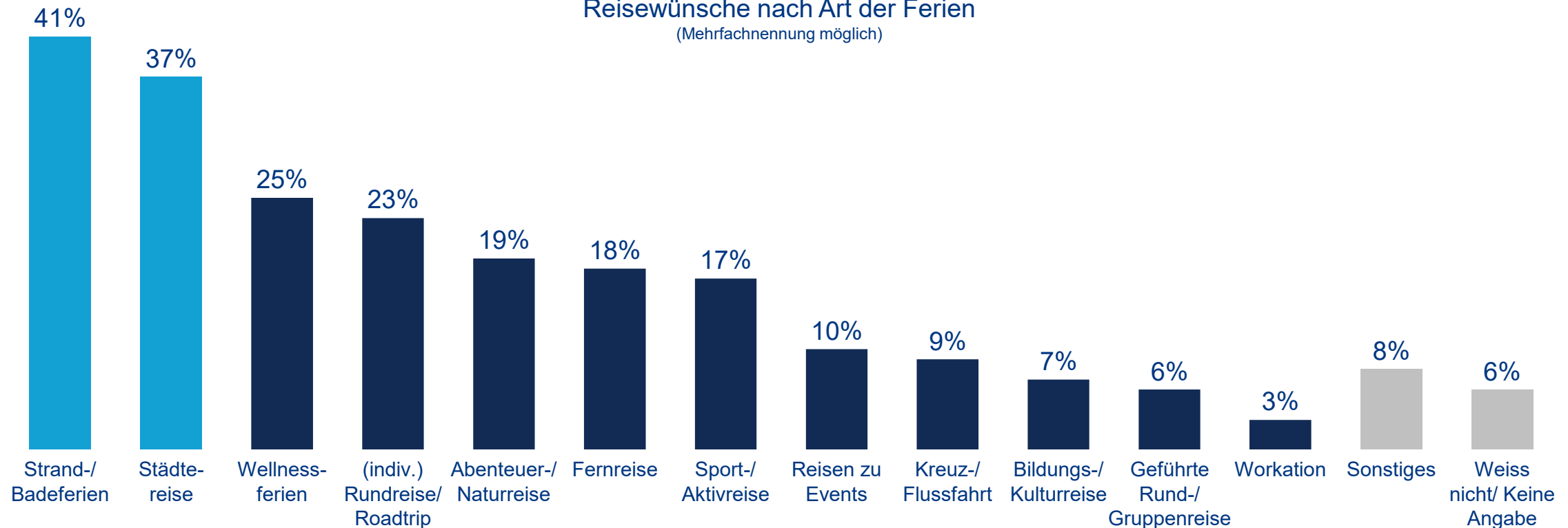


Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer



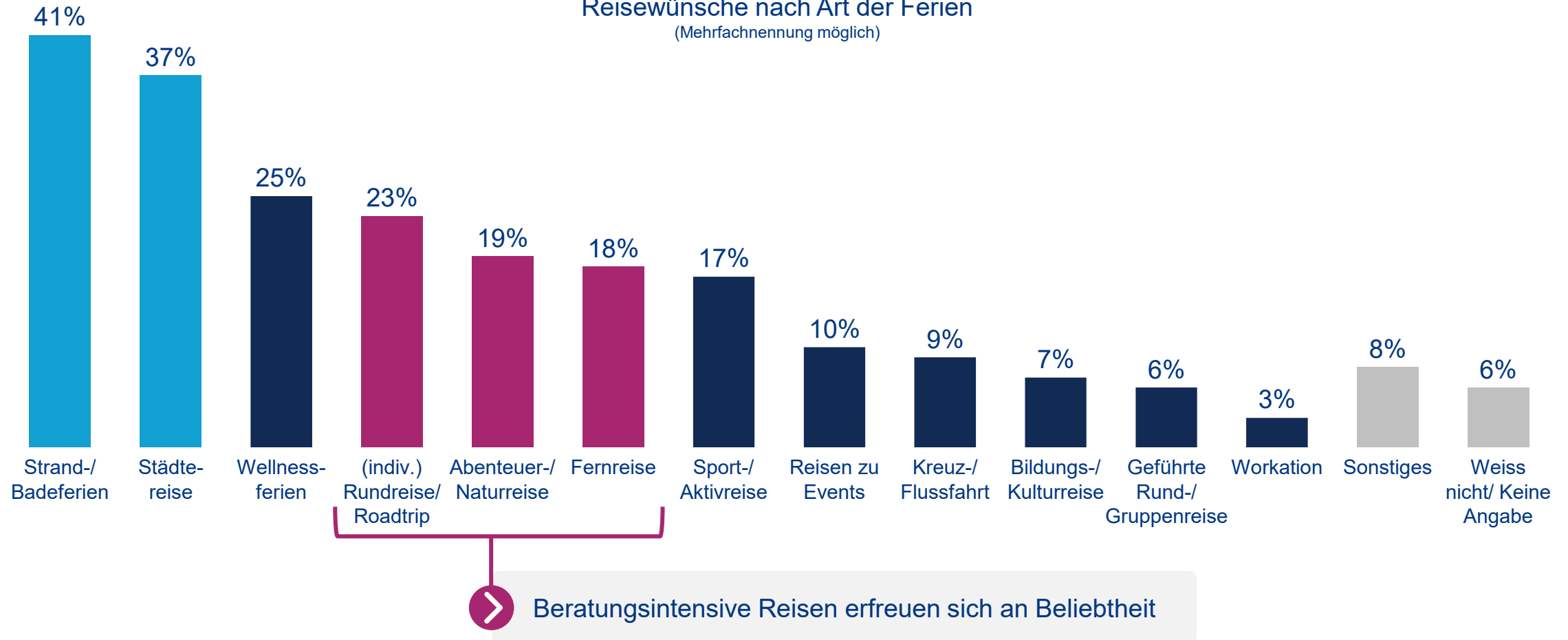
Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer

Reisewünsche nach Art der Ferien
(Mehrfachnennung möglich)

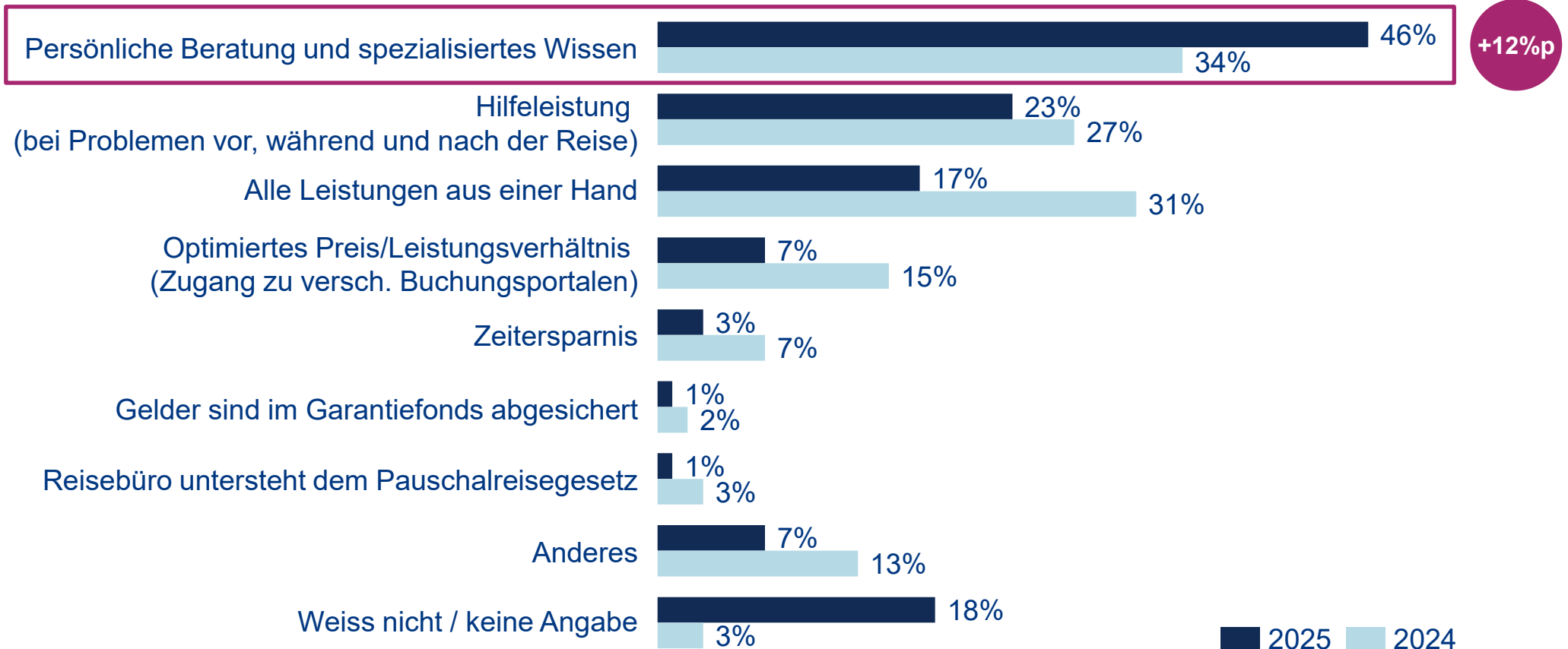


Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer

Reisewünsche nach Art der Ferien
(Mehrfachnennung möglich)

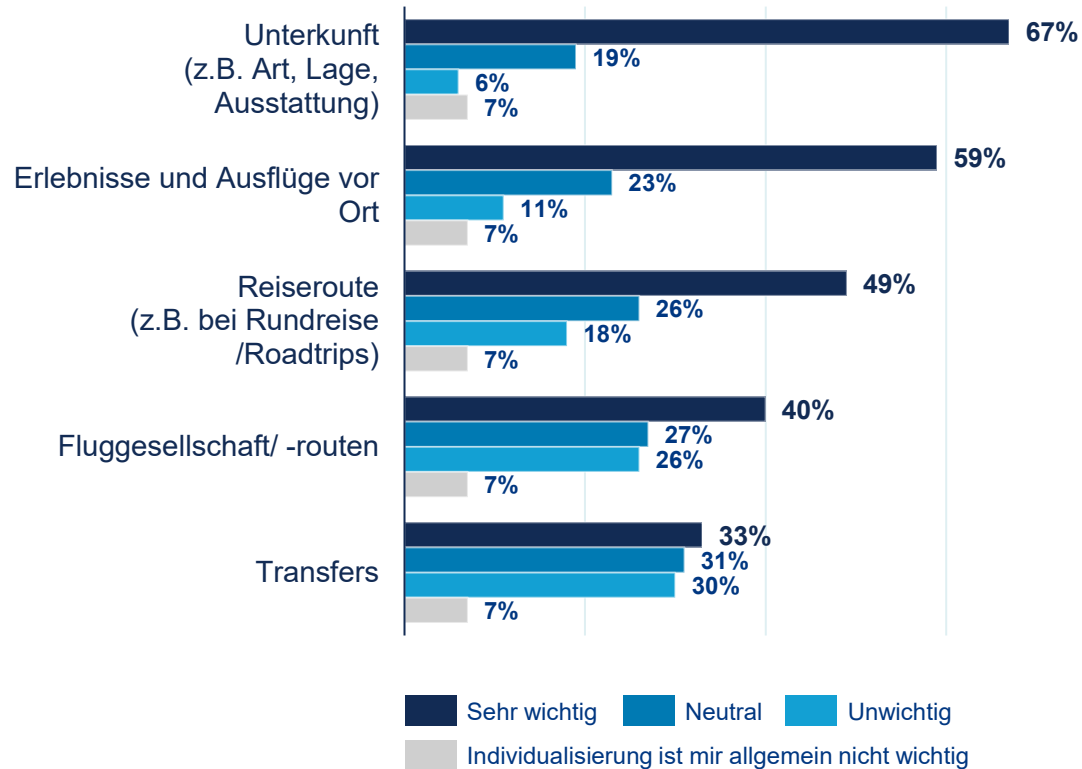


Gründe für Reisebürobuchung – Expertenwissen wird immer wichtiger



Individualisierung im Trend – Unterschiede zwischen Geschlechtern sichtbar

«Bei welchen Bestandteilen Ihrer Reise ist Ihnen individuelle Gestaltbarkeit besonders wichtig?»



Für **93%** der Befragten spielt Individualisierung eine Rolle

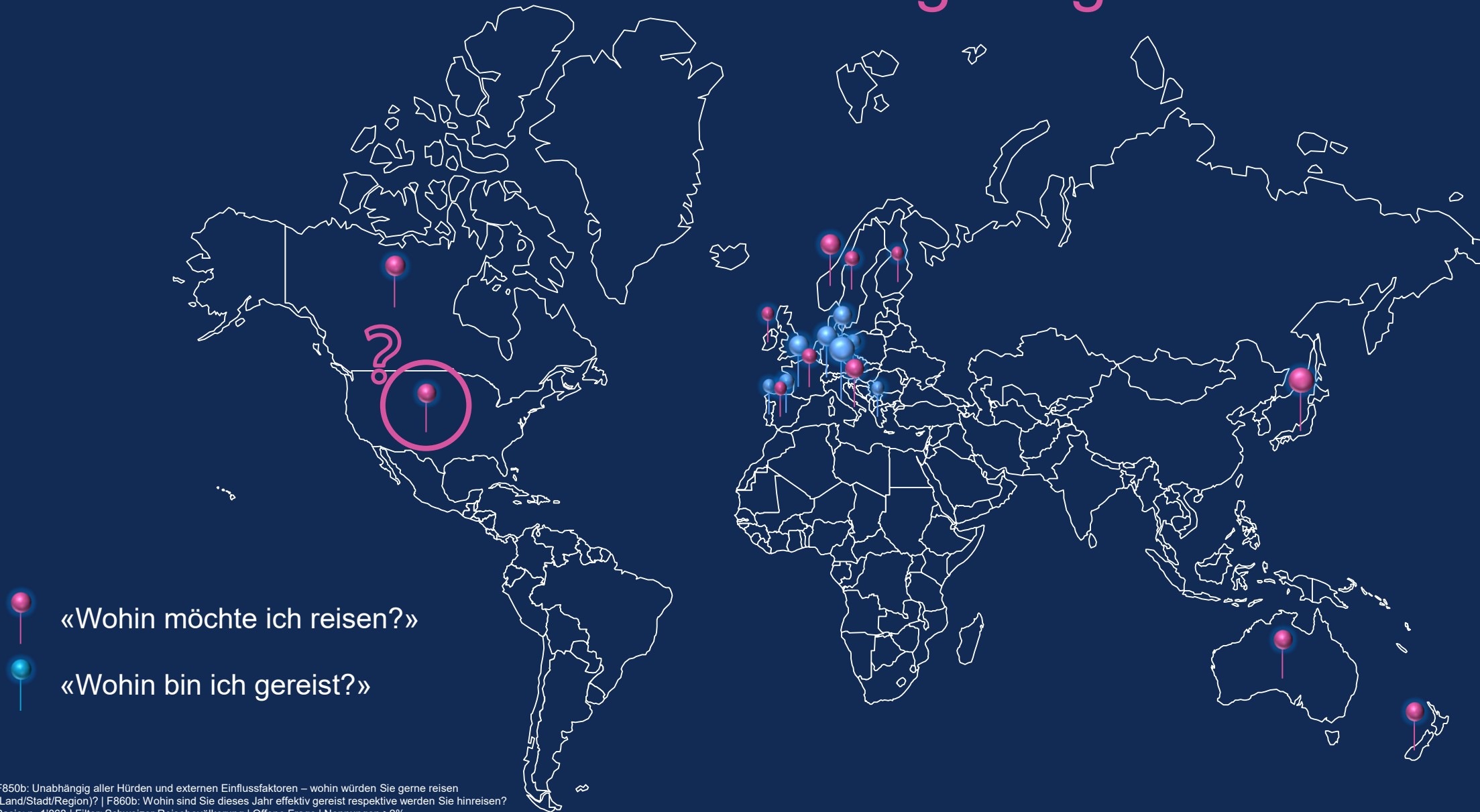


Frauen ist Individualisierung in jeder Dimension **wichtiger** als Männern (Δ 5-8%p)



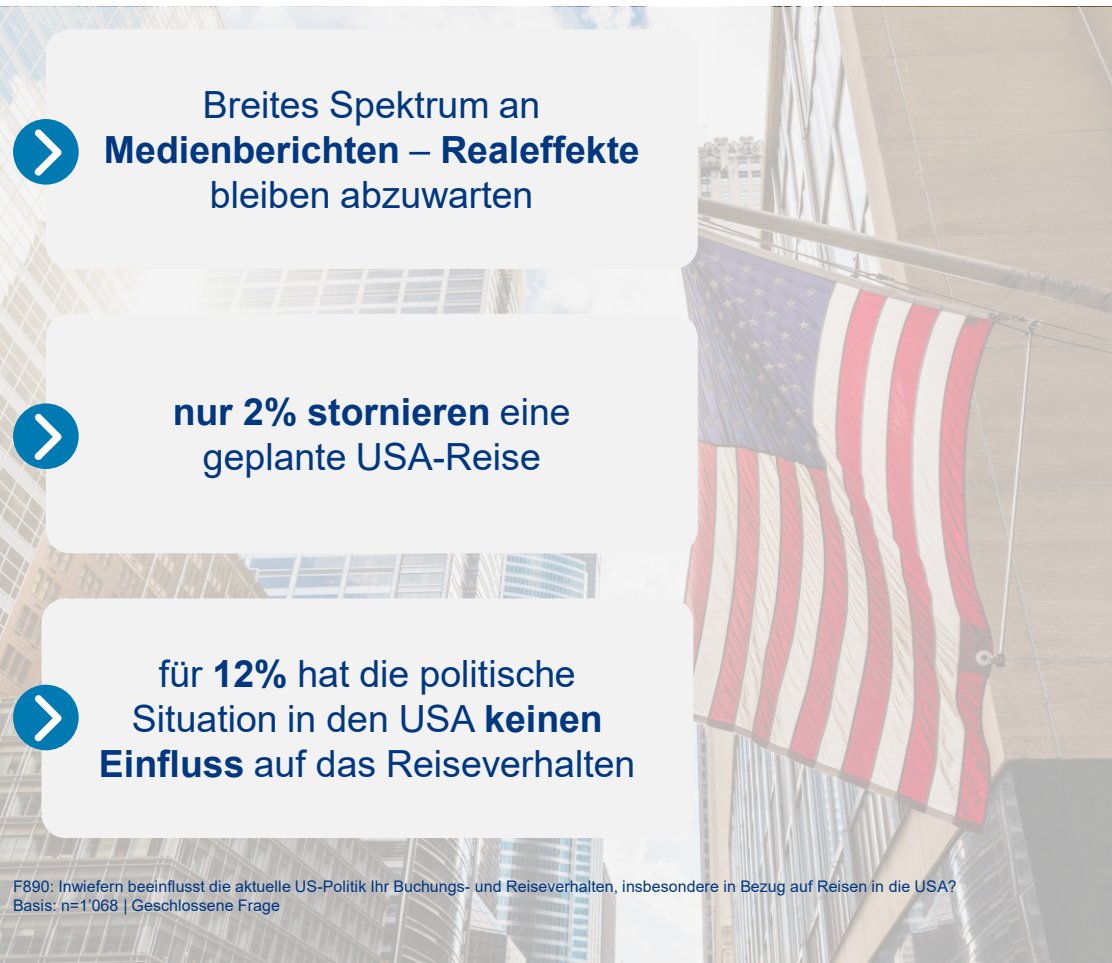
Ergebnisse sind über alle **Altersgruppen** hinweg stabil
(15-29 Jahre, 30-44 Jahre, 45-59 Jahre, 60-79 Jahre)

Reiseziele 2025 – USA weiter gefragt?



Während die USA ein (Traum-) Reiseland bleiben, achten Schweizer verstärkt auf Sicherheit und Werte

USA-Reisen: Öffentliche Wahrnehmung vs. Realität



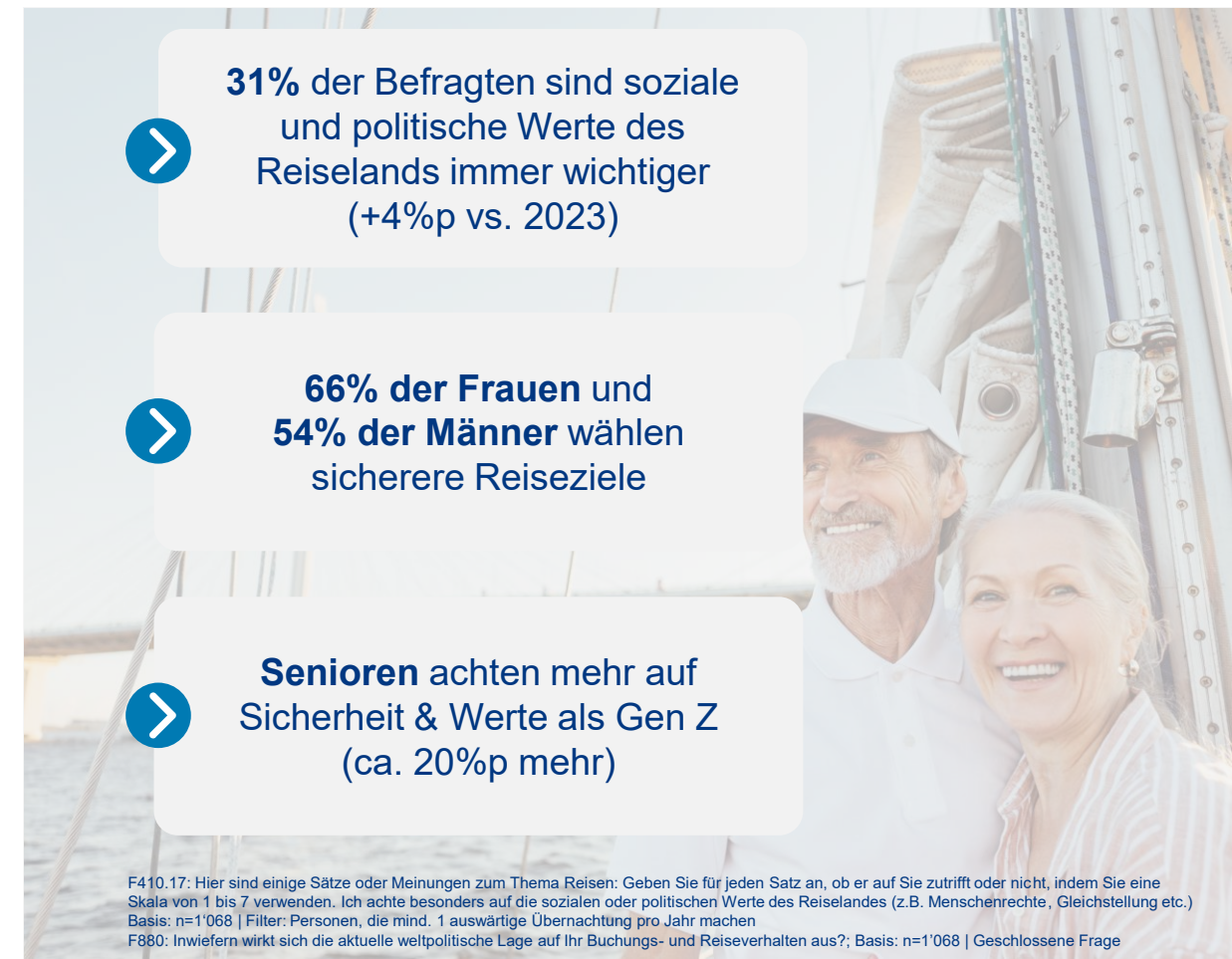
➤ Breites Spektrum an **Medienberichten – Realeffekte** bleiben abzuwarten

➤ **nur 2% stornieren** eine geplante USA-Reise

➤ für **12%** hat die politische Situation in den USA **keinen Einfluss** auf das Reiseverhalten

F890: Inwiefern beeinflusst die aktuelle US-Politik Ihr Buchungs- und Reiseverhalten, insbesondere in Bezug auf Reisen in die USA?
Basis: n=1'068 | Geschlossene Frage

Werte & Sicherheit prägen die Reiseentscheidungen



➤ **31%** der Befragten sind soziale und politische Werte des Reiselands immer wichtiger (+4%p vs. 2023)

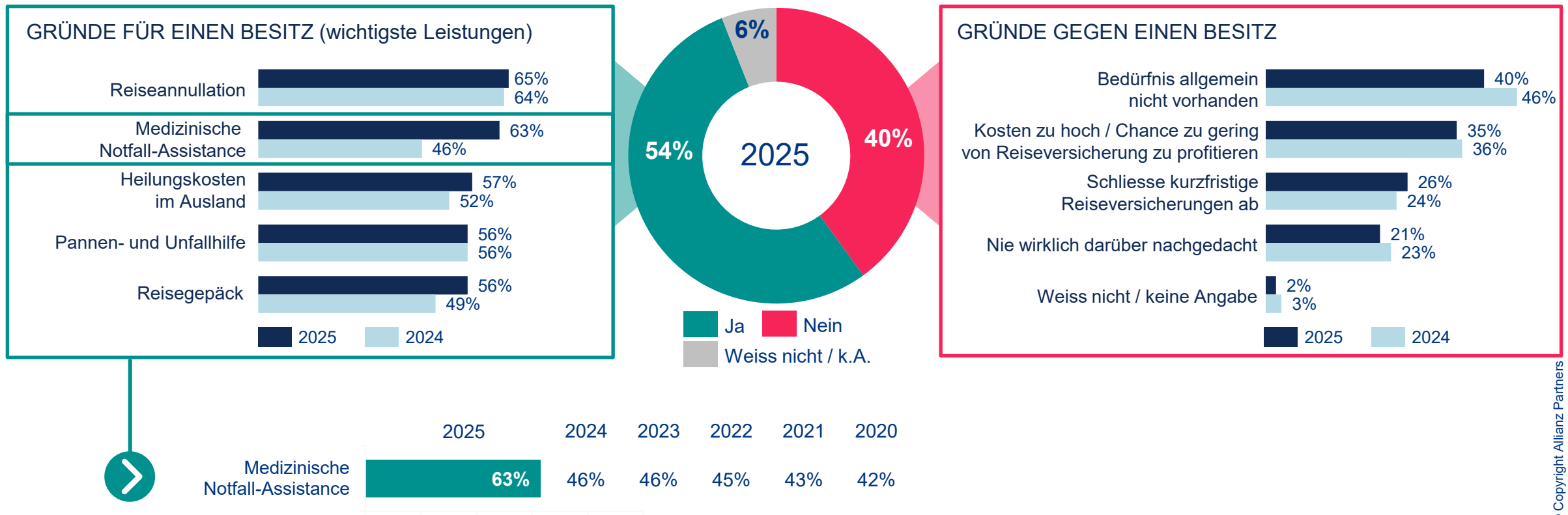
➤ **66% der Frauen und 54% der Männer** wählen sicherere Reiseziele

➤ **Senioren** achten mehr auf Sicherheit & Werte als Gen Z (ca. 20%p mehr)

F410.17: Hier sind einige Sätze oder Meinungen zum Thema Reisen: Geben Sie für jeden Satz an, ob er auf Sie zutrifft oder nicht, indem Sie eine Skala von 1 bis 7 verwenden. Ich achte besonders auf die sozialen oder politischen Werte des Reiselandes (z.B. Menschenrechte, Gleichstellung etc.).
Basis: n=1'068 | Filter: Personen, die mind. 1 auswärtige Übernachtung pro Jahr machen
F880: Inwiefern wirkt sich die aktuelle weltpolitische Lage auf Ihr Buchungs- und Reiseverhalten aus?; Basis: n=1'068 | Geschlossene Frage

Jahresreiseversicherung: Mehrheit setzt auf Schutz inkl. Medizinischer Notfall-Assistance

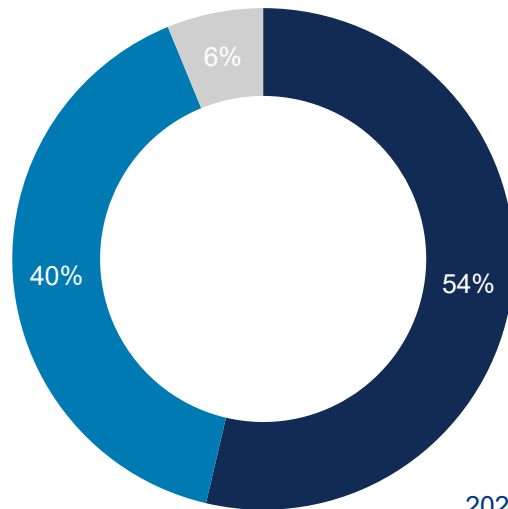
Verfügen Sie über eine ganzjährige Reiseversicherung?



• F600: Verfügen Sie über einen permanenten Reiseschutz? Mit einem permanenten Reiseschutz ist eine ganzjährige Reiseversicherung gemeint.
 • F610: Wie wichtig sind für Sie die folgenden Leistungen bei einer Reiseversicherung?
 Basis: n=1'068 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Skalierte Frage: 1= überhaupt nicht wichtig bis 7= sehr wichtig
 • F630: Bitte nennen Sie Gründe, warum Sie nicht über einen permanenten Reiseschutz verfügen.
 Basis: n=427 | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Geschlossene Frage

Anteil der Jahresreiseversicherung vergleichbar mit dem Vorjahr

Besitz einer Jahresreiseversicherung



■ Ja

■ Nein

■ Weiss nicht / keine Angabe

	2024	2023	2022	2021	2020
	[1'054]	[1'060]	[1'051]	[1'042]	[1'029]
Ja	53%	52%	54%	51%	59%
Nein	43%	43%	40%	44%	36%
Weiss nicht / keine Angabe	5%	6%	6%	6%	5%

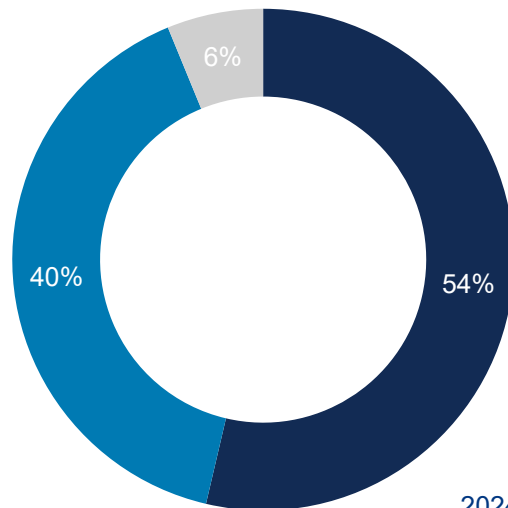
JA

Anbieter der Jahresreiseversicherung

		2024	2023	2022	2021	2020
Separate Reiseversicherung bei Versicherung	47%	46%	42%	42%	42%	41%
Mitgliedschaft im Mobilitätsclub	26%	26%	25%	29%	25%	24%
Kreditkarte	26%	24%	23%	23%	23%	22%
Krankenkasse	21%	19%	24%	19%	20%	19%
Hausratversicherung	18%	21%	22%	19%	21%	23%
Sonstiges	1%	2%	2%	2%	2%	2%
Weiss nicht / keine Angabe	2%	1%	1%	2%	3%	1%

Anteil der Jahresreiseversicherung vergleichbar mit dem Vorjahr

Besitz einer Jahresreiseversicherung



■ Ja

■ Nein

■ Weiss nicht / keine Angabe

	2024 [1'054]	2023 [1'060]	2022 [1'051]	2021 [1'042]	2020 [1'029]
Ja	53%	52%	54%	51%	59%
Nein	43%	43%	40%	44%	36%
Weiss nicht / keine Angabe	5%	6%	6%	6%	5%

NEIN

Gründe gegen Besitz

		2024	2023	2022	2021	2020
Bedürfnis allgemein nicht vorhanden	40%	46%	41%	42%	45%	35%
Kosten zu hoch / Chance zu gering, von Reiseversicherung zu profitieren	35%	36%	32%	25%	29%	33%
Schliesse kfr. Reiseversicherungen für die Reise- / Ferienzeit ab	26%	24%	28%	34%	32%	34%
Nie wirklich darüber nachgedacht	21%	23%	27%	22%	22%	23%
Weiss nicht / keine Angabe	2%	3%	1%	3%	2%	2%

Trotz erhöhtem Sicherheitsbedürfnis und Kostenbewusstsein bleibt die Reisefreude ungebremst



Reiselust ungebrochen

Schweizer verreisen im Jahr 2025 erneut häufiger als im Vorjahr.

Badeferien & Städtetrips sind besonders beliebt.



Individualität & Expertise

Individualisierung ist für Reisende und Veranstalter wichtig.

Reisebüros überzeugen durch persönliche Beratung und Fachwissen.



Sichere Reiseziele

Schweizer verreisen insbesondere ins europäische Ausland.

Sicherheit beeinflusst Reiseplanung stärker als Politik vor Ort.



Reiseversicherung

Medizinische Assistance wird deutlich wichtiger für Versicherungskauf.

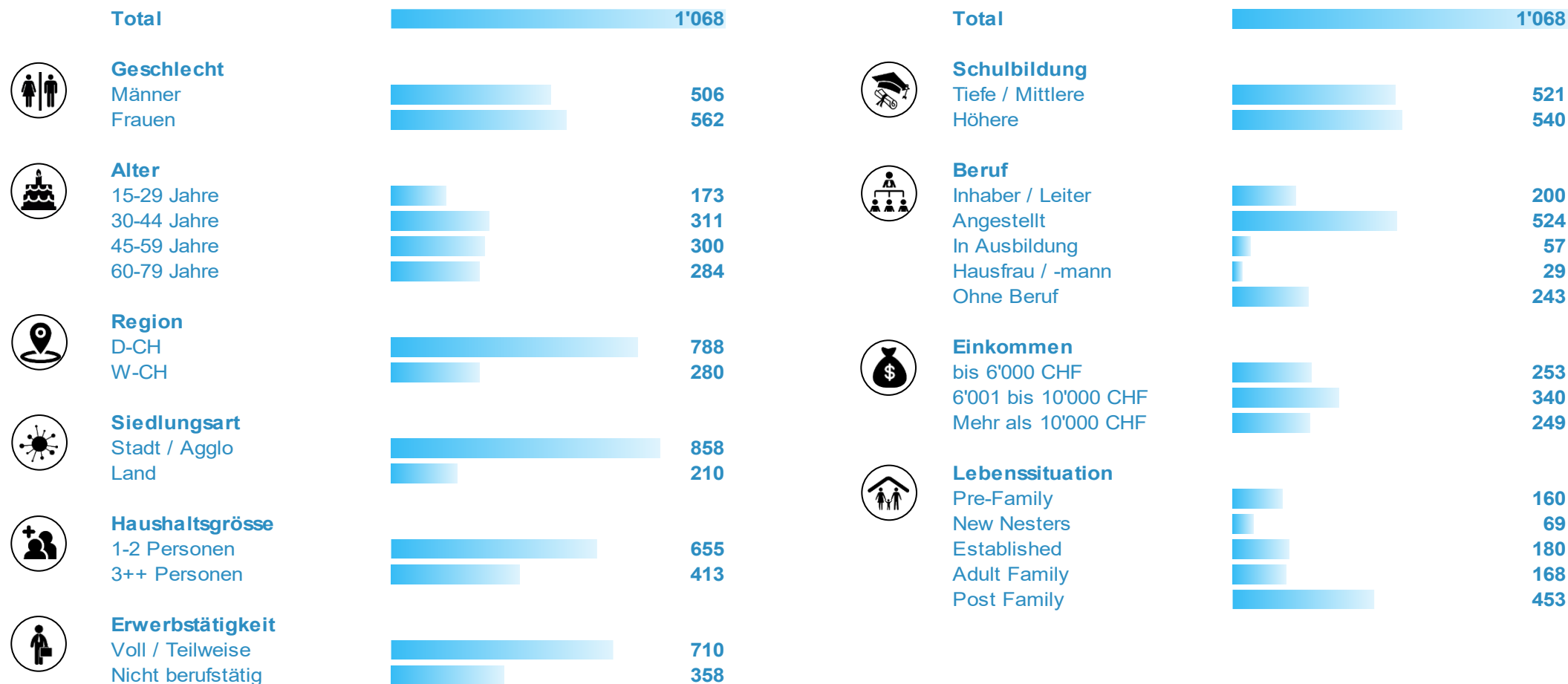
Abschlüsse direkt beim Versicherungsexperten nehmen weiterhin zu.

Studiendesign & Stichprobenstruktur

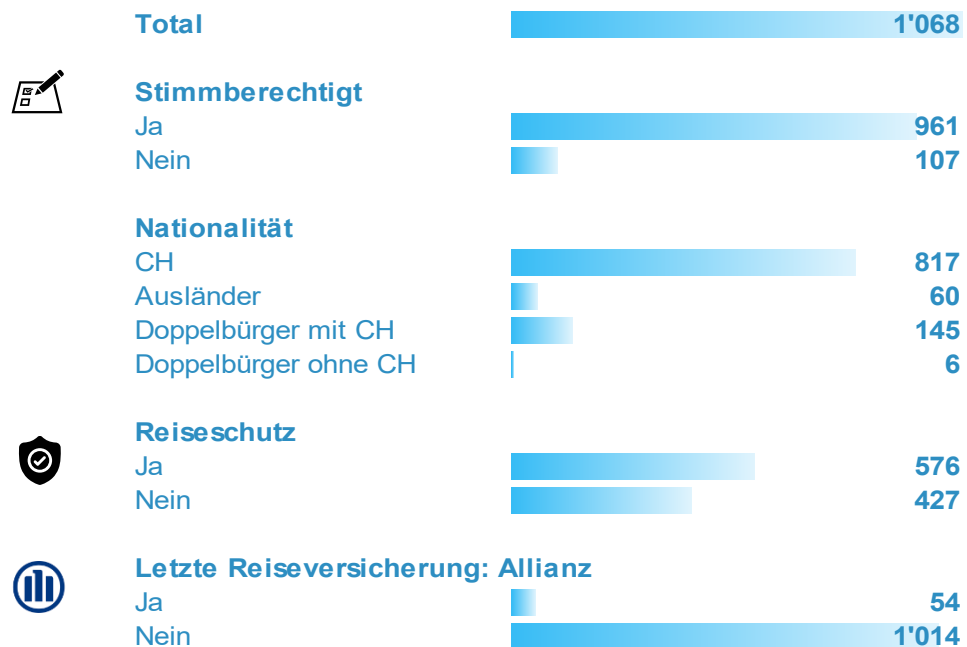
Studiendesign Reisetudie Schweiz

Kunde:	Allianz Partners Schweiz
Kontaktperson Kunde:	Stefanie Hutterer Leiterin Kommunikation Reisetudie
YouGov Schweiz:	Evelina Ledermann Research Consultant Marketing Research
Studienziel:	Evaluation des Buchungs- und Reiseverhaltens der Schweizer Reisebevölkerung. Zudem werden 2025 im Content-Teil Fragen zu Geopolitik, Preissensitivität und Individualisierung beim Reisen gestellt.
Erhebungsphase:	11. Juni - 23. Juni 2025
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=1'068 (n=1'212 Brutto-Interviews)
Methode:	Online-Studie im YouGov Internet-Panel
Hinweise zur Studie:	In den Auswertungen sind Rundungsdifferenzen von +/- 1 Prozent möglich.

Stichprobenstruktur (ungewichtet) - (1/2)



Stichprobenstruktur (ungewichtet) - (2/2)



Studiendesign OpinionWay survey for AWP – International Travel Confidence Index

Kunde:	Allianz Partners
Kontaktperson Kunde:	Stefanie Hutterer Leiterin Kommunikation Reisetudie
OpinionWay:	Frédéric Micheau Executive Vice President
Studienziel:	Reiseabsichten für die Sommerferien innerhalb Europas
Erhebungsphase:	11. April - 22. April 2025
Zielgruppe:	Die Stichproben wurden nach dem Quotenverfahren unter Berücksichtigung der Kriterien Geschlecht, Alter, sozio-professionelle Kategorie, Wohnregion und Größe des Ballungsraums in Frankreich sowie Geschlecht, Alter, Region und Einkommen in anderen Ländern gezogen.
Anzahl Interviews:	n=9'300 Interviews Europa (Frankreich, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Italien, Spanien, Niederlande, Österreich, Schweiz, Polen); n=1'005 Interviews Schweiz
Methode:	Online-Studie mithilfe eines selbst auszufüllenden Fragebogens über das CAWI-System (Computer Assisted Web Interview)
Hinweise zur Studie:	Die Ergebnisse dieser Umfrage müssen unter Berücksichtigung der Unsicherheitsmargen gelesen werden: maximal 1,4 bis 3,1 Punkte bei einer Stichprobe von 1000 Befragten.

Medienkontakt und weitere Informationen



Mediananfragen bitte an:
medien.ch@allianz.com

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