

Reisestudie

Buchungs- und Reiseverhalten
der Schweizer Reisebevölkerung
2024



Reiseträume und deren Verwirklichung im Jahr 2024

«Wohin möchte ich reisen?»



«Wohin bin ich gereist?»



Reisefrequenzen der letzten 12 Monate

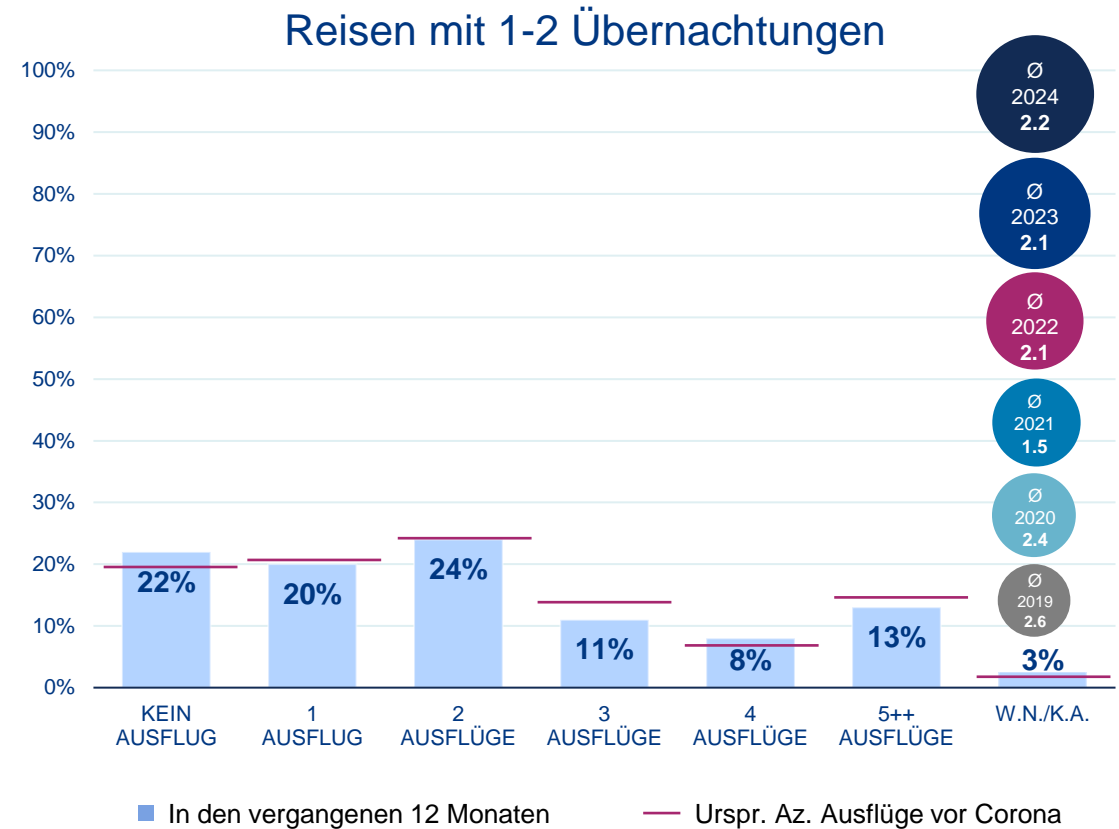
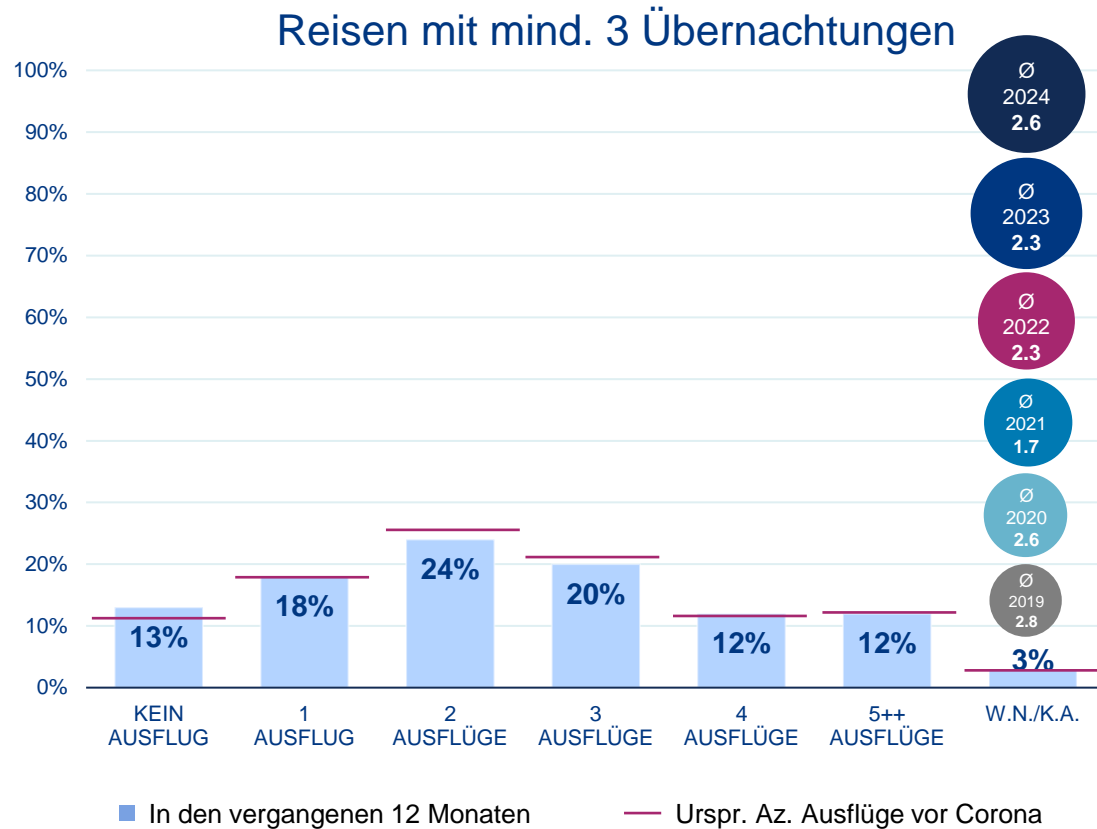
Reisetätigkeit noch nicht auf Vor-Corona Niveau

Anzahl der Reisen pro Jahr steigt:
Kurztrips 2.2 (2024) vs. 2.1 (2023)
Längere Reisen 2.6 (2024) vs. 2.3 (2023)

12% machen mehr als 4 mal pro Jahr längere Ferien

Weiterhin bucht über ein Fünftel der Bevölkerung
gar keine Kurztrips

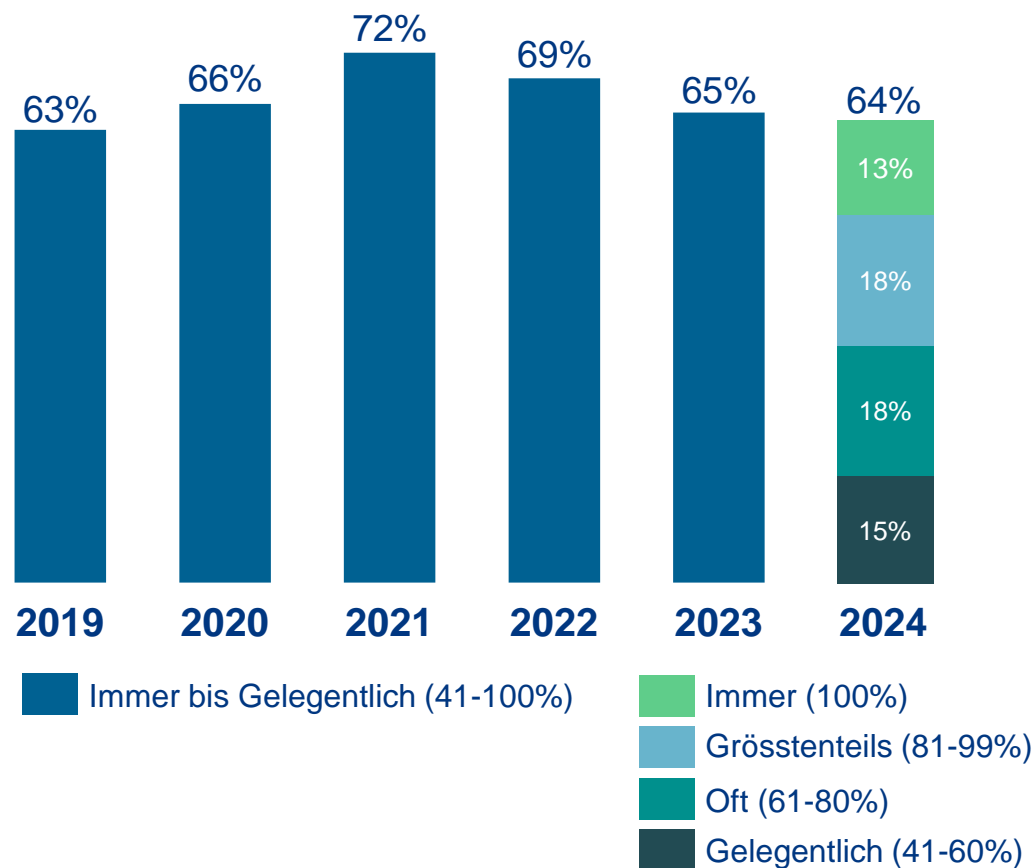
Anzahl externer Übernachtungen – letzte 12 Monate



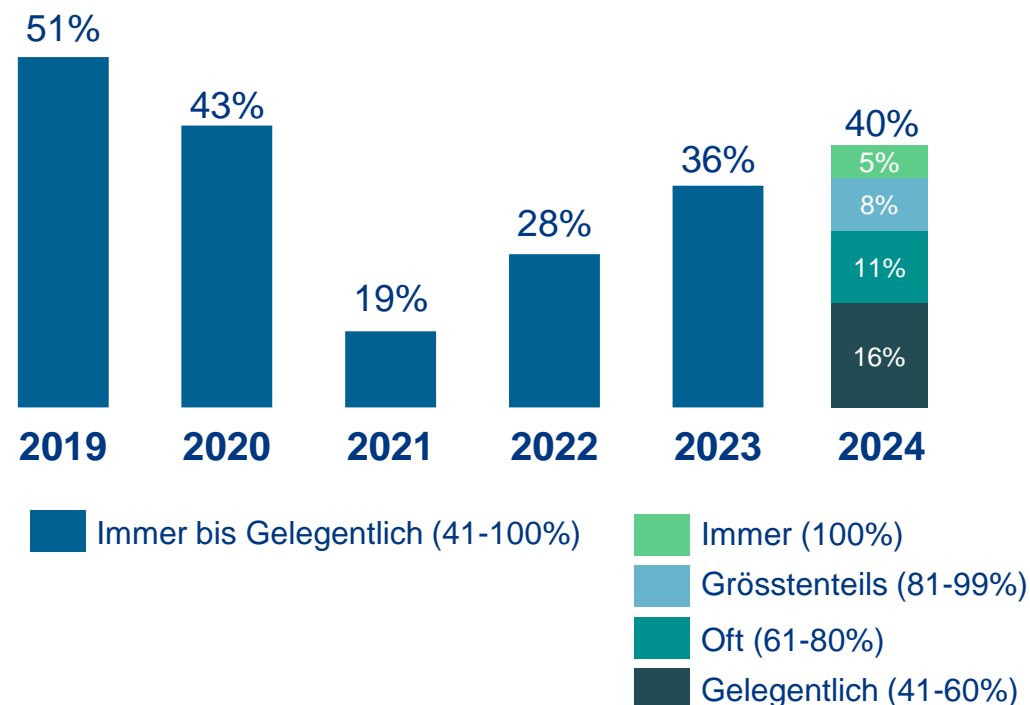
S10: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Ferien mit mindestens drei auswärtigen Übernachtungen gemacht?
 S20: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Kurztrips (z.B. Städte- oder Wochenendtrip) mit einer bis max. zwei auswärtigen Übernachtung(en) gemacht?
 Basis: n=1'159 | Filter: Alle Befragten | Zahlenfelder | Neue Fragen in W3 2021

Zuwachs bei Flügen – eigenes Auto weiterhin Haupttransportmittel

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



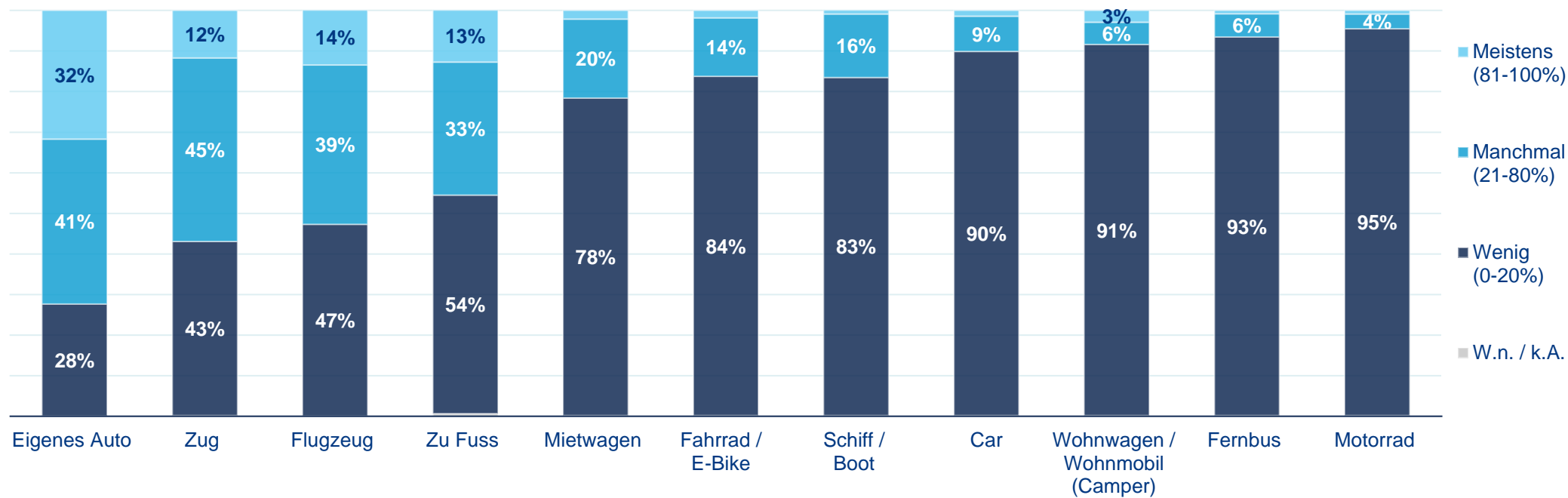
«Wie häufig wird das Flugzeug als Transportmittel genutzt?»



F300: Bitte denken Sie an Ihre Reisen und Kurztrips der letzten 12 Monate. Wie häufig (bezogen auf alle Reisen) haben Sie die folgenden Transportmittel benutzt?
 Basis: n=| | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Skalierte Frage: 0%= nie bis 100%= immer | Datenbeschriftung ab 3%

Nutzung aller Transportmittel – letzte 12 Monate

51.4	35.3	41.7	28.9	15.9	9.0	10.8	7.0	5.5	3.8	4.1	Mittelwert W1 2019 [1'024]
54.3	34.5	35.3	30.3	14.3	11.5	10.0	5.9	6.0	2.8	3.4	Mittelwert W2 2020 [1'029]
61.2	31.5	16.2	30.5	6.9	11.6	7.6	3.6	5.7	2.3	2.6	Mittelwert W3 2021 [1'042]
57.3	32.5	23.9	31.5	9.5	10.5	8.8	5.0	7.1	3.6	3.8	Mittelwert W4 2022 [1'051]
53.5	35.0	29.5	29.2	11.6	9.5	9.2	5.5	5.7	3.7	2.4	Mittelwert W5 2023 [1'060]
52.8	35.2	33.2	31.5	11.9	9.4	9.2	5.8	5.6	3.7	2.9	Mittelwert W6 2024 [1'054]



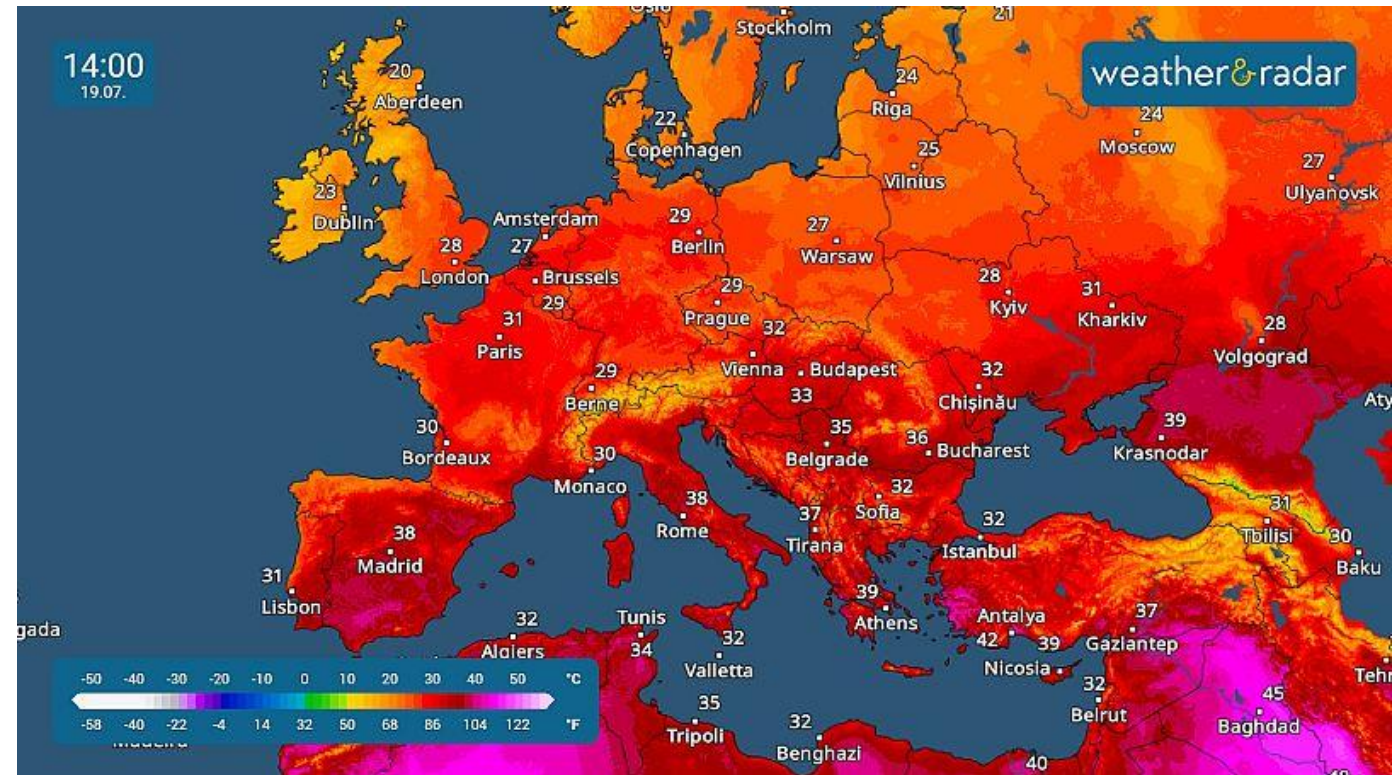
F300: Bitte denken Sie an Ihre Reisen und Kurztrips der letzten 12 Monate. Wie häufig (bezogen auf alle Reisen) haben Sie die folgenden Transportmittel benutzt?
 Basis: n= | | Filter: Schweizer Reisebevölkerung | Skalierte Frage: 0%= nie bis 100%= immer | Datenbeschriftung ab 3%

Steigende Temperaturen beeinflussen die Wahl des Urlaubsziels sowie der Urlaubszeit

➤ **31%** halten Naturkatastrophen während der Reise für wahrscheinlich (vs. 14% in 2019)

➤ **31%** wünschen sich, mehr nördliche Ziele zu bereisen

➤ **54%** könnten sich vorstellen klassische Sommerziele eher im Frühjahr oder Herbst bereisen



Für Ruhe in den Ferien sind wir trotz Kostenbewusstsein bereit, mehr zu zahlen

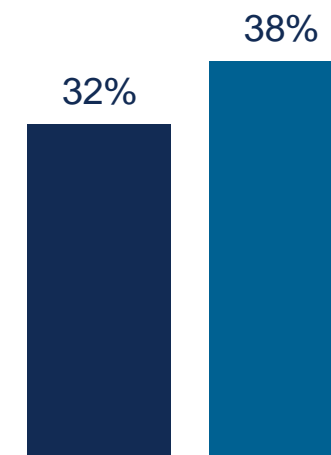
Ich versuche, die Kosten für meine Reise zu minimieren



Ich bin bereit mehr zu zahlen, um Overtourism zu meiden



Ich habe bereits auf eine Destination verzichtet, um Overtourism zu vermeiden



■ Zustimmung 2023 ■ Zustimmung 2024

Workation – der Beginn eines Trends?

«Welche Erfahrungen habe ich mit Workation?»

11% haben bereits eine Workation gemacht

38% der U45-Jährigen hat keine Erfahrung, würde aber gerne eine Workation machen

«Welche Restriktionen gibt es?»

Wissen- und/oder Informationsdefizit

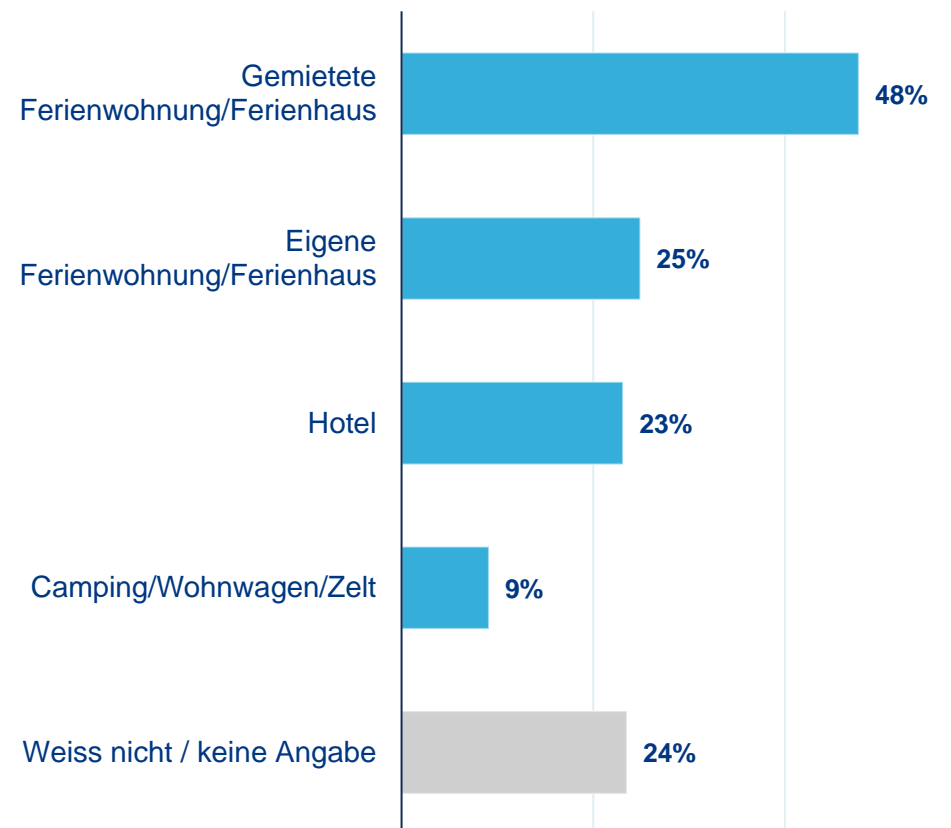
13% wissen, dass Workation nicht erlaubt ist

5% wissen, dass der Arbeitgeber Workation unterstützt

Örtliche Gebundenheit einzelner Berufsgruppen

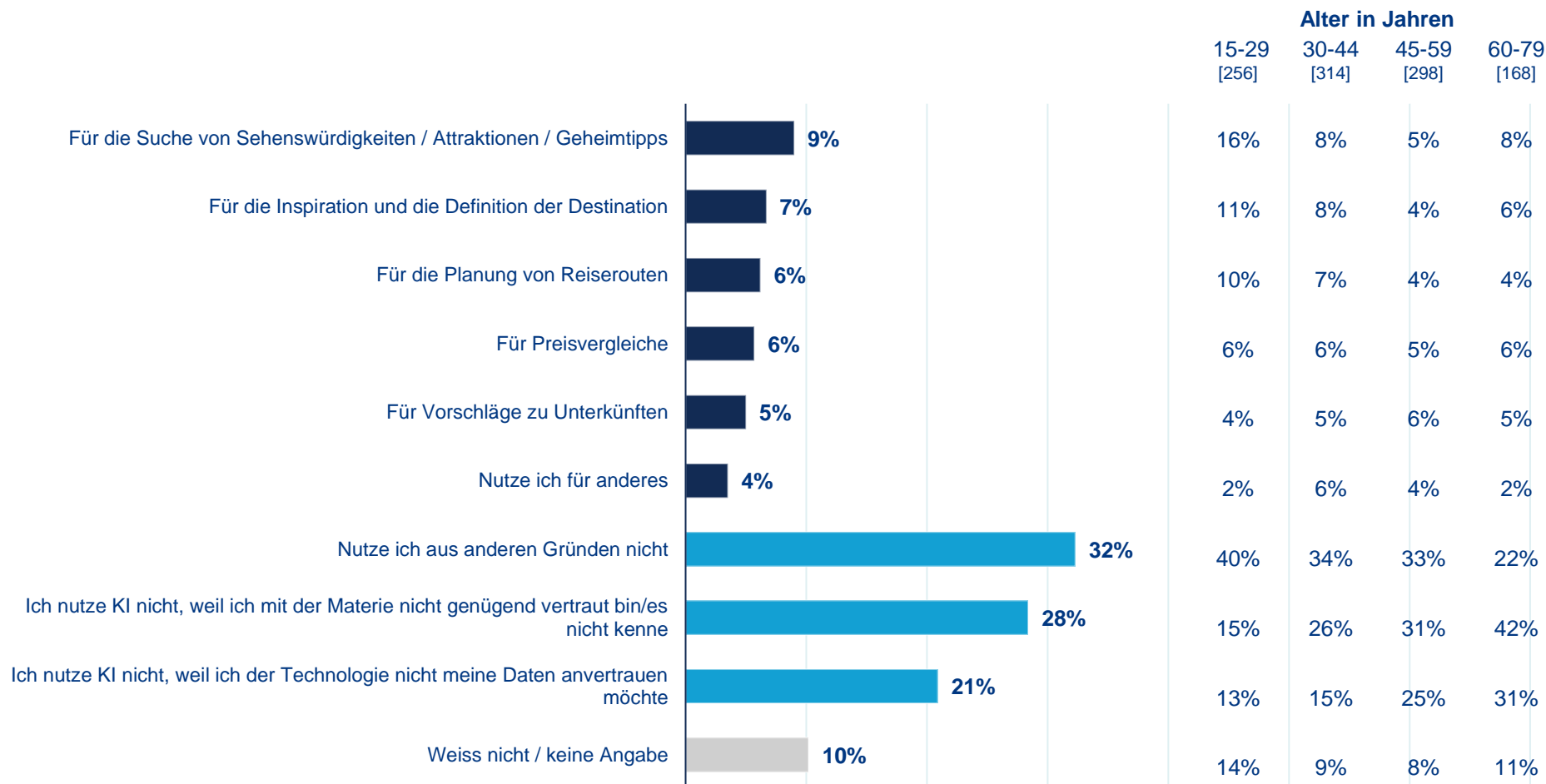
die Arbeit **jedes 5. Befragten** kann von einem beliebigen Ort aus gemacht werden

«Wo möchte ich meine Workation verbringen?»



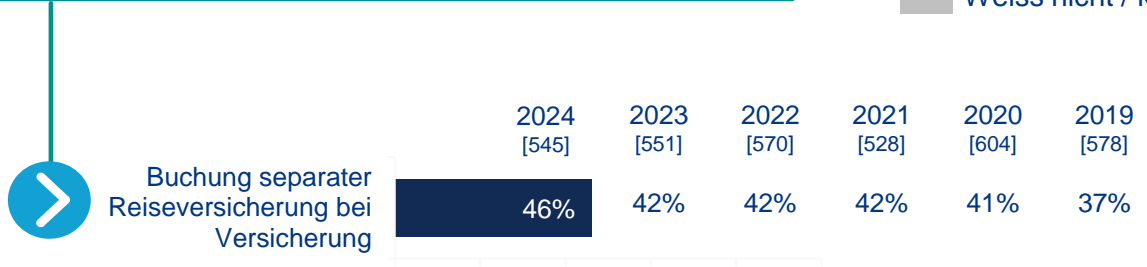
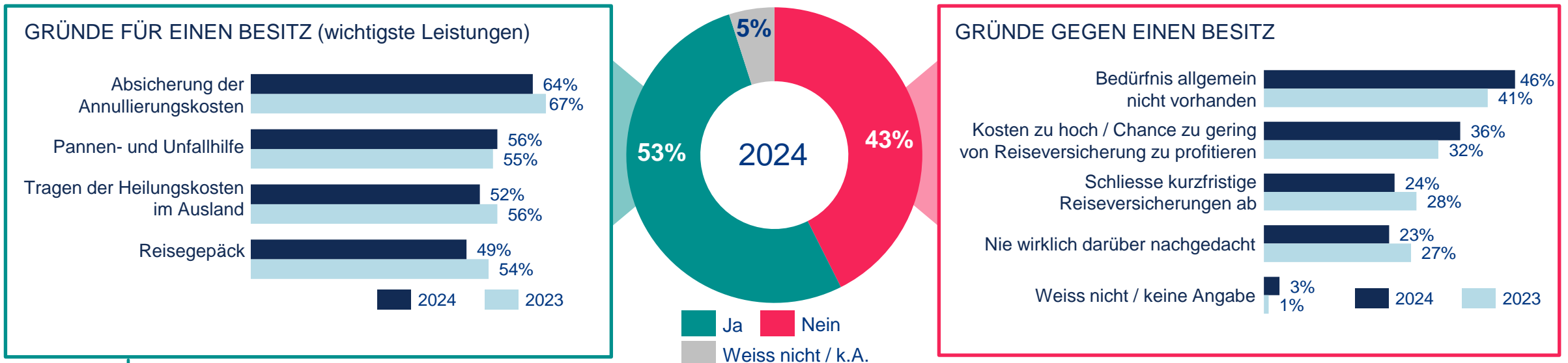
F885: Nun zum Thema Home Office und "Workation" (aus dem englischen von "work" und "vacation", das Verbinden von Arbeit und Urlaub, indem man im Urlaubsland einen Teil des Aufenthalts im Home Office arbeitet). Welche Aussagen treffen auf Ihre Arbeit und Ihren Arbeitgeber zu?
 F886: Wie stehen Sie selber zum Thema "Workation,? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?
 F887: Stellen Sie sich vor, Sie könnten eine Workation machen, wo und wie würden Sie diese planen? Stellen Sie sich ein passendes Workation-Setting zusammen.
 Basis: n=1'054 | Geschlossene Frage | neue Fragen in W6 2024

Künstliche Intelligenz bei der Reiseplanung



KI wird für die Reiseplanung noch wenig genutzt, jedoch zeigen sich deutliche Altersunterschiede. Bei den 15-29-Jährigen zeigt sich eine klar verbreitetere Nutzung, v.a. für die Suche von Sehenswürdigkeiten, für die Inspiration und auch für die Planung.

Weiterhin schliesst über die Hälfte der Befragten eine Jahresreiseversicherung ab



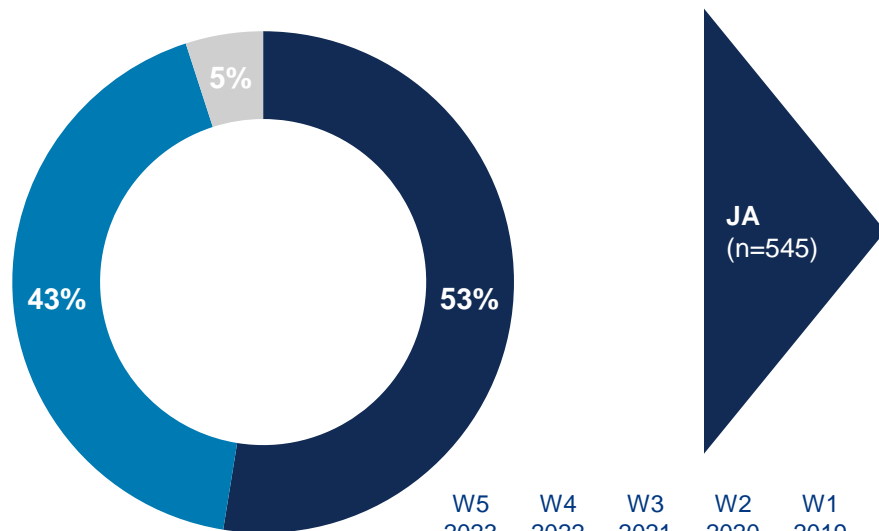
F600: Verfügen Sie über einen permanenten Reiseschutz? Mit einem permanenten Reiseschutz ist eine ganzjährige Reiseversicherung gemeint.
 F620: Über welchen Anbieter ist Ihr permanenter Reiseschutz abgedeckt?
 F630: Bitte nennen Sie Gründe, warum Sie nicht über einen permanenten Reiseschutz verfügen.
 F610: Wie wichtig sind für Sie die folgenden Leistungen bei einer Reiseversicherung?
 Basis: n=[] | Filter: Siehe oben | Geschlossene Fragen

Anteil der Jahresreiseversicherungen vergleichbar mit Vorjahr

Besitz

F600 | Basis: n=[] | Filter: Schweizer Reisebevölkerung

W6 2024 [1'054]



	W5 2023 [1'060]	W4 2022 [1'051]	W3 2021 [1'042]	W2 2020 [1'029]	W1 2019 [1'024]
■ Ja	52%	54%	51%	59%	57%
■ Nein	43%	40%	44%	36%	39%
■ Weiss nicht / keine Angabe	6%	6%	6%	5%	5%

Anbieter

F620 | Basis: n=[] | Filter: Schweizer Reisebevölkerung, die über permanenten Reiseschutz verfügt

W6 2024 [545]

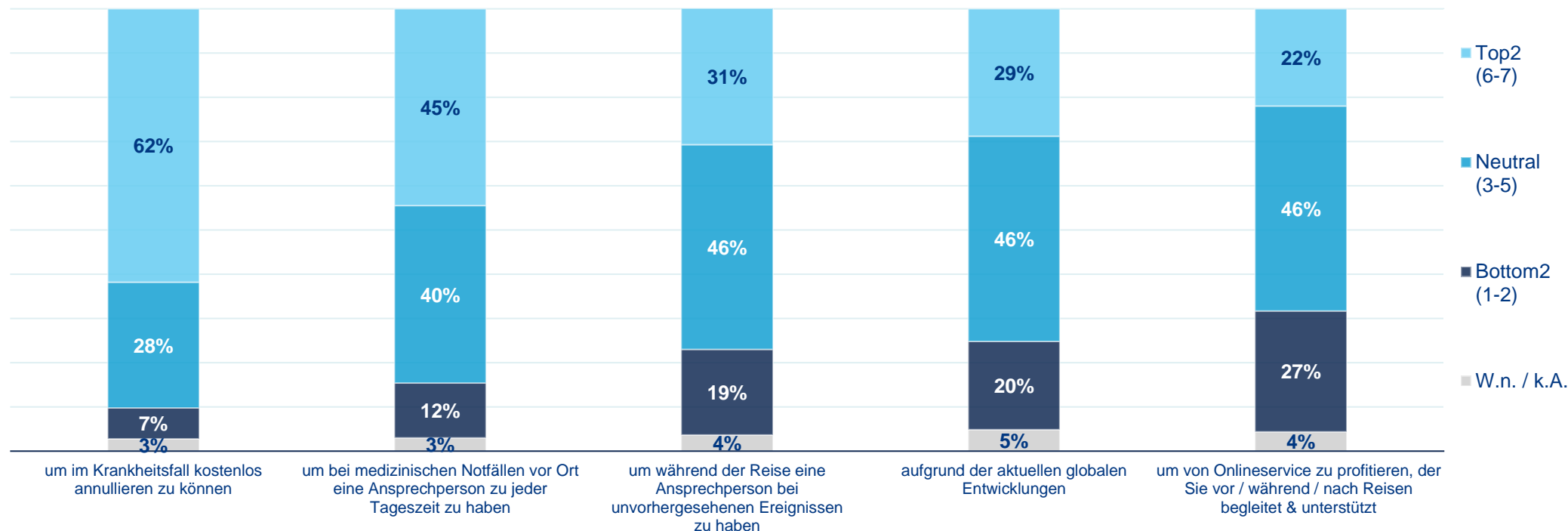
	W6 2024 [545]	W5 2023 [551]	W4 2022 [570]	W3 2021 [528]	W2 2020 [604]	W1 2019 [578]
Separate Reiseversicherung bei Versicherung	46%	42%	42%	42%	41%	37%
Mitgliedschaft im Mobilitätsclub	26%	25%	29%	25%	24%	31%
Kreditkarte	24%	23%	23%	23%	22%	19%
Hausratversicherung	21%	22%	19%	21%	23%	18%
Krankenkasse	19%	24%	19%	20%	19%	22%
Sonstiges	2%	2%	2%	2%	2%	1%
Weiss nicht / keine Angabe	2%	1%	2%	3%	1%	3%

Jahresreiseversicherungen werden in etwa gleich häufig abgeschlossen wie im Vorjahr. Der Abschluss wird verstärkt bei den Versicherungen vorgenommen.

F600: Verfügen Sie über einen permanenten Reiseschutz? Mit einem permanenten Reiseschutz ist eine ganzjährige Reiseversicherung gemeint.
 F620: Über welchen Anbieter ist Ihr permanenten Reiseschutz abgedeckt?
 Basis: n=[] | Filter: Siehe oben | Geschlossene Fragen

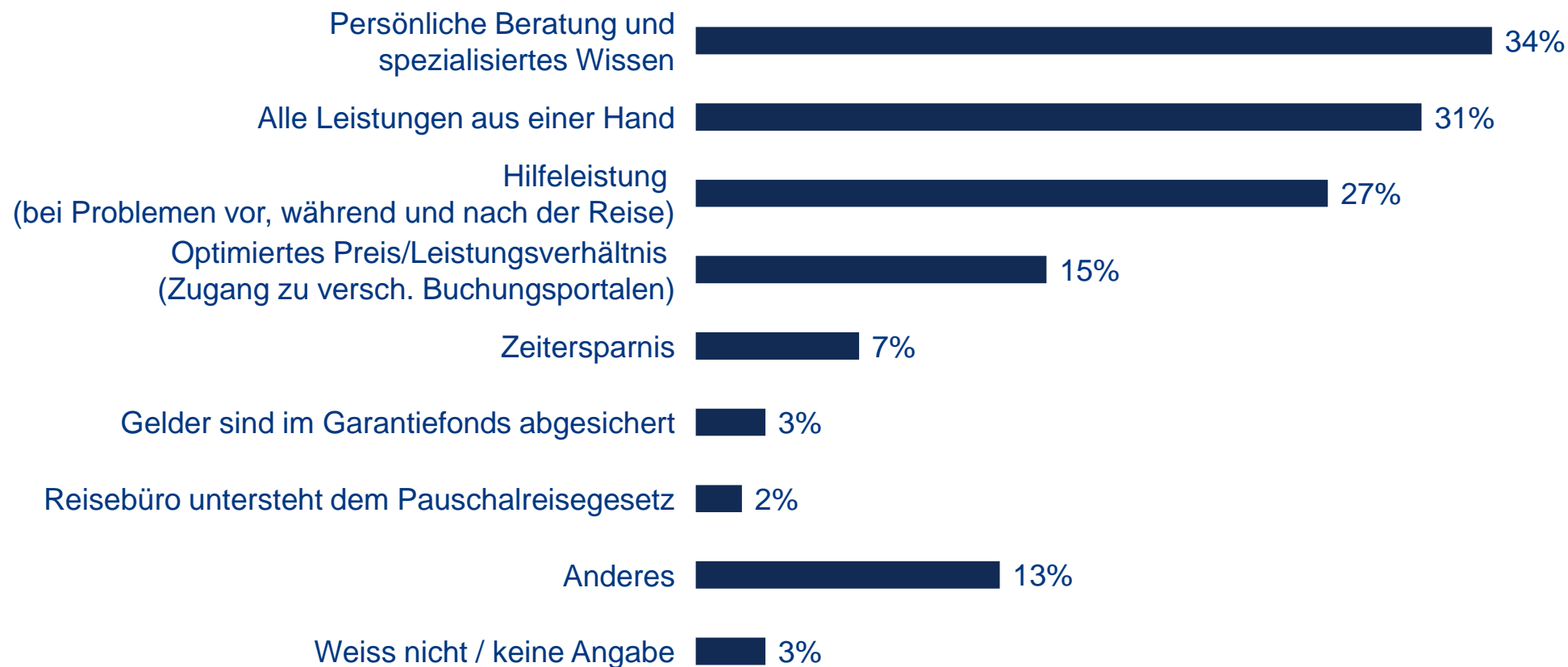
Reiseversicherung – Abschlussgründe

5.5	4.8	4.2	4.4	3.9	Mittelwert W4 2022 [1'051]
5.8	5.2	4.4	4.1	3.9	Mittelwert W5 2023 [1'060]
5.7	5.0	4.4	4.3	3.9	Mittelwert W6 2024 [1'054]



Die kostenlose Annullierung im Krankheitsfall ist eindeutig der Hauptgrund für den Abschluss einer Reiseversicherung (62%), auch wenn die Wichtigkeit im Vergleich zum Vorjahr etwas zurückging. Eine Ansprechperson bei medizinischen Notfällen ist bei 45% der Befragten sehr relevant. Die durchschnittliche Bewertung dieses Abschlussgrundes ist gegenüber 2023 deutlich geringer, während die globalen Entwicklungen klar an Bedeutung gewinnen.

Reisebürobuchung - Service und Fachwissen als wichtigste Faktoren; Sicherheit im Hintergrund



Der Hauptgrund **gegen** eine Buchung im Reisebüro sind die Kosten. Weitere oft genannte Gründe sind die Präferenz zum individuellen/selbständigen Buchen sowie der fehlende Mehrwert.

F240: Warum buchen Sie bei einem Reisebüro (offline/online)?

F250: Warum buchen Sie nicht bei einem Reisebüro (offline/online)?

Basis: n=507 | Filter: Personen, die mind. 1 auswärtige Übernachtung pro Jahr machen und ihre Reise in einem Reisebüro buchen (offline/online) | Offene Frage | neue Frage in W5 2023

Traum vs. Realität – Sehnsucht nach Veränderung, aber Reisende verändern ihr Verhalten (noch) nicht



Reisedestinationen

- Traum von der Fernreise, doch die Nachbarländer bleiben weiter #1
- Naturkatastrophen und Hitzeperioden im Süden sind stärker im Bewusstsein



Overtourism

- Aufmerksamkeit steigt – sowohl als Einheimischer als auch als Tourist
- Für mehr Ruhe im Urlaub besteht entsprechende Zahlungsbereitschaft



Workation

- Bei vielen Arbeitnehmern Wissenslücken zu Angebot oder Verbot von Workation
- Potential für gezielte Workation Angebote



Reiseversicherung

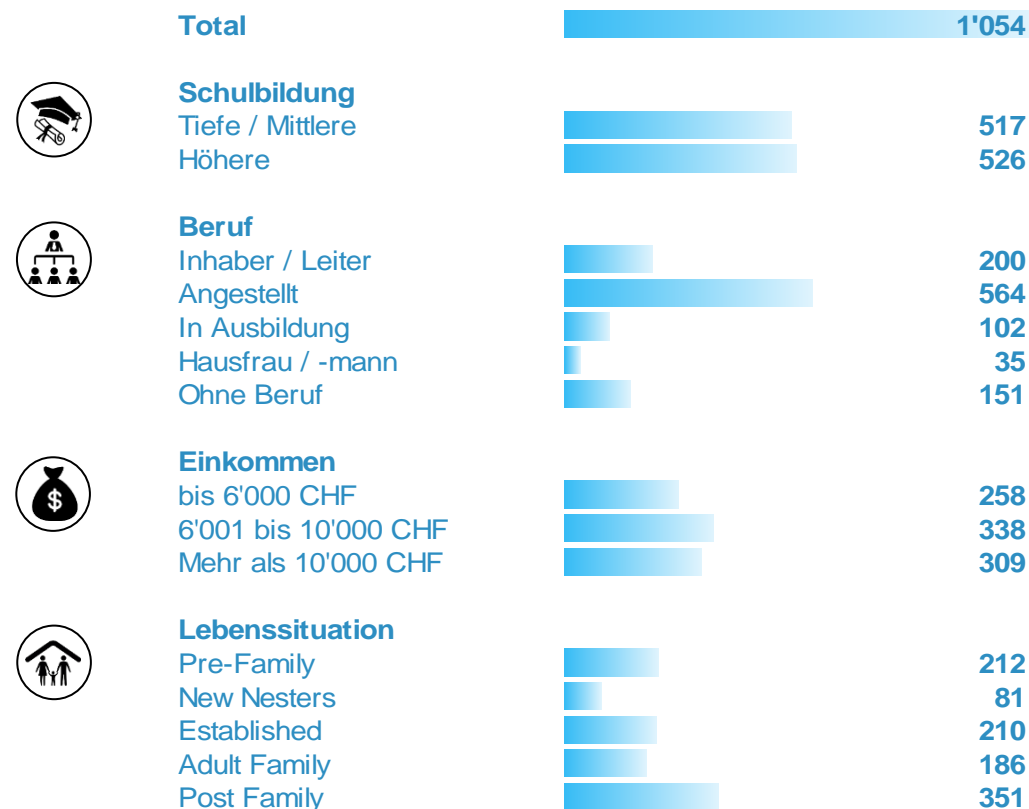
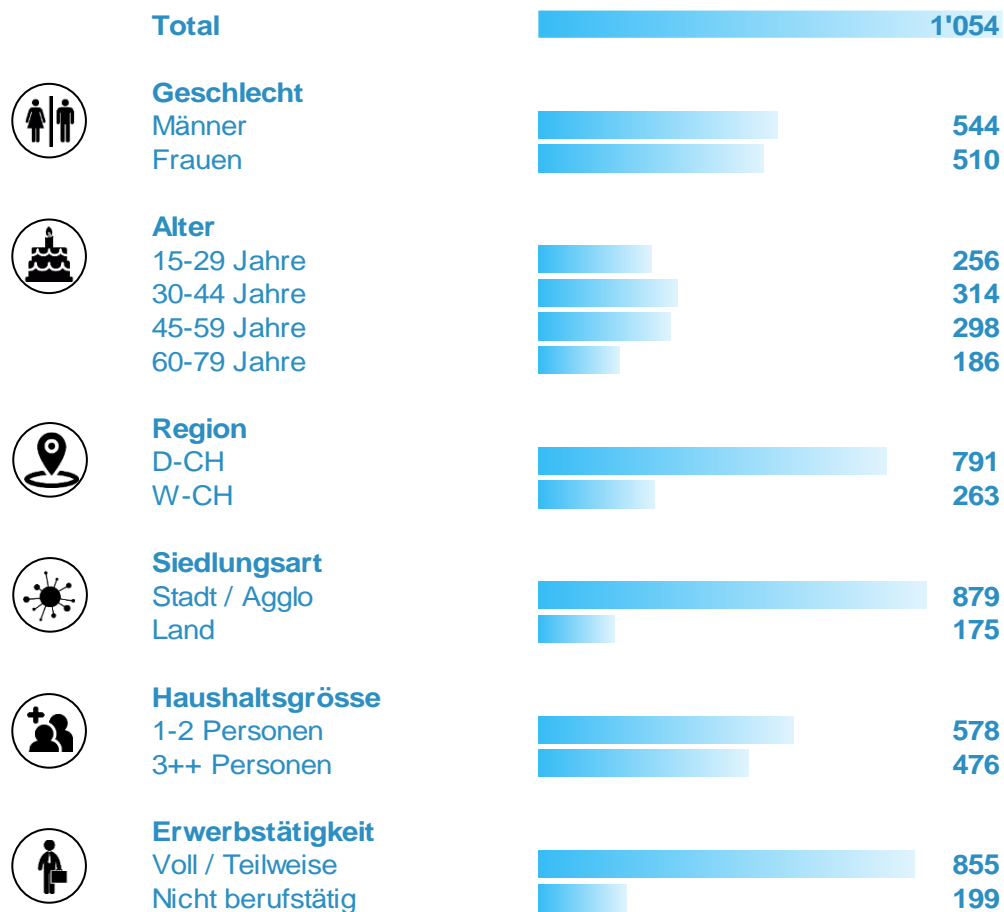
- Vertrieb über Versicherungen ist weiterhin an erster Stelle und steigend
- Buchung über Reisebüro aufgrund von Wohlfühlfaktor und Servicequalität

Studiendesign & Stichprobenstruktur

Studiendesign

Kunde:	Allianz Partners
Kontaktperson Kunde:	Stefanie Hutterer Executive Assistant to the CEO
YouGov Schweiz:	Annina Diethelm-Eggenschwiler Senior Research Consultant Marketing Research
Studienziel:	Evaluation des Buchungs- und Reiseverhaltens der Schweizer Reisebevölkerung. Zudem werden 2024 im Content-Teil Fragen zu KI und Workation gestellt.
Erhebungsphase:	24. Juni - 8. Juli 2024
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=1'054 Interviews (n=1'159 Brutto-Interviews)
Methode:	Online-Studie im YouGov 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.

Stichprobenstruktur (ungewichtet) - (1/2)



Stichprobenstruktur (ungewichtet) - (2/2)



Total 1'054

Stimmberechtigt

Ja 968
Nein 86

Nationalität

CH 813
Ausländer 64
Doppelbürger mit CH 159
Doppelbürger ohne CH 6



Reiseschutz

Ja 545
Nein 461



Letzte Reiseversicherung: Allianz

Ja 39
Nein 1'011

Medienkontakt und weitere Informationen

A hiker with a backpack is walking through a grassy field towards snow-capped mountains. The scene is reflected in a small pond in the foreground. The sky is blue with some clouds.

Mediananfragen bitte an:
medien.ch@allianz.com

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