

Medienmitteilung

/ Communiqué de presse

Die Schweizer reisen mehr als je zuvor – geopolitische Spannungen und steigendes Kostenbewusstsein prägen die Ferienplanung

- Schweizerinnen und Schweizer reisen häufiger, länger und geben mehr aus als andere Europäer – bei gleichzeitig wachsendem Kostenbewusstsein.
- Geopolitische Lage beeinflusst Reiseströme – wachsende Skepsis gegenüber USA und Nahost.
- Online-Plattformen dominieren bei der Buchung. Der Sommer bleibt die beliebteste Reisezeit – Senioren weichen bewusst auf den Herbst aus.
- Reiseversicherungen werden mehrheitlich gleichzeitig mit der Reisebuchung abgeschlossen.

Wallisellen, 9. September 2026

Die Schweiz als Reise-Europameister – häufiger, länger und mit deutlich höherem Budget unterwegs

Die Schweizerinnen und Schweizer reisen nicht nur gerne, sondern auch häufig – und zwar deutlich häufiger als ihre europäischen Nachbarn. Ganze 84% planen Sommerferien, und bei Auslandsreisen liegt die Schweiz mit 61% fast doppelt so hoch wie der europäische Durchschnitt. Dabei hat die Reiselust in den letzten drei Jahren stetig zugenommen: Die Bevölkerung unternimmt sowohl öfters Kurztrips als auch längere Reisen und wer über Reiseveranstalter oder Reisebüros bucht, verreist sogar noch öfter als der Durchschnitt.

Auch bei der Anreise zeichnet sich ein bemerkenswerter Wandel ab: Auto und Flugzeug liegen 2026 erstmals gleichauf – rund die Hälfte der Reisenden greift zu einem der beiden Transportmittel. In der Luft zeigt sich dabei ein klarer Trend zum gehobenen Komfort: Die Nachfrage nach Premium Economy übersteigt das verfügbare Angebot der Airlines deutlich.

Und obwohl die Schweizer für ihre Sommerferien mehr als doppelt so viel ausgeben als der europäische Durchschnitt, wächst gleichzeitig das Kostenbewusstsein. Die Mehrheit versucht, die Kosten pro Reise zu senken, viele kürzen nicht notwendige Ausgaben, um sich das Reisen weiterhin leisten zu können – und rund ein Drittel achtet angesichts der aktuellen Weltlage verstärkt aufs Budget. Die Botschaft ist klar, gereist wird auf jeden Fall, jedoch mit wacherem Blick aufs Portemonnaie.

Geopolitische Lage beeinflusst Reiseströme – wachsende Skepsis gegenüber USA und Nahost

Die Welt ist in Bewegung, das spüren auch Schweizer Reisende bei der Wahl ihrer Feriendestinationen. Geopolitische Spannungen hinterlassen deutliche Spuren in der Reiseplanung: Die USA haben an Strahlkraft eingebüsst – 65% der Befragten planen vorerst keine Reise über den Atlantik, und 7% haben eine bereits geplante USA-Reise sogar wieder storniert.

Auch der Nahe Osten rückt für viele in noch weitere Ferne: Mehr als die Hälfte der Schweizerinnen und Schweizer meidet die Region, insbesondere Familien – hier steht das Sicherheitsbedürfnis klar im Vordergrund. 12% der Familien suchen vermehrt den Rat von Reiseexperten, um sich in der veränderten Weltlage besser orientieren zu können. Selbst Asienreisen bleiben nicht unberührt, denn ein Drittel der

Reisenden vermeidet einen Umstieg in der Golfregion, während sich ein weiteres Drittel kurzerhand für die Vielfalt Europas statt für die Ferne entscheidet. So bleibt der heimische Kontinent der sichere Hafen – auch wenn exotische Destinationen weiterhin auf der Wunschliste der Zukunft stehen.

Online-Plattformen dominieren – Reiseveranstalter und Reisebüros gewinnen als Beratungskanal

Inspiration für die nächste Reise beginnt oft im engsten Kreis: Empfehlungen von Familie und Freunden sind der stärkste Impulsgeber. Doch das Digitale ist längst gleichauf – Online-Reiseplattformen und die klassische Websuche gehören ebenso selbstverständlich zur Ideenfindung wie der Austausch in sozialen Medien. Aber auch die klassischen Kanäle über Reiseveranstalter und Reisebüros sind vertreten, denn rund jeder Vierte lässt sich dort inspirieren. Wenn es dann an die konkrete Buchung geht, zeigt sich die Dominanz der Online-Plattformen besonders deutlich – mehr als jede zweite Buchung läuft über sie. Gleichzeitig werden Buchungen oft direkt bei den verschiedenen Leistungsträgern wie Hotels, Airlines oder Mietwagenfirmen getätigt, und auch Reiseveranstalter und Reisebüros spielen eine beachtliche Rolle. Im Durchschnitt beginnen Reisende ihre Planung dabei zwei bis drei Monate vor der Abreise – und genau hier wird es spannend: Denn wann man reist, hängt stark davon ab, wer reist. Der Sommer bleibt unangefochten die beliebteste Reisezeit – vor allem für Familien mit Kindern, von denen rund 68% ihre Koffer in den Sommermonaten packen, ganz im Takt der Schulferien. Ganz anders die ältere Generation: Sie meidet den sommerlichen Trubel bewusst – nur 27% reisen im Sommer – und entdeckt stattdessen den Herbst als ihre bevorzugte Reisezeit, angelockt von milderem Klima, weniger Gedränge und oft attraktiveren Preisen.

Die Entscheidung für den Abschluss einer Reiseversicherung fällt zum Zeitpunkt der Buchung

Wie in den vergangenen Jahren entscheidet sich knapp über die Hälfte der Reisenden für eine Jahresreiseversicherung, bei Buchung über Reiseveranstalter oder Reisebüros steigt dieser Anteil auf 68%. Der Kaufzeitpunkt ist dabei eng an die Buchung gekoppelt: 40% erwerben die Versicherung im Moment der Buchung. Bemerkenswert ist das hohe Eigenverantwortungsbewusstsein der SchweizerInnen, denn 22% verzichten auf eine Reiseversicherung, weil sie an die Selbstverantwortung glauben – fast doppelt so viele wie im europäischen Durchschnitt. Als häufigster Grund gegen eine Reiseversicherung werden hohe Kosten bzw. eine geringe Nutzungschance genannt.

Pressekontakt Allianz Partners Schweiz

Stefanie Hutterer
medien.ch@allianz.com

Über Allianz Partners

Allianz Partners ist einer der international führenden Anbieter von Reiseversicherungen und Assistance-Leistungen. Die Produkte sind meist nahtlos in die Angebote von Partnerunternehmen wie zum Beispiel Reiseveranstaltern, Krankenkassen, Banken oder Automobilclubs /-herstellern eingebettet. Unter allianz-travel.ch werden Reiseversicherungen auch online direkt verkauft. Weltweit beschäftigt das Unternehmen mehr als 22'000 Mitarbeitende in 44 Ländern, die eng mit einem globalen Netzwerk aus über 2 Millionen Anbietern von Gesundheits- und Serviceleistungen zusammenarbeiten. Allianz Partners gehört zum Allianz Konzern mit Sitz in München. Weitere Informationen finden Sie unter www.allianz-partners.com.