

# Pressemitteilung

## Allianz Partners Reisegipfel: Nachhaltiges Reisen im Trend

Wien, 04. Mai 2022.

**Das steigende Umweltbewusstsein auf Verbraucherseite und damit nachhaltiges umweltbewusstes Reisen waren zentrales Thema des diesjährigen Internationalen Allianz Partners Reisegipfels. Die dreitägige interne Veranstaltung wurde Ende März 2022 unter dem Motto „Wunderland“ virtuell ausgerichtet. Neben zahlreichen Allianz Expert:innen für das Travel Business nahmen u.a. Wirtschaftsfachleute, Trendspezialist:innen der Foresight Factory und Marktforscher:innen von PhocusWright teil.**

### Verantwortungsvolles nachhaltiges Reisen als wachsender Trend

Um Reise-Trends und daraus resultierende Kundenbedürfnisse frühzeitig erkennen und entsprechend darauf reagieren zu können, kooperiert Allianz Partners mit der Foresight Factory, einer Agentur für internationale Verbrauchertrends, sowie mit einer Reihe von internationalen Expert:innen. Die Erkenntnisse der Foresight Factory und des hauseigenen Customer Labs wurden am Internationalen Reisegipfel präsentiert. Das gemeinsame Fazit:

Die Gesundheit unseres Planeten und verantwortungsvolles nachhaltiges Handeln wird auch in punkto Reisen immer wichtiger, wie internationale Studienergebnisse bestätigen:

Sechs von zehn Familien im Alter zwischen 25 und 40 Jahren sagen, dass sie – im Gegensatz zu Zeiten vor der Pandemie – in Zukunft mehr auf die ökologischen Auswirkungen ihrer Reisen achten werden<sup>1</sup>. In Österreich setzt die Generation Z stark auf Nachhaltigkeit, rund die Hälfte der Befragten im Alter von 18-24 gab an, in Zukunft den

Umweltaspekt beim Reisen noch mehr zu bedenken. Mehr als ein Drittel der Generation X, also Befragte im Alter zwischen 41 und 50, wollen in Zukunft unter anderem ihren CO<sub>2</sub> Fußabdruck reduzieren, indem sie weniger reisen. Im globalen Schnitt sind dies sogar 56 Prozent, also mehr als die Hälfte der Befragten der Generation X. Der Slow Travel Trend rückt dabei nachhaltigere Reiseoptionen wie Bahnreisen oder Camper-Reisen stärker ins Blickfeld.<sup>ii</sup>

Generell sei die merkbare Erholung des Reisemarkts mit einigen neuen Herausforderungen verbunden. „Nach den Jahren der Pandemie wollen viele wieder frei reisen, aber die Kosten steigen und das Nachhaltigkeitsbewusstsein auch. Es ist unsere oberste Priorität, Kund:innen und Geschäftspartner hier bestmöglich zu unterstützen“, kommentiert Erik Heusel, CEO bei Allianz Partners Österreich, die Ergebnisse. Die Reiseversicherung soll dabei als End-to-end Reiseschutz-Lösung umfassende Möglichkeiten für Reisende bieten.

### **Auswirkungen der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen auf die Reiseindustrie**

Die Reiseindustrie ist nicht immun gegen die wirtschaftliche Entwicklung, so lautete auch das Fazit des Reisegipfels. Inflation, steigende Energiekosten sowie ein allgemeiner Anstieg der Lebenshaltungskosten beeinflussen Menschen unmittelbar in ihrer Entscheidung hinsichtlich Reiseziel, Dauer und Budgetplanung. Die Auswirkung von geopolitischen Unruhen, Probleme bei Lieferketten sowie steigende Gas- und Lebensmittelpreise haben einen Dominoeffekt auf die Reiseindustrie: Vor allem Langstreckenflüge werden teurer. Hotel- und Restaurantpreise können steigen. Letztlich besteht das Risiko, dass Freizeitreisen für Konsument:innen mit begrenztem Einkommen nicht mehr leistbar sind.

### **Geschäftsreisen versus Nachhaltigkeitsziele**

Durch Remote arbeiten und virtuelle Meetings hat sich die Anzahl der Geschäftsreisen über die letzten 2 Jahre drastisch reduziert. Mit den Covid-Lockerungen fand eine Neubewertung statt: Unternehmen überlegen genau, ob Geschäftsreisen gerechtfertigt oder reines „Nice-to-have“ sind. Mit der Reduktion von Geschäftsreisen konnten Unternehmen zuletzt nicht nur ihre Ausgaben senken, sondern auch ihre CO<sub>2</sub>-Emissionen und damit wiederum zu den Nachhaltigkeitszielen beitragen. Demgegenüber steht jedoch weiterhin der Wunsch der Mitarbeiter:innen nach persönlicher Interaktion mit ihren Kund:innen und Partnern, der seit der Rückkehr ins Büro noch stärker spürbar ist.

Weitere Infos zu Allianz Partners finden sich auf [www.allianz-partners.com](http://www.allianz-partners.com)

*Irrtum vorbehalten. Aussagen, die die Zukunft betreffen, sind Schätzungen.*

---

<sup>i</sup> Allianz Partners Customer Lab 2021, Befragung von 23.000 Konsument:innen in Mexico, Thailand, Japan, Singapur, der Schweiz, Österreich, der Türkei, der Slowakei, Rumänien, Portugal und Griechenland. Die Umfrage enthielt Fragen zu den neuen Verhaltensweisen im Zusammenhang mit COVID. Trends kommen von Foresight Factory Collision.

<sup>ii</sup> Foresight Factory, Basis 786-4550, Online-Befragung pro Land ab 16 Jahren, Mai 2020

### Pressekontakt Allianz Partners Österreich:

#### **Sabine Forsthuber**

Communications  
AWP P&C S.A., Niederlassung für Österreich  
Postfach 3000, 1130 Wien  
T: +43 1 525 03 205  
E: [presse.at@allianz.com](mailto:presse.at@allianz.com)

#### **Claudius Halik**

PR-Büro Halik  
Sparkassaplatz 5a/2, 2000 Stockerau  
T: +43 2266 67477 – 17  
E: [c.halik@halik.at](mailto:c.halik@halik.at)

### Allianz Partners

Allianz Partners ist auf Schutz und Hilfeleistungen spezialisiert. Als B2B2C-Marktführer im Bereich Assistance und Versicherungslösungen ist das Unternehmen weltweiter Spezialist für folgende Bereiche: Assistance-Einsätze, Reiseversicherung, Gesundheit & Leben sowie KFZ. Kundenorientierung steht dabei im Zentrum aller Leistungen. Produkte und Lösungen stehen Geschäftspartner:innen und Kund:innen über direkte sowie digitale Kanäle unter vier international anerkannten Marken zur Verfügung: Allianz Travel, Allianz Assistance, Allianz Care und Allianz Automotive. Rund 19.400 Mitarbeiter:innen in 75 Ländern sprechen 70 Sprachen und wickeln in Summe jährlich 58 Millionen Fälle auf allen 5 Kontinenten ab. In der Wiener Niederlassung sind rund 200 Mitarbeiter:innen 24/7 im Einsatz und helfen Kund:innen in 13 Sprachen inklusive Deutsch und Englisch.

Weitere Informationen zum Unternehmen Allianz Partners finden Sie hier: [www.allianz-partners.com](http://www.allianz-partners.com).  
Informationen zur Allianz Travel Reiseversicherung finden Sie hier: [www.allianz-travel.at](http://www.allianz-travel.at).

### Customer Lab

Das Customer Lab von Allianz Partners ist ein interner Inkubator für Verbraucherinformationen, der die Allianz Gruppe und seine Partner dabei unterstützt, die wichtigsten Bedürfnisse, Einstellungen und Entscheidungsfaktoren ihrer Kunden in Bezug auf Versicherungs- und Assistance-Lösungen zu verstehen. Die firmeneigene Datenbank enthält quantitative Daten aus über 60.000 Kund:innen-Befragungen in 27 Ländern weltweit und über 25 Millionen Verhaltensmesswerte. Im Jahr 2021 wurden in einer neuen Welle weitere 23.000 Verbraucher:innen in Mexiko, Thailand, Japan, Singapur, der Schweiz, Österreich, der Türkei, der Slowakei, Rumänien, Portugal und Griechenland befragt. Die Umfrage enthielt Fragen zu neuen Verhaltensweisen im Zusammenhang mit COVID.

---

## Foresight Factory

Foresight Factory ist ein führendes internationales Unternehmen für Verbrauchertrends. Die Kernkompetenz liegt in der Identifizierung und Vorhersage von Gesellschafts- und Verbrauchertrends und wie sich diese auf Märkte, Dienstleistungen, Marken und Produkte auswirken. Seit der Gründung 1996 arbeitet Foresight Factory daran, den strategischen Bedürfnissen von Unternehmen durch die Anwendung von Erkenntnissen gerecht zu werden. Foresight Factory identifiziert, misst und untersucht Trends, Einstellungen und Verhaltensweisen durch die umfangreiche Analyse quantitativer und qualitativer Forschung. Das Forschungsprogramm bietet Unternehmen eine Grundlage und das Vertrauen, um die wahrscheinlich eintretenden Auswirkungen des sich entwickelnden Verbraucherumfelds zu antizipieren.

## Social media



Follow us on Twitter [@AllianzPartners](https://twitter.com/AllianzPartners)



Follow us on LinkedIn [Allianz Partners](https://www.linkedin.com/company/allianz-partners)



Follow us on Youtube [/allianzpartners](https://www.youtube.com/allianzpartners)



Follow us on Instagram [@allianzpartners](https://www.instagram.com/allianzpartners)