**Sicherheit geht vor: Die Deutschen verreisen im Urlaub lieber ohne Risiken**

**Bundesbürger verbringen ihre Ferien immer öfter in Ländern, die ihnen sicher erscheinen, zeigt eine neue Umfrage. Neben der Angst vor Terror und Kriminalität spielt bei der Planung der Wunsch nach größtmöglicher Absicherung inzwischen eine entscheidende Rolle.**

München, 09.01.2018. „Angenommen, Geld und Zeit spielt keine Rolle … wo würden Sie gerne Ihren nächsten Urlaub verbringen?“ Diese verlockende Frage wurde den Teilnehmern der neuen Studie von Allianz Global Assistance gestellt. Das Ergebnis überrascht: Deutschland landete auf Platz zwei der beliebtesten Reiseziele. Frei nach „Bei uns ist es doch auch schön“ wird offenbar damit radikal auf die schwierige Sicherheitslage in beliebten Feriendestinationen reagiert. Häufiger genannt wurde nur noch die USA, Spanien landet auf dem dritten Platz. Die Plätze vier und fünf sind mit längerer Anreise verbunden: Neuseeland und Australien. Auf den weiteren Top-Ten Plätzen folgen Italien, die Malediven, Kanada, Griechenland und Irland.

**Sicherheit beeinflusst die Urlaubsauswahl**

Die Entscheidung für Urlaub im eigenen Land wird offenbar vor allem vom No-Risk-Gedanken geprägt. Gefragt nach den Einflussfaktoren bei der Wahl des Reiseziels entschieden sich zwar die meisten für die Landschaft (48,4 Prozent), an zweiter Stelle folgt allerdings schon der Sicherheitsstandard mit 40,2 Prozent. Kriterien wie Sauberkeit (36,2 Prozent) und die politische Lage (34,6 Prozent) landen auf Platz drei und vier.

**Ein neues Risikoempfinden**

Verspätungen, mieses Wetter sowie Krankheiten sind Unwägbarkeiten, die jeder bei der Planung einer Reise hinnehmen muss. Doch die Deutschen wollen vor allem schlimmere Risiken vermeiden: Jeder dritte Befragte (34,8 Prozent) gibt an, dass Kriminalität für ihn die größte Reisegefahr darstellt. 28,4 Prozent fürchten gar das Risiko eines Terroranschlags bei Auslandsreisen. Erst hinter diesen beiden Nennungen folgen die typischen Urlaubsprobleme wie Staus (25,2 Prozent) und Krankheit während der Reise (24,8 Prozent).

**Bestmögliche Absicherung bei Auslandsreisen erwünscht**

Um die Risiken zu minimieren und möglichst sicher zu verreisen, scheuen die Deutschen offenbar keine Mühen: 84,8 Prozent packen alle denkbaren Medikamente ein, 80,2 Prozent ihre elektronische Gesundheitskarte und 78,8 Prozent setzen vorher auf Impfschutz. Zwei Drittel schließen zusätzlich eine Reiseversicherung ab. Dazu kommen kleinere Reisevorbereitungen wie die Mitnahme von Kopien der wichtigsten Dokumente (59,4 Prozent) oder das Sicherheitsschloss am Gepäck (64,6 Prozent). Diese Maßnahmen finden altersunabhängig statt: Alt und Jung versuchen, sich auf ihre Reise bestmöglich vorzubereiten.

**Gebucht wird on- und offline**

Ein weiterer Sicherheitsaspekt spielt schon bei der Buchung der Reise eine Rolle: Trotz unendlicher Online-Angebote sind Reisebüro und Reiseveranstalter für die Deutschen weiterhin eine verlässliche Anlaufstelle. 27,6 Prozent der Befragten gaben an, diesen Service nach wie vor offline zu nutzen. Gleichzeitig besuchen 19 Prozent die Website dieser Anbieter oder greifen zum Telefon (12 Prozent).

**Über die Studie**

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

Methode: Online-Befragung

Erhebungszeitraum: 20.11.2017 – 28.11.2017

Umfang: 26 geschlossene und offene Fragen

Geschlecht: 250 Männer, 250 Frauen

Altersstruktur: 18-29 Jahre (18,4 Prozent), 30-39 Jahre (16,2 Prozent), 40-49 Jahre (22 Prozent), 50-59 Jahre (19,4 Prozent), 60-69 Jahre (14,6 Prozent), älter als 69 Jahre (9,4 Prozent)

**Über Allianz Global Assistance & Allianz Partners**

Allianz Global Assistance ist die Reiseversicherungs- und Assistance-Marke von Allianz Partners mit Firmenhauptsitz in Frankreich, Saint Ouen. Allianz Partners 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, stehen Geschäftspartnern sowie deren Kunden über direkte und digitale Kanäle unter den drei folgenden international bekannten Marken zur Verfügung: Allianz Global Assistance**,** Allianz Care und Allianz Automotive.

Mehr als 17.500 Mitarbeiter in 76 Ländern, die 70 Sprachen sprechen, wickeln jährlich 44 Millionen Fälle auf allen Kontinenten ab.

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

[cid:image001.png@01D110A1.E07CA820](https://www.facebook.com/AllianzAssistance)[cid:image002.png@01D110A1.E07CA820](https://www.youtube.com/channel/UCOHIqQFH_Vw8O6dJhDYHdmQ)[cid:image003.png@01D110A1.E07CA820](http://www.twitter.com/AllianzAssistDE)[cid:image004.jpg@01D110A1.E07CA820](https://plus.google.com/104739805363315399489/posts)

Für weitere Presseauskünfte und Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Nuno dos Santos

Serviceplan Public Relations & Content

Telefon: (089) 2050-4156

Fax: (089) 2050-604159

E-Mail: n.dosSantos@serviceplan.com

Haus der Kommunikation

Brienner Straße 45 a-d

80333 München

Monika Reitsam-Rieger

Stellvertretende Leiterin Unternehmenskommunikation

AWP P&C S.A., Niederlassung für Deutschland

Telefon: (089) 26 20 83 - 4113

E-Mail: presse-awpde@allianz.com

Bahnhofstraße 16

85609 Aschheim

Vorbehalt bei Zukunftsaussagen
Soweit wir in diesem Dokument Prognosen oder Erwartungen äußern oder die Zukunft betreffende Aussagen machen, können diese Aussagen mit bekannten und unbekannten 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 aus Naturkatastrophen), der Entwicklung von Schadenskosten, Stornoraten, Sterblichkeits- und Krankheitsraten beziehungsweise  Tendenzen und, insbesondere im Bank- und Kapitalanlagebereich, aus dem Ausfall von Kreditnehmern und sonstigen Schuldnern resultieren. Auch die Entwicklungen der Finanzmärkte (zum Beispiel Marktschwankungen und 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 hier dargestellten Sachverhalte können auch durch Risiken und Unsicherheiten beeinflusst werden, die in den jeweiligen Meldungen der Allianz SE an die US Securities and Exchange Commission beschrieben werden.
Keine Pflicht zur Aktualisierung
Die Gesellschaft übernimmt keine Verpflichtung, Zukunftsaussagen zu aktualisieren. Die Gesellschaft übernimmt ferner keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen zu aktualisieren.
