

Presseinformation

Urlaub 2020: daheim bleiben!

Das aktuell mit Abstand attraktivste Reiseziel der Deutschen ist – Deutschland! Was alle ahnten, bestätigt die erste repräsentative Studie zum Thema „Reisen nach dem Ausbruch von Covid-19“ von Allianz Partners. Und: Wie sich das Reiseverhalten der Deutschen 2020 verändert hat.

München, 23. Juli 2020. Corona hat die Welt verändert. Insbesondere die Tourismuswelt. Die repräsentative Studie „Reisen nach dem Ausbruch von Covid-19“ im Auftrag von Allianz Partners gibt Antworten auf spannende Fragen: Wie verreisen die Deutschen in der Pandemie? Wie ändert sich das Urlaubsverhalten? Und: Wohin geht überhaupt die Reise? „Die Corona-Pandemie stellt die Touristikbranche vor schwerwiegende Herausforderungen“, sagt Allianz Partners Deutschland CEO Jacob Fuest. „Dennoch stimmt uns optimistisch, dass die Lust der Deutschen auf das Reisen weiterhin sehr groß ist. Nur das Reiseverhalten hat sich abrupt verändert. Heimaturlaub boomt, es gilt Auto statt Flugzeug und vor allem Sicherheit geht vor. Es bleibt abzuwarten, welcher dieser Trends sich langfristig durchsetzen wird.“ Für die Studie wurden Anfang Juli 2020 500 Deutsche ab 18 Jahren befragt.

Die Deutschen sparen am Urlaub – oder bleiben gleich zu Hause

Die Pandemie belastet die Urlaubskasse: Drei von zehn Deutschen (35,4 %) wollen 2020 weniger Geld für Urlaub ausgeben. Bei den jungen Urlaubern zwischen 18 und 29 Jahren plant sogar jeder zweite (54,2 %), in den diesjährigen Ferien auf die Kostenbremse zu drücken. Übrigens: Drei von zehn Befragten (31,0 %) gaben bei der repräsentativen Befragung Anfang Juli an, 2020 gar kein Geld für Urlaub auszugeben. Und jeder vierte Deutsche (26,4 %) plant 2020 erst gar keinen Urlaub!

Post-Pandemie-Trend: Heimaturlaub boomt

Urlaub im eigenen Land ist der Sommertrend 2020. Vor Corona verbrachten drei von zehn Deutschen (29,8 %) ihre Ferien im eigenen Land, nun planen sechs von zehn Befragten

Presseinformation

(61,0 %) Urlaub in der Heimat. Und wo genau? Jeder vierte will in den Ferien nach Bayern (23,6 %), knapp jeder fünfte nach Mecklenburg-Vorpommern (18,8 %) und jeder zehnte nach Baden-Württemberg (10,6 %). Dazu passt, dass die Hälfte aller Befragten (49,4 %) einen kurzen Urlaub mit kurzer Anreise (vor Covid-19: 29,8 %) bevorzugt. Nur noch jeder siebte (14,8 %) plant eine längere Reise und nimmt auch eine längere Anreise in Kauf (vor Corona: 34,8 %).

Wohin geht die Reise? In die Nähe, nicht in die Ferne

Wie sieht es beim Thema Urlaub im Ausland aus? Hier scheinen Vorsicht, Finanzen und Vernunft zu regieren. Verbrachte vor der Pandemie noch jeder zweite (48,0 %) seinen Urlaub in einem EU-Staat, ist es jetzt nur noch jeder dritte (33,0 %). Eindeutiges Ergebnis der Studie von Allianz Partners: Die Deutschen verzichten nach dem Ausbruch von Covid-19 auf Fernreisen. Flog 2019 noch jeder fünfte (22,2 %) in ein Urlaubsland außerhalb der EU, so ist es 2020 nur noch einer von 16 (6,0 %). Übrigens: Corona-Verlierer Nummer eins bei den deutschen Urlaubern sind die USA. In der Studie „Reisen 2020“ von Allianz Partners (die vor der Corona-Krise veröffentlicht wurde) waren die Vereinigten Staaten noch das beliebteste Reiseziel der Deutschen. Nun sind die USA nur noch für 4,2 Prozent der Befragten ein aktuell attraktives Reiseziel – und von Platz 1 auf Platz 10 abgestürzt.

Urlaub in Zeiten von Corona: Flugzeug ist out, Auto ist in

Corona verändert unser Urlaubsverhalten grundlegend. Eindeutiger Trend: Die Deutschen fliegen nicht mehr, sondern fahren mit dem Auto in den Urlaub – auch jetzt, wo der Flugbetrieb wieder Fahrt aufnimmt. Lagen PKW und Flugzeug vor der Pandemie noch gleichauf (35,6 % vs. 32,0 %), sieht es nun komplett anders aus: Jeder zweite Deutsche fährt nun mit dem Auto in Urlaub (53,6 %), aber nur noch jeder zehnte (10,8 %) fliegt – im wahrsten Wortsinn der Absturz einer ganzen Branche.

Presseinformation

Sicherheit hat Vorfahrt – vor allem im ersten Urlaub nach Corona

Waren früher Themen wie Kulinarik, Genuss und Kultur wichtig, treten nun andere Bedürfnisse in den Vordergrund. In erster Linie Sicherheit. Vor Corona war jedem fünften der Befragten (21,8 %) Sicherheit im Urlaub wichtig, nun jedem dritten (33,8 %). Ähnlich verhält es sich beim Thema medizinische Versorgung: Das Bedürfnis nach guter medizinischer Versorgung stieg durch die Pandemie von 17,8 auf 31,0 Prozent. Jeder vierte (23,4 %) will im Urlaub die Möglichkeit haben, andere Touristen und große Gruppen zu meiden. Vor Covid-19 war es nur jeder achte (12,8 %). Auch interessant: Fast jeder vierte Deutsche (22,8 %) hat vor dem Ausbruch von Covid-19 keine Reiserücktritts- und Auslandsrankenversicherung abgeschlossen, möchte dies aber bei zukünftigen Reisen machen. Sicherheit geht im Urlaub 2.0 eben vor!

Über die Studie

Insgesamt 500 Deutsche ab 18 Jahren nahmen an der Studie teil, die Allianz Partners in Zusammenarbeit mit Marketagent.com durchgeführt hat:

Methode: Online-Befragung

Erhebungszeitraum: 01.07.2020 – 07.07.2020

Umfang: 20 geschlossene und offene Fragen

Geschlecht: 250 Männer, 250 Frauen

Altersstruktur: 18-29 Jahre (14,4 Prozent), 30-39 Jahre (18,0 Prozent), 40-49 Jahre (22,6 Prozent), 50-59 Jahre (20,4 Prozent), 60-69 Jahre (14,8 Prozent), älter als 69 Jahre (9,8 Prozent)

Bildung: 44,4 Prozent mit Abitur, 55,6 Prozent ohne Abitur

Über Allianz Partners

Allianz Partners, mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen, ist auf Versicherungsschutz und Hilfeleistungen in zahlreichen Geschäftsfeldern spezialisiert. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungslösungen ist das Unternehmen weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Assistance, Gesundheit & Leben, KFZ und Reiseversicherungen. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen,

Presseinformation

stehen Geschäftspartnern sowie deren Kunden über direkte und digitale Kanäle unter den vier folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive und Allianz Travel. Mehr als 21.000 Mitarbeiter, die 70 Sprachen sprechen, wickeln jährlich 71 Millionen Fälle auf allen Kontinenten ab.

Die Allianz Partners Gruppe ist mit den zwei Unternehmen AWP P&C S.A., Niederlassung für Deutschland und Allianz Partners Deutschland GmbH – jeweils mit Sitz in Aschheim bei München – vertreten. Sie bieten Leistungen im Bereich Spezialversicherungen für Reise, Freizeit und Auslandsaufenthalte sowie Assistance-Leistungen an.

Für weitere Presseauskünfte und Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Sabrina Schertel
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Telefon: (089) 26 20 83 - 1153
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Kathrin Egerding
Hansmann PR
Telefon: (089) 360 54 99 - 29
E-Mail: k.egerding@hansmannpr.de
Lipow skystraße 15
81373 München

Die Einschätzungen stehen wie immer unter den nachfolgend angegebenen Vorbehalten.

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen

Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekanntem Risiken und Ungewissheiten verbunden sein. Die tatsächlichen Ergebnisse und Entwicklungen können daher wesentlich von den geäußerten Erwartungen und Annahmen abweichen. Neben weiteren hier nicht aufgeführten Gründen können sich Abweichungen aus Veränderungen der allgemeinen wirtschaftlichen Lage und der Wettbewerbssituation, vor allem in Allianz Kerngeschäftsfeldern und -märkten, aus Akquisitionen sowie der anschließenden Integration von Unternehmen und aus Restrukturierungsmaßnahmen ergeben. Abweichungen können außerdem aus dem Ausmaß oder der Häufigkeit von Versicherungsfällen (zum Beispiel durch Naturkatastrophen), der Entwicklung von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise -tendenzen und, insbesondere im Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldnern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel Marktschwankungen oder Kreditausfälle) und der Wechselkurse sowie nationale und internationale Gesetzesänderungen, insbesondere hinsichtlich steuerlicher Regelungen, können entsprechenden Einfluss haben. Terroranschläge und deren Folgen können die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß von Abweichungen erhöhen. Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren.