

Allianz Partners

Group Communications

# Persbericht

## Krappe budgetten temperen Europese zin in reizen deze zomer niet

**Zorgen over het budget hebben invloed op de reisbudgetten in heel Europa, maar de reisintentie blijft hoog, volgens de International Summer Vacation Confidence Index 2024 van Allianz Partners -**

Amsterdam, 18 juni 2024

Financiële beperkingen zijn de grootste zorg voor vakantiegangers in heel Europa deze zomer: meer dan de helft (55%) van degenen die niet van plan zijn om te reizen, zegt thuis te blijven omdat ze zich geen vakantie kunnen veroorloven. Desondanks blijft de reisintentie hoog met 83%. Dat blijkt uit de Allianz Partners International Summer Vacation Confidence Index, die ook een geografische tweedeling laat zien als het gaat om bezorgdheid over reiskosten, waarbij landen in West- en Zuid-Europa geld als de grootste belemmering zien om te reizen: Italië (72%), Spanje en het Verenigd Koninkrijk (beide 66%) en Frankrijk (61%). Landen in Centraal-Europa toonden zich minder bezorgd over geld: Nederland (41%), Zwitserland (44%) en Oostenrijk (47%).

Voor het onderzoek, dat werd uitgevoerd door OpinionWay in opdracht van Allianz Partners, werden 9.497 mensen ondervraagd in Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland, Oostenrijk, Polen, Spanje, het Verenigd Koninkrijk en Zwitserland.

De geografische kloof was ook duidelijk wat betreft hoeveel reizigers dit seizoen van plan zijn uit te geven aan reizen. Uit het onderzoek bleek dat in vergelijking met de zomer van 2023, veel vakantiegangers in West- en Zuid-Europa voorzichtig zijn en verwachten dit jaar minder geld uit te geven aan reizen. Spaanse reizigers zijn van plan om hun reisbudget met 40% te verlagen van € 1.715 naar € 1.019, terwijl de Fransen bezuinigen van € 1.884 naar € 1.677. Daarentegen stijgt het verwachte budget van vakantiegangers in Oostenrijk en Zwitserland met €300 dit jaar. Het reisbudget van Nederlanders, Duitsers en Polen stijgt ook met iets minder dan €200.

### Andere belangrijke bevindingen waren:

- **De meeste Europeanen zijn van plan om deze zomer op vakantie te gaan:** Ondanks financiële beperkingen is 83% van de ondervraagden van plan om tussen juni en september op reis te gaan. 55% van deze reisplannen zijn gericht op een reis in eigen land en 45% plant een reis naar het buitenland.
- **De impact op het milieu is een belangrijke overweging voor reizigers:** Ondanks de druk op het budget is meer dan de helft (54%) van de reizigers bereid om meer uit te geven

## Allianz Partners

### Group Communications

aan accommodatie en vervoersmogelijkheden die helpen om hun milieu-impact te verminderen, waarbij dat cijfer stijgt tot 60% in Spanje en Italië.

- **Extreme weersomstandigheden, geopolitieke onrust en het risico op cyberbedreigingen behoren tot de belangrijkste punten van zorg:** Meer dan de helft van de Europese reizigers (51%) maakt zich zorgen over extreme weersomstandigheden zoals overstromingen, hittegolven, watertekorten en stormen, terwijl ze zich ook zorgen maken over de wereldwijde geopolitieke situatie (46%) en risico's voor hun veiligheid (45%).
- **Een reisverzekering blijft belangrijk voor reizigers die een gerust gevoel willen hebben:** 59% van de reizigers heeft al een reisverzekering voor hun zomervakantie afgesloten of is dat van plan. Ongeveer de helft van de reizigers in Frankrijk (49%), Duitsland (53%) en Spanje (55%) heeft al een reisverzekering afgesloten of is van plan dat te doen.
- **AI wordt een waardevol hulpmiddel voor het plannen van reizen:** Bijna 3 op de 10 Europeanen (29%) is van plan om kunstmatige intelligentie te gebruiken bij het plannen van hun zomervakantie, vooral in Spanje en Italië (beide 36%). Hoewel Nederlanders en Fransen minder van plan zijn om kunstmatige intelligentie in te zetten bij het plannen van hun vakantie, is respectievelijk 25% en 24% van de Nederlandse en Franse reizigers nog steeds van plan om kunstmatige intelligentie te gebruiken voor hun vakantieplannen.
- **Europeanen zijn op zoek naar nieuwe ervaringen:** Ongeacht hun reisbestemming is de belangrijkste wens van de meeste Europeanen om tijdens hun vakantie iets nieuws en anders te ervaren (75%). Dit gevoel is nog sterker onder Britse (79%), Spaanse (80%) en Poolse (83%) reizigers.

**In een reactie op het onderzoek zei Joe Mason, Global Head of Product Management and Innovation bij Allianz Partners:** "Hoge kosten voor levensonderhoud mogen dan nog steeds een belangrijk thema zijn in de zomer van 2024, maar de reisintenties zijn opnieuw hoog - een voortzetting van de trend na de pandemie. Het is duidelijk dat het traditionele vakantieseizoen een belangrijk moment blijft om wat tijd vrij te maken om nieuwe dingen te ervaren. Het verlangen om te reizen is extreem sterk in heel Europa - maar onze gegevens laten zien dat reizigers de broekriem moeten aanhalen om hun zomervakantie dit jaar door te laten gaan."

"Er beginnen zich ook enkele opwindende en innovatieve nieuwe reistrends af te tekenen, waarvan er veel werden onderzocht op de onlangs gehouden Allianz Partners' Global Travel Summit, die zich focuste op het opnieuw vormgeven van reizen. Gemeenschapsgericht toerisme, innovaties in de medische zorg en avontuurlijke reizen zijn allemaal trends die de reisindustrie stimuleren. Met de juiste investeringen en ondersteuning kunnen dergelijke initiatieven reizen op een blijvende manier tot leven brengen voor zowel reizigers als de gemeenschappen die ze bezoeken."

"Ondertussen leidt de bezorgdheid over klimaatverandering, persoonlijke veiligheid en beveiliging tot een bewustere benadering van reizigers. Als dat betekent dat ze iets extra's moeten uitgeven om hun impact op het milieu te verkleinen, dan zijn velen bereid om dat te doen. Die bewuste uitgaven zijn ook zichtbaar in de toegenomen vraag naar reisverzekeringen. Het bewustzijn van de onvoorspelbaarheid van het leven - en het begrip 'reisspanning' - is gestegen sinds de pandemie en als gevolg daarvan wordt een reisverzekering steeds vaker overwogen door reizigers."



Allianz  
Partners

## Allianz Partners

Group Communications

Klik hier voor de International Vacation Confidence Index infographic: [INSERT WEB LINK](#)

Ga voor meer informatie over Allianz Partners naar: [www.allianz-partners.nl](http://www.allianz-partners.nl)

### Perscontact:

Allianz Partners

FleishmanHillard

[allianzpartners@fleishmaneuropa.com](mailto:allianzpartners@fleishmaneuropa.com)

### Over Allianz Partners

Allianz Partners is wereldwijd leider op het gebied van B2B2C-verzekeringen en hulpverlening en biedt wereldwijde oplossingen voor internationale gezondheids- en levensverzekeringen, reisverzekeringen, mobiliteit en hulpverlening. Onze innovatieve experts zijn klantgericht en herdefiniëren verzekeringsdiensten door toekomstbestendige, hightech high-touch producten en oplossingen te leveren die verder gaan dan traditionele verzekeringen. Onze producten zijn naadloos geïntegreerd in de activiteiten van onze partners of worden rechtstreeks aan klanten verkocht via het commerciële merk Allianz Assistance, Allianz Travel en Allianz Care. Onze 22.600 medewerkers zijn werkzaam in meer dan 70 landen en spreken meer dan 70 talen, behandelen meer dan 72 miljoen dossiers per jaar en zijn gemotiveerd om dat ene stapje extra te doen om onze klanten over de hele wereld een gerust gevoel te geven.

Kijk voor meer informatie op: [www.allianz-partners.nl](http://www.allianz-partners.nl)

### Social media

 Volg ons op LinkedIn [Allianz Partners Nederland](#)