Sommerurlaub der Europäer und Amerikaner

16. Europ Assistance /Ipsos Barometer

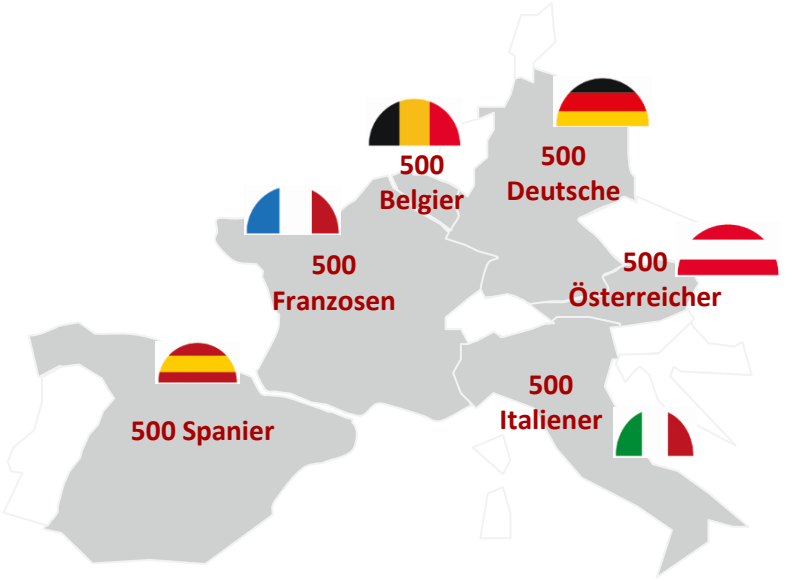
© 2016 Ipsos. Alle Rechte vorbehalten. Diese Datei enthält vertrauliche und geschützte Informationen und darf nur mit dem vorherigen schriftlichen Einverständnis von Ipsos offengelegt oder vervielfältigt werden.

GAME CHANGERS

BEREICHE DES BAROMETERS 2016

Europäischer Bereich

Stichprobenbefragung von 3000 Europäern



Was ist neu?

Befragungen in den USA und in Brasilien

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

METHODIK

Stichprobe

Nationale repräsentative Stichproben der Bevölkerung jedes Landes im Alter von mindestens 18 Jahren nach dem Quotenverfahren (Geschlecht, Alter, Beruf des Haushaltsvorstands, Größe von Region und Ort)

Kalender

Vom 23. März bis 2. Mai 2016

Datenerfassung

Per Telefon in den europäischen Ländern durchgeführte Befragung
Online-Befragung in den US und in Brasilien

© 2016 Ipsos

INHALTE

1 SOMMERURLAUBSPLANUNG S. 5

2 WAHL DER ZIELE UND SOMMERAKTIVITÄTEN S. 15

3 UNTERKUNFT UND TOURISTISCHE PRAKTIKEN S. 26

4 ARBEIT UND SOZIALE NETZWERKE: VERBINDEN ODER UNTERBRECHEN WÄHREND DES URLAUBS S. 33

5 LÄNDERÜBERSICHT S. 39

© 2016 Ipsos

1. SOMMERURLAUBSPLANUNG

GAME CHANGERS

2016 IST DIE SOMMERURLAUBSPLANUNG RÜCKLAUFIG

DIE SOMMERURLAUBSPLANUNG 2016

EUROPA

54 %

(-7 gegenüber 2015)

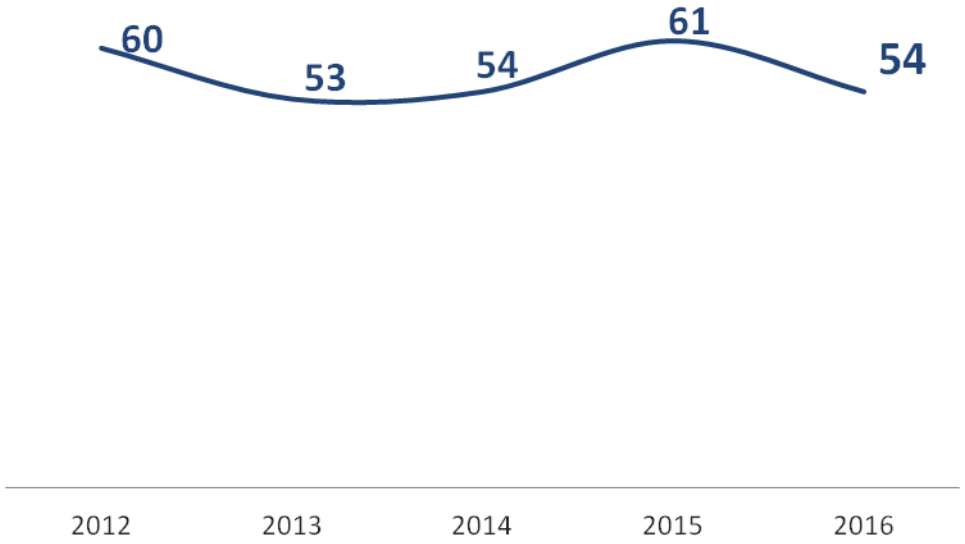
© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

NACH EINEM ANSTIEG 2015 GEHEN DIE URLAUBSPLANUNGEN AUF DIE WERTE DER VORJAHRE ZURÜCK. IN DEN USA UND IN BRASILIEN SCHEINT DER ANTEIL DER URLAUBER HÖHER ZU SEIN.

ENTWICKLUNG DER SOMMERURLAUBSPLANUNG DER EUROPÄER 2016

(IN %)



URLAUBSPLANUNG IN DEN USA & IN BRASILIEN

61 %

64 %

© 2016 Ipsos

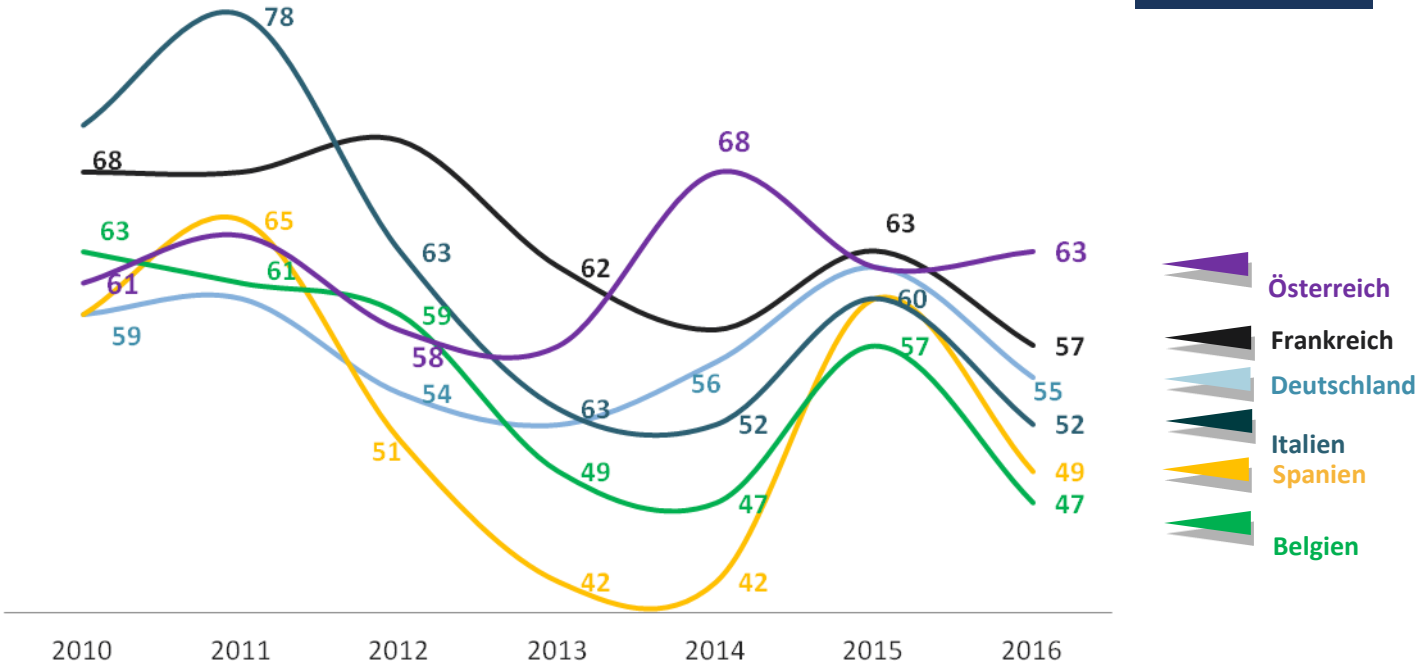
GAME CHANGERS

URLAUBSPLANUNG IN ALLEN EUROPÄISCHEN LÄNDERN MIT AUSNAHME VON ÖSTERREICH RÜCKLÄUFIG

SOMMERURLAUBSPLANUNG NACH LAND

(IN %)

EUROPA



© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

DURCHSCHNITTLICHES BUDGET DER EUROPÄER GEGENÜBER VORJAHR GERINGFÜGIG GESTIEGEN UND HÖHER ALS DAS DER AMERIKANER UND BRASILIANER

europ assistance
you live we care

DURCHSCHNITTLICHES BUDGET DER EUROPÄER

€ 2.247

(+ 4 % gegenüber 2015)

DURCHSCHNITTLICHES BUDGET FÜR USA UND BRASILIEN

$ 1.771 *(€ 1892)*

BRL **1.212** *(€ 905)*

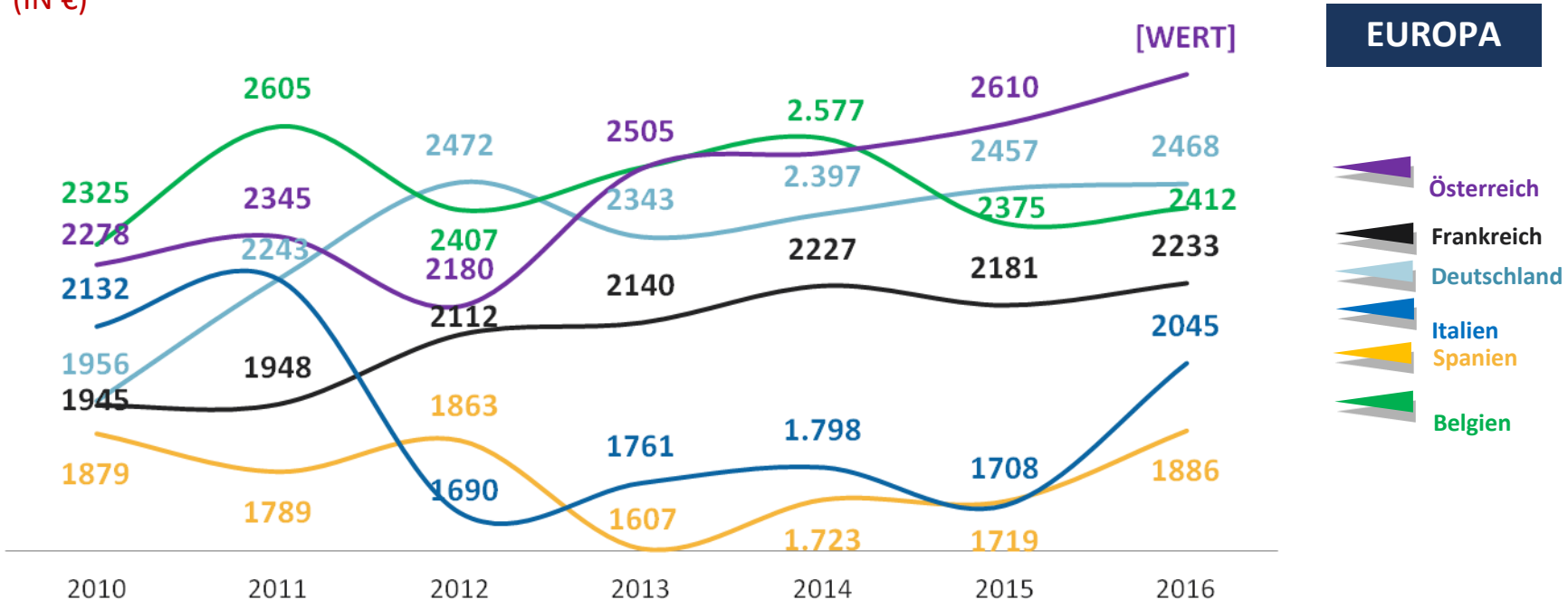
GAME CHANGERS

Ipsos

© 2016 Ipsos

URLAUBSBUDGET IN DEN MEISTEN LÄNDERN GERINGFÜGIG HÖHER

BEGRENZUNGEN DER EUROPÄER (IN €) URLAUBSBUDGET



© 2016 Ipsos
GAME CHANGERS

BEI REISEN IM SOMMER MÖCHTEN DIE EUROPÄER GELD SPAREN, OBWOHL DER ANTEIL DER URLAUBER, DENEN ES GELINGEN WIRD, GELD BEISEITEZULEGEN, 2016 GESTIEGEN IST. BESCHEIDENE HAUSHALTE VERZICHTEN AM EHESTEN AUF REISEN IM SOMMER.

europ assistance
you live we care

EUROPA

Reisen im Sommer sind eine Kategorie,…

deren Kosten ich senken möchte.

39 %

-5

bei der ich nichts ändern möchte.

32 %

+6

auf die ich verzichten werde.

18 %

GAME CHANGERS

© 2016 Ipsos

USA UND BRASILIEN SENKEN AM EHESTEN DIE KOSTEN. ITALIENER VERZICHTEN AUF REISEN IM SOMMER, WOHINGEGEN ÖSTERREICHER DIES NICHT ÄNDERN MÖCHTEN.

Reisen im Sommer sind eine Kategorie,…

deren Kosten ich senken möchte.

auf die ich verzichten werde.

bei der ich nichts ändern möchte.

42 %

66 %

35 %

42 %

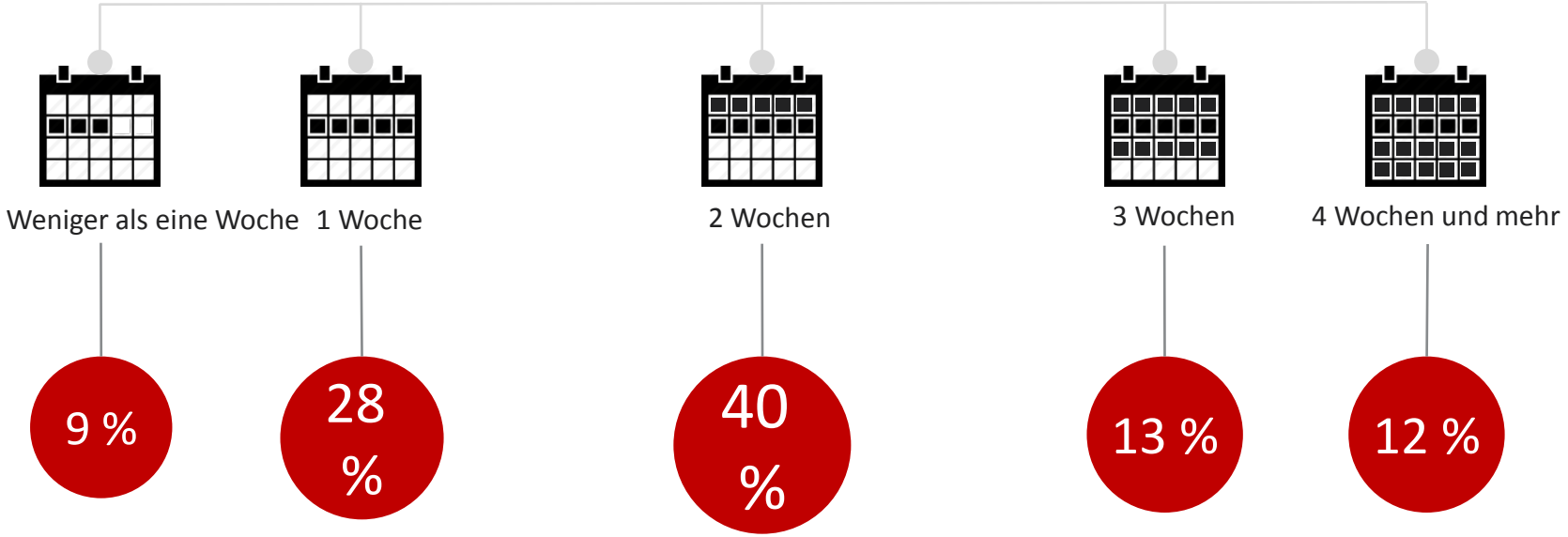
© 2016 Ipsos

DIE MEISTEN URLAUBER MACHEN ZWEI WOCHEN URLAUB

europ assistance
you live we care

EUROPA

ANZAHL DER WOCHEN, DIE FÜR REISEN IM SOMMER EINGEPLANT WERDEN



© 2016 Ipsos

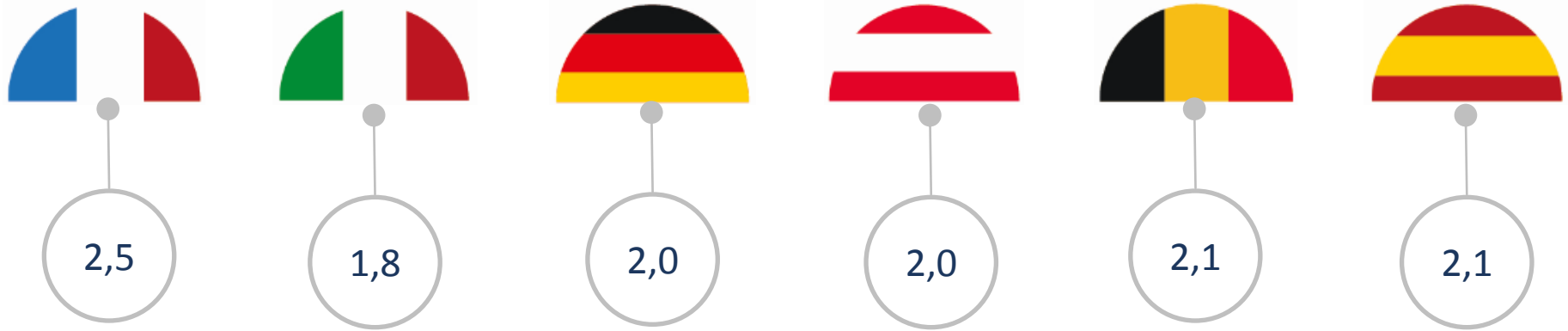
GAME CHANGERS

Ipsos

FRANZOSEN MACHEN LÄNGEREN SOMMERURLAUB ALS AMERIKANER

Durchschnitt

EUROPA: DURCHSCHNITTLICH 2,1 Wochen



USA & BRASILIEN

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

2. WAHL DER ZIELE & AKTIVITÄTEN IM SOMMER

GAME CHANGERS

WÄHREND EUROPÄER DAS MEER BEVORZUGEN…

BEVORZUGTE ZIELE

EUROPA

65 %

20 %

17 %

17 %

17 %

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

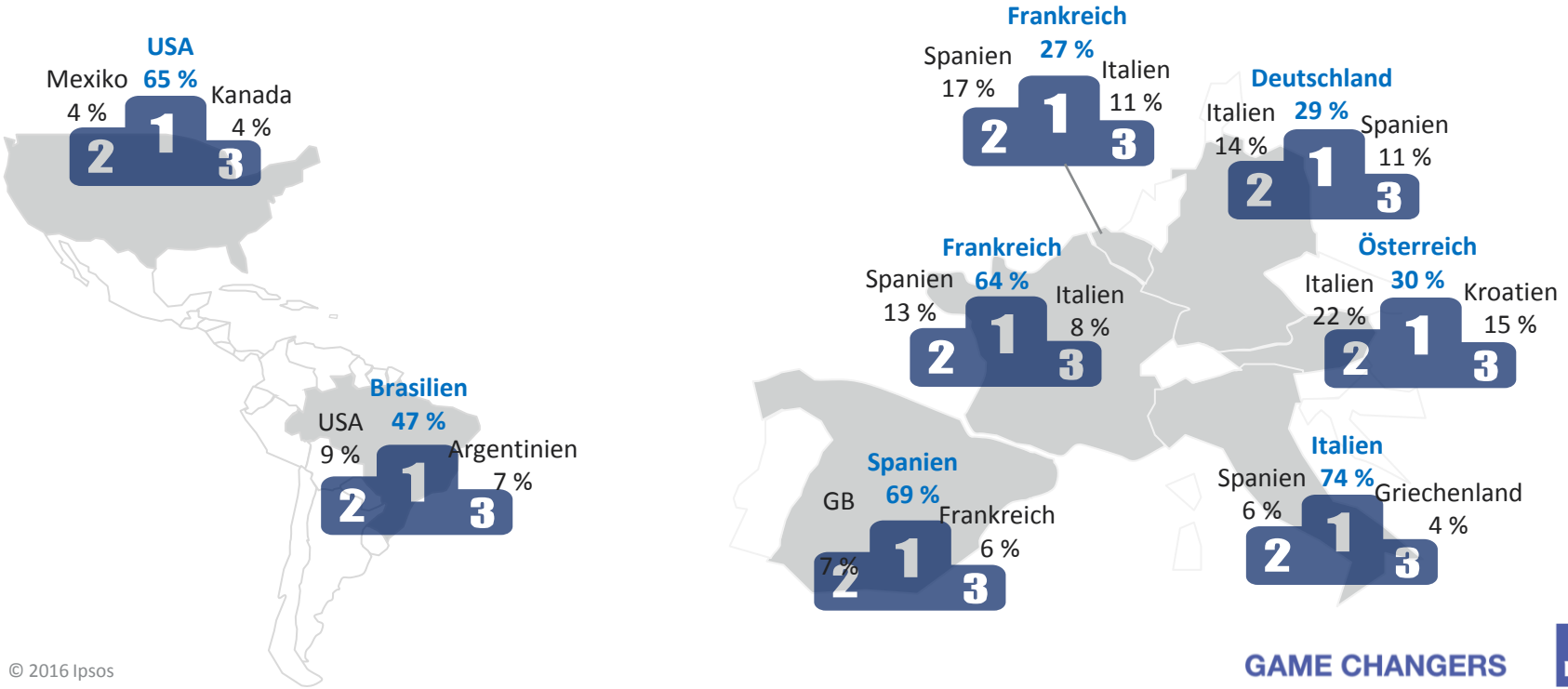
AMERIKANER UND BRASILIANER SIND AN VERSCHIEDENEN ZIELEN INTERESSIERT. IM GEGENSATZ ZU DEN EUROPÄERN MÖGEN SIE STÄDTEREISEN IM SOMMER.

44 %	52 %
43 %	**42 %**
27 %	32 %
26 %	18 %
24 %	**31 %**

© 2016 Ipsos

EUROPÄER REISEN MEIST IN IHREM EIGENEN LAND, INSBESONDERE IN DEN ROMANISCHEN LÄNDERN.

ZIEL FÜR DIESEN SOMMER



© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

IM SOMMER MÖCHTEN SICH DIE EUROPÄER MEIST ERHOLEN; FAMILIE UND FREUNDE TREFFEN UND NEUE KULTUREN ENTDECKEN

SOMMERAKTIVITÄTEN

EUROPA

45 %	Sich erholen, Ruhe haben
43 %	Als Familie bzw. mit Ehepartner oder mit Freunden zusammen sein
41 %	Neue Kulturen entdecken, in einer völlig anderen Umgebung sein
16 %	Sport treiben (z. B. Wandern, Klettern…)
14 %	Mein Zuhause genießen
13 %	Sich Zeit zum Lesen nehmen, neue Dinge lernen
9 %	Neue freundschaftliche oder romantische Begegnungen haben

© 2016 Ipsos

DIE DREI BELIEBTESTEN SOMMERAKTIVITÄTEN SIND IN ALLEN LÄNDERN GLEICH

europ assistance
you live we care

WICHTIGE SOMMERAKTIVITÄTEN

Familie und Freunde 55 %	Erholung 50 %	Familie und Freunde 43 %	Kultur 37 %	Erholung 45 %	Erholung 53 %	Familie u. Freunde 48 %	Familie u, Freunde 42 %
Kultur 47 %	Kultur 42 %	Erholung 42 %	Erholung 36 %	Kultur 40 %	Kultur 49 %	Erholung 41 %	Erholung 40 %
Erholung 39 %	Familie und Freunde 37 %	Kultur 32 %	Familie u., Freunde 34 %	Familie u. Freunde 38 %	Familie und Freunde 35 %	Kultur 41 %	Kultur 25 %

© 2016 Ipsos
GAME CHANGERS Ipsos

DIE GEFAHR EINES TERRORANSCHLAGS IST EINER DER WICHTIGSTEN FAKTOREN BEI DER WAHL DER REISEZIELE IM SOMMER, ALLERDINGS IN GERINGEREM MASSE IM VERGLEICH ZU 2015 NIEDRIGER

WICHTIGE FAKTOREN BEI DER WAHL DES ZIELS

EUROPA	% „wichtig“	Gegenüber 2015
Klima	42 %	+3
Die Gefahr eins Terroranschlags	40 %	-3
Das Budget, das Sie dafür vorsehen wollen	38 %	-1
Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und zu kulturellen Aktivitäten	36 %	+2
Gesundheitliche Risiken	33 %	-5
Die Qualität der touristischen Infrastrukturen	32 %	+1

© 2016 Ipsos

DIE GEFAHR EINER INFEKTION MIT DEM ZIKA-VIRUS SPIELT EBENFALLS EINE WICHTIGE ROLLE BEI DER WAHL DES ZIELS

WICHTIGE FAKTOREN BEI DER WAHL DES ZIELS

EUROPA	% „Wichtig“	Gegenüber 2015
Die Gefahr eines persönlichen Angriffs	31 %	*neu*
Die Gefahr einer Infektion mit dem Zika-Virus	25 %	*neu*
Die Gefahr sozialer Unruhen	24 %	-7
Die Gefahr einer Naturkatastrophe	20 %	-7
Dauer der Reise zum Urlaubsort	18 %	=
Die wirtschaftliche Lage im Urlaubsland	11 %	-1

© 2016 Ipsos

DIE FÜNF WICHTIGSTEN FAKTOREN BEI DER WAHL DES ZIELS

EUROPA

Klima 43 %	Budget 44 %	Freizeitaktivitäten 49 %	Freizeitaktivitäten 46 %	Qualitätsinfrastrukturen 51 %	Terroranschläge 47 %
Terroranschläge 37 %	Klima 44 %	Klima 44 %	Klima 44 %	Freizeitaktivitäten 50 %	Budget 46 %
Budget 31 %	Terroranschläge 37 %	Terroranschläge 43 %	Terroranschläge 43 %	Klima	Gesundheitliche Risiken 42 %
Zika-Virus 26 %	Gesundheitliche Risiken 33 %	Budget 37 %	Qualitätsinfrastrukturen 39 %	Gesundheitliche Risiken 40 %	Persönliche Angriffe 39 %
Freizeitaktivitäten 25 %	Qualitätsinfrastrukturen 32%	Qualitätsinfrastrukturen 37 %	Soziale Unruhen 39 %	Budget 33 %	Zika-Virus 34 %

© 2016 Ipsos

DIE FÜNF WICHTIGSTEN FAKTOREN BEI DER WAHL DES ZIELS

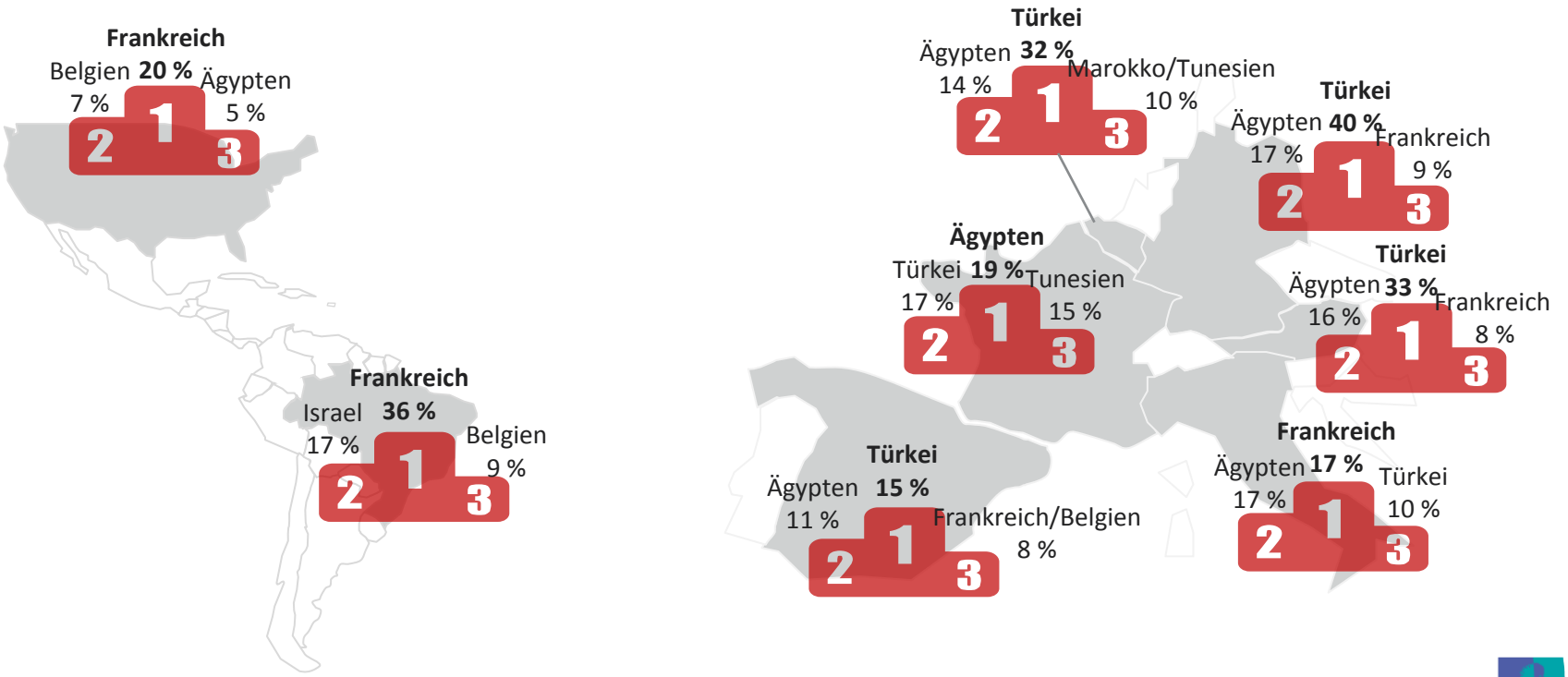
- Budget 55 %
- Freizeitaktivitäten 52 %
- Klima 40 %
- Dauer der Reise 33 %
- Gesundheitliche Risiken 27 %

- Budget 67 %
- Gesundheitliche Risiken 65 %
- Freizeitaktivitäten 59 %
- Persönliche Aktivitäten
- Terroranschläge 54 %
- Zika-Virus 54 %

© 2016 Ipsos

TÜRKEI STEHT AN ERSTER STELLE DER LÄNDER, DIE VON URLAUBERN GEMIEDEN WERDEN, DIE ÜBER DIE GEFAHR EINES TERRORANSCHLAGS BESORGT SIND

LÄNDER, DIE VON URLAUBERN NICHT MEHR BESUCHT WERDEN



© 2016 Ipsos
GAME CHANGERS

3. UNTERKUNFT UND TOURISTISCHE PRAKTIKEN

GAME CHANGERS

DAS HOTEL IST DIE VON DEN MEISTEN EUROPÄERN BEVORZUGTE UNTERKUNFT

BEVORZUGTE UNTERKUNFT FÜR REISEN IM SOMMER

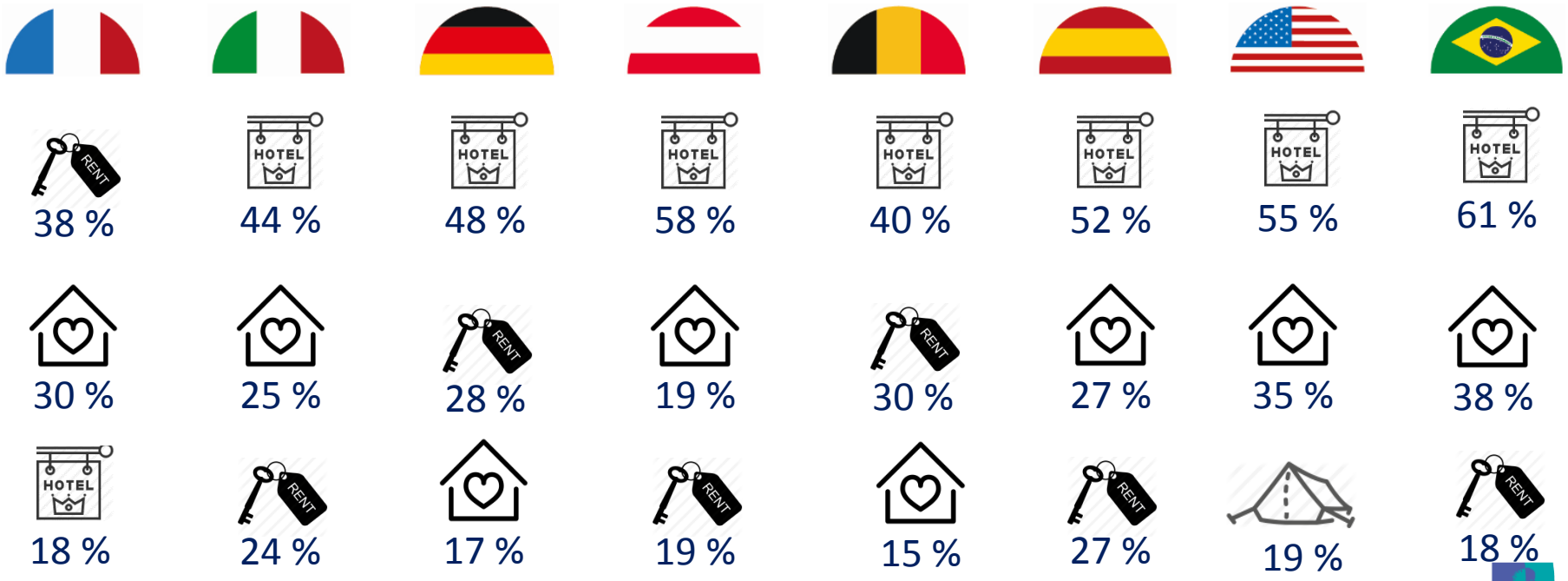
EUROPA

40 %	Ein Hotel buchen
29 %	Eine Wohnung/ein Haus mieten
23 %	Kostenlos bei einem Freund, der Familie oder im eigenen Ferienhaus wohn
10 %	In einer Frühstückspension wohnen
8 %	Auf einem Campingplatz untergebracht sein
5 %	Eine Autoreise in einem Wohnmobil/Wohnwagen machen
3 %	Eine Schiffsreise/Kreuzfahrt unternehmen

© 2016 Ipsos

FRANZOSEN MIETEN EHER EIN HAUS ODER EINE WOHNUNG ALS DIES IN ANDEREN LÄNDERN DER FALL IST

BEVORZUGTE UNTERKUNFT FÜR REISEN IM SOMMER



© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

EIN GANZES PRIVATHAUS FÜR REISEN IM SOMMER ZU MIETEN STELLT DIE INTERESSANTESTE ÜBERNACHTUNGSMÖGLICHKEIT FÜR EUROPÄER DAR

INTERESSE AN UNTERKÜNFTEN UND TRANSPORTMITTEL

EUROPA

34 %

Ein ganzes Privathaus mieten

15 %

Car-Sharing

13 %

Ein Zimmer oder gemeinsam genutzten Wohnraum in einem Privathaus mieten

11 %

Wohnungstausch zwischen Privatpersonen

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

RANGFOLGE DER LÄNDER, DIE AM MEISTEN AN DIESEN PRAKTIKEN INTERESSIERT SIND

Ein ganzes Privathaus mieten	Car-Sharing	Ein Zimmer oder gemeinsam genutzten Wohnraum in einem Privathaus mieten	Wohnungstausch zwischen Privatpersonen
46 %	26 %	30 %	18 %
40 %	23 %	21 %	15 %
38 %		20 %	13 %
38 %			
EUROPA *34 %*	*15 %*	*13 %*	*11 %*

© 2016 Ipsos
GAME CHANGERS

EUROPÄER ZAHLEN IHRE REISE ZWISCHEN EINEM UND VIER MONATEN VOR IHRER ABFAHRT. DEUTSCHE ZAHLEN AM FRÜHESTEN, SPANIER AM SPÄTESTEN.

Wie lange im Voraus haben Sie Ihre zuletzt geplante Reise gebucht und bezahlt (entweder eine Anzahlung oder die gesamte Reise)?

	EUROPA	
Mehr als sechs Monate im Voraus	14 %	27 %
4-6 Monate	17 %	
1-4 Monate	32 %	
1 Monat oder weniger im Voraus	22 %	32 %
Sie reservieren nicht	13 %	

© 2016 Ipsos

DEUTSCHE BEVORZUGEN IHRE UNTERKUNFT PERSÖNLICH ZU BUCHEN

Welche Buchung Ihrer Unterkunft bevorzugen Sie?

52 %	Per Computer	64 %	42 %	77 %	67 %
24 %	Persönlich	14 %	30 %	3 %	11 %
10 %	Am Telefon				

© 2016 Ipsos

europ assistance
you live we care

ARBEIT & SOZIALE ETZWERKE: WÄHREND DES RLAUBS VERBINDEN ODER NTERBRECHEN?

GAME CHANGERS

Ipsos

DIE MEISTEN EUROPÄER BEABSICHTIGEN, SICH WÄHREND DES URLAUBS KOMPLETT AUS DEM BERUFLICHEN UMFELD ZURÜCKZUZIEHEN

europ assistance
you live we care

EUROPA

Was Ihre Arbeit anbelangt, denken Sie, dass Sie im „Urlaub“

49 % — sich komplett aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen

8 % — weiterhin E-Mails lesen, ohne diese notwendigerweise zu beantworten

7 % — weiterhin E-Mail beantworten und bei Anrufen zurückrufen

4 % — weiterhin arbeiten, zumindest in einem gewissen Maße

31 % — **Dies trifft nicht auf meine Arbeit zu/Ich bin nicht berufstätig**

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

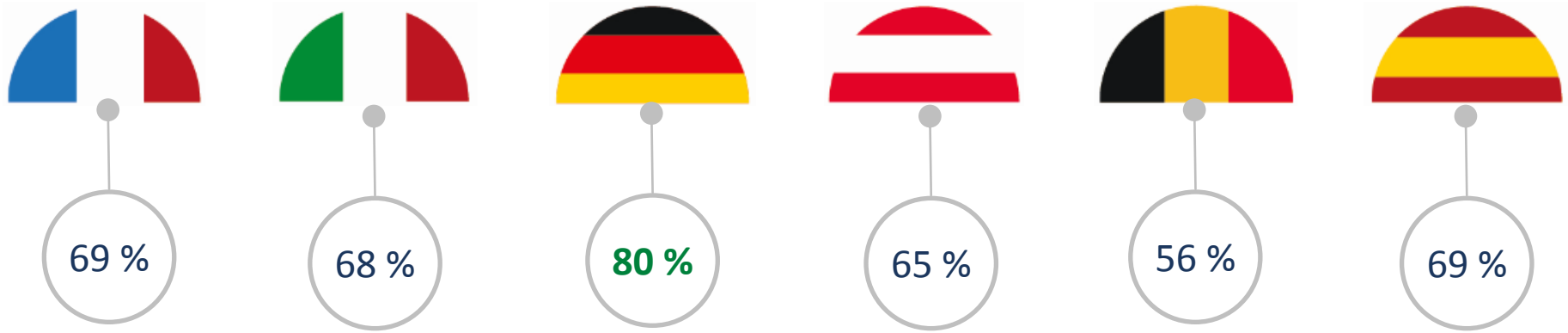
Ipsos

DEUTSCHE ZIEHEN SICH AM EHESTEN AUS DEM BERUFLICHEN UMFELD ZURÜCK, WOHINGEGEN AMERIKANER WÄHREND DES URLAUBS IN VERBINDUNG BLEIBEN.

Unter den Betreffenden

sich komplett aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen

EUROPA: 71 %



USA & BRASILIEN

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

ARBEITEN IM URLAUB: IM ALLGEMEINEN WENIGER ALS ZWEI STUNDEN PRO WOCHE

europ assistance
you live we care

EUROPA

Falls ja, wie viel Zeit pro Woche?

Unter den Betreffenden

26 %

37 %

12 %

9 %

Sie wissen es noch nicht. **12 %** GAME CHANGERS

© 2016 Ipsos

MASSIVER RÜCKZUG AUS DEN SOZIALEN NETZWERKEN WÄHREND DES URLAUBS

Beabsichtigen Sie, die folgenden sozialen Netzwerke während des Urlaubs häufiger, seltener oder genauso oft zu nutzen?

Unter den Nutzern der sozialen Netzwerke

EUROPA

	Häufiger	Genauso oft	Seltener
Berufliche soziale Netzwerke	6 %	24 %	65 %
Generelle soziale Netzwerke	6 %	33 %	59 %
Soziale Netzwerke für die Partnersuche	11 %	22 %	56 %
Soziale Netzwerke zum Teilen von Fotos	12 %	31 %	54 %

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

EUROPÄER NUTZEN SOZIALE NETZWERKE SEHR WAHRSCHEINLICH WÄHREND DES URLAUBS ANDERS, IM GEGENSATZ ZU AMERIKANERN UND BRASILIANERN

Generelle soziale Netzwerke

Unter den Nutzern der sozialen Netzwerke

EUROPA

Häufiger	6 %	4 %	5 %	2 %	7 %	14 %
Seltener	60 %	57 %	70 %	60 %	60 %	51 %

USA & BRASILIEN

20 % 40 %

27 % 35 %

© 2016 Ipsos

GAME CHANGERS

europ assistance
you live we care*
* Vous vivez, nous veillons

LÄNDERÜBERSICHT

GAME CHANGERS

Ipsos

DEUTSCHLAND

Urlaubsplanung: **55 %**

Durchschnittliches Budget: **€ 2.468**

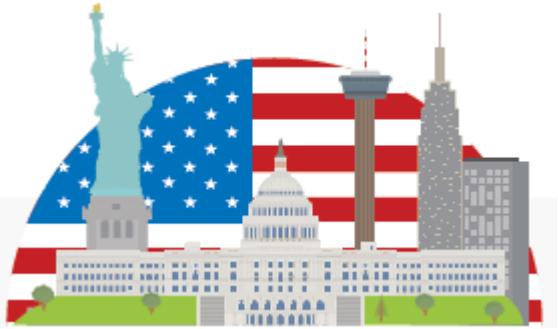
Urlaub im Inland: **29 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland: **Italien**

- **55 % der Deutschen möchten in diesem Sommer Urlaub machen**, ein geringfügig niedrigerer Anteil als im letzten Jahr (62 %).
- Das **durchschnittliche Budget** deutscher Urlauber ist von € 2.457 2015 auf € 2.468 2016 gestiegen. In dem Land steht damit das nach Österreich zweithöchste Budget zur Verfügung.
- In diesem Jahr wünschen sich die Deutschen als **idealen Urlaub**, mit der Familie zusammen zu sein (26 %), sich zu erholen (22 %) und neue Kulturen zu entdecken (17 %). 64 % der Deutschen wählen ein Urlaubsziel am Meer.
- Auch wenn die Wirtschaftskrise noch nicht vorbei ist, möchten 38 % der Deutschen ihr Urlaubsbudget nicht kürzen.
- **53 % geben an, ihren Urlaub im Voraus zu planen (4 bis 6 Monate im Voraus).** Dies ist eine erhebliche Veränderung im Vergleich zum letzten Jahr: 42 % der Deutschen buchen ihre Unterkunft **per Computer,** gegenüber 32 %, die 2015 zu einem Reisebüro gegangen sind.
- Dass einige keine **Versicherung** abschließen, hängt damit zusammen, dass 32 % nicht sehr besorgt über die verschiedenen Risiken sind, welche ein Urlaub mit sich bringt.
- 55 % der Deutschen würden sich während des Urlaubs völlig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen. 30 % der Deutschen möchten **weniger Zeit für die generellen sozialen Netzwerke aufwenden.**

© 2016 Ipsos

USA



Urlaubsplanung: **61 %**

Durchschnittliches Budget: **€ 1.892**

Urlaub im Inland: **65 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland:

Mexiko

- **61 % der Amerikaner beabsichtigen, in diesem Sommer eine Woche (39 %) oder zwei Wochen (26 %) Urlaub zu machen.**
- **Das durchschnittliche Budget beträgt € 1.892. Weniger als die Hälfte der Amerikaner möchten bei Reisen im Sommer die Kosten senken**, 25 % geringfügig bzw. 17 % sogar erheblich. Allerdings spielt ihr vorgesehenes Budget eine wichtige Rolle bei der Wahl des Ziels (55 %). Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und zu kulturellen Aktivitäten spielen auch eine entscheidende Rolle (52 %).
- Denken sie an den idealen Urlaub, **möchten sie als Familie, mit ihrem Ehepartner oder mit Freunden zusammen sein (30 %), sich erholen und Ruhe finden (21 %).**
- **Das Meer (44 %) und die Stadt (43 %) sind die bevorzugten Ziele für ihre Reisen im Sommer.**
- Hinsichtlich der Praktiken **bevorzugen Amerikaner, ihre Unterkunft per Computer zu buchen (77 %)**, hauptsächlich aus Bequemlichkeit (37 %) und auch, weil sie im Allgemeinen die Buchung so vornehmen (21 %).
- Während **55 % beabsichtigen, ein Hotel zu buchen**, würden sich 35 % dafür entscheiden, bei Freunden oder Familie bzw. in ihrem Ferienhaus kostenlos zu wohnen.
- Sie haben Interesse, ein ganzes Privathaus (38 %) bzw. ein Zimmer oder gemeinsam genutzten Wohnraum zu mieten (20 %).
- **35 % der Amerikaner würden sich während des Urlaubs nicht vollständig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen.** Die Hälfte würde zwischen 30 min & 2 Stunden pro Woche dafür aufwenden.

© 2016 Ipsos

BRASILIEN

Urlaubsplanung: **64 %**

Durchschnittliches Budget: **€ 905**

Urlaub im Inland: **47 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland: **USA**

- **64 % der Brasilianer planen ihren Urlaub in diesem Jahr zwischen Juni und September.**
- **Das durchschnittliche Budget beträgt € 905. Mehr als die Hälfte der Brasilianer möchten bei ihrer Reise im Sommer die Kosten senken**, 26 % geringfügig bzw. 40 % sogar erheblich. Dementsprechend **spielt ihr vorgesehenes Budget eine wichtige Rolle bei der Wahl des Ziels** (67 %).
- Denken sie an den idealen Urlaub, **möchten sie als Familie, mit ihrem Ehepartner oder mit Freunden zusammen sein (27 %), sich erholen und Ruhe finden (26 %).**
- **Das Meer (52 %) und die Stadt (42 %) sind die bevorzugten Ziele für ihre Reisen im Sommer.**
- Hinsichtlich der Praktiken **bevorzugen Brasilianer, ihre Unterkunft per Computer zu buchen (67 %)**, hauptsächlich aus Bequemlichkeit (14 %) und auch, weil sie im Allgemeinen die Buchung so vornehmen (15 %).
- Während **61 % beabsichtigen, ein Hotel zu buchen**, würden sich 38 % dafür entscheiden, bei Freunden oder Familie bzw. in ihrem Ferienhaus kostenlos zu wohnen.
- Sie haben Interesse, ein ganzes Privathaus (36 %), ein Zimmer oder gemeinsam genutzten Wohnraum zu mieten (30 %) und Fahrgemeinschaften zu bilden (26 %).
- **60 % der Brasilianer würden sich vollständig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen**, während 48 % zwischen 30 min & 2 Stunden pro Woche in Verbindung bleibt (etwa die Hälfte).

© 2016 Ipsos

SPANIEN

Urlaubsplanung: **49 %**

Durchschnittliches Budget: **€1.886**

Urlaub im Inland: **69 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland: **GB, Frankreich**

- **49 % der Spanier planen in diesem Sommer eine Reise.**
- **Das durchschnittliche Budget beträgt € 1886. Weniger als die Hälfte der Spanier (40 %) möchte bei Reisen in diesem Sommer die Kosten senken**, 11 % geringfügig bzw. 26 % sogar erheblich. Dementsprechend spielt ihr vorgesehenes Budget eine wichtige Rolle bei der Wahl des Ziels (46 %). Auch die Gefahr von Terroranschlägen (47%) und gesundheitliche Risiken (42%) spielen eine entscheidende Rolle.
- **Denken sie an den idealen Urlaub, möchten sie neue Kulturen entdecken, also in einer völlig anderen Umgebung sein (34 %) sowie sich erholen und Ruhe finden (29 %).**
- **Das Meer (69 %) und die Stadt (27 %) sind die bevorzugten Ziele für ihre Reisen im Sommer.**
- Hinsichtlich der Praktiken **bevorzugen die Spanier, ihre Unterkunft per Computer zu buchen (55 %), hauptsächlich aus Bequemlichkeit (43 %).**
- Während **52 % beabsichtigen, ein Hotel zu buchen,** würden sich 27 % dafür entscheiden, bei Freunden oder Familie bzw. in ihrem Ferienhaus kostenlos zu wohnen.
- Sie haben Interesse, ein ganzes Privathaus zu mieten (40 %) und Fahrgemeinschaften zu bilden (23 %).
- **52 % der Spanier würden sich während des Urlaubs vollständig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen,** wohingegen 22 % weiter arbeiten. 41 % würden zwischen 30 min & 2 Stunden pro Woche dafür aufwenden.

© 2016 Ipsos

ITALIEN

Urlaubsplanung: **52 %**

Durchschnittliches Budget:

€2.045

Urlaub im Inland: **74 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland:

Spanien

- **52 % der Italiener (gegenüber 60 % im letzten Jahr) planen einen Urlaub in** diesem Sommer. In dieser Zeit der wirtschaftlichen Krise planen 35 % der Italiener, auf Reisen im Sommer zu verzichten.
- **Das durchschnittliche Budget** der italienischen Urlauber beträgt **€ 2.045.** Dies ist eine erhebliche Veränderung im Vergleich zum letzten Jahr, weil das durchschnittliche Budget 2015 etwa € 1.708 betragen hat.
- Denken sie an **einen idealen Urlaub**, möchten Italiener sich erholen (32 %), neue Kulturen entdecken (27 %) und als Familie zusammen sein (15 %). 73 % der Italiener wählen ein Urlaubsziel am Meer (+11).
- **41 % der Italiener buchen ihren Urlaub zwischen 1 und 4 Monaten im Voraus** gegenüber 34 % im letzten Jahr, die in der letzten Minute gebucht haben. Überdurchschnittlich oft wurde die Unterkunft per Computer gebucht.
- Während des Urlaubs **würden sich 47 % der Italiener vollständig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen**, während 28 % für 30 min bis 2 Stunden pro Woche in Verbindung bleiben.
- 29 % von ihnen möchte **weniger Zeit für generelle soziale Netzwerke aufwenden.**
- Schließlich haben die Italiener immer noch einen **der geringsten Anteile beim Versicherungsschutz** im Hinblick auf die 9 überprüften Risiken. Nur 26 % der Italiener verfügen über eine Versicherung.

© 2016 Ipsos

ÖSTERREICH

Urlaubsplanung: **63 %**

Durchschnittliches Budget: **€ 2.727**

Urlaub im Inland: **30 %**

Bevorzugtes Ziel im Ausland:

Italien

- **62 % der Österreicher planen in diesem Sommer eine Reise, für zwei Wochen (37 %) oder eine Woche (29 %).**
- **Das durchschnittliche Budget beträgt € 2.727.** Damit ist Österreich das Land mit dem höchsten Budget.
- **Denken sie an den idealen Urlaub, möchten Österreicher neue Kulturen entdecken sowie in einer völlig anderen Umgebung sein (21 %),** sich erholen und Ruhe haben (21 %) sowie als Familie, mit dem Ehepartner und Freunden zusammen sein (20 %). Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung und zu kulturellen Aktivitäten (46 %) sowie das Klima (44 %) spielen eine wichtige Rolle bei der Wahl des Ziels.
- Österreicher möchten **an den Reisen im Sommer nichts ändern (42 %).** Allerdings würden sich in dieser Zeit der wirtschaftlichen Krise 33 % dazu entschließen, die Kosten erheblich zu senken.
- Während eine Mehrheit der Österreicher sich entscheidet, in erster Linie ans Meer zu fahren (58 %), würden andere aufs Land fahren (24 %)
- Was ihre Unterkünfte anbelangt, würden 19 % eine Wohnung mieten und weitere 19 % würden kostenlos bei einem Freund, der Familie oder in ihrem Ferienhaus wohnen, **auch wenn 58 % der Österreicher beabsichtigen, ein Hotel zu buchen.**
- Hinsichtlich der Praktiken **buchen die Österreicher bevorzugt ihre Unterkunft per Computer (48 %). Dennoch bucht ein Drittel der Österreicher weiterhin die Unterkünfte persönlich.** Ihre Wahl wird mit der Bequemlichkeit (38 %) und den bisher positiven Erfahrungen begründet (27 %).
- **41 % der Österreicher würde sich während des Urlaubs vollständig aus dem beruflichen Umfeld zurückziehen.** Nur 21 % bleiben in Verbindung, und 38 % der Österreicher würden zwischen 30 min & 2 Stunden pro Woche dafür aufwenden.

© 2016 Ipsos

nde

GAME CHANGERS