



# Allianz Reisen 2017

[Deutschland]



Dezember 2017

**MARKETAGENT.COM**  
Digitale Markt- und Meinungsforschung

# Umfrage-Basics | Studiensteckbrief:

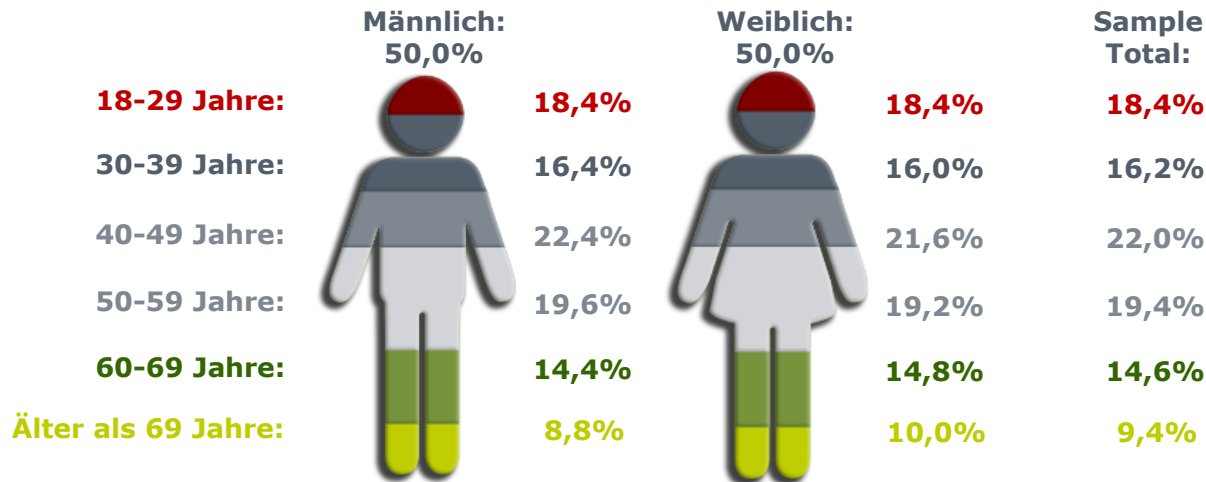
<b>Methode:</b>	Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
<b>Instrument:</b>	Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
<b>Respondenten:</b>	web-aktive Personen aus Deutschland ab 18 Jahren
<b>Sample-Größe:</b>	n = 500 Netto-Interviews (Kernzielgruppe), Random Selection nach Quoten
<b>Erhebungszeitraum:</b>	20.11.2017 – 28.11.2017
<b>Screening:</b>	Alter, Land
<b>Grundgesamtheit:</b>	web-aktive Personen aus Deutschland ab 18 Jahren
<b>Incentives:</b>	geldwerte Bonuspunkte
<b>Umfang:</b>	26 offene/geschlossene Fragen
<b>Studienleitung:</b>	Marketagent.com, Mag. Stefan Gensasz
<b>Kontakt:</b>	s.gensasz@marketagent.com



Worldwide Partners

Allianz 

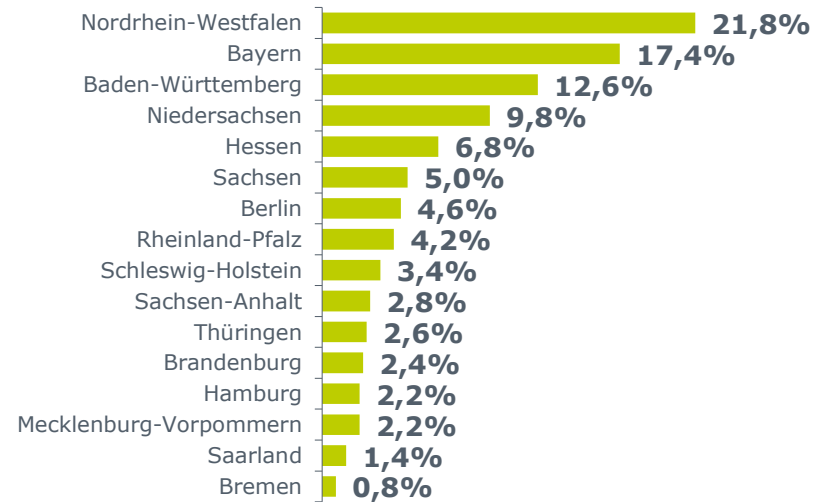
# Zusammensetzung des Samples in der Kernzielgruppe (n=500):



**Volks- / Hauptschulabschluss:**  
32,2%

**Realschulabschluss / Mittlere Reife:**  
35,6%

**Abitur / Fachabitur/ Abgeschlossenes  
(Fach-) Hochschulstudium:**  
32,2%



---

# Die Ergebnisse:



Worldwide Partners



---

# Reisen Allgemein

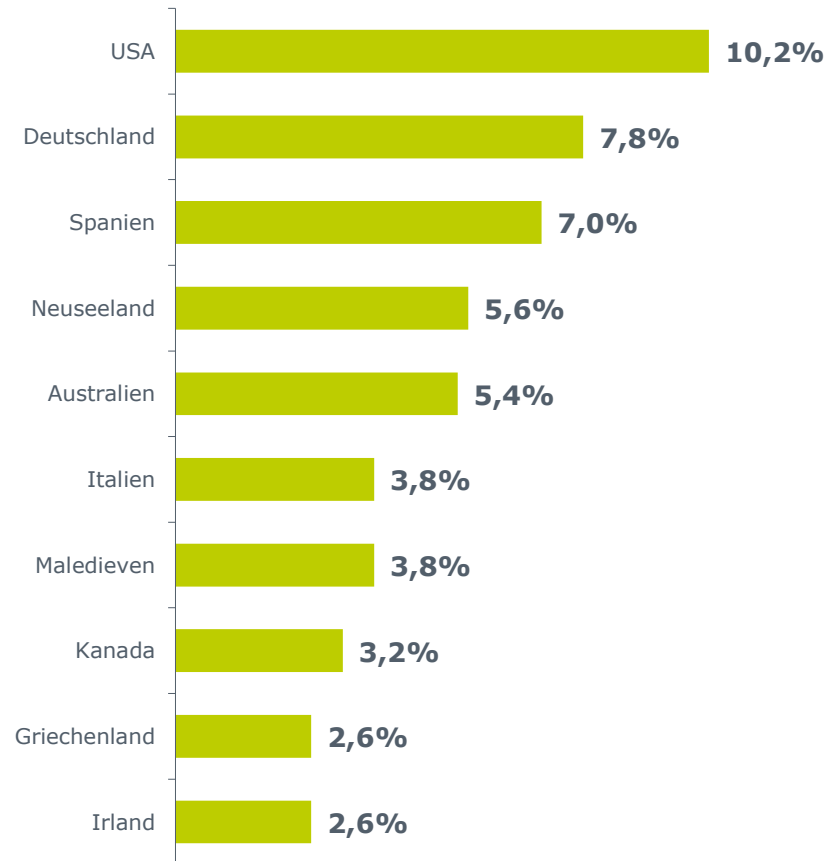


Worldwide Partners

**Allianz** 

# Spontan gefragt, würden 11 Prozent der Deutschen gerne in die USA reisen.

Top 10 Wunschreiseziele (ungestützt)



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

## 4. [...] Angenommen, Zeit und Geld spielen keine Rolle: In welchem Land würden Sie am liebsten Ihren nächsten Urlaub verbringen? [...] (n=500)

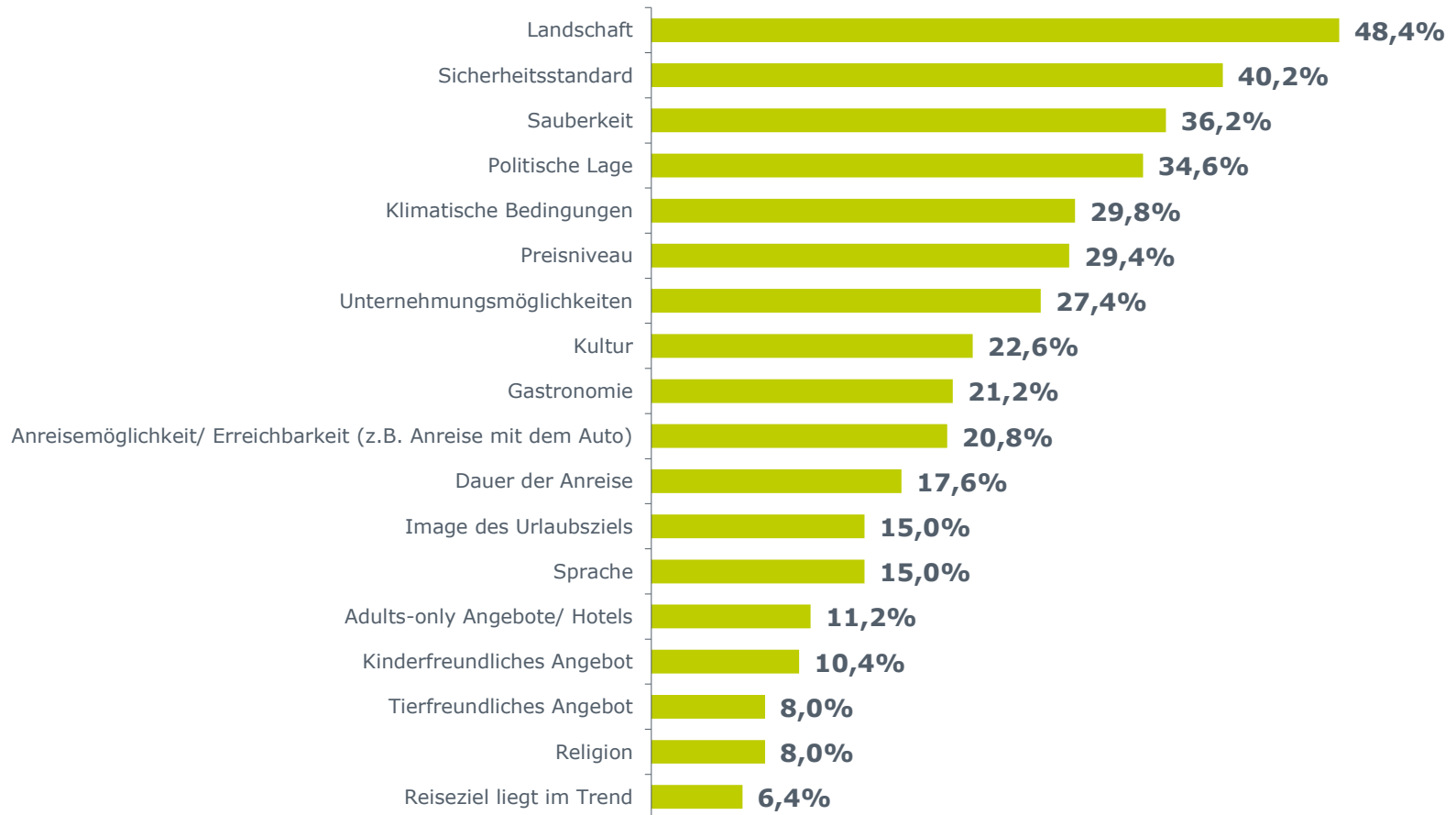


Worldwide Partners

Allianz

# Einflussfaktoren bei der Wahl des Reiseziels:

## Top-Box: bewertet mit "sehr großen Einfluss" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Welchen Einfluss haben die folgenden Faktoren auf die Wahl Ihres Reiseziels? (n=500)

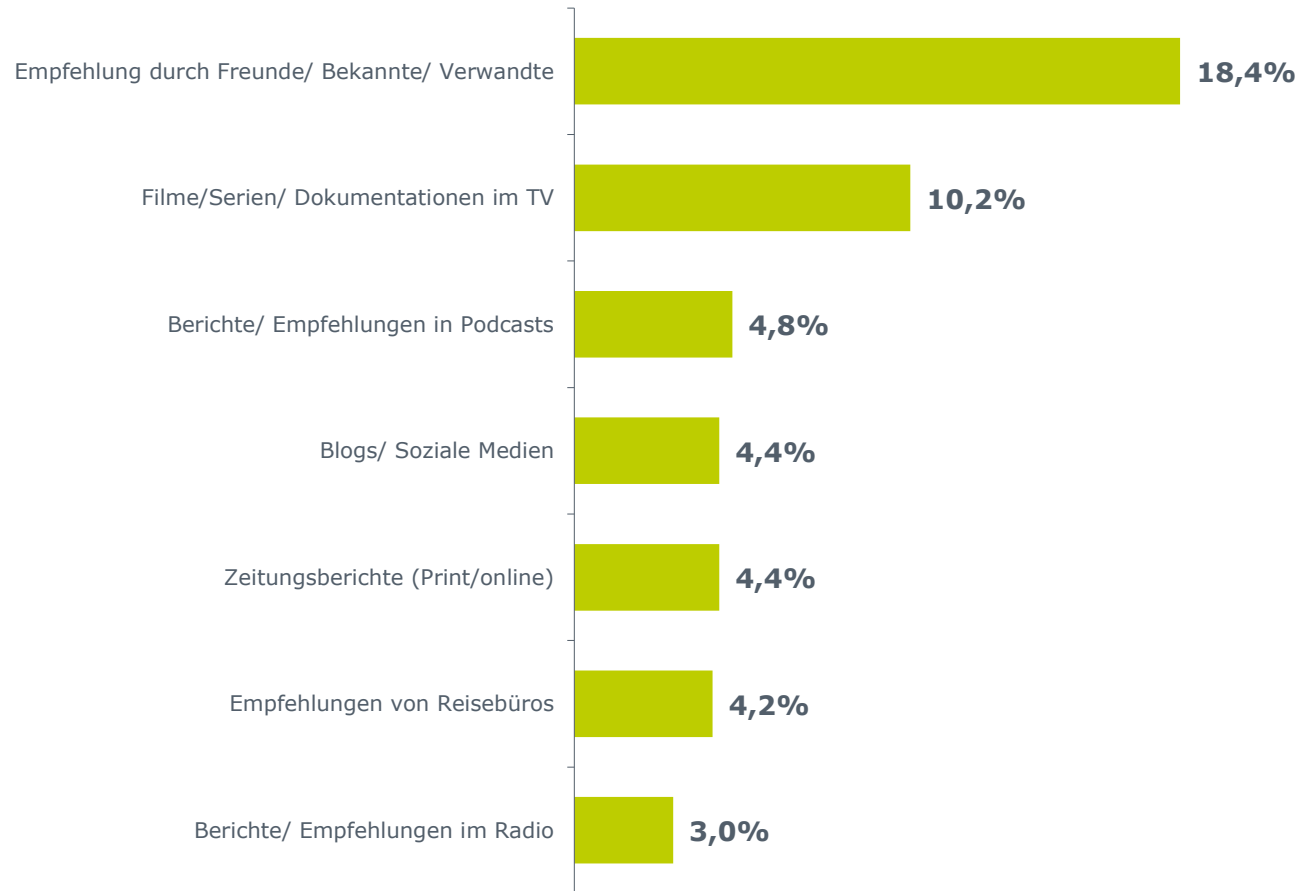


Worldwide Partners

Allianz

# Empfehlungen von Freunden/ Bekannten haben den größten Einfluss auf die Wahl des Reiseziels.

Top-Box: bewertet mit "sehr großen Einfluss" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Welchen Einfluss haben die folgenden Informationsquellen auf die Wahl Ihres Reiseziels? (n=500)



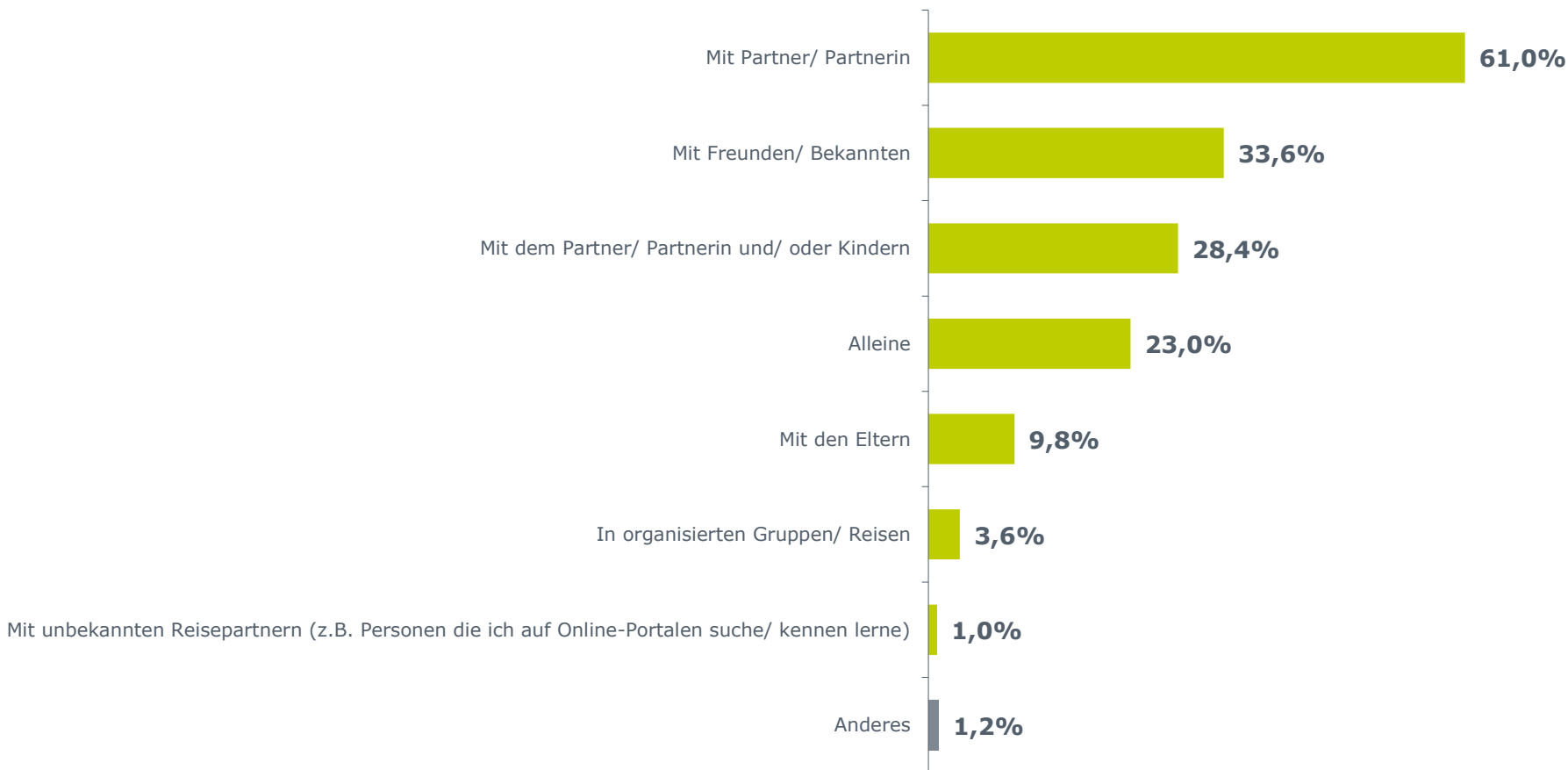
Worldwide Partners

Allianz



# 61 Prozent verreisen am liebsten mit dem Partner/ der Partnerin.

## Personen, mit denen man am liebsten verreist



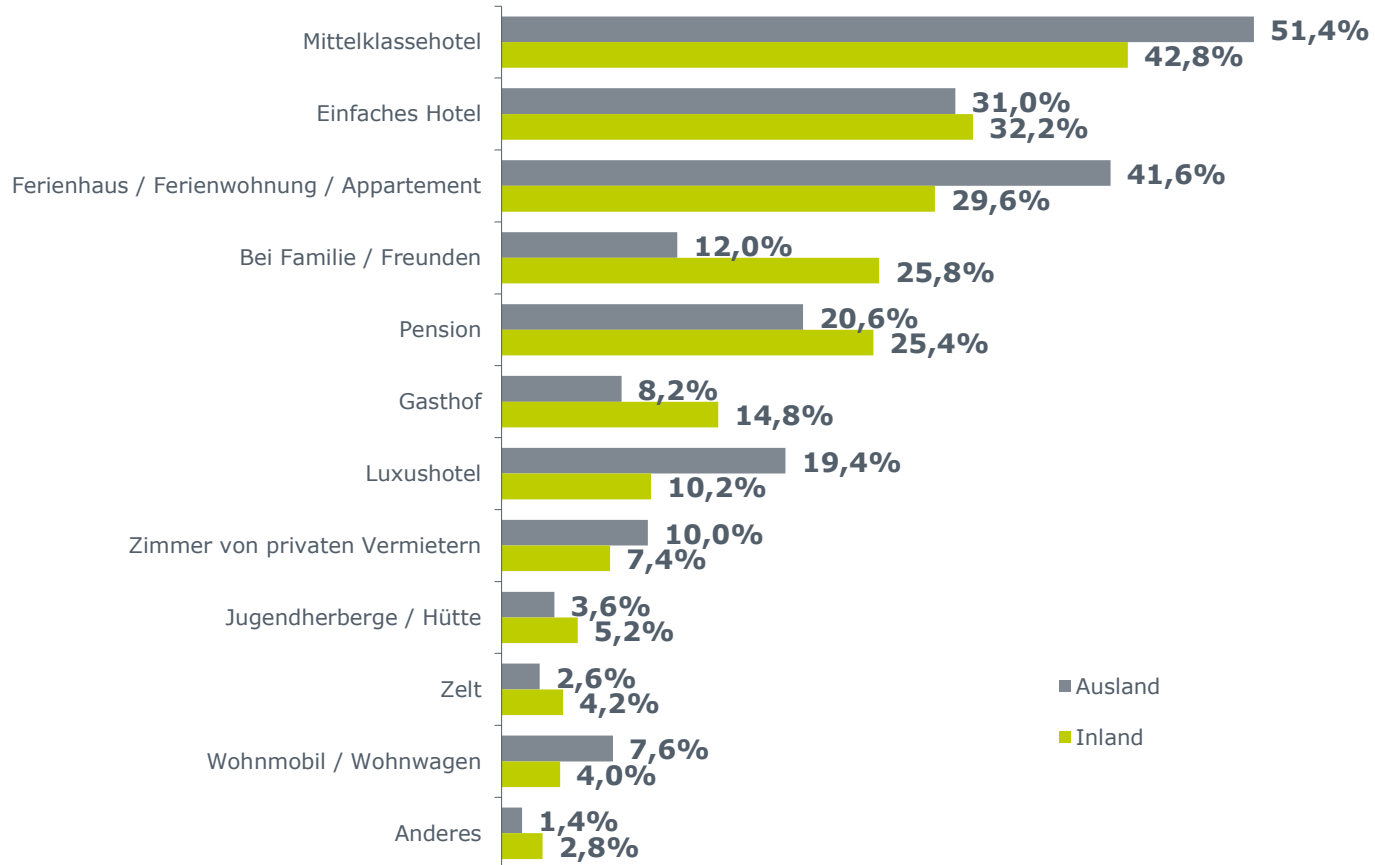
(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Mit wem verreisen Sie am liebsten? [...] (n=500)**



# Mittelklassehotels sind sowohl bei Auslands- wie auch Inlandsreisen die bevorzugte Art von Quartier.

## Bevorzugte Art von Quartieren: Auslands- vs. Inlandsreisen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Welche Art von Quartier nutzen Sie bevorzugt auf Reisen im ...? [...] (n=500)

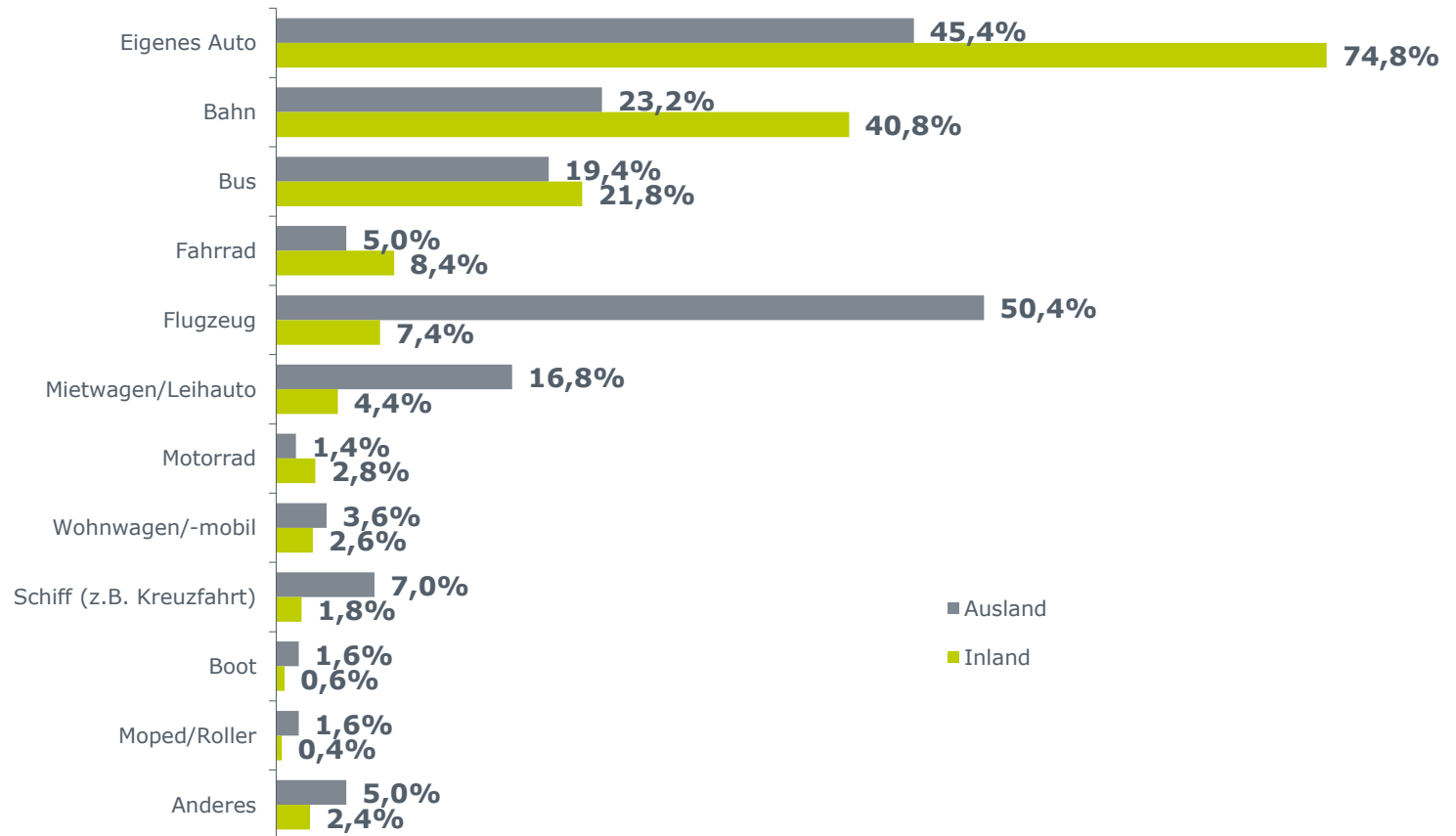


Worldwide Partners

Allianz

# Ins Ausland verreist man am liebsten mit dem Flugzeug, im Inland ist man am häufigsten mit dem eigenen Auto unterwegs.

Verkehrsmittel, mit denen man am häufigsten unterwegs ist: Auslands- vs. Inlandsreisen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Mit welchen der folgenden Verkehrsmittel sind Sie bei Auslandsreisen/ Inlandsreisen (in Deutschland) am häufigsten unterwegs? [...] (n=500)

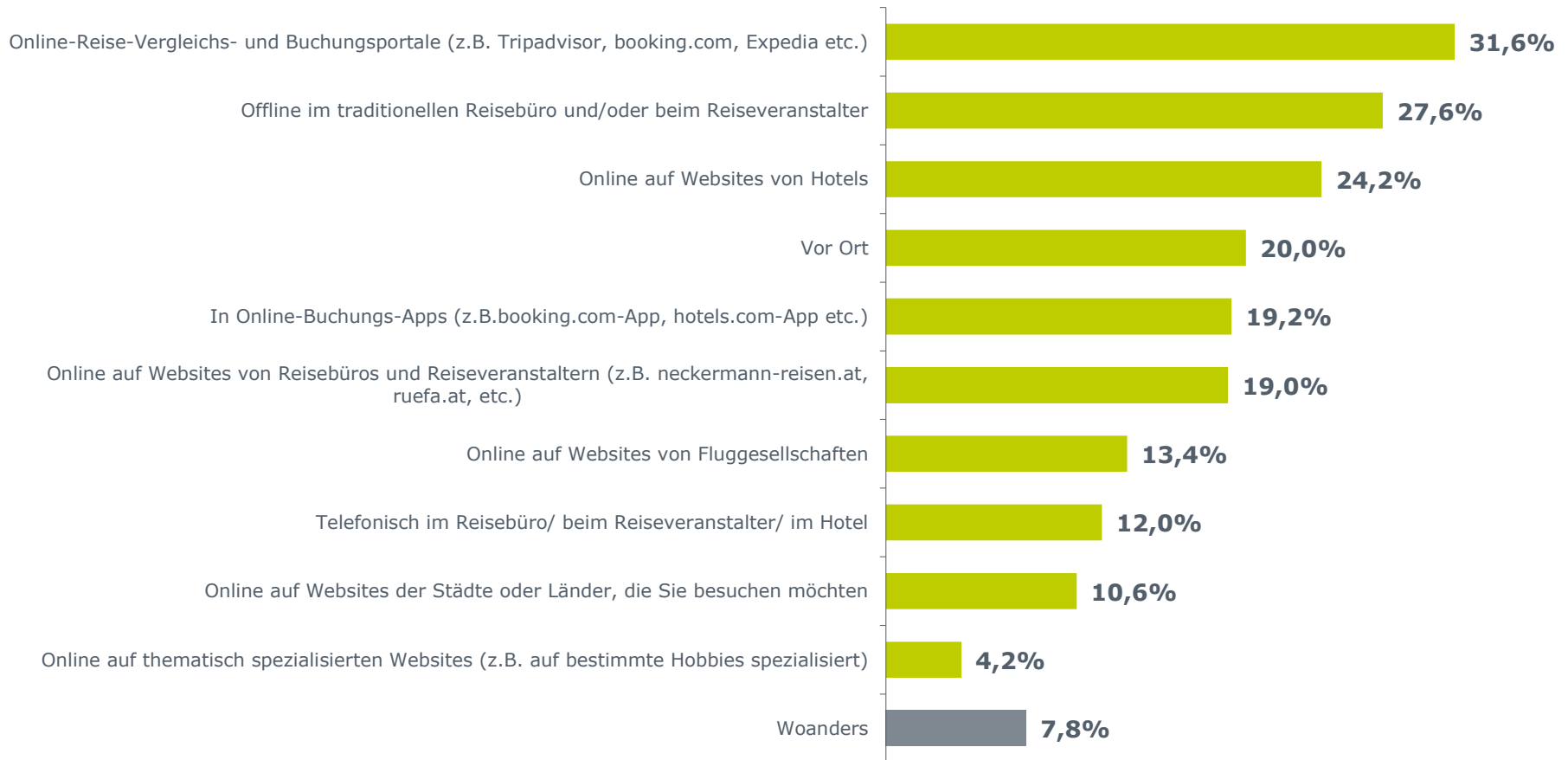


Worldwide Partners



# 31 Prozent buchen Reisen über Online-Reise-Vergleichs- und Buchungsportale.

## Buchung von Reisen via ...



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Wo buchen Sie üblicherweise Ihre Reise/ Reisebausteine, egal ob bei Inlands- oder Auslandsreisen? [...]**  
(n=500)

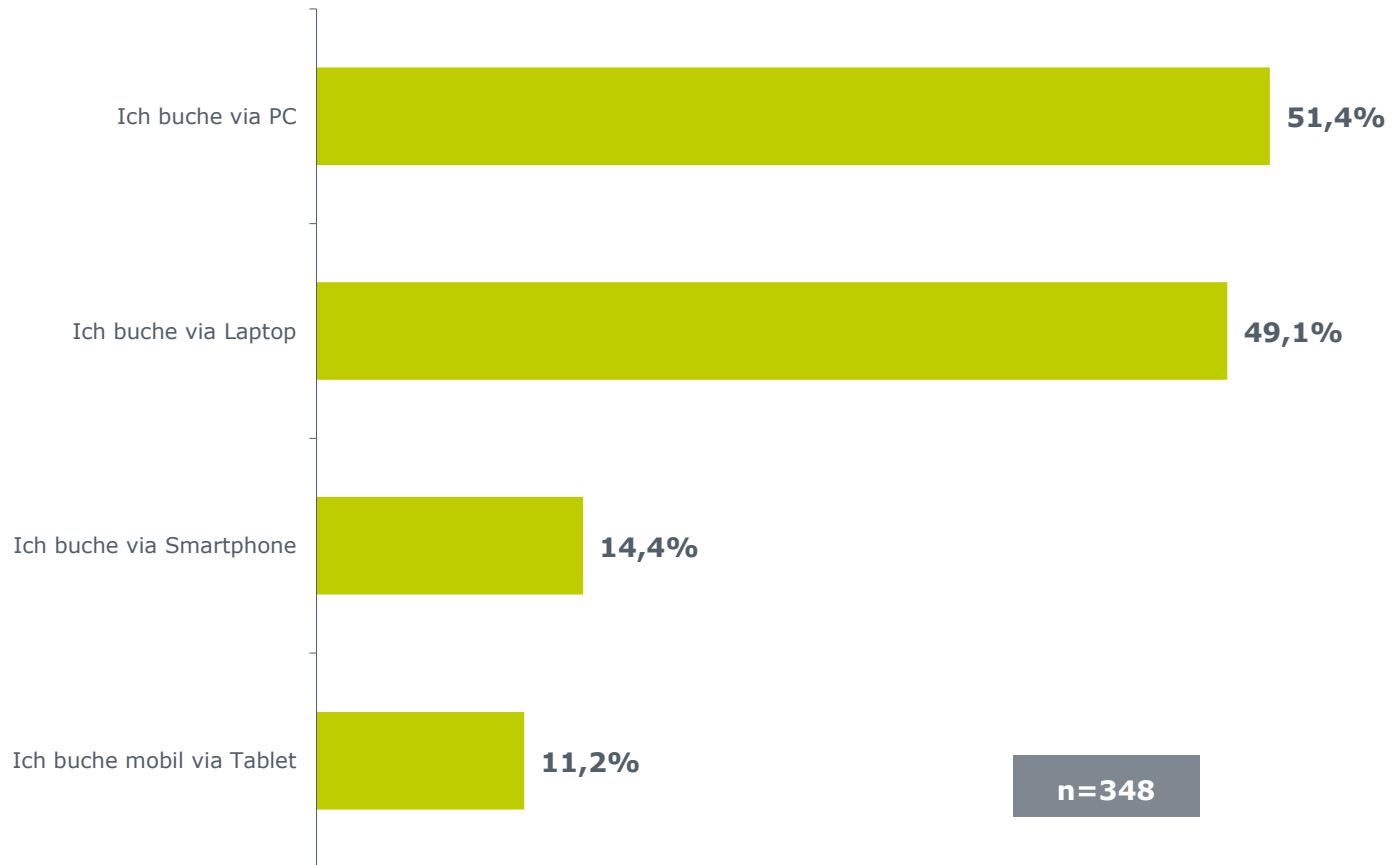


Worldwide Partners

Allianz

# Reisen werden online vor allem via PC und/oder Laptop gebucht.

Geräte, über die man die Reisen online bucht



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter, wohnen in Deutschland und buchen ihre Reisen (auch) online)

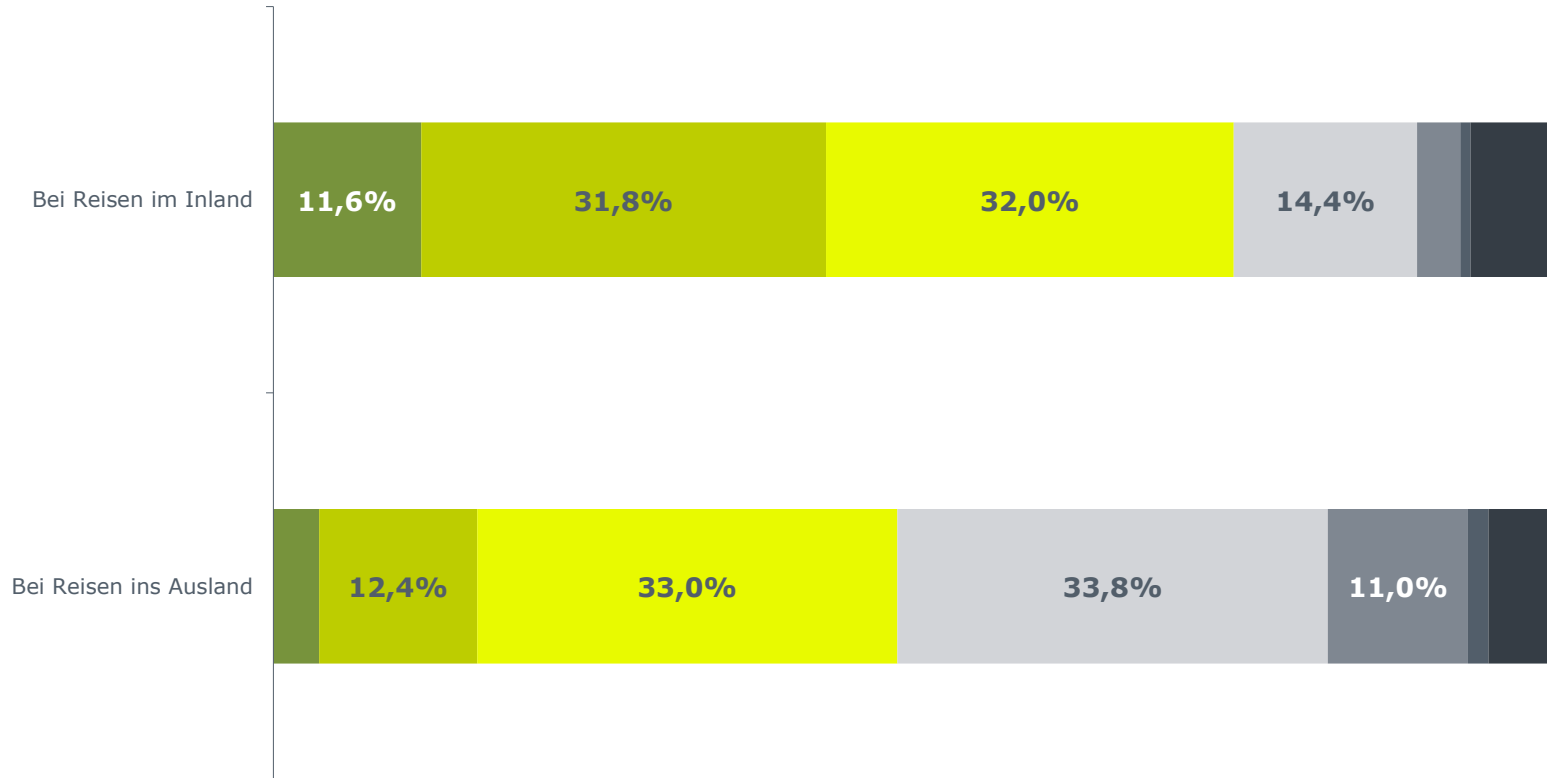
**Sie haben angegeben, Ihre Reisen (auch) online zu buchen. Über welche Geräte buchen Sie da üblicherweise? (n=348)**



Worldwide Partners



# Zeitraum der Buchung einer Reise:



■ bis 1 Woche vor Reiseantritt

■ bis 4 Wochen vor Reiseantritt

■ bis 3 Monate vor Reiseantritt

■ bis 6 Monate vor Reiseantritt

■ bis 12 Monate vor Reiseantritt

■ mehr als 12 Monate vor Reiseantritt

■ ich fahre ohne Buchung los und suche direkt vor Ort

(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Wie lange im Vorhinein buchen Sie üblicherweise Ihre Reise? (n=500)**



Worldwide Partners

Allianz

## Zeitraum der Buchung einer Reise:

Details siehe  
xls-File

Basis (n=500)	bis 1 Woche vor Reiseantritt	bis 4 Wochen vor Reiseantritt	bis 3 Monate vor Reiseantritt	bis 6 Monate vor Reiseantritt	bis 12 Monate vor Reiseantritt	mehr als 12 Monate vor Reiseantritt	ich fahre ohne Buchung los und suche direkt vor Ort
Bei Reisen im Inland	11,6%	31,8%	32,0%	14,4%	3,4%	0,8%	6,0%
Bei Reisen ins Ausland	3,6%	12,4%	33,0%	33,8%	11,0%	1,6%	4,6%

(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)



Worldwide Partners

Allianz

# Vorbereitungen/ Sicherheitsvorkehrungen VOR einer Reise:

Basis (n=500)	bei Reisen im Inland	bei Reisen ins Ausland	bei Reisen im Inland und ins Ausland	weder bei Reisen im Inland noch ins Ausland
Ich nehme meine elektronische Gesundheitskarte mit	10,0%	4,4%	75,8%	9,8%
Ich nehme meine Kreditkarte und/oder Bankomatkarte mit	8,4%	7,6%	78,0%	6,0%
Ich nehme (zusätzliches) Bargeld für Notfälle mit	7,2%	17,0%	63,8%	12,0%
Ich nehme alle notwendigen Medikamente mit	5,6%	12,8%	72,0%	9,6%
Ich habe mein Handy/Smartphone dabei und alle wichtigen Daten für Notfälle darauf gespeichert	5,6%	9,0%	76,6%	8,8%
Ich stelle mir ein entsprechendes Erste-Hilfe-Set zusammen	5,4%	17,4%	46,0%	31,2%
Ich nehme eine (handgeschriebene oder ausgedruckte) Liste wichtiger Telefonnummern für Notfälle mit	4,6%	12,6%	42,0%	40,8%
Ich organisiere jemanden, der während meiner Reise meine Kinder betreut	4,4%	6,0%	10,8%	78,8%
Ich achte auf meinen Impfschutz	4,2%	41,6%	37,2%	17,0%
Ich nehme Desinfektionsmittel/ Reinigungsmittel mit	4,2%	15,4%	40,0%	40,4%
Ich organisiere einen Haussitter bzw. jemanden, der sich um mein Zuhause kümmert	4,2%	10,2%	44,0%	41,6%
Ich versperre mein Gepäck mit Sicherheitsschloss	3,8%	25,0%	39,6%	31,6%
Ich schließe eine Reiseversicherung ab	3,6%	33,0%	27,4%	36,0%
Ich nehme eine Kopie aller wichtigen Dokumente mit	3,6%	25,6%	33,8%	37,0%
Ich organisiere jemanden, der während meiner Reise meine Haustiere betreut	3,4%	10,0%	35,8%	50,8%
Ich aktiviere zu Hause meine Alarmanlage	3,4%	4,6%	31,0%	61,0%
Ich schließe eine Storno-Versicherung ab	3,0%	26,2%	24,6%	46,2%

(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

[...] Welche dieser Vorbereitungen/ Sicherheitsvorkehrungen treffen Sie üblicherweise vor einer Reise?



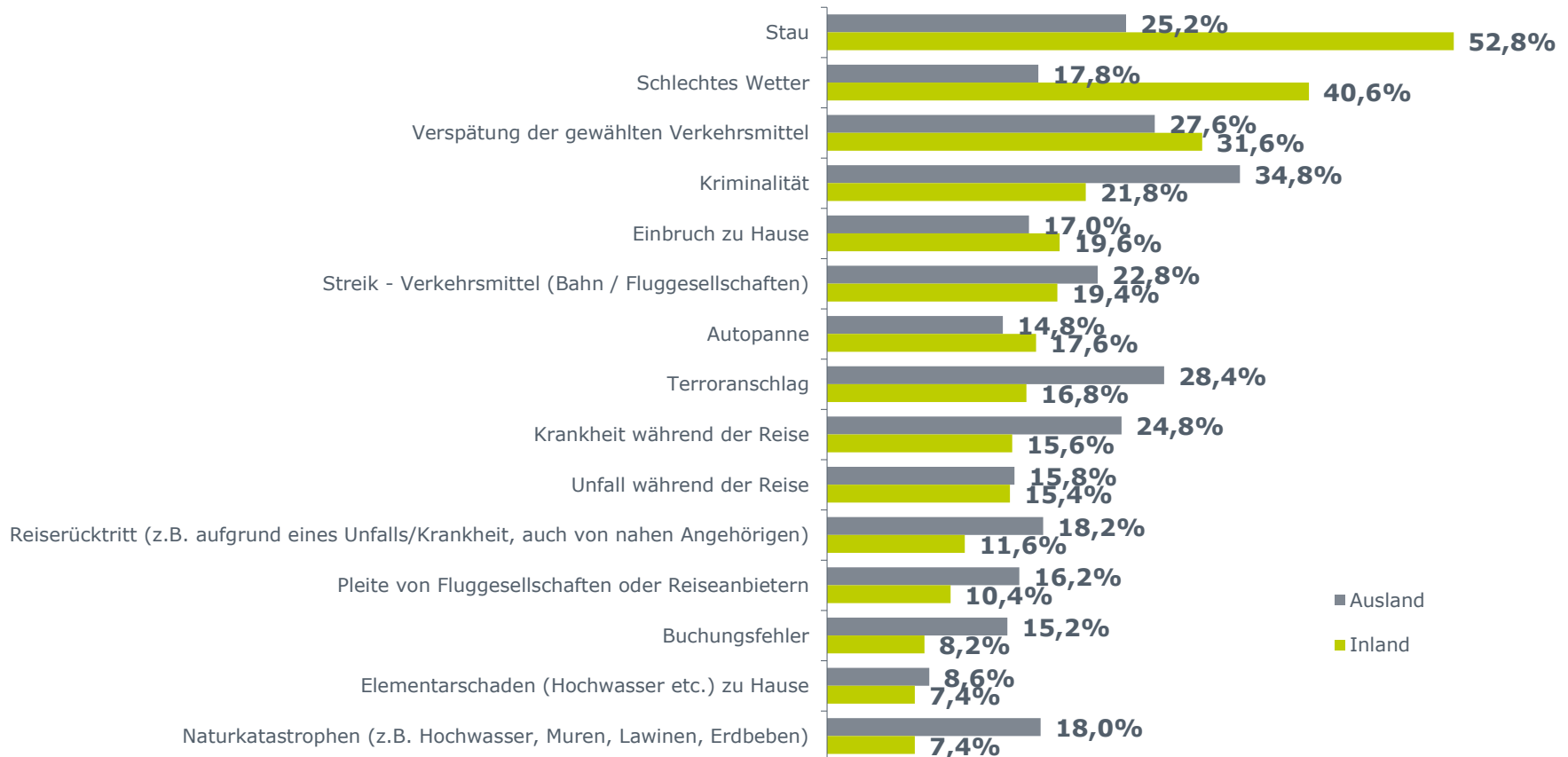
Worldwide Partners





# Riskante Aspekte bei der Reise: Inland vs. Ausland

Top-2-Box: bewertet mit "sehr hohes Risiko" und "eher hohes Risiko" (5-stufige Skalierung)



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Wie hoch ist Ihrer Meinung nach das Risiko hinsichtlich folgender Aspekte bei einer Reise im ... ? (n=500)

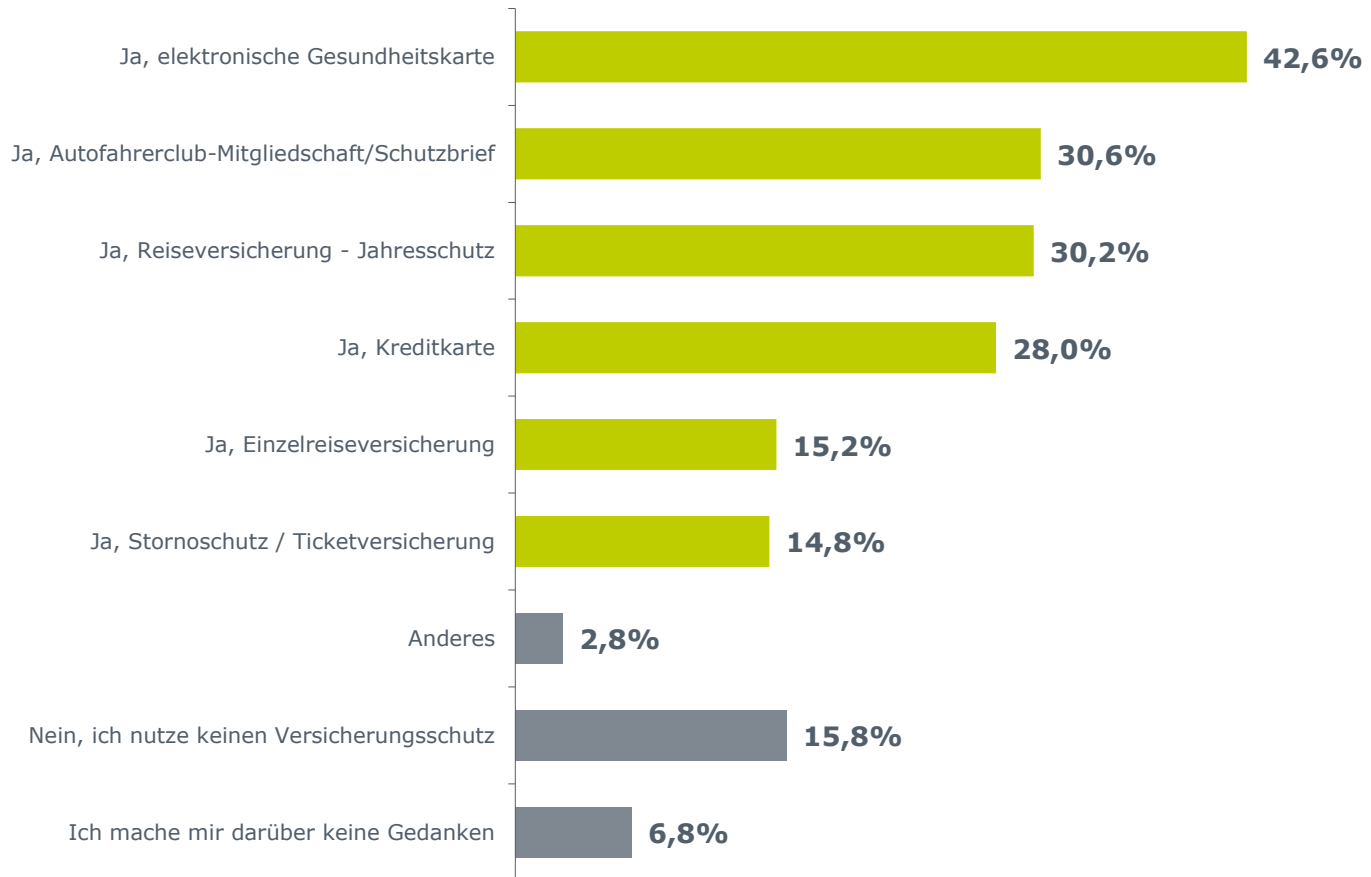


Worldwide Partners



# Die elektronische Gesundheitskarte ist das häufigste Mittel als Versicherungsschutz auf Reisen.

## Nutzung eines Versicherungsschutzes auf Reisen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Nutzen Sie üblicherweise einen Versicherungsschutz wenn Sie auf Reisen gehen? (n=500)**

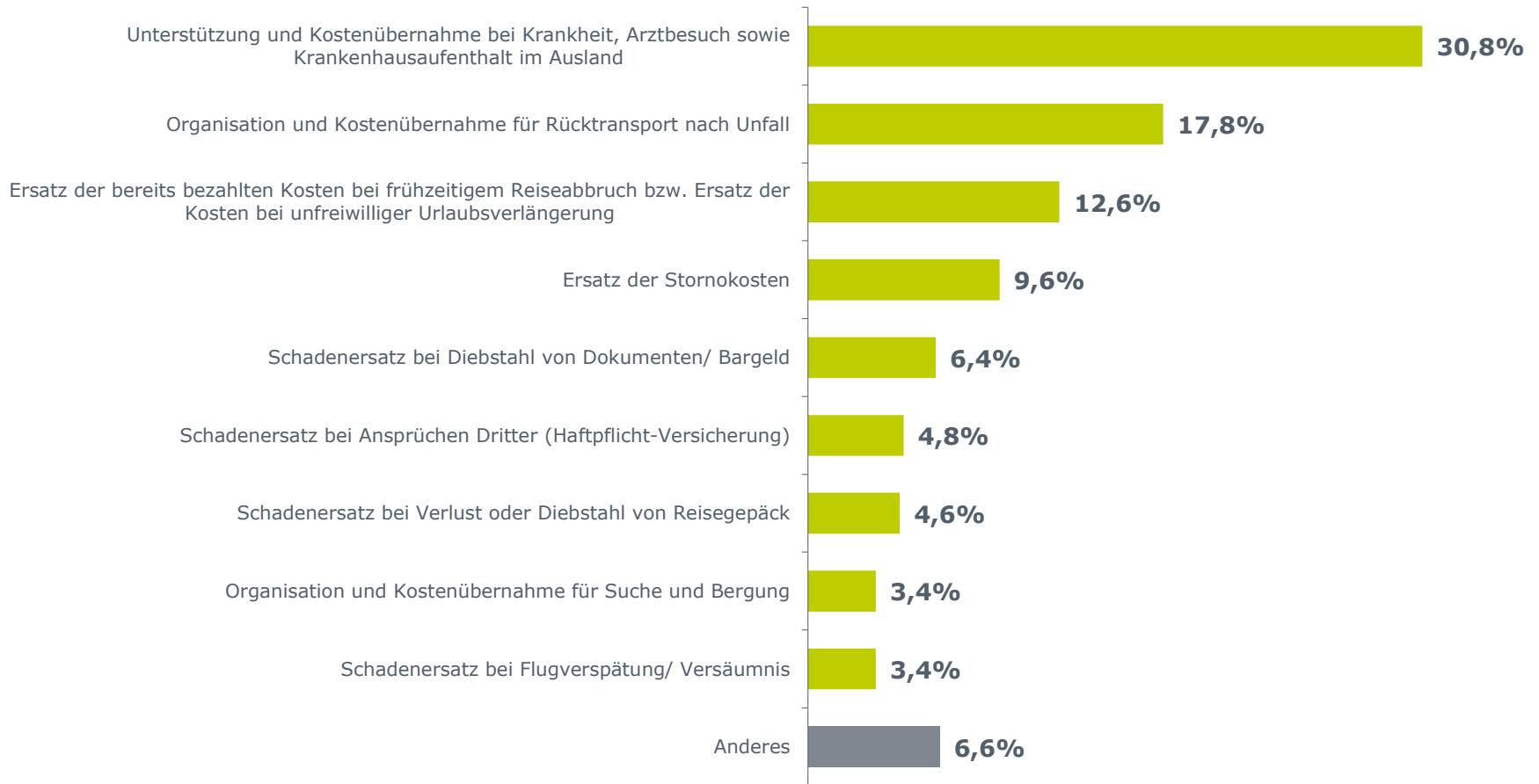


Worldwide Partners

**Allianz**

# Die Unterstützung und Kostenübernahme bei Krankheit, Arztbesuch sowie Krankenhausaufenthalt im Ausland ist das wichtigste Argument zum Abschluss einer Reiseversicherung.

## Das wichtigste Argument beim Abschluss einer Reiseversicherung



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**[...] Was ist für Sie insgesamt das wichtigste Argument zum Abschluss einer Reiseversicherung? (n=500)**



Worldwide Partners

**Allianz**

---

# Inlands-Reisen

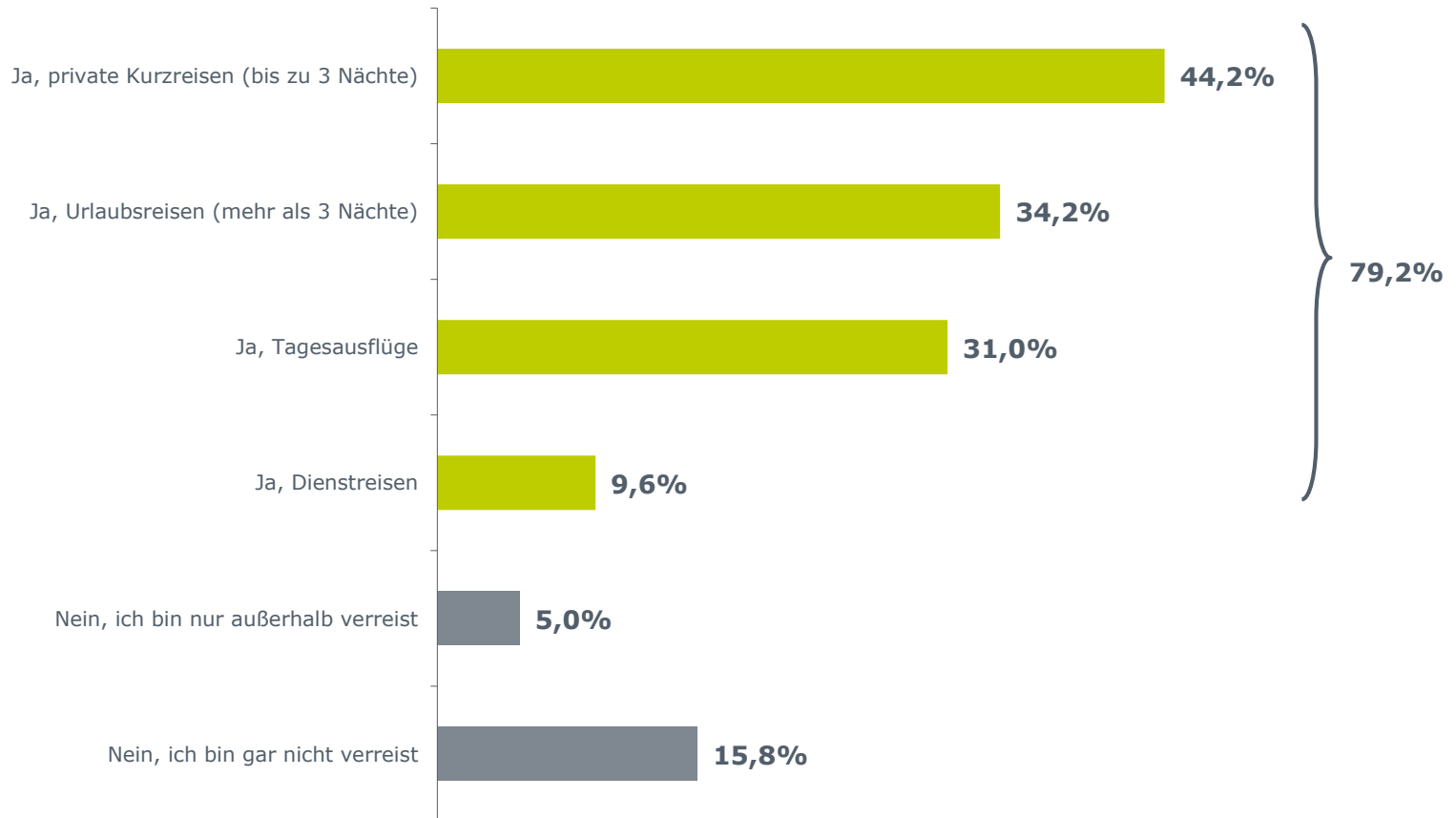


Worldwide Partners



# 79% sind in den letzten 12 Monaten im Inland verreist.

## Reise im Inland in den letzten 12 Monaten



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Kommen wir nun konkret zu Reisen im Inland. Sind Sie in den letzten 12 Monaten innerhalb Deutschlands (mehr als 50 Kilometer vom Wohnort entfernt) verreist? (n=500)**

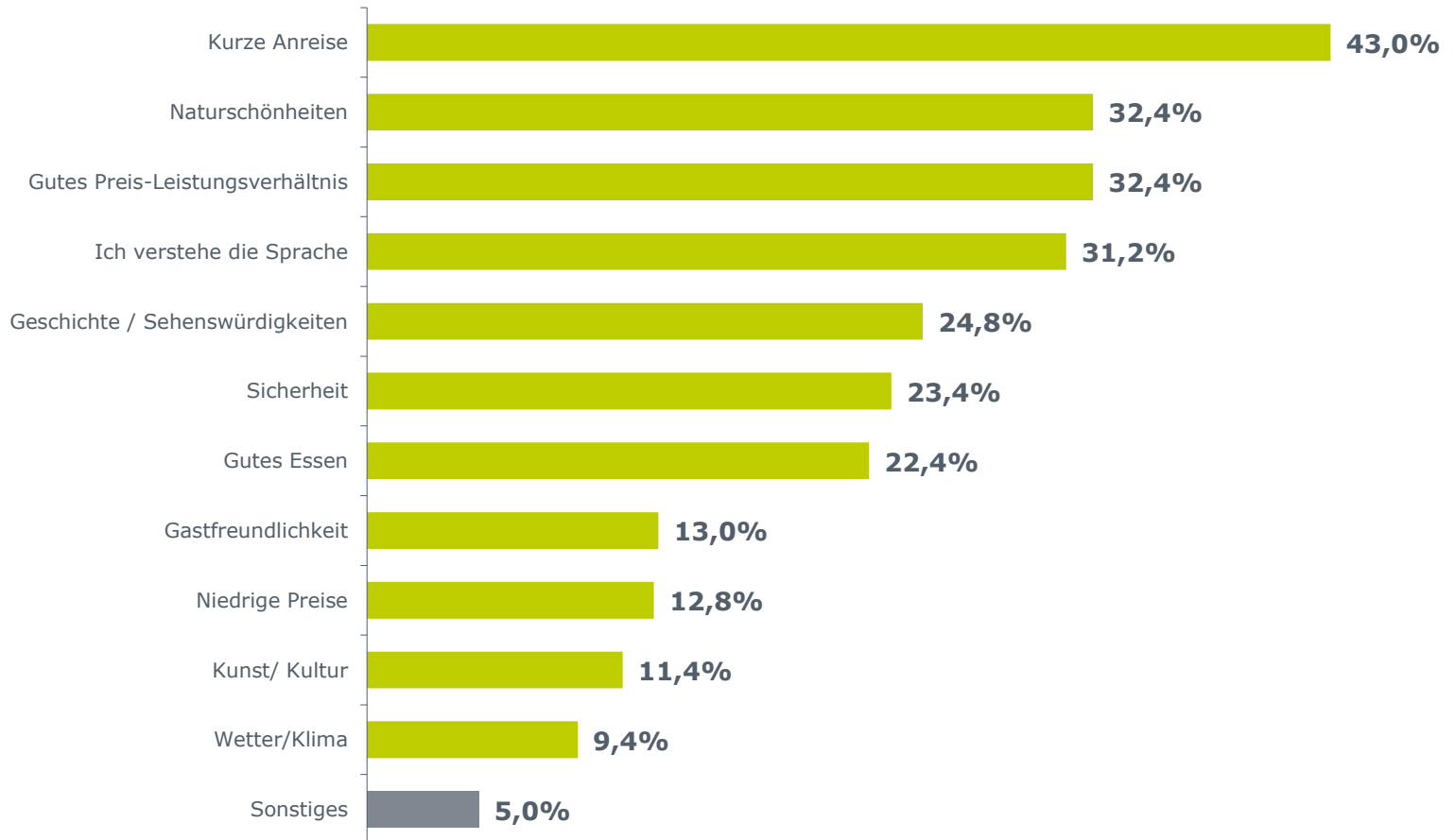


Worldwide Partners



# Vor allem die kurze Anreise spricht für Inlandsreisen in Deutschland.

## Argumente FÜR Inlandsreisen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Was spricht für Sie ganz allgemein für einen Inlandsurlaub/ eine Inlandsreise in Deutschland? [...] (n=500)

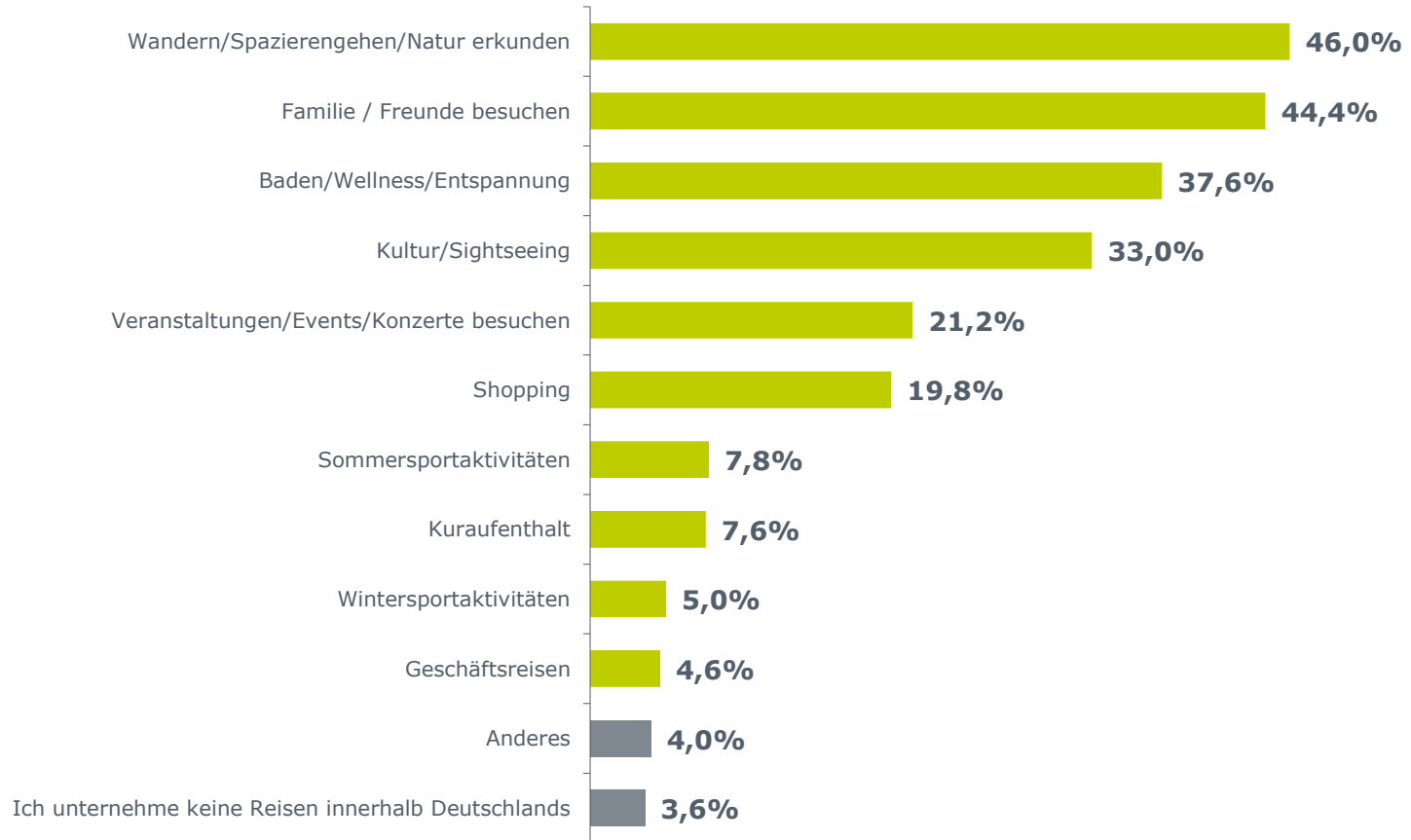


Worldwide Partners

Allianz

# Top 3 Hauptgründe für Inlandsreisen: Wandern, Familie/Freunde besuchen, Wellness

## Hauptgründe für Inlandsreisen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

Was sind für Sie die Hauptgründe, um Inlandsreisen in Deutschland zu unternehmen? [...] (n=500)



Worldwide Partners

Allianz

---

# Reise- und Mobilitätstrends



Worldwide Partners

**Allianz** 



## (Zukunfts-) Trends im Bereich Reisen:

Basis (n=500)	kenne ich, und habe ich bereits genutzt	kenne ich, und könnte mir vorstellen es zu nutzen	kenne ich, könnte mir aber nicht vorstellen es zu nutzen	kenne ich nicht, könnte mir aber vorstellen es zu nutzen	kenne ich nicht, und könnte mir auch nicht vorstellen es zu nutzen
Smart Home/eigene Software, um auch von weiter weg Geräte zuhause steuern zu können (z.B. Strom via App einschalten)	5,8%	27,4%	33,6%	12,8%	20,4%
Car Sharing - Öffentlich (z.B. Car2go, DriveNow, etc.)	4,6%	23,8%	39,8%	11,0%	20,8%
Fahrzeug mit Bordcomputer, der bereits teilweise den Fahrer ersetzen kann (z.B. automatisches Einparken)	6,0%	27,2%	28,6%	15,0%	23,2%
Car Sharing - Privat (gemeinsame Nutzung eines Autos von mehreren Personen)	4,0%	22,0%	42,0%	11,8%	20,2%
Selbstfahrende (fahrerlose) Öffentliche Verkehrsmittel	4,2%	21,6%	27,6%	21,4%	25,2%
"Back to basic": Reise/ Urlaub ohne Technologie	7,4%	21,6%	21,8%	17,4%	31,8%
Space Sharing (Wohnung/Haus privat vermieten, Couch Surfing, Airbnb, tagsüber leerstehende Wohnungen werden als Büros vermietet, etc.)	3,4%	14,2%	41,2%	9,2%	32,0%
Camper/ Wohnwagen-Sharing - Privat (gemeinsame Nutzung eines Camping-/ Wohnwagens von mehreren Personen)	4,0%	17,4%	32,4%	10,6%	35,6%
Virtuelles Reisen/ Virtual Reality (z.B. Reisesimulation via VR-Brille)	2,6%	12,8%	26,0%	17,0%	41,6%
Ausflug/ Rundflug in einer pilotenlosen und selbstfliegenden Drohne, um die Gegend/ kurze Distanzen zu erkunden	2,2%	10,4%	24,2%	15,0%	48,2%
Flug-Abos (Fliegen für eine monatliche Pauschalgebühr statt Einzeltickets)	1,6%	8,2%	24,4%	21,4%	44,4%

(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

[...] Welche der folgenden Trends/ Zukunftstrends im Bereich Reisen und Mobilität kennen Sie, welche haben Sie schon genutzt oder könnten sich vorstellen zu nutzen?

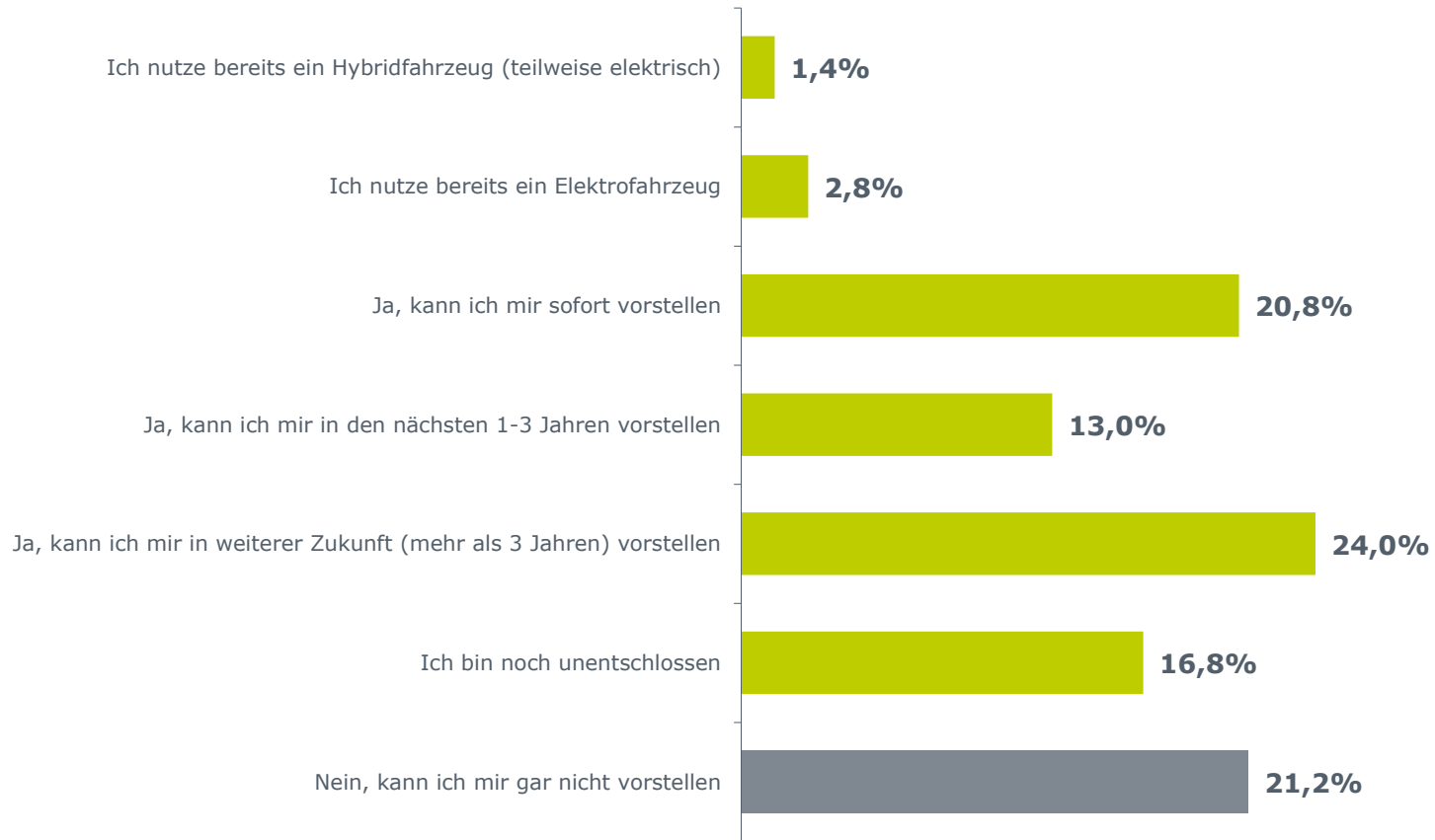


Worldwide Partners

Allianz

# Nutzung eines Elektrofahrzeugs:

## Nutzung eines Elektrofahrzeugs für private Wege



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**Ganz allgemein: Können Sie sich vorstellen, ein Elektrofahrzeug (z.B. Elektro-Auto, Elektro-Fahrrad) für Ihre privaten Wege zu nutzen? (n=500)**

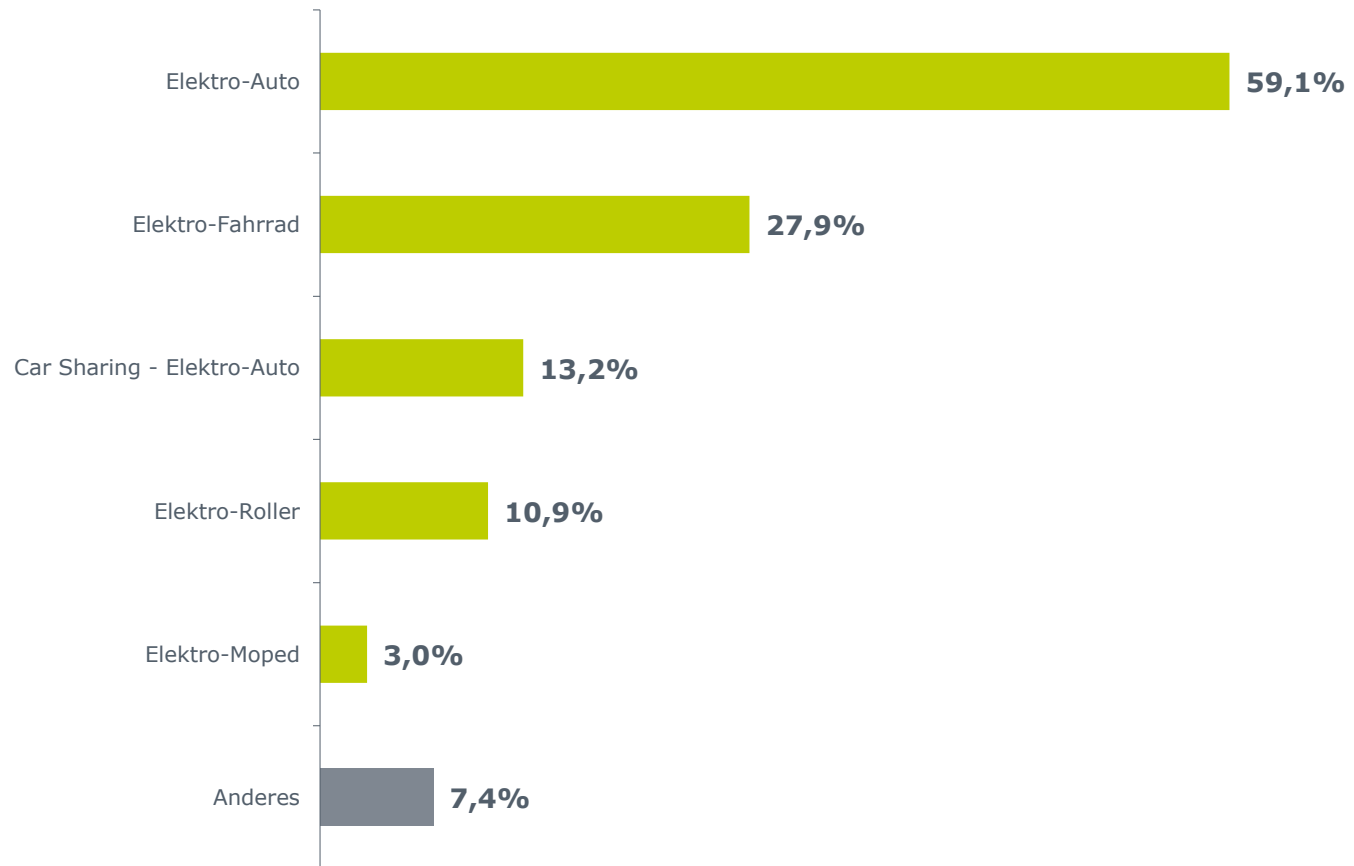


Worldwide Partners

Allianz

# Am ehesten würde man ein Elektro-Auto nutzen.

## (Eheste) Nutzung folgender Arten von Elektro-Fahrzeugen



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter, wohnen in Deutschland und nutzen ein Elektrofahrzeug bzw. können sich vorstellen eines zu nutzen)

**Welche Art von Elektro-Fahrzeug würden Sie am ehesten nutzen bzw. nutzen Sie bereits? (n=394)**

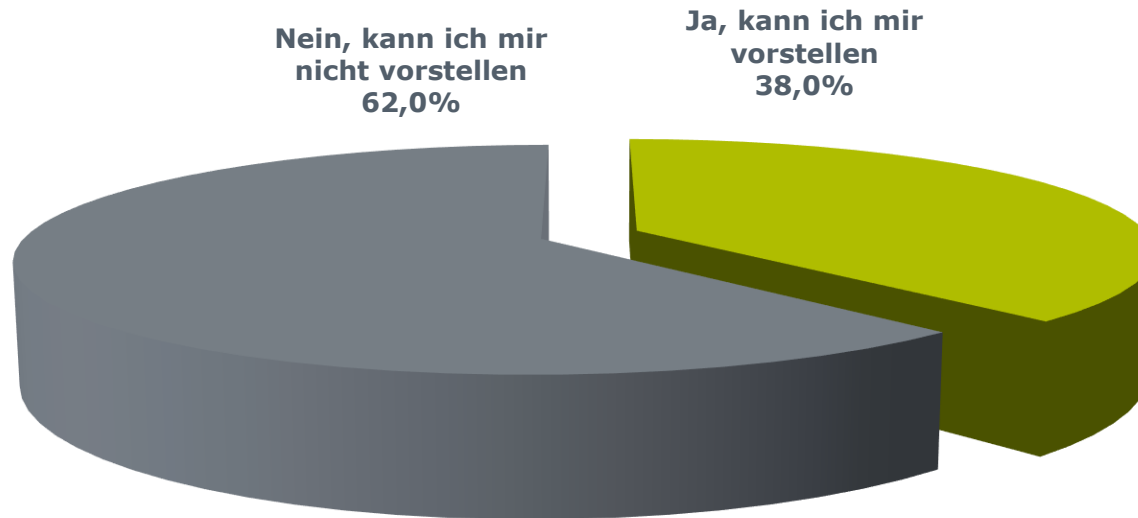


Worldwide Partners



# 38 Prozent können sich vorstellen ein selbstfahrendes Auto zu nutzen.

## Nutzung eines selbstfahrenden Autos



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

In letzter Zeit wurde häufig über das "Selbstfahrende Auto" als Verkehrsmittel der Zukunft diskutiert. Also ein Auto, das keinen Fahrer mehr benötigt. Können Sie sich persönlich vorstellen, ein solches selbstfahrendes Auto zu nutzen? (n=500)



Worldwide Partners

Allianz 

# Spontan gefragt, spricht vor allem das Sicherheitsrisiko gegen die Nutzung von selbstfahrenden Autos.

## Top 10 Gründe GEGEN ein selbstfahrendes Auto (ungestützt)



(Basis: Respondenten sind 18 Jahre oder älter und wohnen in Deutschland)

**In letzter Zeit wurde häufig über das "Selbstfahrende Auto" als Verkehrsmittel der Zukunft diskutiert. Also ein Auto, das keinen Fahrer mehr benötigt. Können Sie sich persönlich vorstellen, ein solches selbstfahrendes Auto zu nutzen? (Antwort: Nein, kann ich mir nicht vorstellen) (n=310)**



Worldwide Partners

Allianz

---

# about Marketagent.com



Worldwide Partners



## About Marketagent.com ...

---

Marketagent.com ist Österreichs führendes Online Markt- und Meinungsforschungsinstitut und Vorreiter in der Internet-basierenden Datenerhebung und -analyse. Das eigens rekrutierte 910.000 Personen umfassende Online-Access-Panel (Stand Dezember 2017, plus 400 pro Tag) ist ein wichtiger strategischer Erfolgsfaktor und Ausgangsbasis für zahlreiche erfolgreiche Consulting-Projekte. Marketagent.com konnte innerhalb weniger Jahre zu einem fixen Bestandteil der Marktforschungsszene aufstreben. Zu den Referenzen zählen unter anderem Unternehmen wie A1, die Erste Bank, Drei, Austrian Airlines, bwin.com, die Wirtschaftskammer Wien/Österreich, die Post AG, der ÖAMTC, Claro, OMV, Coca Cola, L'ORÉAL, Nestlé und die NÖM AG.

Die technische Realisierung der Online-Research-Plattform wurde mit einer Jury-Auszeichnung im Rahmen des Multimedia-Staatspreises 2002 ausgezeichnet. Im Februar 2003 folgte ein bronzenener Werbe-Hahn für die Bemühungen rund um die Rekrutierung eines Teilnehmer-Pools an Meinungsbildnern und im März der erste Preis bei NÖ Internet-Award der Wirtschaftskammer und Donau Universität Krems. Im Dezember 2004 gewann Marketagent.com den ersten Preis im Gewinn-Jungunternehmer-Wettbewerb, Kategorie e-biz.



Worldwide Partners

Allianz 

## Das Online Access Panel von Marketagent.com ...

---

Bei einem Online Access Panel handelt es sich um einen Kreis von web-aktiven Personen, die sich bereit erklärt haben, wiederholt an Online-Untersuchungen teilzunehmen. Im Gegensatz zu Telefonbüchern oder Post-Adresslisten existieren im Internet bislang keine zentralen Register von eMail-Adressen, die zur Ziehung von Online-Samples genutzt werden können. Als "work around" bietet sich der Aufbau zentral gepflegter Pools befragungswilliger Internet-Anwender (sogenannte "Online-Access-Panels") an. Ähnlich wie bei traditionellen Offline-Panels stehen die registrierten Mitglieder hierbei sowohl für ad hoc-Befragungen, als auch für Längsschnittbefragungen dem Institut zur Verfügung.

Das Marketagent.com Online-Access-Panel besteht gleichermaßen aus passiv wie aktiv rekrutierten Internet-Nutzern. Die Probanden werden sowohl über entsprechende Aktivitäten im Internet (beispielsweise mittels Werbebanner und Links auf anderen Websites) angeworben, als auch über klassische Methoden (beispielsweise mittels Call-Center) offline rekrutiert. Durch eine Vielzahl an verschiedenen Maßnahmen wird dadurch ein weiter Kreis an web-aktiven Personen in mehr als 30 Ländern angesprochen. Die Maßnahmen zur Akquisition von neuen Mitgliedern umfassen die Schaltung von Werbebannern auf sehr unterschiedlichen Websites, den Eintrag in Suchmaschinen und entsprechenden Internet-Angeboten zu diesem Thema, Pressemeldungen, Gewinnspiel-Sponsoring sowie den regelmäßig durchgeführten Website-Tests auf verschiedensten Portalen im WorldWideWeb.



Worldwide Partners

Allianz 



**Stefan Gensasz, Mag.**  
**s.gensasz@marketagent.com**  
**+43 (0) 2252 – 909 009 – 24**

**Mühlgasse 59**  
**A-2500 Baden**

**[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)**



Worldwide Partners

**Allianz** 