

# SRV-Medienkonferenz 2025

Martin Wittwer, Präsident SRV & Andrea Beffa, Geschäftsführerin SRV  
Pia Sophie Bodner, CEO Allianz Partners Schweiz

Mittwoch, 10. September 2025  
FIFA-Museum, Zürich

# Agenda

- 1** Allianz Partners Schweiz – Pia Sophie Bodner  
**Buchungs- & Reiseverhalten Schweizer Bevölkerung 2025**
- 2** Schweizer Reise-Verband SRV – Martin Wittwer & Andrea Beffa  
**So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025**
- 3** **So läuft das Geschäft der Schweizer Reiseveranstalter 2025**
- 4** **So blickt die Branche auf 2025**
  - SRV-Stimmungsbarometer 2025
  - Umfrage Reiseveranstalter
  - Eigene Einschätzung
- 5** **Q&A**

# Reisestudie

Buchungs- und Reiseverhalten  
der Schweizer Reisebevölkerung 2025

Medien  
Allianz Partners Schweiz

Zürich,  
10. September 2025



# Fokusthemen der diesjährigen Reisetudie



**Art der Ferien**

**Individualisierung der Reise**



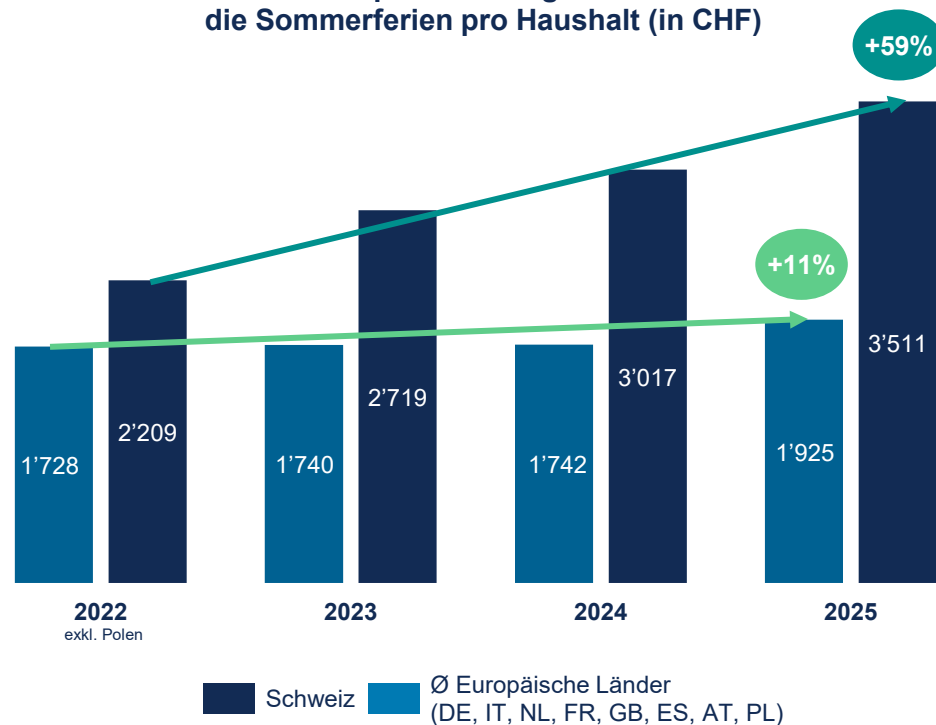
**USA und Geopolitik**

# Vorjahresvergleich – Reisefrequenz nimmt trotz höherem Kostenbewusstsein stetig zu

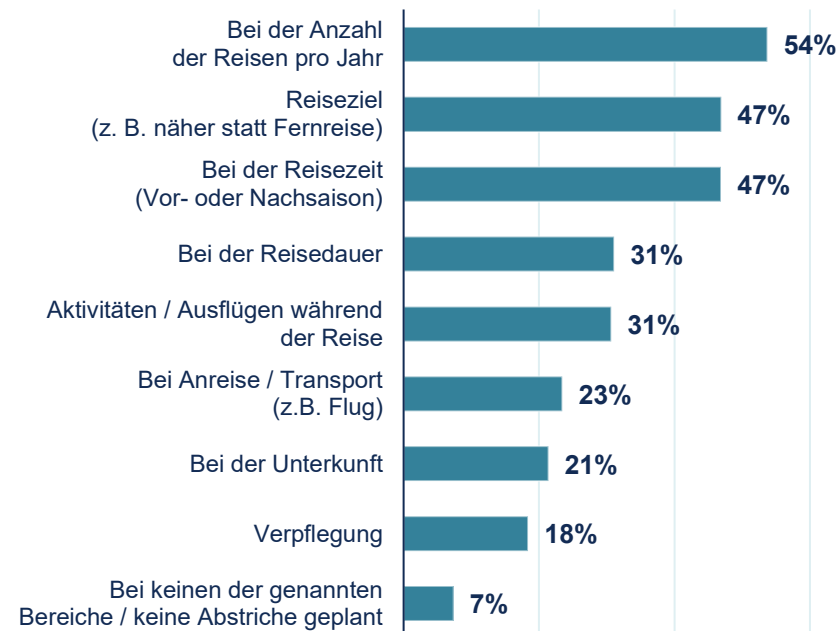
|                                | 2023                                                                              | 2024                                                                                | 2025                                                                                |
|--------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|                                |  |  |  |
| <b>Anzahl Reisen pro Jahr</b>  | Ø 2.1 Kurztrips<br>Ø 2.5 längere Reisen                                           | Ø 2.2 Kurztrips<br>Ø 2.6 längere Reisen                                             | Ø 2.9 Kurztrips (1-2 Übernachtungen)<br>Ø 3.0 längere Reisen (≥3 Übernachtungen)    |
| <b>Kostenbewusstsein</b>       | 32% minimieren Reisekosten                                                        | 35% minimieren Reisekosten                                                          | 40% minimieren Reisekosten                                                          |
| <b>Reiseziele &amp; Saison</b> | 19% reisen nur in der Schweiz                                                     | 15% reisen nur in der Schweiz<br>33% verlegen Sommerziele auf Frühjahr/Herbst       | 8% reisen nur in der Schweiz<br>35% verlegen Sommerziele auf Frühjahr/Herbst        |

# Trotz erhöhtem Kostenbewusstsein – geplantes Ferienbudget der Schweizer wächst überdurchschnittlich

Geplantes Budget für  
die Sommerferien pro Haushalt (in CHF)

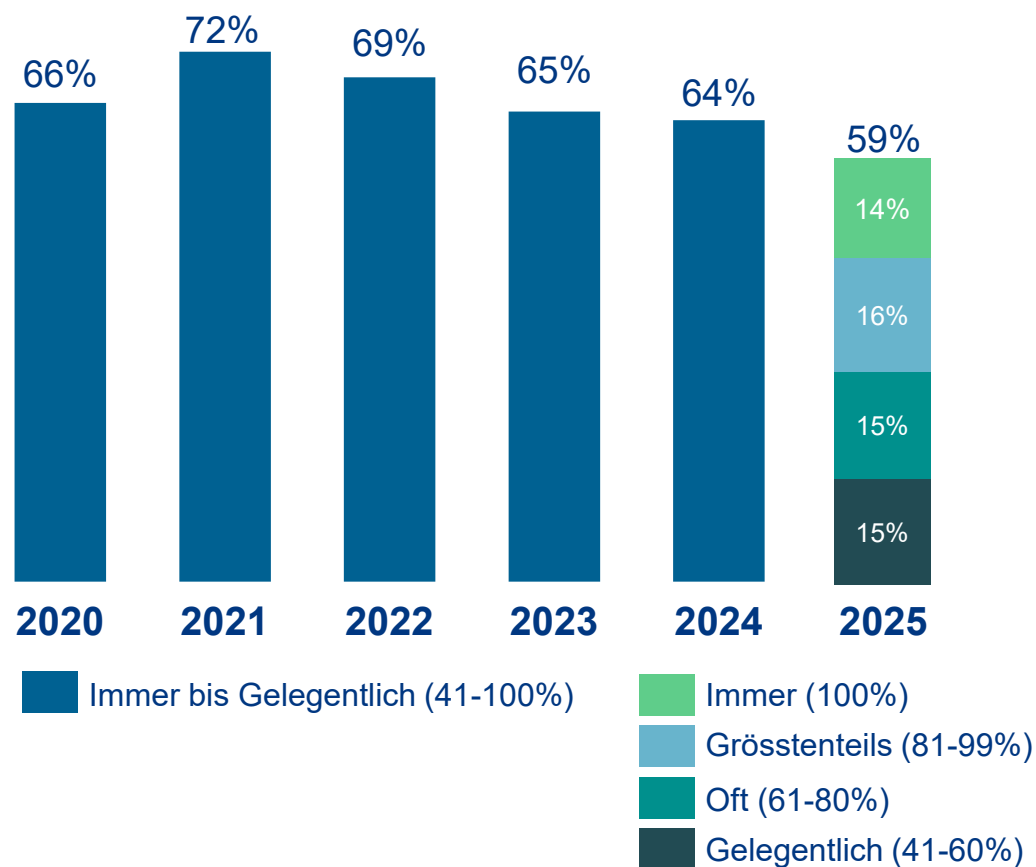


«Angesichts steigender Preise: Bei welchen Bereichen Ihrer Reise wären Sie am ehesten bereit, aus Kostengründen Einschränkungen hinzunehmen?»

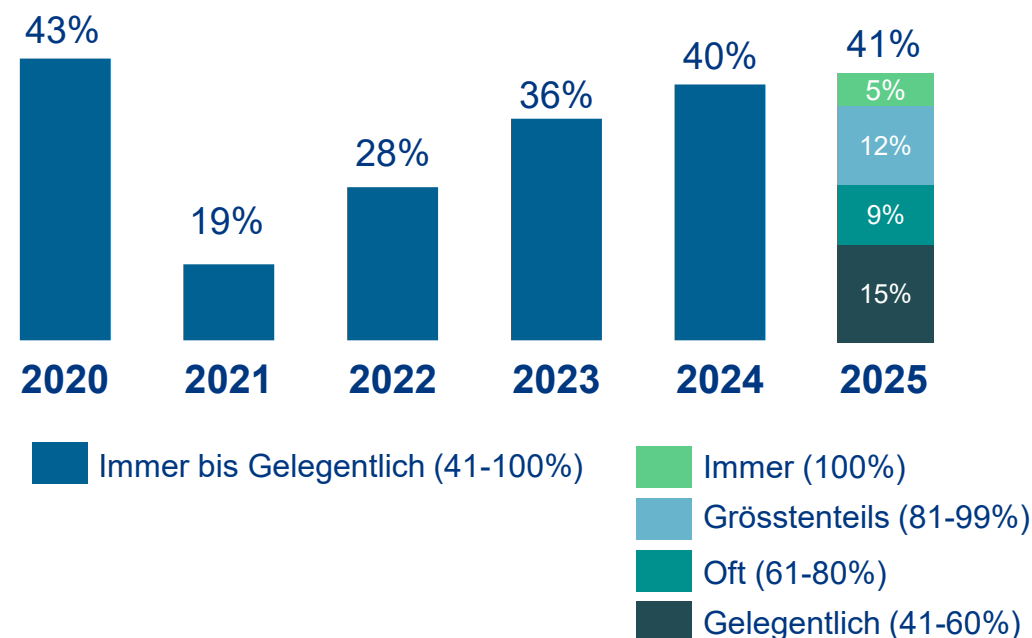


# Fliegen im Aufschwung – Autofahren zunehmend auf der Bremse?

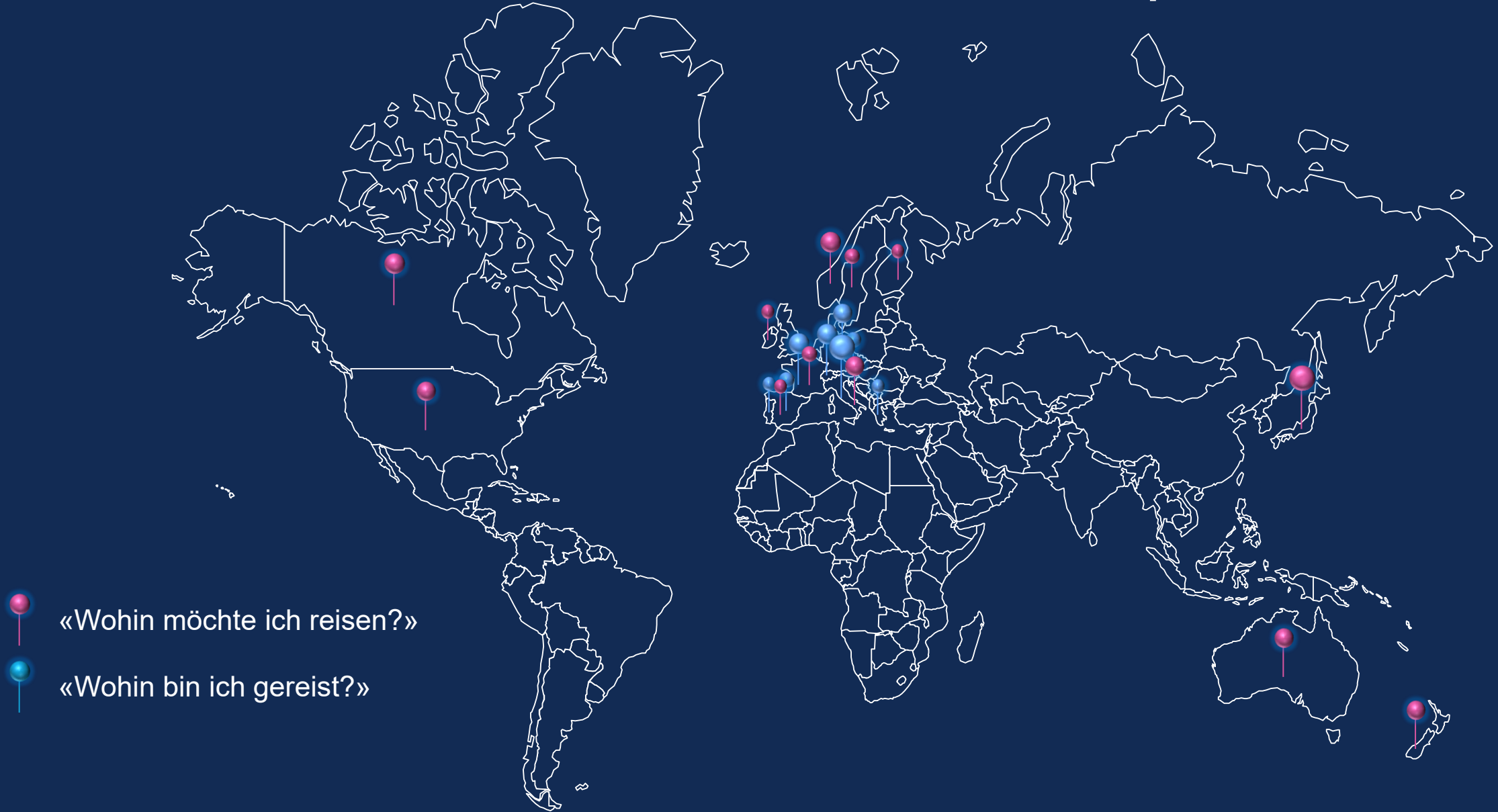
«Wie häufig wird das eigene Auto als Transportmittel genutzt?»



«Wie häufig wird das Flugzeug als Transportmittel genutzt?»



# Reiseziele 2025 – Industrienationen Spitzenreiter

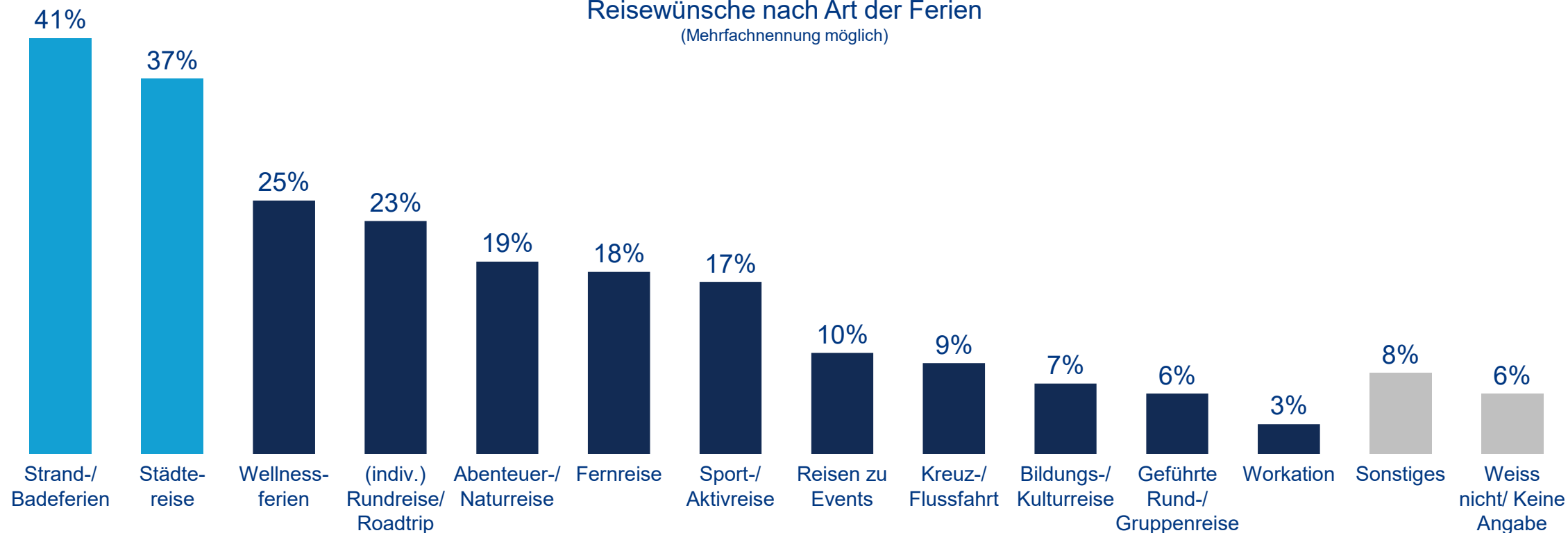


# Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer



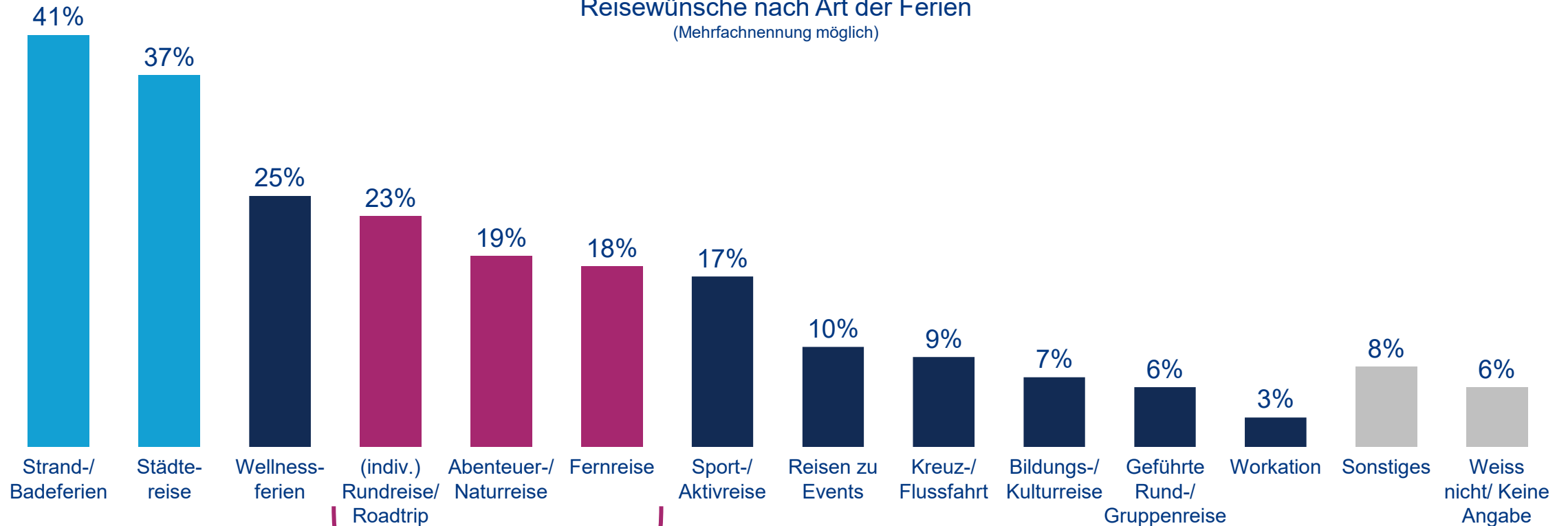
# Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer

Reisewünsche nach Art der Ferien  
(Mehrfachnennung möglich)



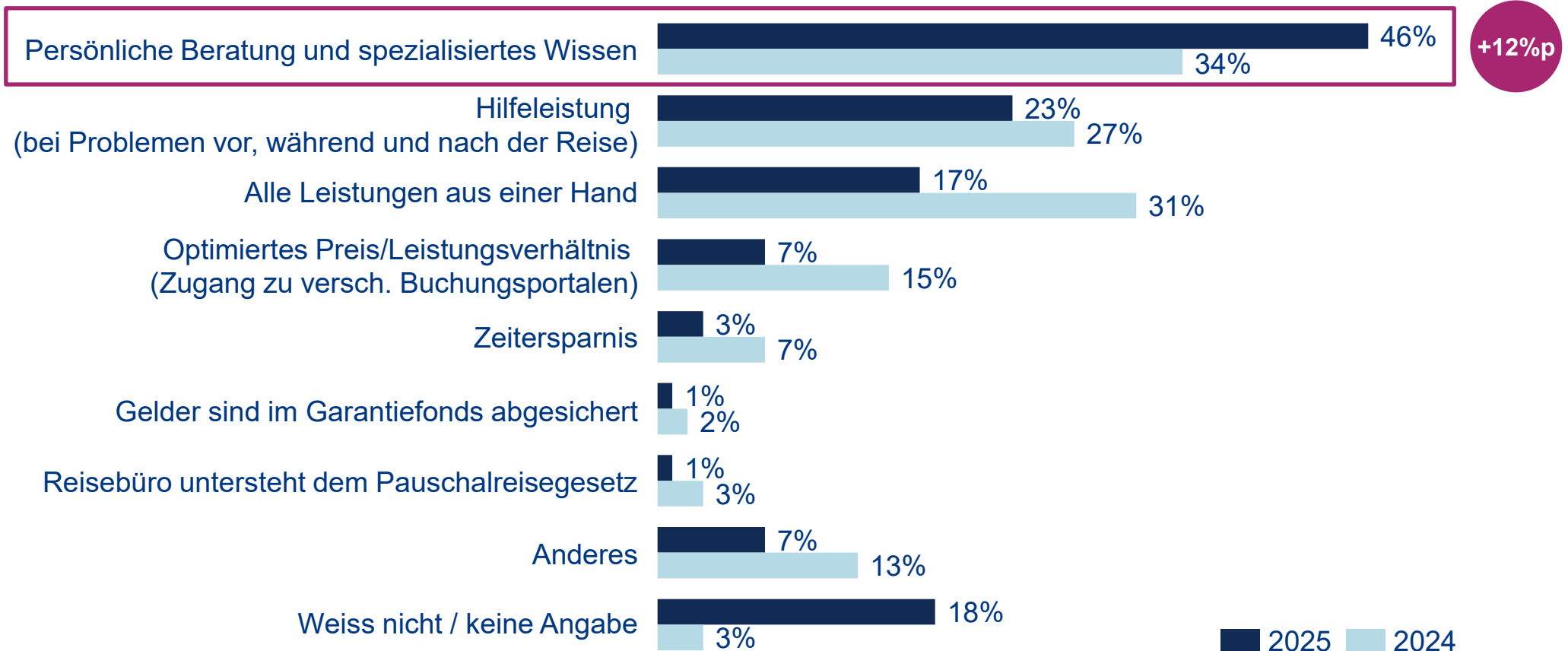
# Zwischen Sand & Skyline – die Favoriten der Schweizer

Reisewünsche nach Art der Ferien  
(Mehrfachnennung möglich)

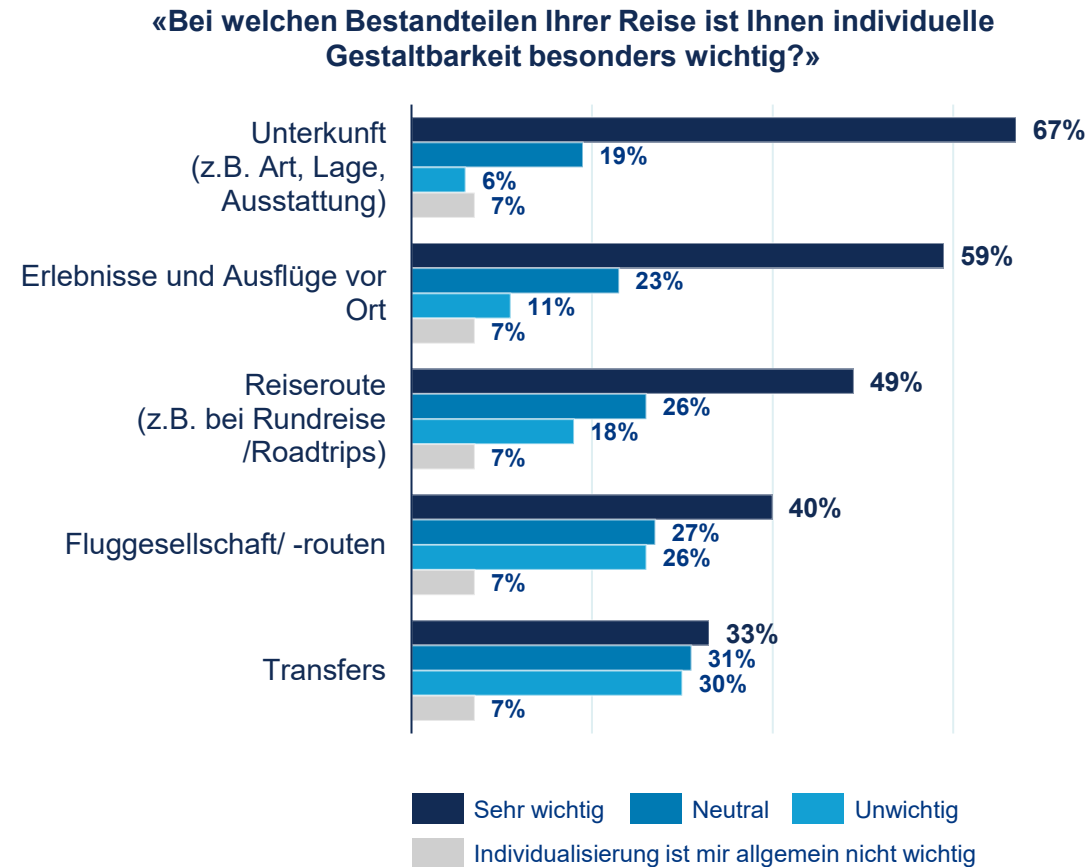


Beratungsintensive Reisen erfreuen sich an Beliebtheit

# Gründe für Reisebürobuchung – Expertenwissen wird immer wichtiger



# Individualisierung im Trend – Unterschiede zwischen Geschlechtern sichtbar



Für **93%** der Befragten spielt Individualisierung eine Rolle

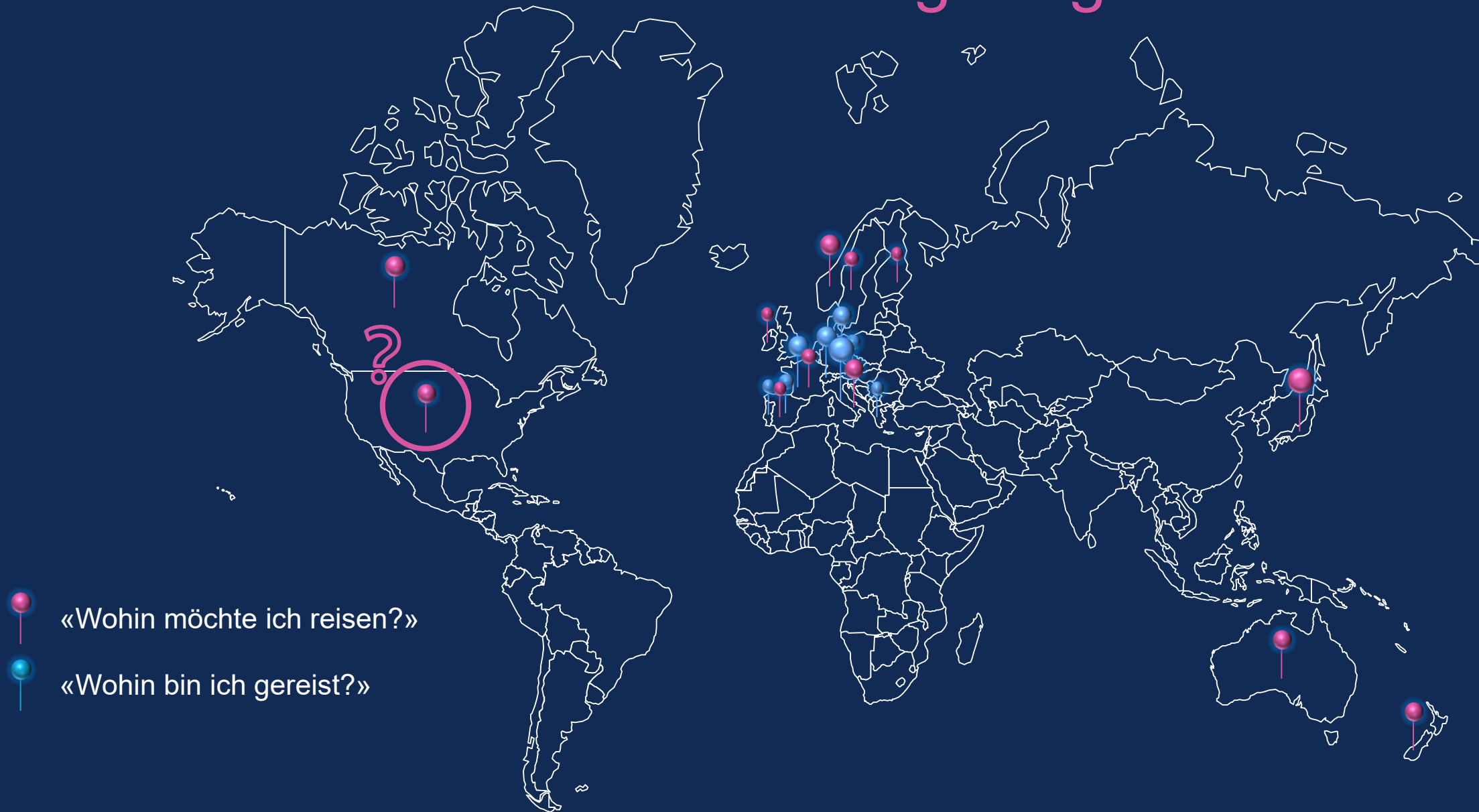


**Frauen** ist Individualisierung in jeder Dimension **wichtiger** als Männern ( $\Delta$  5-8%p)



Ergebnisse sind über alle **Altersgruppen** hinweg stabil  
(15-29 Jahre, 30-44 Jahre, 45-59 Jahre, 60-79 Jahre)

# Reiseziele 2025 – USA weiter gefragt?



# Während die USA ein (Traum-) Reiseland bleiben, achten Schweizer verstärkt auf Sicherheit und Werte

## USA-Reisen: Öffentliche Wahrnehmung vs. Realität



Breites Spektrum an **Medienberichten** – **Realeffekte** bleiben abzuwarten



**nur 2% stornieren** eine geplante USA-Reise



für **12%** hat die politische Situation in den USA **keinen Einfluss** auf das Reiseverhalten

## Werte & Sicherheit prägen die Reiseentscheidungen



**31%** der Befragten sind soziale und politische Werte des Reiselands immer wichtiger (+4%p vs. 2023)



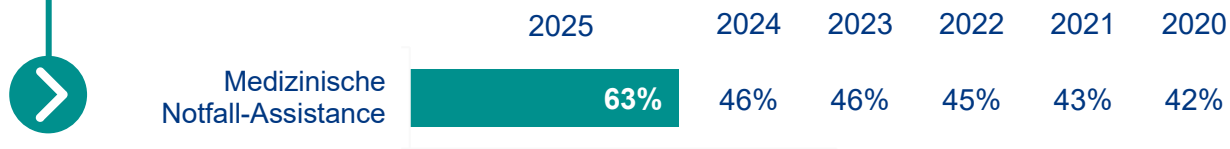
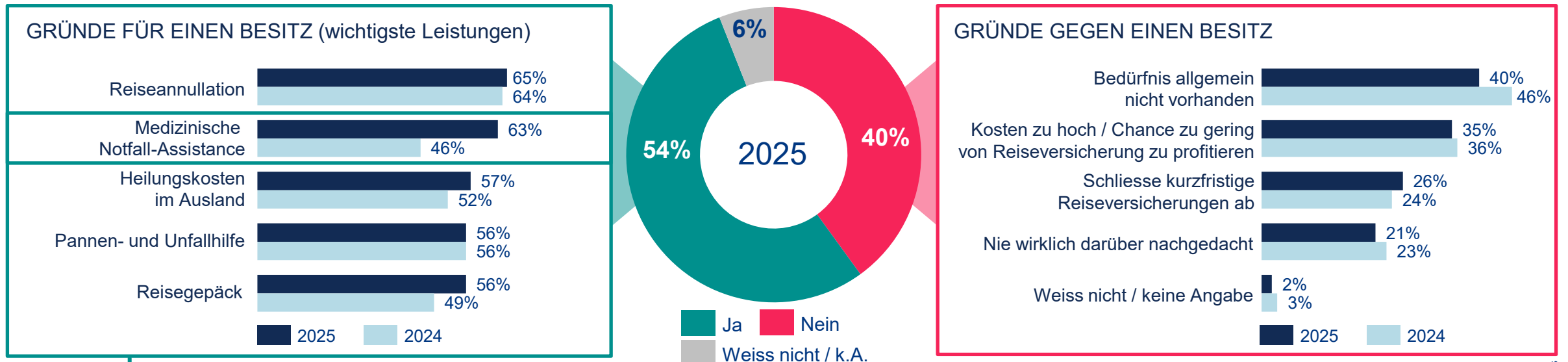
**66% der Frauen** und **54% der Männer** wählen sicherere Reiseziele



**Senioren** achten mehr auf Sicherheit & Werte als Gen Z (ca. 20%p mehr)

# Jahresreiseversicherung: Mehrheit setzt auf Schutz inkl. Medizinischer Notfall-Assistance

Verfügen Sie über eine ganzjährige Reiseversicherung?

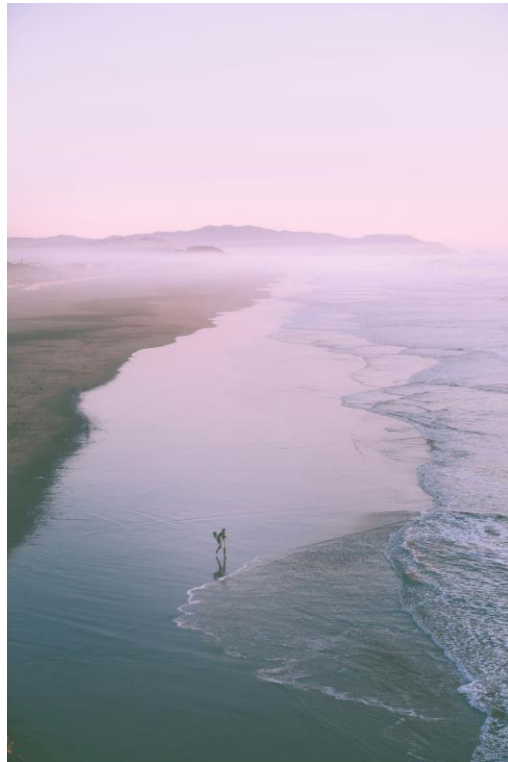


# Trotz erhöhtem Sicherheitsbedürfnis und Kostenbewusstsein bleibt die Reisefreude ungebremst

## Reiselust ungebrochen



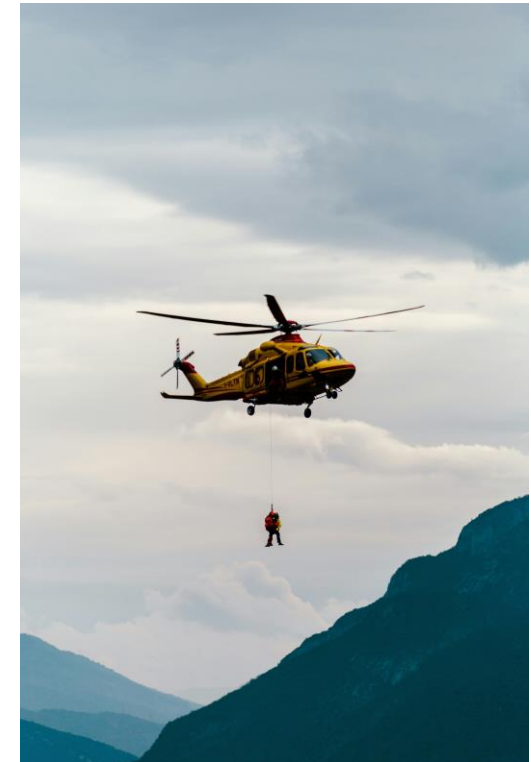
## Individualität & Expertise



## Sichere Reiseziele



## Medizinische Assistance



# Medienkontakt und weitere Informationen



**Mediananfragen bitte an:**  
[medien.ch@allianz.com](mailto:medien.ch@allianz.com)

**Ergebnisse zum Download unter:**  
[www.allianz-partners.com/reisestudie](http://www.allianz-partners.com/reisestudie)

# Agenda

- 1** Allianz Partners Schweiz – Pia Sophie Bodner  
**Buchungs- & Reiseverhalten Schweizer Bevölkerung 2025**
- 2** Schweizer Reise-Verband SRV – Martin Wittwer & Andrea Beffa  
**So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025**
- 3** **So läuft das Geschäft der Schweizer Reiseveranstalter 2025**
- 4** **So blickt die Branche auf 2025**
  - SRV-Stimmungsbarometer 2025
  - Umfrage Reiseveranstalter
  - Eigene Einschätzung
- 5** **Q&A**

# So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025



# Einordnung – Marktstruktur Outgoing Reisen Schweiz

## Ferienreisen ins Ausland

10.0 Mia.

### Organisierte Ferienreisen ins Ausland

2.5 Mia.



Rund 25% der Ferienreisen ins Ausland werden über einen Reiseveranstalter oder eine Reiseagentur gebucht

= Mehrheitlich Flugreisen

= Pauschalreisen

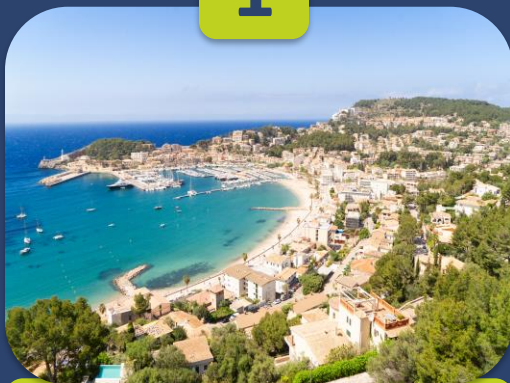
= Kundengeldabsicherung

# So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025

Das Sommergeschäft  
verändert sich weniger als  
viele glauben!

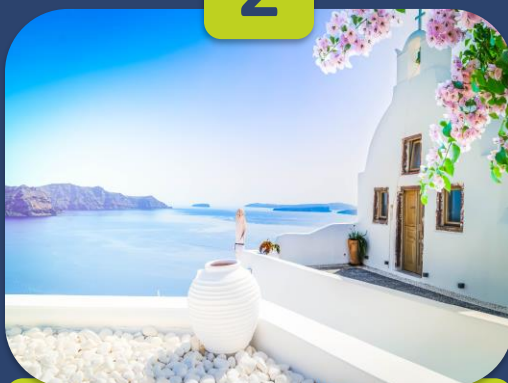
## TOP 3 Zielgebiete im Sommer 2025

1



Spanien

2



Griechenland

3



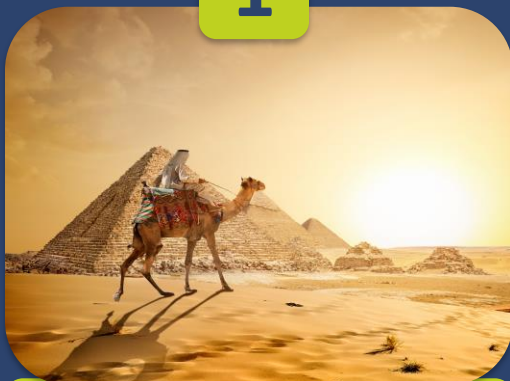
Türkei

# So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025

Der Sommer verlängert  
sich zunehmend in den  
Herbst!

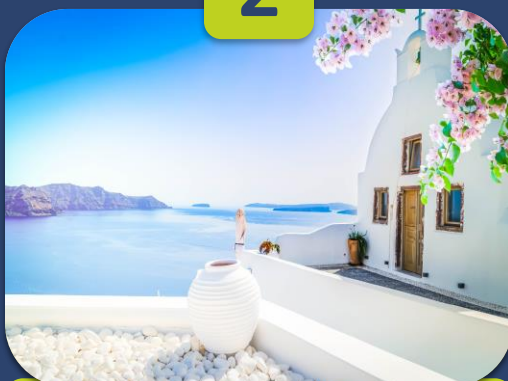
## TOP 3 Zielgebiete im Herbst 2025

1



Ägypten

2



Griechenland

3



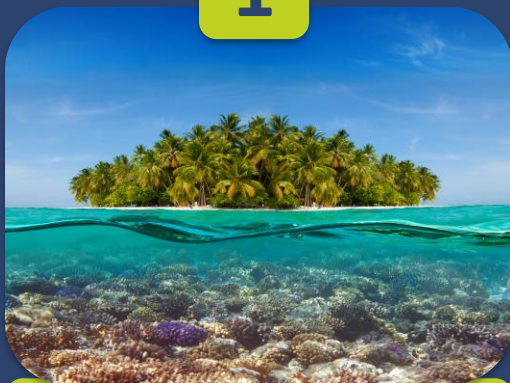
Spanien

# So reisen unsere Kundinnen und Kunden 2025

Asien boomt:  
Rekordumsätze z.B. nach  
Japan und Sri Lanka

## TOP 3 Zielgebiete im Winter 2025/2026

1



Malediven

2



Thailand

3



Ägypten

# So läuft das Geschäft der Schweizer Reiseveranstalter 2025



# So läuft das Geschäft der Schweizer Reiseveranstalter 2025



## Umsätze

- Umsätze ca. 5% über Vorjahr 2024 (auch die Umsätze der Reisebüros)
- Kurzfristiges Sommergeschäft (schlechtes Wetter)
- Generell langfristigere Buchungen
- Deutliche Verlängerung der Sommersaison



## Preise

- Leicht gestiegene Preise
- Kurzfristige Preissenkungen im Mittelmeerraum in den Sommerferien



## Dossierwert

- Ist leicht gestiegen im Vergleich zu 2024



## Vertriebsmix

- Reisebürovertrieb bleibt wichtigste Vertriebsform
- Online wächst: grosser Badeferienanteil

# Vertriebsmix: Die Zukunft des Reisebürovertriebs



Während Badeferien bei den Generalisten-Veranstaltern weiterhin sehr relevant sind, haben Reisebüros ihre Stärke im beratungsintensiven Reisegeschäft gefunden

Ranking meistgebuchte Reisearten im Reisebüro:

- 1 Individuelle Rundreisen
- 2 Fernreisen (Badeferien & Rundreisen)
- 3 Badeferien Europa

Zurück zur Beratung:  
Reisebüros finden ihre  
Stärke in der  
Spezialisierung



# Reisebüros machen den Unterschied

Reisebüros machen Reisen  
sicher, einfach und  
individuell

- + **Persönliche Beratung** – massgeschneiderte Angebote
- + **Zeitersparnis** – keine stundenlange Online-Recherche
- + **Verlässlicher Ansprechpartner** – vor, während und nach der Reise
- + **Sicherheit** – bestabgesicherte Reiseart dank Pauschalreisegesetz und Kundengeldabsicherung
- + **Transparenz** – klare Preise, seriöse Anbieter
- + **Reklamationsunterstützung** – bei Unstimmigkeiten Hilfeleistung mit Erfahrung und Nachdruck



# So blickt die Branche auf 2025

- SRV-Stimmungsbarometer 2025
- Umfrage Reiseveranstalter
- Eigene Einschätzung



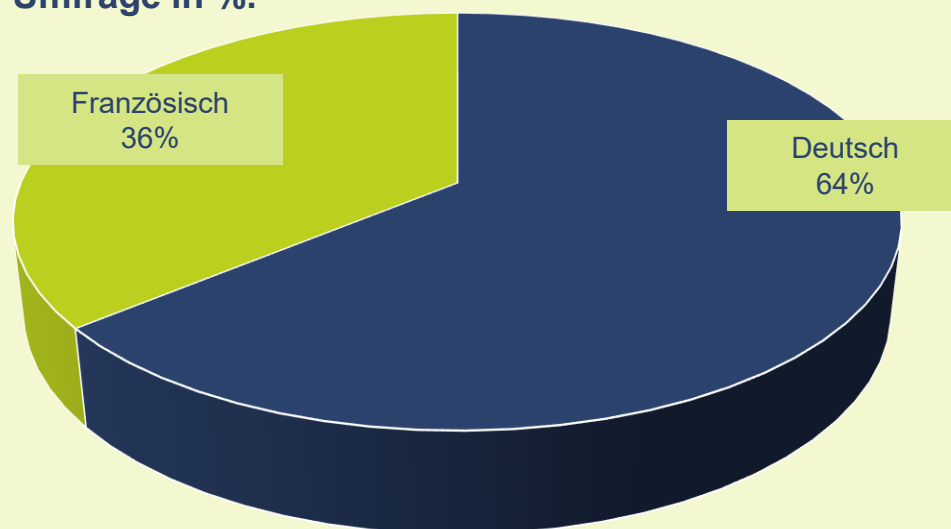
# SRV-Stimmungsbarometer 2025

**Erhebungsphase:** 25. Juni - 21. Juli 2025

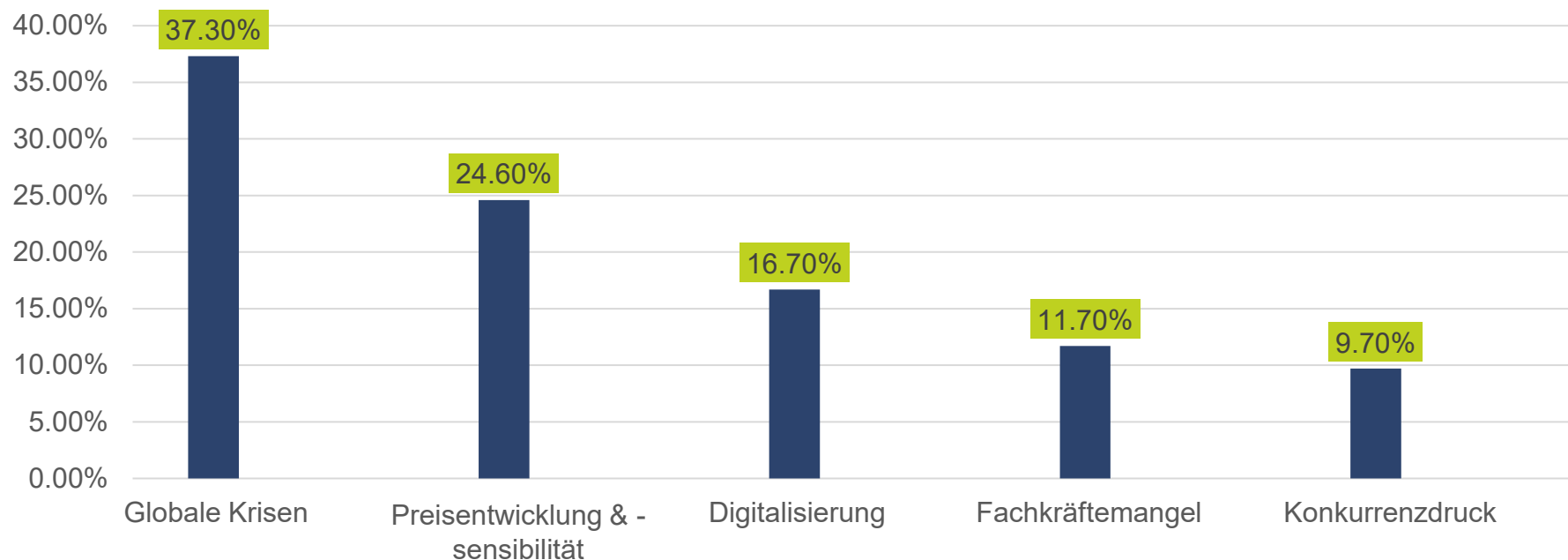
**Teilnahmen:** 172 Online befragte SRV-Mitglieder

**Methode:** Pro Frage standen mehrere Antwortmöglichkeiten zur Auswahl. Die Resultate zeigen die Erwähnung der Antworten in Prozent zur Gesamtanzahl.

**Sprachliche Beteiligung an der Umfrage in %:**



# Was beschäftigt die Reisebranche aktuell am meisten?



Die Reisebranche bleibt krisengetrieben – Beratung ist gefragter denn je.

## Ergebnisse 2024

1. Globale Krisen (28.82%)
2. Preisentwicklung (27.64%)
3. Fachkräftemangel (24.11%)

# Geopolitische Krisen beschäftigen die Reisebranche

1. Platz: 37.3%

**Störung von Flug- & Transportnetzwerken**

**Erhöhter Beratungsaufwand aufgrund von Unsicherheiten**

**Gespernte Lufträume**

**Routen- / Reiseplanänderungen**

**Steigende Preise**

**Klumpenrisiko bei regionaler Spezialisierung**

**Schweizer Reisende bleiben reisebegeistert – auch in unsicheren Zeiten**



# Einfluss US-Politik auf Schweizer Reiseverhalten



**Aktuelle US-Politik beeinflusst das Buchungs-/Reiseverhalten der Schweizer Bevölkerung**



**Total 380 000 Schweizer Reisende im ganzen Jahr 2024 – 2025 werden ca. 10% weniger erwartet**



**Buchungseingänge ab Herbst 2025 werden zeigen, wie sich die Nachfrage 2026 entwickelt**

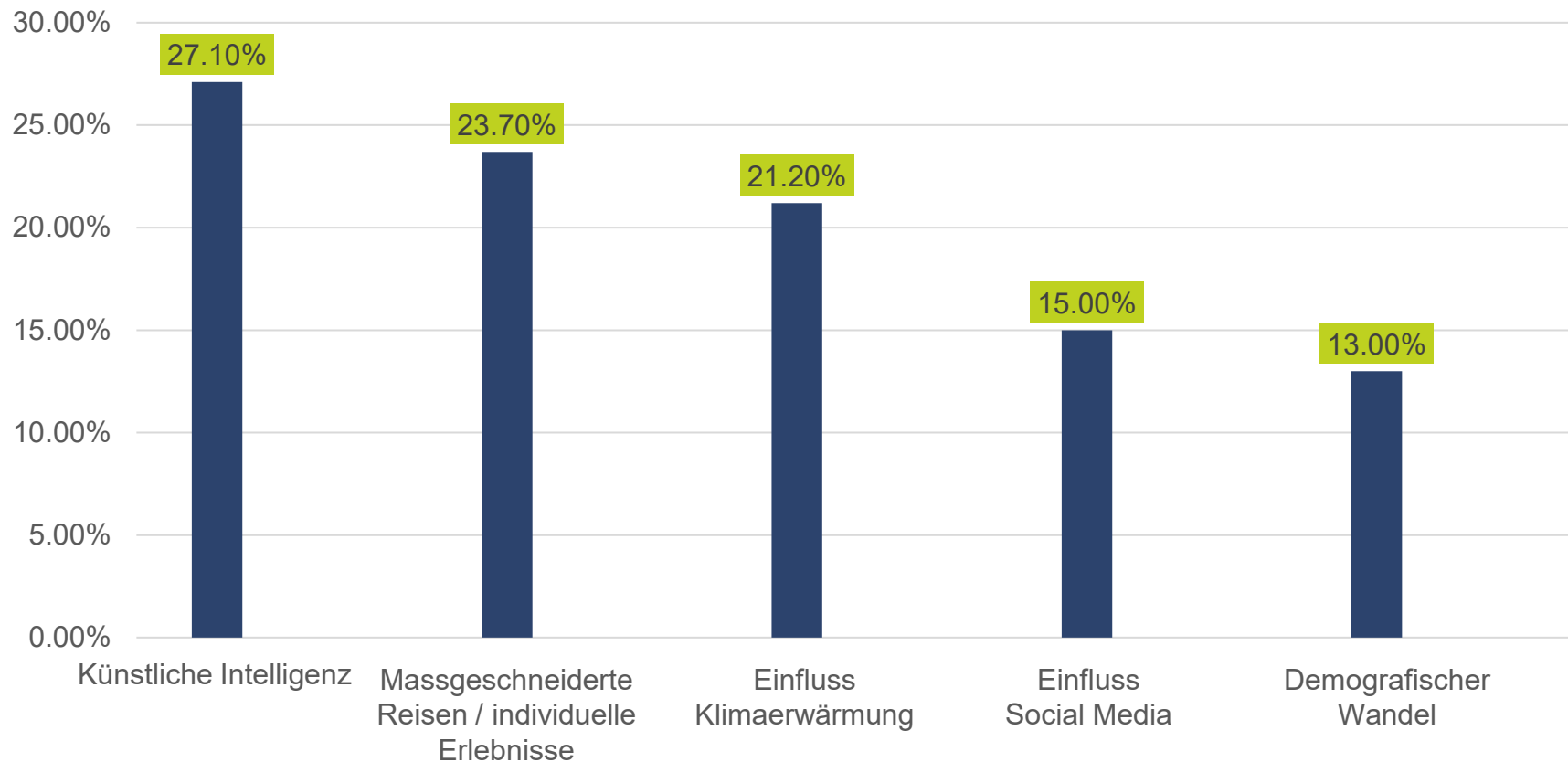


**Andere Destinationen gewinnen: Kanada, Australien, sowie verschiedene asiatische und afrikanische Länder**

**6% weniger Einreisen in die USA in den ersten 6 Monaten 2025**



# Welche Trends & Entwicklungen werden künftig das Reisen am meisten verändern?



**Individualisierung ist kein Trend – sie ist Realität**

\*\*\*

**KI und Klimawandel prägen die Zukunft entscheidend**

## Ergebnisse 2024

1. Einfluss Klimaerwärmung (33.89%)
2. Massgeschneiderte Reisen & individuelle Erlebnisse (29.15%)
3. Künstliche Intelligenz (17.96%)

# KI im Reisegeschäft

1. Platz: 27.1%

Chatbots

Dynamische  
Preisgestaltung

Reiseplanung

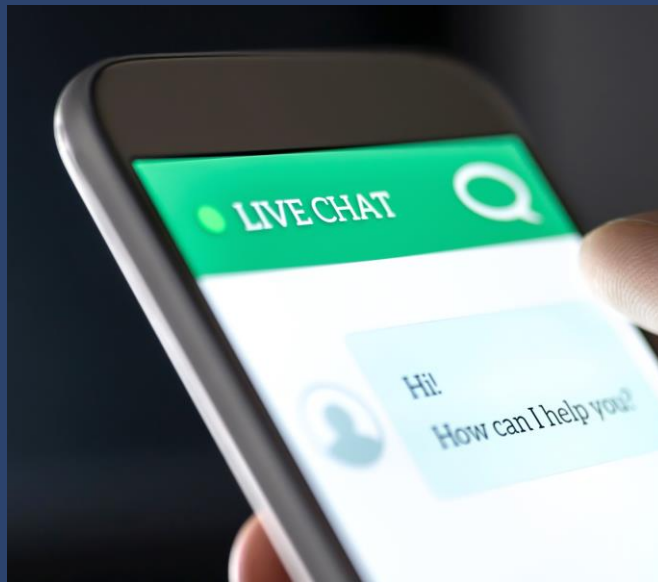
Betrugserkennung  
bei Zahlungen

Besucherlenkung

Kapazitäts-  
management

Umweltmonitoring

Trendanalysen



Durch KI entwickelt sich die Reisebranche weiter – sie wird schneller, personalisierter und kundenorientierter

# Individualisierung im Fokus

2. Platz: 23.7%



# Den Klimafussabdruck sichtbar machen

3. Platz: 21.2%



**2022 gegründete Nachhaltigkeitsinitiative im deutschsprachigen Raum – SRV ist Gründungsmitglied**



**Ziel: Ein branchenweit einheitlicher Berechnungsstandard**

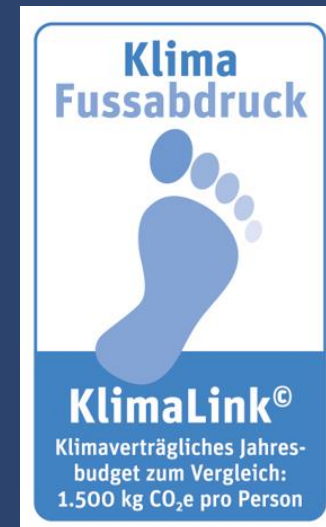


**Emissionsdaten sollen für alle Reisebausteine sichtbar gemacht werden, nicht nur für Flüge**



**GO LIVE Anfang Juli 2025:  
Vorreiter in der Schweiz sind HOTELPLAN und DERTOUR**

**Wir möchten Möglichkeiten schaffen, klimaverträgliche Reiseentscheidungen einfach und bewusst zu treffen**



# Agenda Schweizer Reise-Verband 2025

## Politik

- Umsetzung CO2-Gesetz/Verordnung
- EU-Entwicklungen zur Pauschalreiserichtlinie

## Markt

- Übernahmeprozess Hotelplan durch DERTOUR

## Ausbildung

- Nachwuchsförderung
- Schulung zu aktuellen Themen

## Nachhaltigkeit

- Sensibilisierung/Schulung
- Sichtbarkeit von CO2-Emissionen

# Auf den Punkt gebracht



- ➔ Die **Reiselust ist ungebrochen** – Reiseveranstalter und Reisebüros erwarten 2025 ein Umsatzplus von +5%
- ➔ **Badeferien** bleiben die beliebteste Reiseform
- ➔ Reisende suchen das Besondere – der **Wunsch nach Individualisierung** ist gross
- ➔ Zurück zur Beratung: Reisebüros finden ihre **Stärke in der Spezialisierung**
- ➔ Kein **grundsätzlicher Buchungsrückgang bei geopolitischen Krisen** – lediglich temporäre Schwankungen nach einzelnen Ereignissen

## Q & A

