

Reisestudie

Buchungs- und Reiseverhalten der Schweizer Reisebevölkerung 2026

Medien
Allianz Partners Schweiz

Zürich,
09. September 2026



Die Schweiz ist Reise-Europameister



Für 87% der SchweizerInnen
sind die jährlichen Ferien
wichtig
vs. 84% restl. Europa



83% der SchweizerInnen
haben das Gefühl,
dringend Ferien zu benötigen
vs. 80% restl. Europa



84% der SchweizerInnen
planten, dieses Jahr
Sommerferien zu machen
vs. 70% restl. Europa

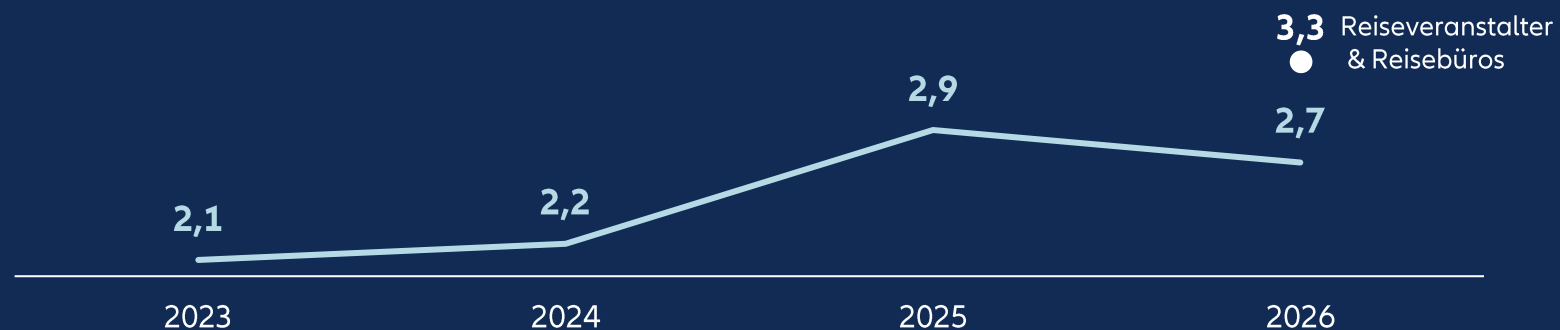


61% der SchweizerInnen
werden ins Ausland reisen
vs. 33% restl. Europa

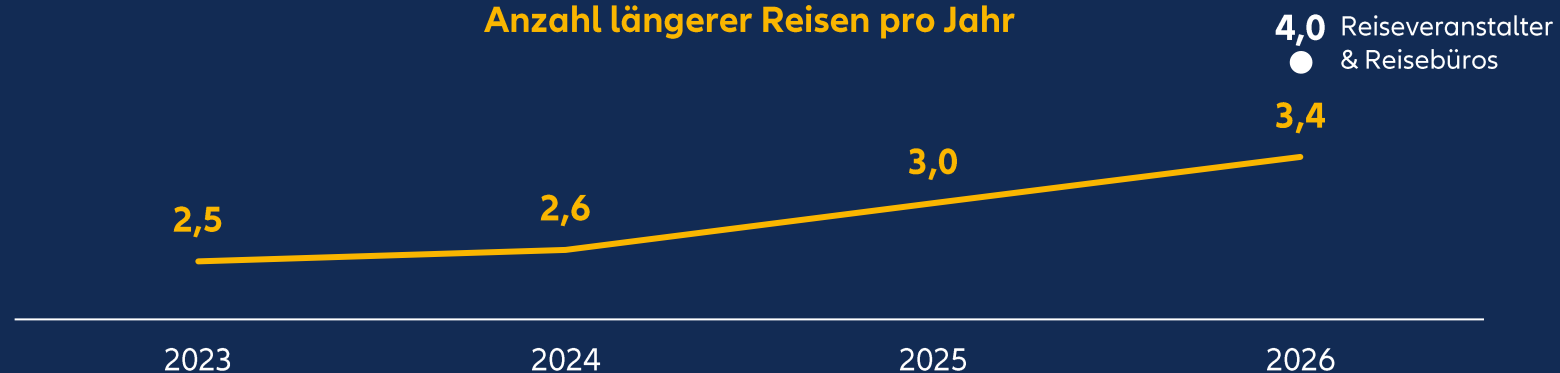
Schweizer machen mittlerweile 1-2 Reisen mehr als noch vor 3 Jahren



Anzahl Kurztrips pro Jahr



Anzahl längerer Reisen pro Jahr



F4: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Ferien mit mindestens drei auswärtigen Übernachtungen gemacht? Basis: n=835

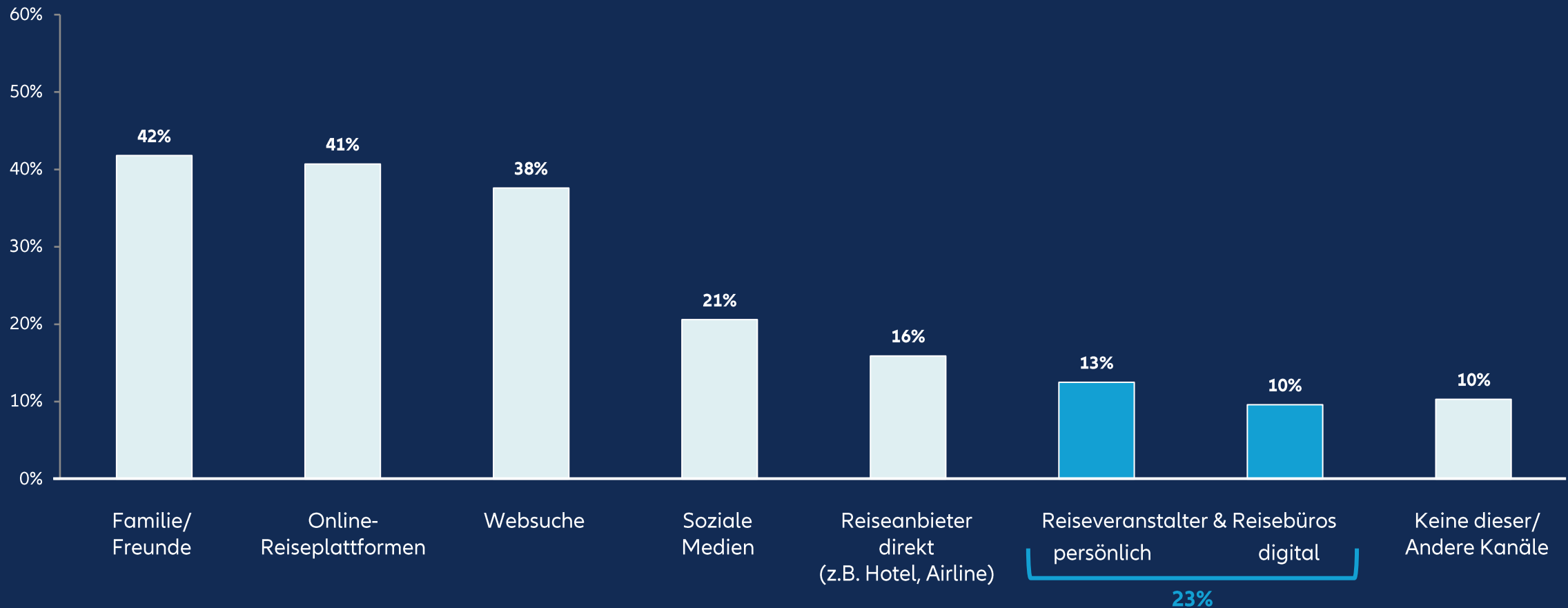
F6: Wie häufig haben Sie in den letzten 12 Monaten private Ausflüge oder Kurztrips (z.B. Städte- oder Wochenendtrip) mit einer bis max. zwei auswärtigen Übernachtung(en) gemacht? Basis: n=712

Unsere Studienergebnisse entlang der Traveller Journey





Familie und Freunde sind die wichtigsten Ideengeber – Reiseveranstalter & Reisebüros auf Platz vier



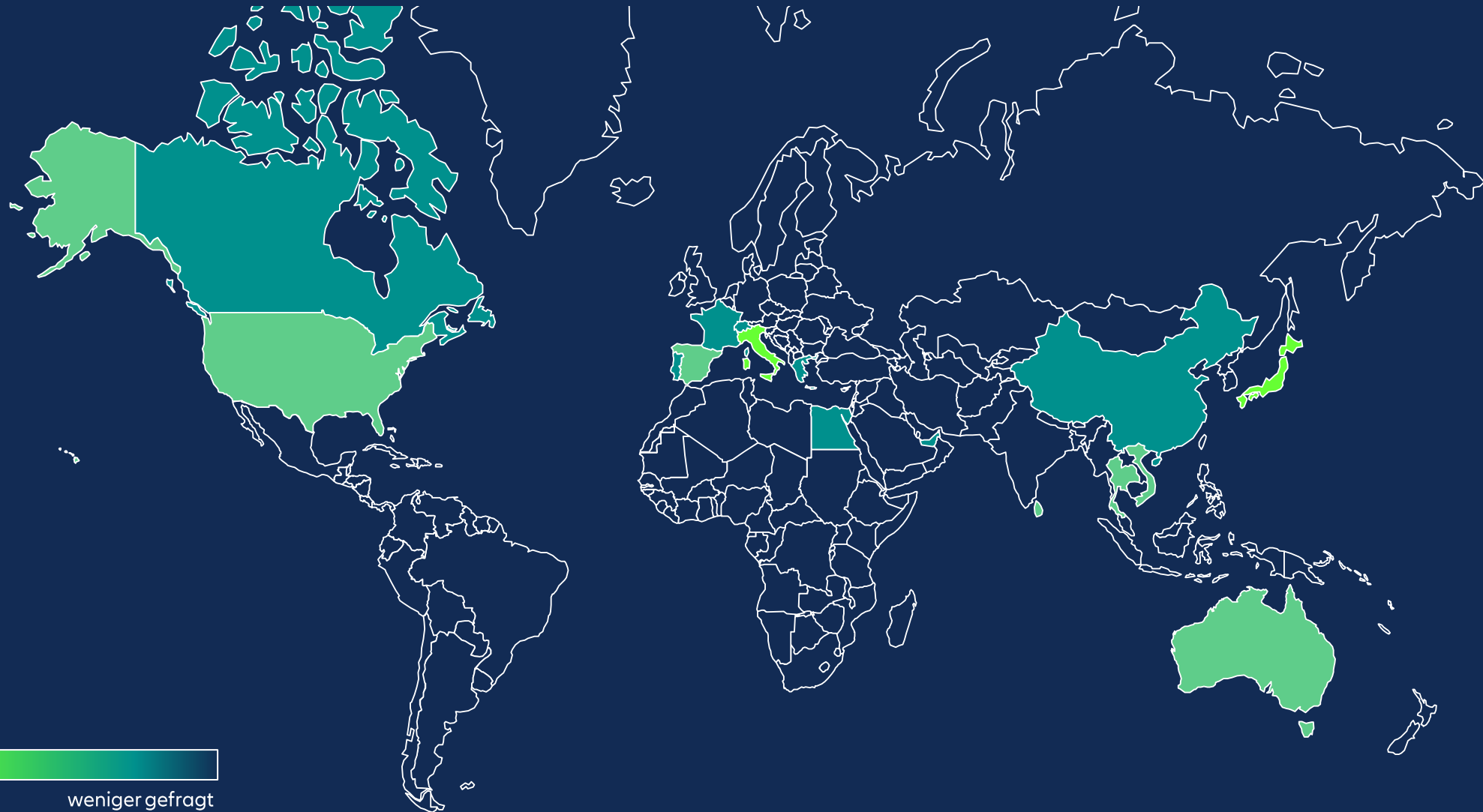


INSPIRATION/INFORMATION



Allianz
Partners

Schweizer sehnen sich weiterhin in die Ferne



F20: Unabhängig aller Hürden und externen Einflussfaktoren – wohin würden Sie gerne reisen? Basis: alle Befragten (n=1000)



INSPIRATION/INFORMATION



Allianz
Partners

Skepsis gegenüber USA-Reisen ist weiter angestiegen

65% planen vorerst
keine Reisen in die USA

vs. 53% in 2025

9% wünschen sich **mehr
Beratung** für USA-Reisen

vs. 4% in 2025

7% werden eine geplante
USA-Reise **stornieren**

vs. 2% in 2025

9% der jungen Generation
planen **vermehrt Reisen**
in die USA



INSPIRATION/INFORMATION



Allianz
Partners

Nahost-Konflikt mit Auswirkung auf den Tourismus in der Region

53% vermeiden Reisen in den Nahen Osten

12% der Familien lassen sich vermehrt von Experten beraten

F22: Wie beeinflusst die instabile Weltlage Ihr Buchungs- und Reiseverhalten? Basis: alle Befragten (n=1000)

F24: Inwiefern beeinflusst die aktuelle Situation im Nahen Osten Ihre Reiseentscheidungen in Bezug auf folgende Aspekte? Basis: alle Befragten (n=1000)



INSPIRATION/INFORMATION

Allianz 

Allianz
Partners

Weltlage lenkt Reiseströme von Asien nach Europa

Ein Drittel vermeidet bei Asienreisen einen Umstieg in der Golfregion

Ein Drittel wird anstatt in die Ferne eher in Europa reisen

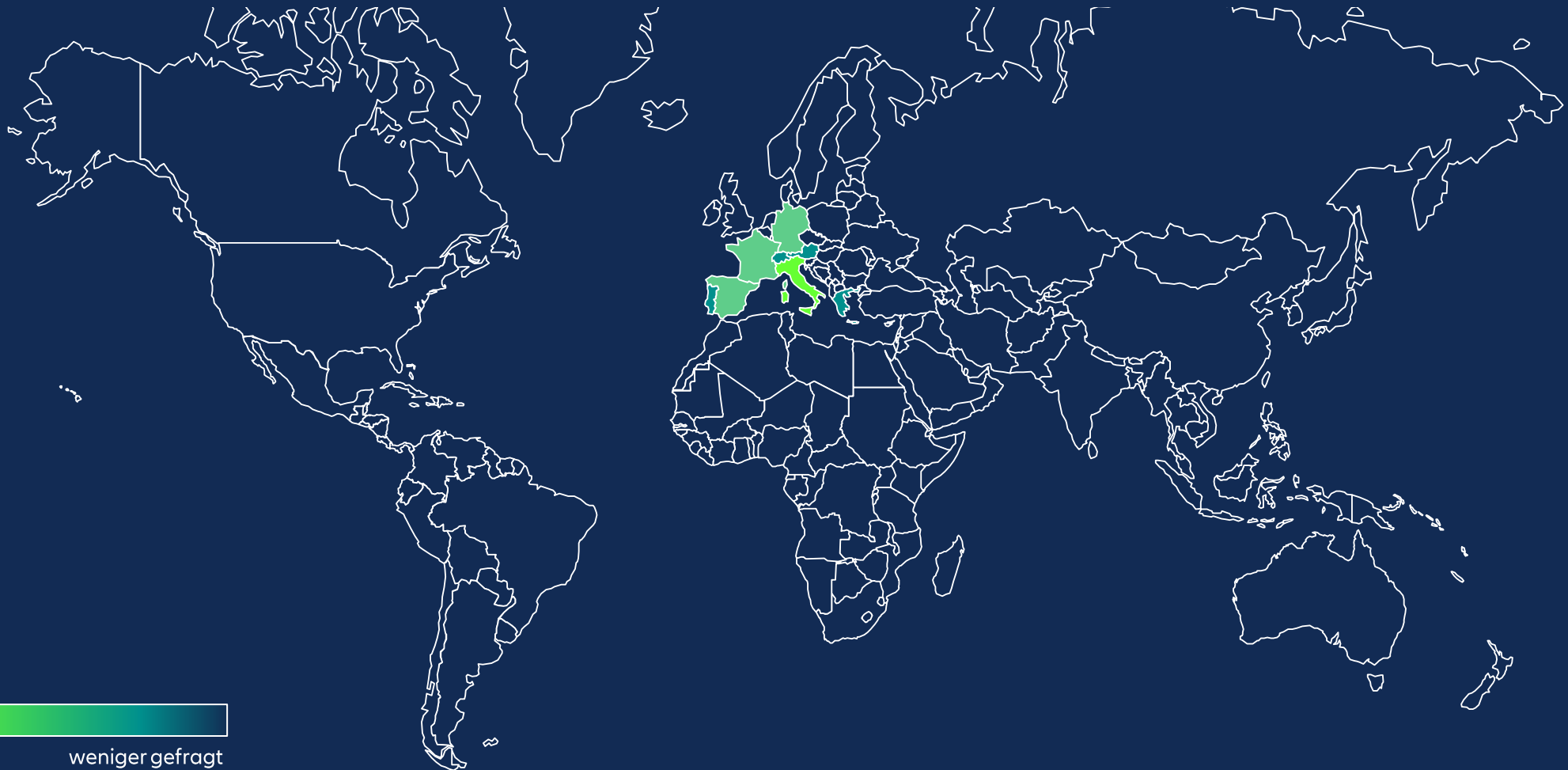


F22: Wie beeinflusst die instabile Weltlage Ihr Buchungs- und Reiseverhalten? Basis: alle Befragten (n=1000)

F24: Inwiefern beeinflusst die aktuelle Situation im Nahen Osten Ihre Reiseentscheidungen in Bezug auf folgende Aspekte? Basis: alle Befragten (n=1000)



...und somit dominieren Ferien in Europa weiterhin



Sehr beliebt weniger gefragt

F21: Wohin sind Sie dieses Jahr effektiv gereist respektive werden Sie hinreisen? Basis: alle Befragten (n=1000)



Auch beim Reisebudget sind die Schweizer Europameister

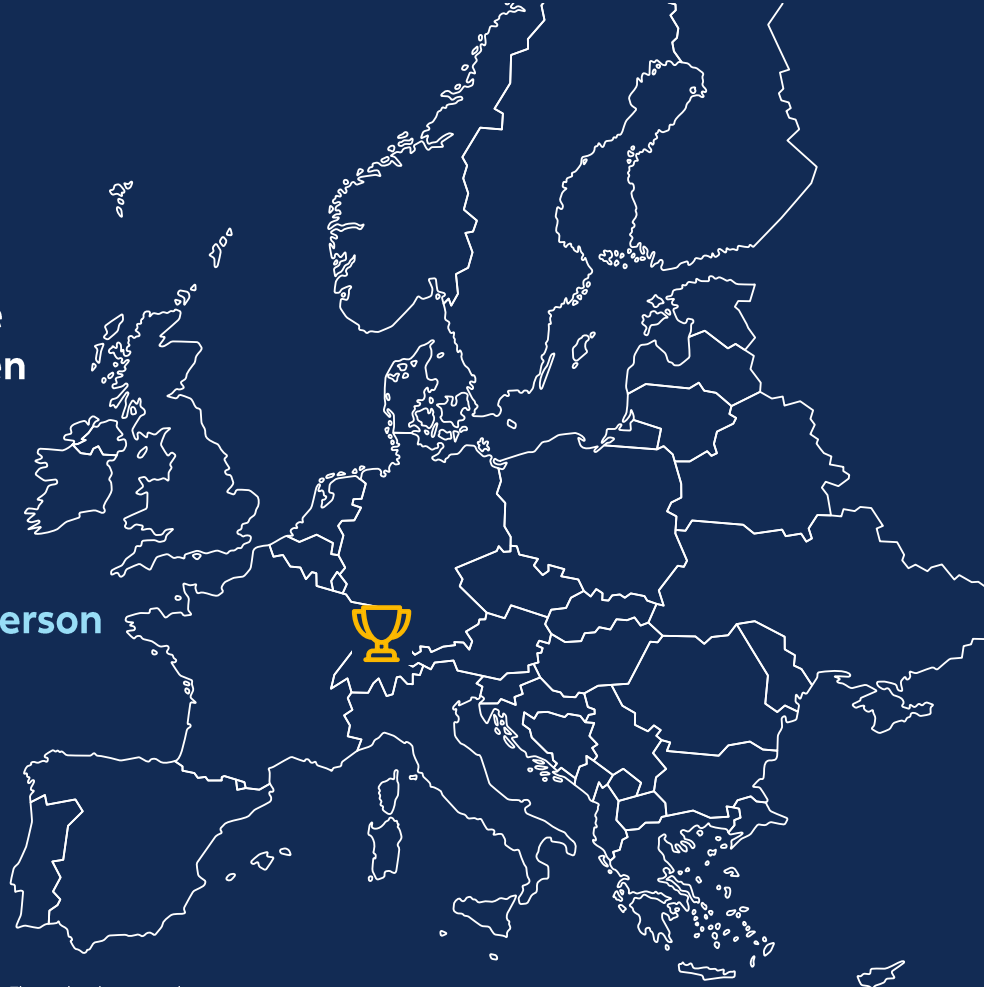
Gesamtbefragte Schweiz:



60% der SchweizerInnen
kürzen nicht notwendige
Ausgaben, um sich Reisen
leisten zu können
vs. 59% restl. Europa



CHF 2'422 Budget pro Person
für die Sommerferien
vs. CHF 1'196 restl. Europa



Nicht-Reisende Schweiz:



56%
haben nicht das Geld bzw.
möchten kein Geld für Reisen
ausgeben
vs. 69% restl. Europa



19%
haben das Gefühl,
Reisen ist zu teuer geworden
vs. 28% restl. Europa



Sparen ja, verzichten nein – die Schweiz optimiert Kosten, bleibt aber nicht daheim

70%

versuchen, die **Kosten pro Reise** zu minimieren

40%

versuchen, die **Anzahl der jährlichen Reisen** zu minimieren

32%

achten aufgrund der **aktuellen Weltlage** vermehrt aufs Budget

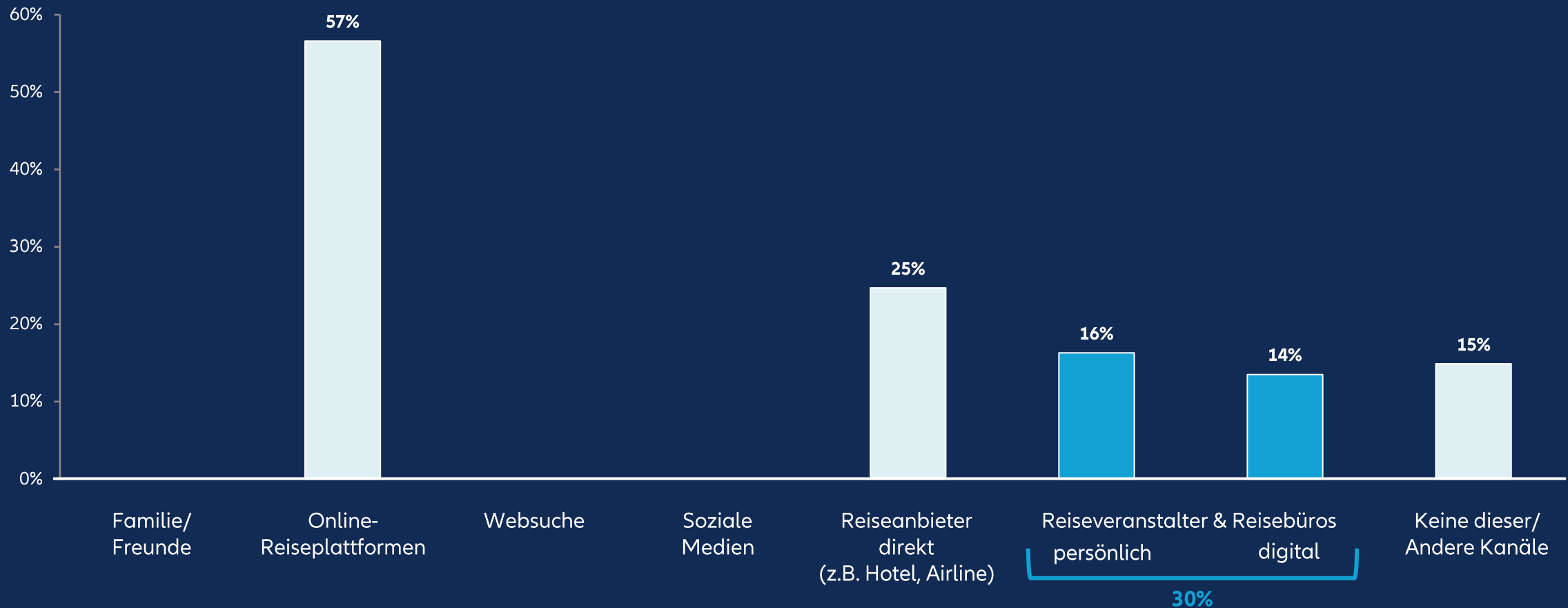
Einkommensunterschiede:

Je **niedriger** das **Haushaltsnettoeinkommen**, desto **mehr** wird vor allem die Anzahl der jährlichen Reisen minimiert.





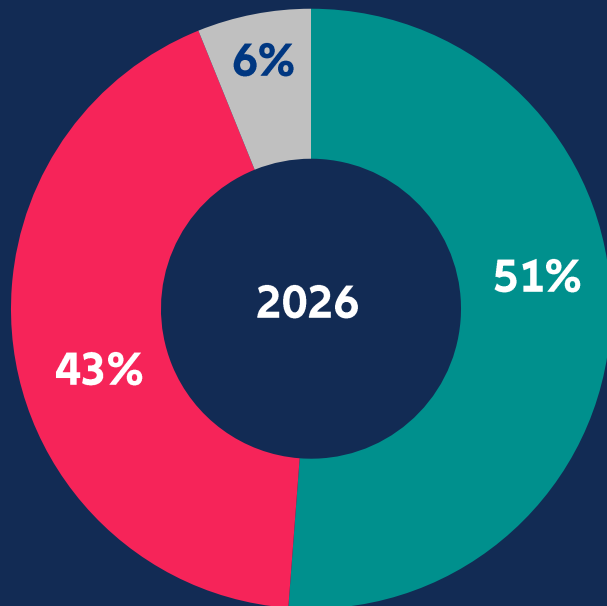
Digital first: Buchung bevorzugt online – Reiseveranstalter & Reisebüros auf Platz zwei



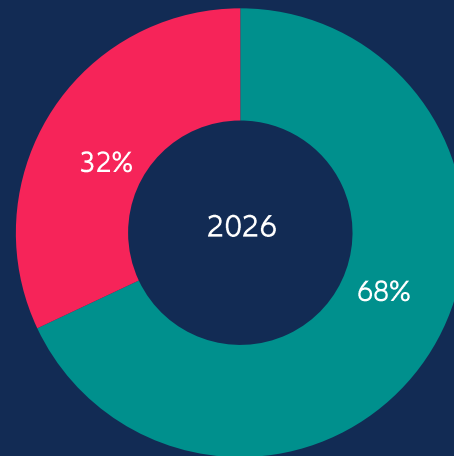


Entscheidung für die Versicherung fällt meist in dem Moment, in dem die Reise gebucht wird

Besitz Jahresreiseversicherung



gesamt

bei Buchung über
Reiseveranstalter & Reisebüros

33% nennen hohe **Kosten** bzw. geringe Nutzungschance als Gründe gegen den Besitz einer Reiseversicherung



22% der SchweizerInnen glauben an die **Eigenverantwortung** vs. 12% Durchschnitt restl. Europa

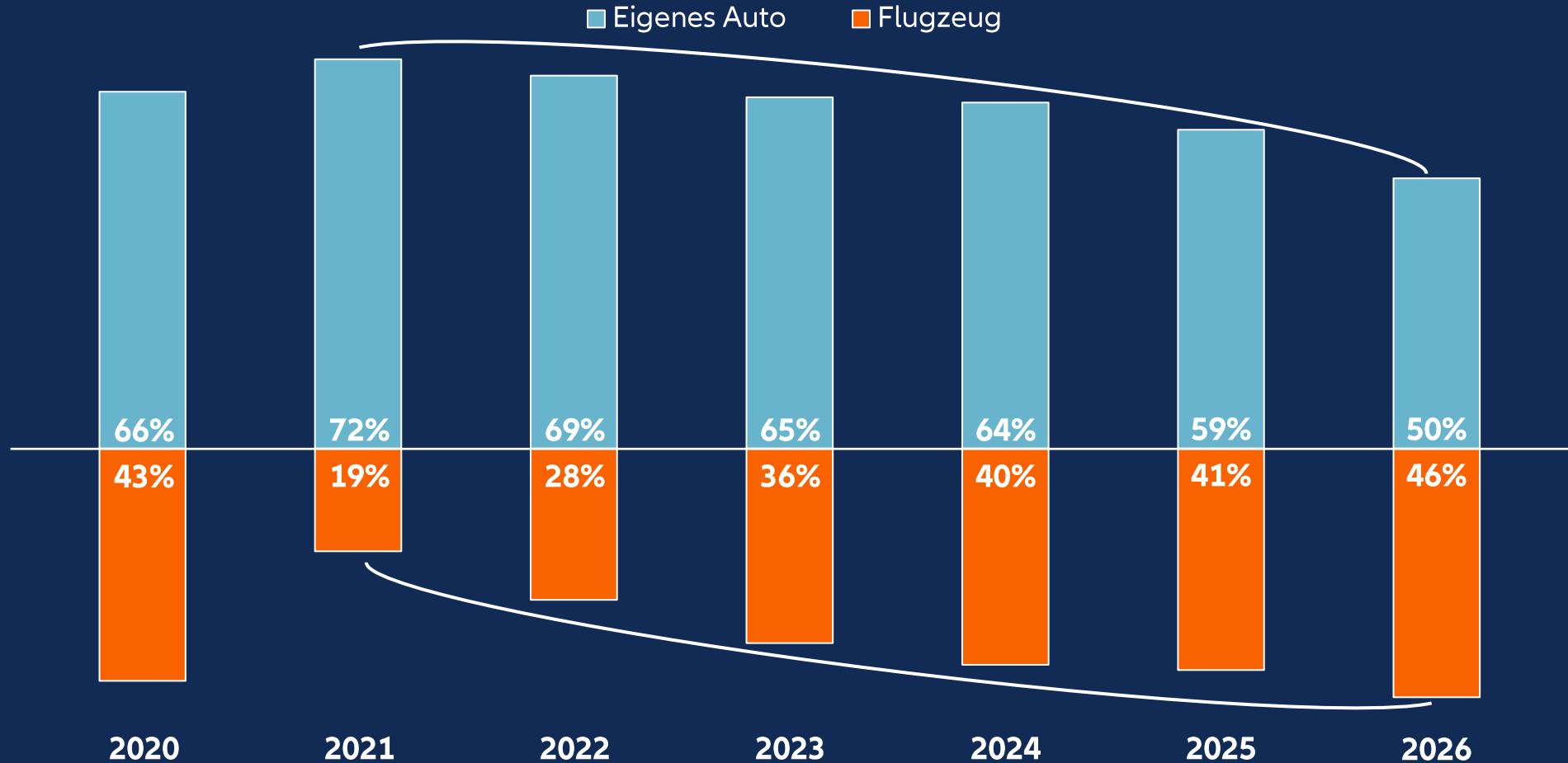


40% der SchweizerInnen entscheiden über den Erwerb einer Reiseversicherung zum **Zeitpunkt der Buchung**

Ja Nein Weiss nicht / k.A.

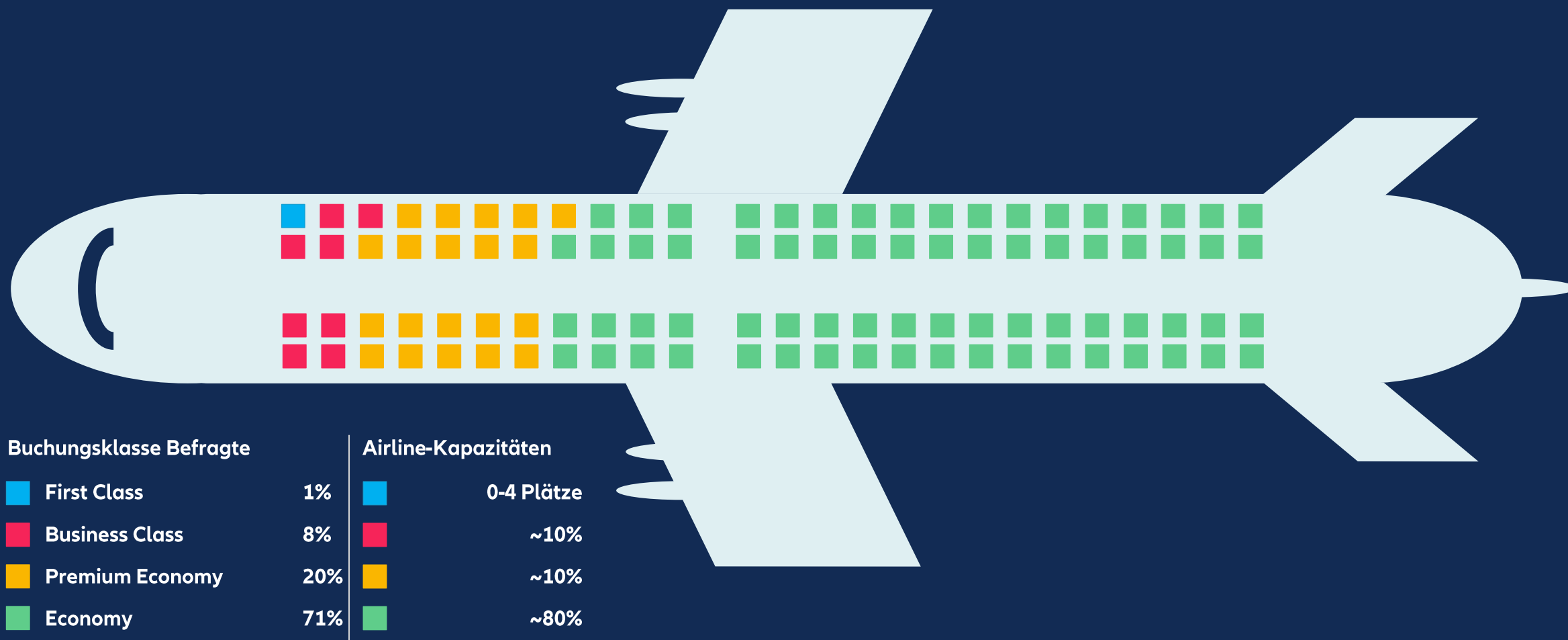


Anreise mit eigenem Auto vs. Flugzeug erstmals auf gleichem Niveau





Premium Economy boomt – insbesondere bei Buchung über Reiseveranstalter & Reisebüros





VOR ORT

Sommer bleibt die Reisezeit Nummer eins

Frühling



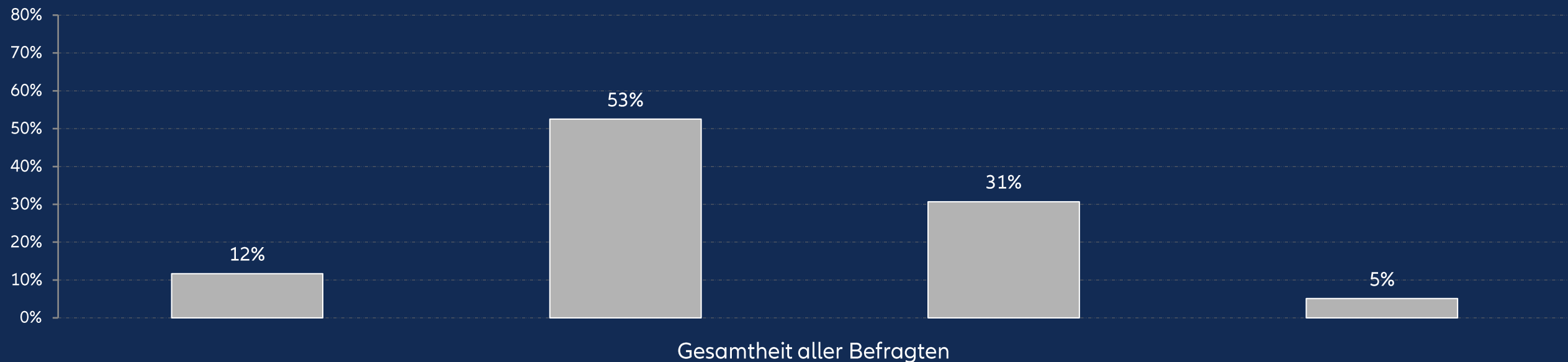
Sommer



Herbst



Winter





VOR ORT

Schulferien bestimmen den Takt für Familien

Frühling



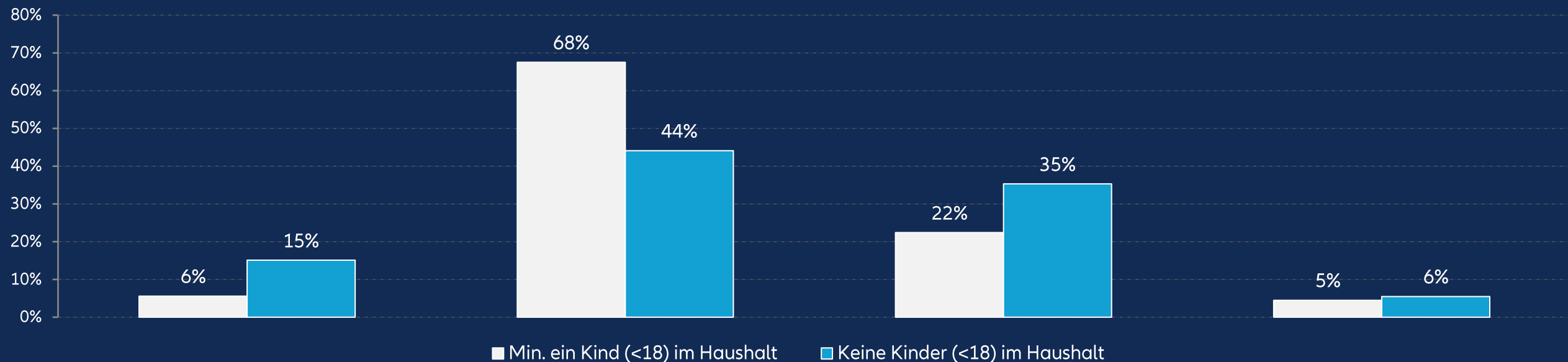
Sommer



Herbst



Winter



F25: In welcher Saison reisen Sie hauptsächlich? Basis: alle Befragten (n=1000)



VOR ORT

Ältere Generation weicht dem Sommer-Trubel aus

Frühling



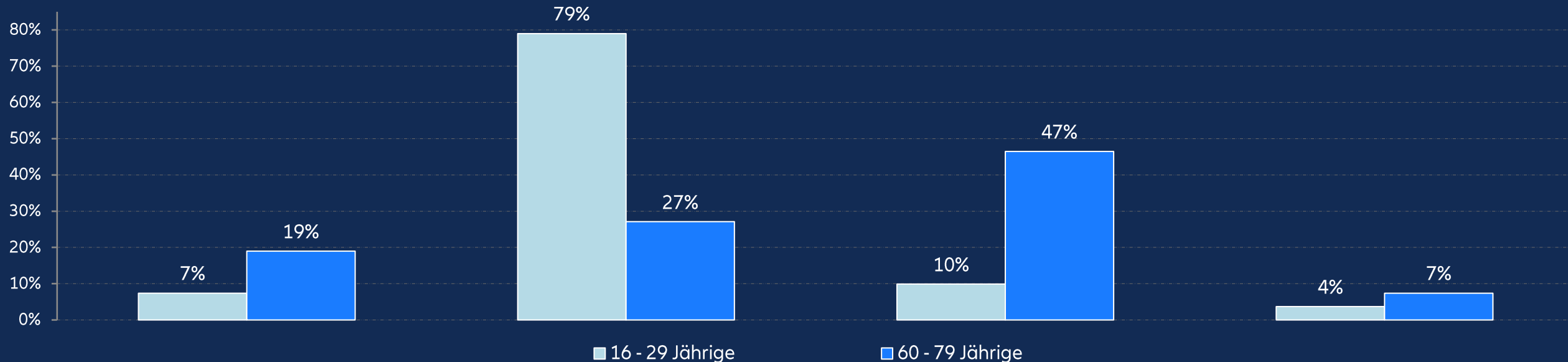
Sommer



Herbst

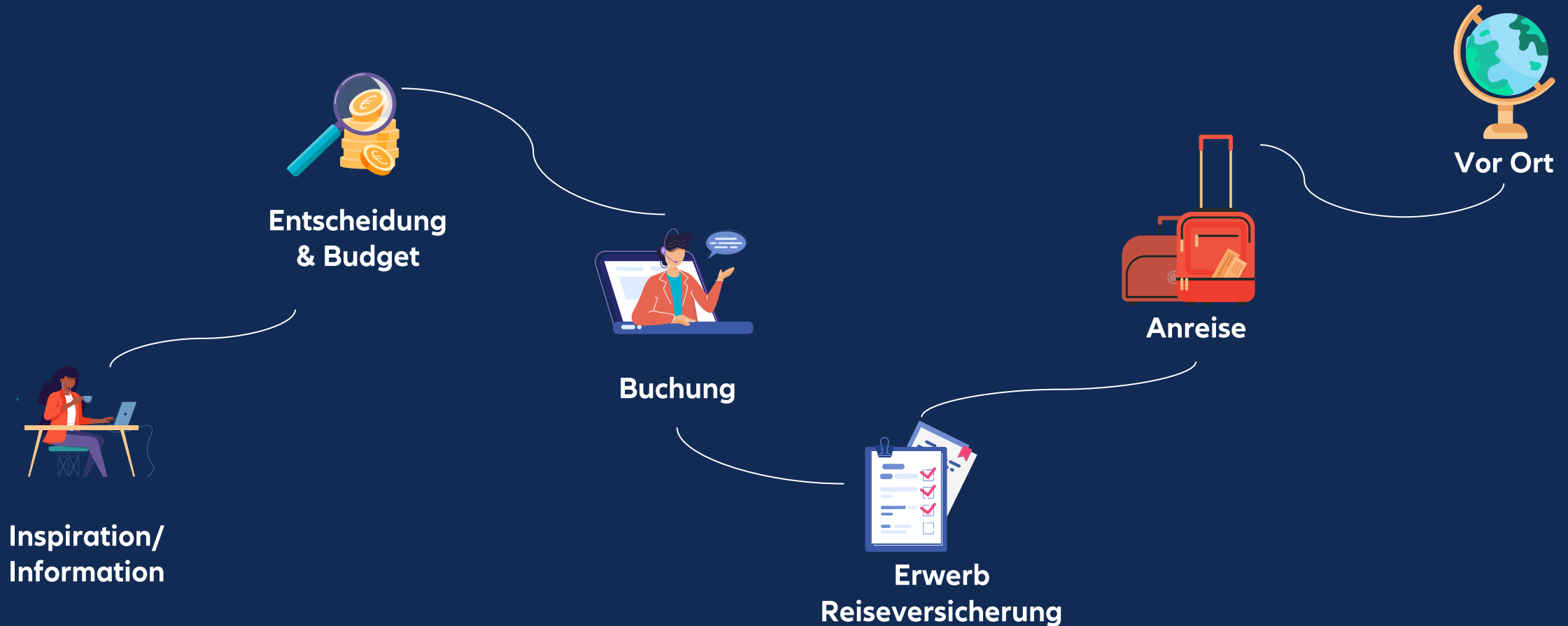


Winter

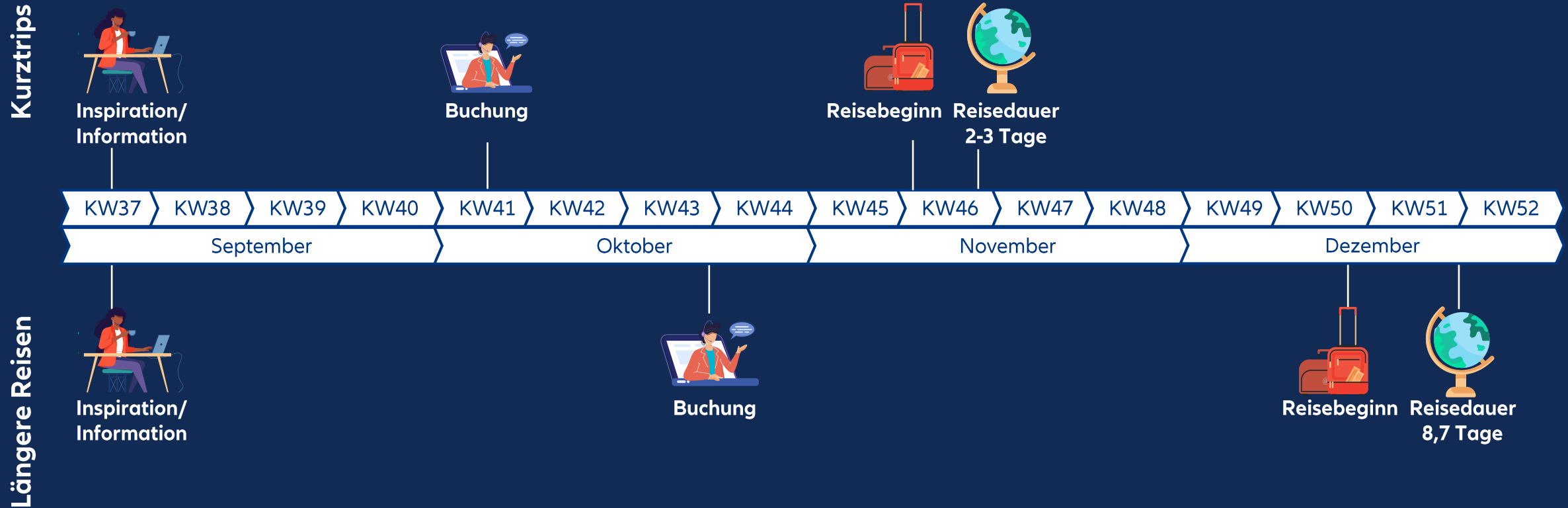


F25: In welcher Saison reisen Sie hauptsächlich? Basis: alle Befragten (n=1000)

Wie viele Monate vor der Abreise beginnt die Ferienplanung nun?



Im Durchschnitt dauert die Traveller Journey 2-3 Monate bis zum Reisebeginn



Studiendesign & Stichprobenstruktur

Studiendesign Reisetudie Schweiz

Kunde:	Allianz Partners Schweiz
Kontaktperson Kunde:	Stefanie Hutterer Leiterin Kommunikation Reisetudie
Appinio:	Constanze Lejeune Senior Research Consultant
Studienziel:	Evaluation des Buchungs- und Reiseverhaltens der Schweizer Reisebevölkerung.
Erhebungsphase:	01. Juni - 28. Juni 2026
Zielgruppe:	Sprachassimierte Bevölkerung zwischen 16 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=1'000
Methode:	Online-Studie im Appinio Internet-Panel
Hinweise zur Studie:	In den Auswertungen sind Rundungsdifferenzen von +/- 1 Prozent möglich.

Studiendesign Ipsos survey for Allianz Partners – Global Travel Confidence Index (GTCI)

Kunde:	Allianz Partners
Kontaktperson Kunde:	Stefanie Hutterer Leiterin Kommunikation Reisestudie
Ipsos:	Sean Simpson, Derek Brasier
Studienziel:	Reiseverhalten und die Einstellung der Verbraucher zu Freizeitreisen sowie Reiseversicherungen.
Erhebungsphase:	20. März - 03. April 2026
Zielgruppe:	Die Stichproben wurden nach dem Quotenverfahren unter Berücksichtigung der Kriterien Geschlecht, Alter, sozio-professionelle Kategorie, Wohnregion und Größe des Ballungsraums in Frankreich sowie Geschlecht, Alter, Region und Einkommen in anderen Ländern gezogen.
Anzahl Interviews:	n=11'010 Interviews (China, Indien, Frankreich, Deutschland, Vereinigtes Königreich, Italien, Spanien, Niederlande, Schweiz, USA); n=1'001 Interviews Schweiz
Methode:	Online-Studie
Hinweise zur Studie:	Die Umfrage hat ein Glaubwürdigkeitsintervall von +/- 1,1 % (bei 19 von 20 Fällen). Für einzelne Länder ist das Intervall aufgrund kleinerer Stichproben grösser.

Medienkontakt und weitere Informationen

Mediananfragen bitte an:
medien.ch@allianz.com

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