

Pressemitteilung

Bedürfnis nach Flexibilität steigt: Kaufabsichten für Reiseversicherungen verdoppeln sich

Der States of Mind Travel Report von Allianz Partners zeigt, wie sich die Einstellungen von Verbraucher:innen verändern, dadurch dass Reisen immer komplexer wird.

München/ Paris, 5. Dezember 2022 Das Bedürfnis der Reisenden nach mehr Flexibilität prägt das Reisen nach der Pandemie, da Reisende mit einem breiteren Spektrum an möglichen Problemen konfrontiert sind. Das ergibt der *States of Mind Travel Report*¹, der von Allianz Partners, B2B2C-Marktführer für Assistance- und Versicherungslösungen, veröffentlicht wurde und sich mit dem aktuellen Stand und der Zukunft der Reise- und Tourismusbranche beschäftigt.

Der Bericht stützt sich auf die Erkenntnisse führender Branchenexperten wie Joe Mason, Chief Marketing Officer Travel bei Allianz Partners, und Luís Araújo, Präsident der European Travel Commission, sowie auf Kundentrends, die eigens von Allianz Partners erhoben wurden, und verdeutlicht die zunehmenden Stressfaktoren, mit denen Reisende heute konfrontiert sind.

Abgesehen von der anhaltenden Problematik durch die Corona-Pandemie sind Reisende heute auch von geopolitischen Turbulenzen, hoher Inflation und allgemeinen wirtschaftlichen Unsicherheiten betroffen. Das führt zu einer neuen Einstellung zum Reisen, bei der Flexibilität und Schutz vor den „Was-wäre-wenn“-Faktoren noch wichtiger sind.

Die Daten von Allianz Partners zeigen, dass die Absicht der Kund:innen, eine Reiseversicherung abzuschließen, in den fünf wichtigsten europäischen Märkten (Belgien, Frankreich, Deutschland, Italien, Großbritannien) deutlich gestiegen ist: von 21% im Jahr 2019 auf 55% im Jahr 2022 für internationale Reisen und von 12% auf 26% für Inlandsreisen. Im Einklang mit der steigenden Nachfrage verzeichnete Allianz Partners im Jahr 2022 den höchsten jemals verzeichneten Anteil an Leistungsansprüchen nach der Abreise.

Die Untersuchung zeigt auch die folgenden Trends auf:

¹ Der *States of Mind Travel Report* stützt sich auf die eigens von Allianz Partners durchgeführte Studie des *internen Customer Lab*, den *Allianz Partners Summer Vacation Confidence Index*, interne Erkenntnisse über das Verbraucherverhalten sowie Daten aus dem gesamten Ökosystem der Reisebranche. Der Bericht enthält auch Beiträge und Analysen von zwei führenden Experten der Reisebranche: Joe Mason, Chief Marketing Officer Travel bei Allianz Partners, und Luís Araújo, Präsident der European Travel Commission. Informationen zum Customer Lab Research von Allianz Partners finden Sie am Ende der Pressemitteilung.

- Flexibles Arbeiten wird zum Mainstream: Die Zunahme von Fern- und Hybridarbeit bedeutet, dass mehr Reisende aller Altersgruppen Arbeit (Business) und Freizeit (Leisure) miteinander verbinden, was zu einem Anstieg von sogenannten „Bleisure“-Reisen führt. Der Bericht hebt auch die Anpassungen hervor, die die Reisebranche vornehmen muss, um diesen Anforderungen gerecht zu werden, zum Beispiel die Notwendigkeit aktualisierter Vorschriften, die Lösung von Fragen der steuerlichen Ansässigkeit und der Bedarf an weiteren Investitionen in beliebte Reiseziele.
- Da hybride Arbeitsmodelle wahrscheinlich auch in Zukunft Bestand haben werden, erwarten mehr Reisende, dass sie aus dem Ausland oder von einem anderen Wohnort aus arbeiten werden. Das Customer Lab von Allianz Partners hat festgestellt, dass 28% der Reisenden im Alter von 18 bis 25 Jahren erwarten, in Zukunft häufiger im Ausland oder von einem Zweit- oder Familienwohnsitz aus zu arbeiten.
- Flexibilität ist das A und O: 58% der jungen Familien planen inzwischen flexible Reisebuchungen, um auf unvorhergesehene Ereignisse reagieren zu können. Das Jahr 2022 war geprägt von der zunehmenden Reisetätigkeit größerer Familiengruppen über mehrere Generationen hinweg, was zu erheblichen Veränderungen in der Branche geführt hat. Hotels und Resorts müssen sich daher auf ein breiteres Spektrum von Gästen einstellen und sich viel besser an einen vielfältigen Kundenstamm anpassen.
- 41% der Verbraucher:innen sind sich der Umweltauswirkungen von Reisen bewusst, dennoch ist Nachhaltigkeit ein relativ unbedeutender Faktor bei Reiseentscheidungen.

Joe Mason, Chief Marketing Officer Travel bei Allianz Partners, kommentiert: *„Der Wunsch, wieder zu reisen hat sich 2022 in vollen Abflughallen und überfüllten Urlaubsorten gezeigt. Doch die Auswirkungen der Pandemie auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Reisenden sind unübersehbar.“*

Die Versicherungsbranche erbringt ihre Dienstleistungen jetzt für anspruchsvollere und besser informierte Verbraucher:innen, die ein geschärftes Bewusstsein dafür haben, was gut und was schlecht laufen kann. Daher ist der Druck auf die Reisebranche, ihre Leistungen zu erbringen, erheblich gestiegen. Flexible, nahtlose Lösungen, die alle Eventualitäten abdecken, stehen jetzt im Mittelpunkt des Angebots.“

Luís Araújo, Präsident der European Travel Commission, ergänzt: *„Die Reisebranche hat in den letzten drei Jahren unglaubliche Widerstandsfähigkeit bewiesen. Während das Gastgewerbe und die Reisebranche begonnen haben, sich an die neue Realität des Reisens anzupassen, muss das nun auch in anderen Teilen des Reise-Ökosystems geschehen.“*

Attraktionen, Museen und Veranstaltungen sind nur einige Bereiche, die anfangen müssen, Reisenden, die das Risiko von Enttäuschungen oder finanziellen Verlusten im Falle von Störungen begrenzen wollen, mehr Wahlmöglichkeiten zu bieten. Wenn die verschiedenen Bereiche der Branche zusammenarbeiten, um das gesamte Reiseerlebnis positiv zu gestalten, ist die Branche umso besser für die Zukunft gerüstet.“

Zum Report

Den gesamten englischsprachigen Report finden Sie hier: https://www.allianz-partners.com/en_global/in-the-news/reports-surveys/states-of-mind-travel.html

Pressekontakte

Alexandra Zimmerle
Unternehmenskommunikation
Allianz Partners Deutschland
Telefon: +49 170 3645904
E-Mail: presse-awpde@allianz.com
Bahnhofstraße 16
85609 Aschheim

Maike Störmer
Account Executive
FleishmanHillard Germany GmbH
Telefon: +49 172 624 8798
E-Mail: maike.stoermer@fleishman.com
Hanauer Landstraße 182 A
60314 Frankfurt am Main

Über Allianz Partners

Die Allianz Partners Gruppe, mit Firmensitz in Frankreich, Saint Ouen, ist auf Versicherungsschutz und Hilfeleistungen in zahlreichen Geschäftsfeldern spezialisiert. Die Unternehmensgruppe ist Spezialist für sogenannte B2B2C Lösungen und weltweit in den Bereichen Assistance, Gesundheit & Leben, KFZ und Reiseversicherungen tätig. Diese Angebote, die eine Kombination aus Versicherung, Services und Technologie darstellen, stehen Geschäftspartnern sowie deren Kund:innen über direkte und digitale Kanäle unter den vier folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Assistance, Allianz Care, Allianz Automotive und Allianz Travel. Rund 19.800 Mitarbeitende, die in über 75 Ländern vertreten sind, wickeln jährlich etwa 64 Millionen Fälle in 70 verschiedenen Sprachen auf allen Kontinenten ab.

Allianz Partners ist in Deutschland mit verschiedenen Unternehmen vertreten: Die **AWP P&C S.A.**, Niederlassung für Deutschland und die **Allianz Partners Deutschland GmbH** bieten Leistungen im Bereich Spezialversicherungen für Reise, Freizeit und Auslandsaufenthalte sowie Assistance-Leistungen an. Zu Allianz Partners gehören zudem die **Automotive VersicherungsService GmbH** als Versicherungspartner des Automobilhandels sowie die **MAWISTA GmbH** als Spezialist in der Vermittlung von zielgruppenspezifischen Krankenversicherungen für vorübergehende Auslandsaufenthalte sowie Aufenthalte von Gästen aus dem Ausland in Deutschland. Die **Allianz Handwerker Services GmbH** bietet umfassende Leistungen rund um das Schaden- und Immobilienmanagement, modernisiert und repariert deutschlandweit mit eigenen Ingenieuren und geprüften Handwerkern. Als Customer Support Center erbringt die **Mondial Kundenservice GmbH** im **24/7-Betrieb** Dienstleistungen für die Versicherungswirtschaft, zudem stehen über diese Gesellschaft auch die Leistungen der Allianz Handwerker Services GmbH für die Versicherungswirtschaft zur Verfügung. Außerdem ist Allianz Partners im Bereich Rehabilitationsmanagement mit der **rehacare GmbH** vertreten. Sie unterstützt Menschen nach

Unfall oder schwerer Krankheit auf dem Weg ihrer Rehabilitation. Die **Warranty GmbH** ist auf die Vermittlung und Abwicklung von Kfz-Garantie-Versicherungen spezialisiert.

Über das Allianz Partners Customer Lab

Das Customer Lab von Allianz Partners ist eine interne quantitative Datenbank mit Verbraucherinformationen. Die Daten für das Jahr 2022 wurden im Frühjahr 2022 erhoben und umfassen die Befragung von mehr als 25.000 Verbraucher:innen in zehn wichtigen Reisemärkten: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Italien, Großbritannien und die USA. Die Daten werden sowohl auf Länder- und Altersgruppenebene als auch auf der Ebene der Gesamtstichprobe analysiert.