Entspannung der Sicherheitslage weckt Entdeckungslust beim Reisen

TCS Reisebarometer 2018

März 2018

Im Auftrag von

Forschungsinstitut

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.

Bern, 22. März 2018
Copyright by gfs.bern
Publikationstermin: 26.03.2018

1 Wichtigstes in Kürze

Reisen oder Ferien – der feine Unterschied

Beim Reisen geht es darum, andere Kulturen kennen zu lernen: 61 Prozent der Befragten sind mit dieser Aussage sehr, weitere 29 Prozent eher einverstanden. Ein zweites zentrales Motiv ist es, mit den Liebsten eine gute Zeit zu verbringen. Die Erholung steht im Gegensatz zu diesen beiden wichtigsten Gründen etwas weniger im Vordergrund. Der Anteil, der sich bei diesem Argument als sehr einverstanden gibt, ist mit 27 Prozent nur rund halb so gross.

60 Prozent der Befragten geben an, aufgrund vermehrter Unsicherheiten beim Reisen vorsichtiger geworden zu sein. Das entspricht zwar einer Mehrheit, aber immerhin 38 Prozent geben an, dass dies für sie persönlich nicht zutreffe.

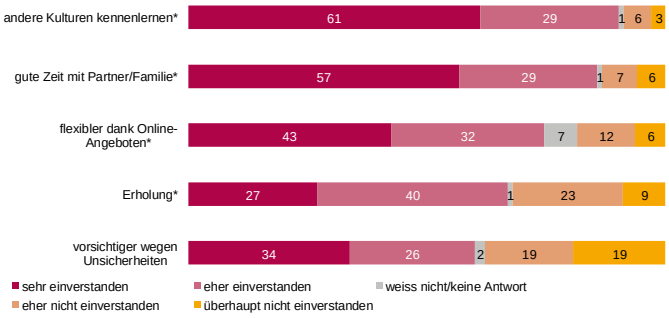
Einigermassen gleichmässig gespalten sind die Meinungen darüber, ob das Reisen ein zentraler Lebensinhalt ist: 51 Prozent sind sehr oder eher einverstanden, 50 Prozent hingegen nicht einverstanden. Dasselbe gilt für die Aussage, dass man selbst meistens in der nahen Umgebung reist (48% einverstanden, 50% nicht einverstanden).

Ungefähr ein Drittel der Bevölkerung hat sich für eine längere Reise schon einmal eine Auszeit genommen. Gleichviele geben auch an, Reisen sei für sie ein Luxus, den sie sich kaum leisten können.

Grafik 1

Aussagen zum Thema Reisen (1/2)

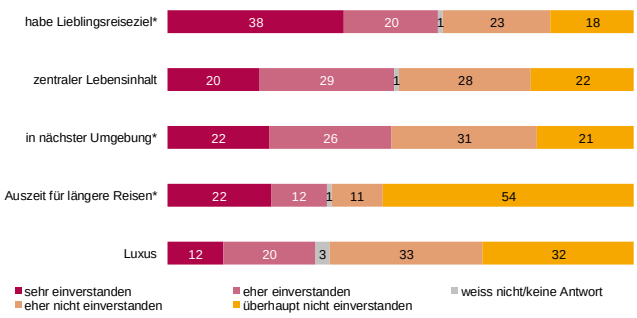
"Ich nenne Ihnen jetzt einige Aussagen zum Thema Reisen. Sagen Sie mir bitte, ob Sie damit voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."
andere Kulturen kennenlernen* "Beim Reisen geht es darum, andere Kulturen kennen zu lernen."
gute Zeit mit Partner/Familie* "Beim Reisen geht es vor allem um eine gute Zeit mit dem Partner oder mit der Familie."
flexibler dank Online-Angeboten* "Dank Online-Angeboten ist Reisen viel flexibler geworden."
Erholung* "Beim Reisen geht es vor allem um Erholung."
vorsichtiger wegen Unsicherheiten "Wegen Unsicherheiten auf der Welt bin ich beim Reisen vorsichtiger geworden."
in % (reisende*) EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (N = 1000, n* = 896)

Aussagen zum Thema Reisen (2/2)

"Ich nenne Ihnen jetzt einige Aussagen zum Thema Reisen. Sagen Sie mir bitte, ob Sie damit voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."
habe Lieblingsreiseziel* "Ich habe ein Lieblingsreiseziel, wo ich immer wieder hingehe."
zentraler Lebensinhalt "Reisen ist für mich ein zentraler Lebensinhalt."
in nächster Umgebung* "Ich reise meistens in meiner nahen Umgebung."
Auszeit für längere Reisen* "Für längere Reisen habe ich schon eine Auszeit genommen."
Luxus "Reisen ist ein Luxus, den ich mir kaum leisten kann."
in % (reisende*) EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (N = 1000, n* = 896)

Der Vergleich von Aussagen auf der Ebene der einzelnen Antworten wird durch die zweidimensionale Skalierung geleistet. Diese vergleicht die Antworten zu mehreren Fragen miteinander und identifiziert so Muster. Diese Muster lassen sich visuell darstellen, wobei Variablen mit vielen ähnlichen Mustern als Punkte in einem (zweidimensionalen) Diagramm erscheinen, die nahe beieinanderliegen. Demgegenüber erscheinen Punkte, die Variablen ohne gemeinsame Muster symbolisieren, weit auseinander.

Werden die oben abgebildeten Aussagen über das Verfahren der zweidimensionalen Skalierung im Raum angeordnet, ergibt sich einerseits eine Verteilung über die Zustimmung zur Aussage (horizontale Achse). Aussagen, die rot eingefärbt sind, finden nur eine minderheitliche Zustimmung in der Bevölkerung. Andererseits platzieren sich die Aussagen entsprechend der Herangehensweise an das Thema Reisen (vertikale Achse). Die Zustimmung zu den Aussagen "eine längere Auszeit fürs Reisen nehmen" oder "Reisen ist ein Luxus" unterscheidet sich nur um zwei Prozentpunkte. Durch die zweidimensionale Skalierung wird aber ersichtlich, dass dennoch Welten dazwischenliegen. Die beiden Aussagen bilden

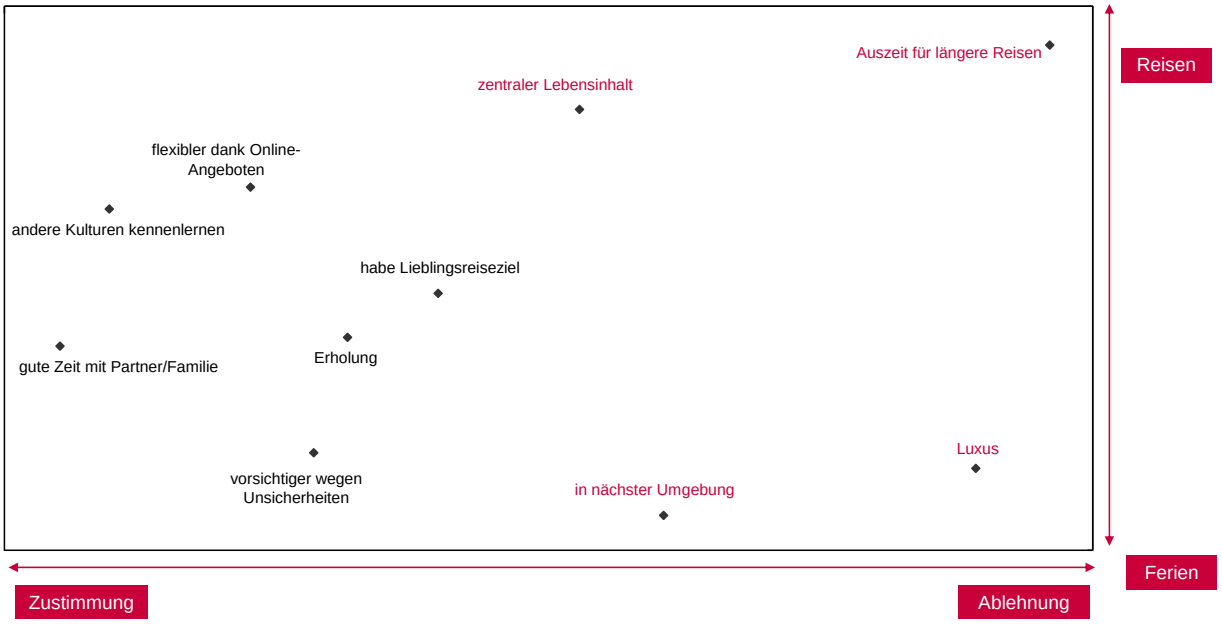
offensichtlich in der Wahrnehmung der Befragten einen gänzlich unterschiedlichen Zugang zum Reisen ab. Der in Backpacker-Kreisen breit zelebrierte Unterschied zwischen "Ferien" und "Reisen" existiert in den Köpfen der Bevölkerung offensichtlich tatsächlich. Aussagen, die sich eher in der oberen Hälfte der Darstellung platzieren, portraitieren Unterwegssein als eine Aktivität, die fast schon einer Philosophie oder Lebenseinstellung gleichkommt. Wer "reist" nimmt sich auch einmal eine längere Auszeit, ist mehr daran interessiert andere Kulturen kennen zu lernen als sich zu erholen und schätzt eine grösstmögliche Flexibilität dank Online-Angeboten. Auf diese Weise muss nicht alles fix durchgeplant sein, sondern man kann nach Lust und Laune spontane Planänderungen vornehmen. In diesem Sinne ist Reisen etwas, das auch mal mit gewissen Entbehrungen einhergeht, anstrengend ist und vielleicht auch einmal unsicher sein kann.

Konträr zu dieser Betrachtungsweise verstehen andere Befragte Reisen eher als erholsam. Die Zeit mit der eigenen Familie steht im Vordergrund und Sicherheitsabwägungen spielen bei der Wahl der Destination eher eine Rolle. Zu diesem Aussagenset passt der Begriff "Ferien" insgesamt fast besser als "Reisen".

Grafik 2

Zweidimensionale Skalierung der Aussagen zum Thema Reisen

"Ich nenne Ihnen jetzt einige Aussagen zum Thema Reisen. Sagen Sie mir bitte, ob Sie damit voll einverstanden, eher einverstanden, eher nicht einverstanden oder überhaupt nicht einverstanden sind."



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = 896)

Steigende Entdeckungslust bei Jungen

Das gemeinsame Abendessen mit Freunden bleibt auch 2018 die attraktivste Freizeitaktivität. Auch bei den Plätzen 2 (Ferien im Ausland) bis 5 (Ferien in der Schweiz) ändert sich im Jahresvergleich nur wenig.

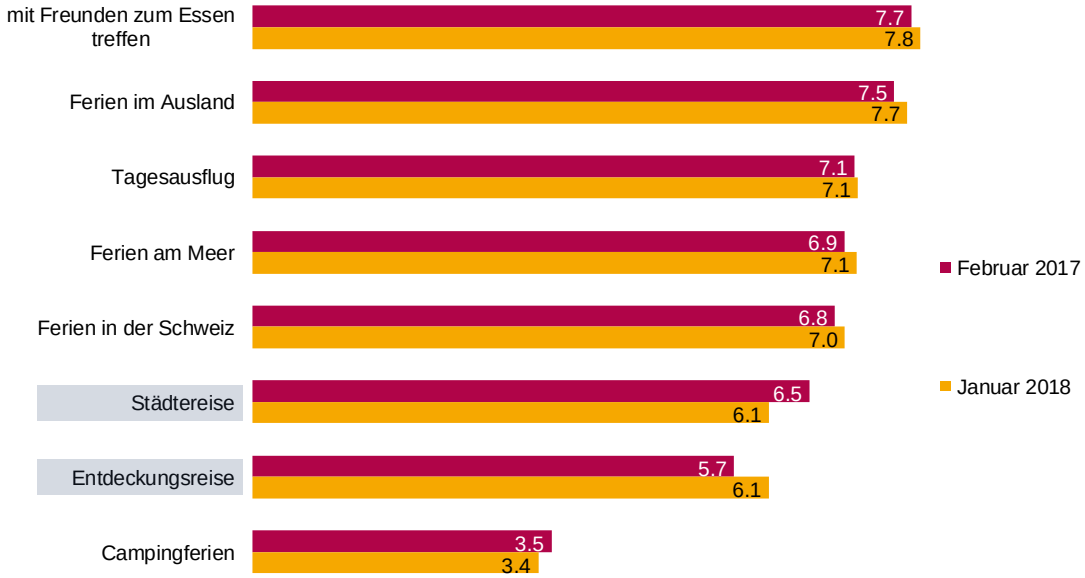
Im Gegensatz dazu ist in der Bewertung von Städtereisen und Entdeckungsreisen eine klare Dynamik zu erkennen. Die Attraktivität der Städtereisen nimmt ab. Das ist insofern erstaunlich, als dass die Schreckensnachrichten von Attentaten auf beliebte Reisedestinationen 2017 weniger zahlreich ausfielen als noch 2016 und in der Regel doch primär städtische Gebiete von Anschlägen betroffen sind. Im Gegensatz dazu haben dafür im Vergleich zum Vorjahr Entdeckungsreisen an Beliebtheit dazugewonnen.

Grafik 3

Trend Filter Attraktivität Freizeitaktivitäten

"Und wie attraktiv sind die folgenden Reisedestinationen, wenn 10 eine extrem attraktive Destination und 0 eine extrem unattraktive Destination bedeutet?
Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen?"

in Mittelwerten reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 895)

Eine genaue Untersuchung der Bewertung der Attraktivität dieser beiden dynamischen Reiseaktivitäten zeigt, dass das Alter bei den Entdeckungsreisen und die sprachregionale Zugehörigkeit bei den Städtereisen besonders wichtige Faktoren sind.

Die untenstehende Grafik zeigt dabei, dass sich die Bewertung nach diesen beiden zentralen Untergruppen im Jahresverlauf stark verändert hat: Im Tessin und in der Romandie büsst die Städtereise deutlich an Attraktivität ein, während die Beurteilung in der Deutschschweiz weitgehend gleich ausfällt. Die Abnahme in der Attraktivität der Städtereise wird somit stark durch die lateinische Schweiz geprägt.

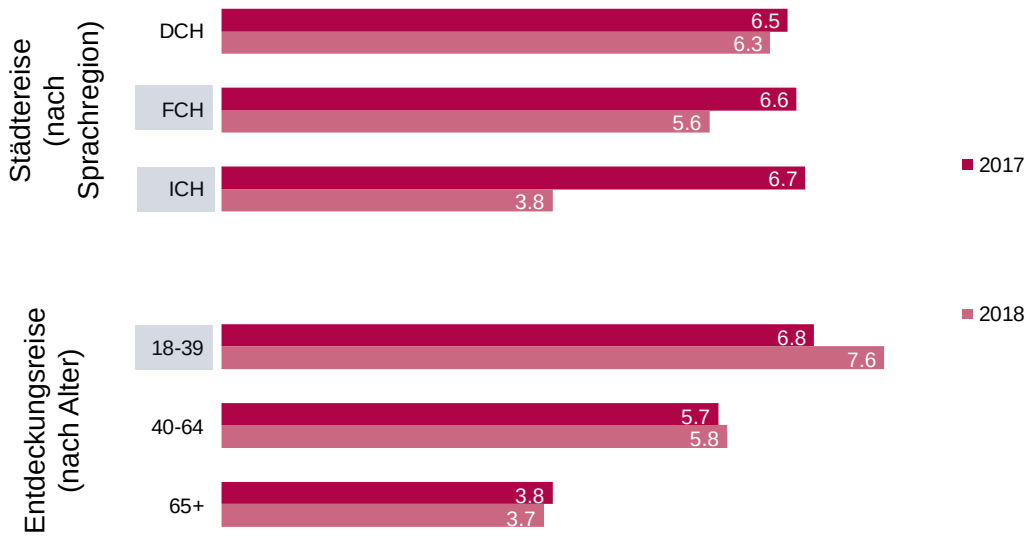
Im Gegensatz dazu sind es die jüngsten Befragten, die massgeblich dazu beitragen, dass Entdeckungsreisen attraktiver als im Vorjahr gelten. In den Altersgruppen ab 40 wird das Entdeckungsreisen hingegen relativ ähnlich bewertet wie noch 2016.

Grafik 4

Trend Attraktivität Freizeitaktivitäten nach Untergruppen

"Zuerst möchten wir mit Ihnen über verschiedene Freizeitaktivitäten sprechen. Wie attraktiv sind für Sie persönlich die folgenden Freizeitgestaltungen, wenn 0 eine überhaupt nicht attraktive Freizeitgestaltung ist und 10 eine extrem attraktive Freizeitgestaltung bedeutet?"

in Mittelwerten reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = 896)

So wie auch der grösste Teil der abgefragten Reiseaktivitäten ähnlich wie im Vorjahr beurteilt wird, ergibt sich auch in der Bewertung der konkreten Reisedestinationen nur wenig Veränderung. Bei einem Stichprobenfehler von 3.2 Prozentpunkten lässt sich lediglich die gesunkene Attraktivität von Italien als Reiseziel statistisch interpretieren (-5%-Punkte). Alle anderen Veränderungen befinden sich innerhalb des Fehlerbereichs. Italien bleibt aber weiterhin eine der attraktivsten Reisedestinationen (Platz 4). Im Gegensatz zum Vorjahr belegen die drei wichtigsten Schweizer Ferienregionen nun die vordersten drei Ränge komplett, wobei Graubünden und das Tessin sich den ersten Platz teilen.

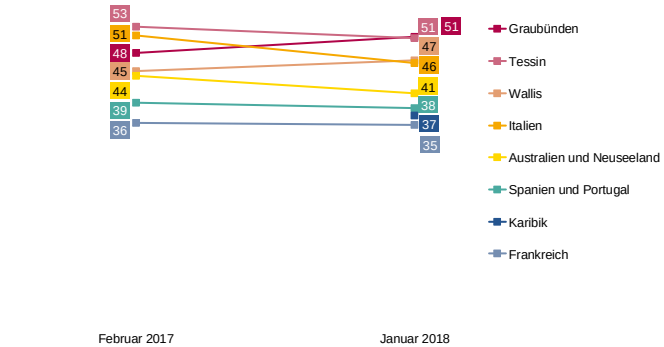
Die muslimisch geprägten Destinationen Türkei, Ägypten und die Arabischen Emirate bleiben auch dieses Jahr klar hinter den restlichen abgefragten Ferienorten zurück. Weniger als jede sechste Person beurteilt diese als sehr attraktiv.

Grafik 5

Trend Filter Attraktivität Reisedestinationen (1/2)

"Und wie attraktiv sind die folgenden Reisedestinationen, wenn 10 eine extrem attraktive Destination und 0 eine extrem unattraktive Destination bedeutet?
Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen?"

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil "10 bis 8"

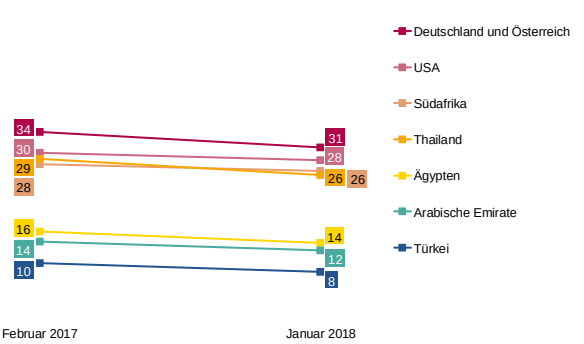


© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 895)

Trend Filter Attraktivität Reisedestinationen (2/2)

"Und wie attraktiv sind die folgenden Reisedestinationen, wenn 10 eine extrem attraktive Destination und 0 eine extrem unattraktive Destination bedeutet?
Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen?"

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil "10 bis 8"



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 895)

Drei Reisetypen

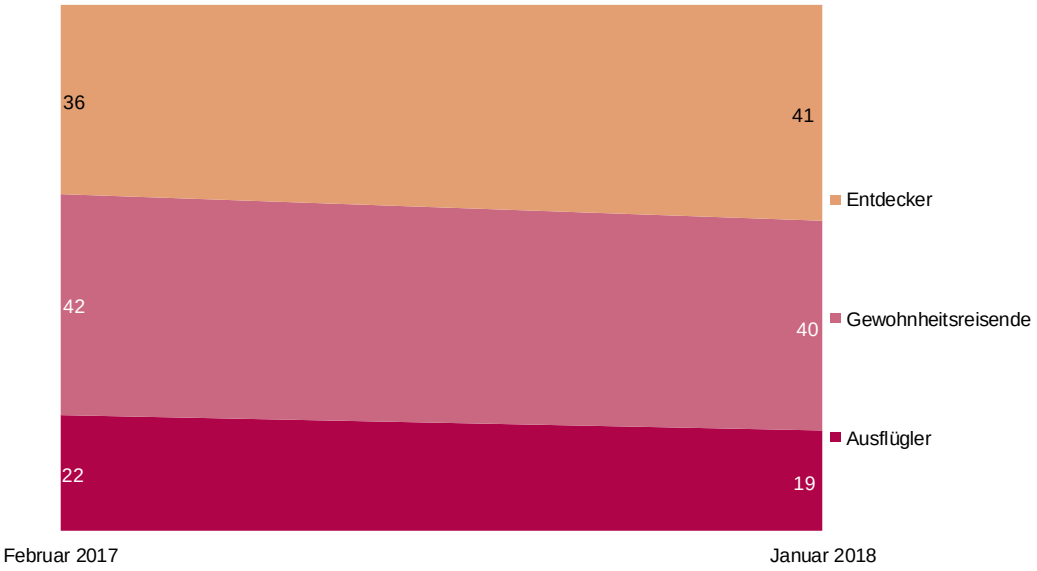
Aufgrund der Beurteilung der Attraktivität einzelner Reiseaktivitäten und Feriendestinationen lässt sich die Bevölkerung mit Hilfe der Clusteranalyse grob in drei verschiedene Reisetypen einteilen (für ausführlichen Beschrieb der Methode vgl. Schlussbericht).

41 Prozent der Bevölkerung gehören zur Gruppe der Entdecker, die am liebsten Neues erkunden und Abenteuer erleben. Passend zur gestiegenen Bewertung der Attraktivität von Städtereisen steigt auch der Anteil Entdecker in der Bevölkerung um 5 Prozentpunkte. Weitere 40 Prozent sind sogenannte Gewohnheitsreisende. Dieser Typ legt besonders Wert auf Sicherheit, schaut aufs Budget und liebt Ferien in der Schweiz. Der Ausflügler schliesslich ist verhältnismässig weniger interessiert andere Kulturen kennen zu lernen. Eine gute Zeit mit Freunden und Familien zu verbringen steht im Vordergrund und am liebsten werden Ausflüge in die nächste Nähe unternommen. Rund 20 Prozent der Befragten gehören in diese Gruppe.

Grafik 6

Trend Filter Reisetypen

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 895)

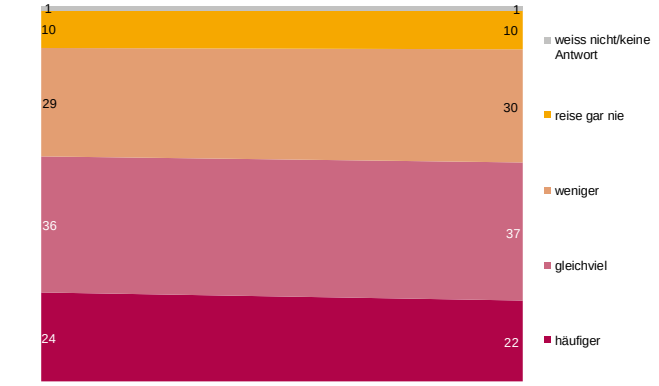
Über die gesamte Schweiz gesehen ergeben sich insgesamt kaum Veränderungen im Reiseverhalten. Befragte geben über die gesamte Bevölkerung gesehen nicht an häufiger zu reisen. Auch wollen sie nicht mehr oder weniger Geld fürs Reisen ausgeben als noch im letzten Jahr.

Nach Typ gesehen bestehen jedoch Unterschiede: Die Entdecker wie auch die Gewohnheitsreisenden geben insgesamt zu einem grösseren Prozentwert an, häufiger zu reisen als dies bei den Ausflüglern der Fall ist (je 26% vs. 17%). Bei den Entdeckern geben zudem 22 Prozent an, im kommenden Jahr mehr Geld fürs Reisen ausgeben zu wollen als noch im letzten Reisejahr. Bei den Gewohnheitsreisenden und den Ausflüglern ist dies nur bei 14 respektive 12 Prozent der Fall.

Grafik 7

Trend Häufigkeit zu Reisen

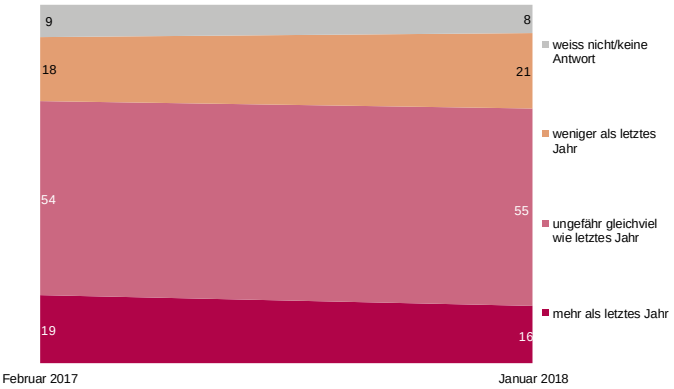
"Ganz grundsätzlich: Reisen Sie heute häufiger, gleichviel oder weniger als früher oder reisen Sie gar nie?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (N = jeweils ca. 1000)

Trend Ausgaben für Reisen dieses Jahr

"Planen Sie in diesem Jahr mehr Geld für das Reisen auszugeben, ungefähr gleichviel oder weniger als in letztem Jahr?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (N = jeweils ca. 1000)

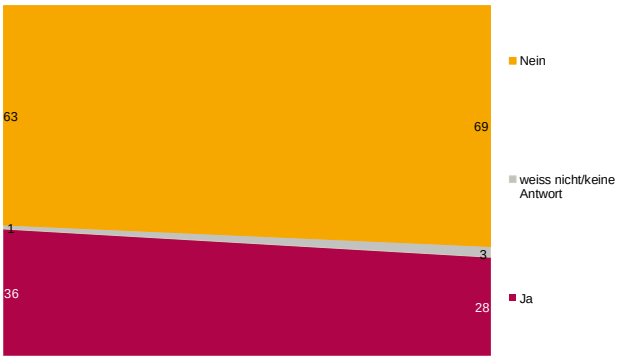
Wenig Neuigkeiten sind gute Neuigkeiten

Ein wesentlicher Grund für den Trend hin zu mehr Entdeckungsreisen dürfte in der Nachrichtenlage liegen. Deutlich weniger Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz erinnern sich daran, in den letzten zwölf Monaten Neuigkeiten über Länder wahrgenommen zu haben, die ihre Reisepläne beeinflusst haben. Das, was dagegen gehört wurde, wird dafür positiver bewertet als noch 2017. Insgesamt fällt die Bewertung somit deutlich ausbalancierter aus. Weniger Neuigkeiten sind im Zusammenhang mit Reisen offensichtlich gute Neuigkeiten.

Grafik 8

Trend Neuigkeiten, die Reisepläne beeinflussten

"Haben Sie in den letzten zwölf Monaten Neuigkeiten über Länder gehört, gesehen oder gelesen, die Sie in Ihren Reiseplänen beeinflussten?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (N = jeweils ca. 1000)

Trend Filter Beurteilung Neuigkeiten

"Wie beurteilen Sie dieses von Ihnen genannte Thema? Ist dieses Thema für Ihre Reisepläne ins Ausland sehr positiv, eher positiv, eher negativ oder sehr negativ?"
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die etwas gehört, gesehen oder gelesen haben und ein wichtigstes Thema benennen



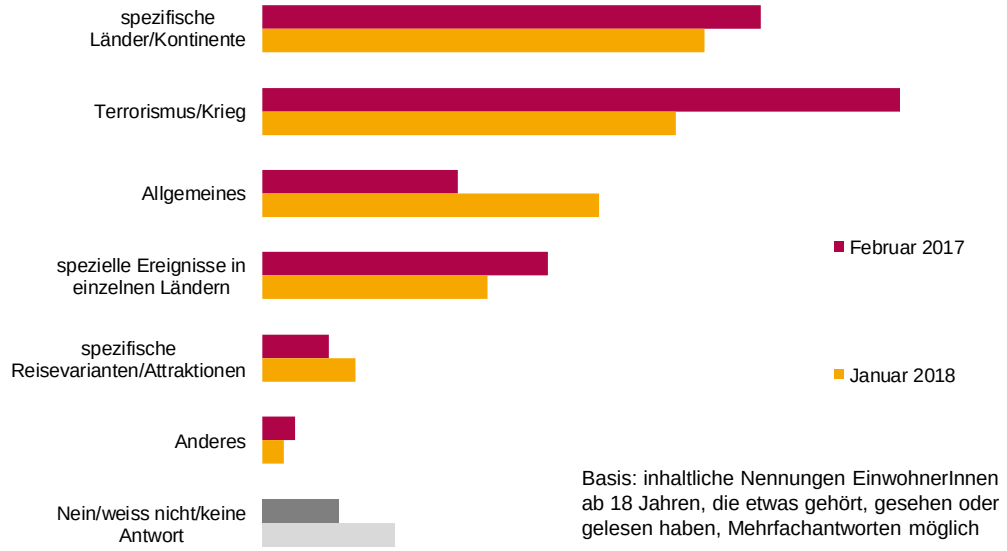
© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 270)

Waren es 2017 noch Terrorismus und Krieg, die den Befragten in Erinnerung blieben, sind es dieses Jahr eher Nennungen zu spezifischen Reisedestinationen. Auch hier betrifft jedoch ein wesentlicher Anteil der Neuigkeiten Ereignisse, die nicht nur positiv sind. Beispielsweise wurden Erdbeben in Italien, Vulkanausbrüche oder auch der Tod des Königs in Thailand wiederholt genannt. Dennoch fällt die Bewertung insgesamt deutlich positiver aus, wie oben ersichtlich wird. Ausserdem liegt der Fokus nicht ganz so stark und einseitig auf Terrorismus.

Grafik 9

Trend Trend Filter Erinnerung Neuigkeiten, die Reisepläne beeinflussten

"Erinnern Sie sich? Was genau haben Sie gehört, gesehen oder gelesen? Gibt es ein weiteres Thema, welches Sie gehört haben?"



Basis: inhaltliche Nennungen EinwohnerInnen ab 18 Jahren, die etwas gehört, gesehen oder gelesen haben, Mehrfachantworten möglich

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 310)

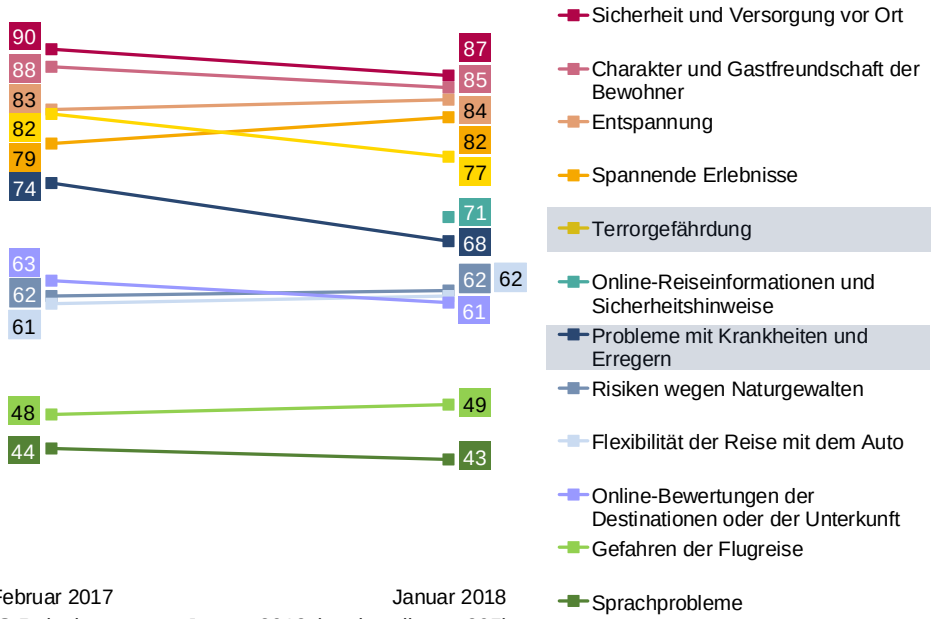
Verschiedene Faktoren spielen eine relevante Rolle, wenn es um die Planung der nächsten Reise oder Ferien geht. Über die gesamte Bevölkerung gesehen bleibt die Sicherheit vor Ort der relevanteste Aspekt (87% Anteil sehr/eher wichtig), gefolgt vom Charakter und der Gastfreundschaft der Bewohner und der Möglichkeit, sich zu entspannen. Im Vergleich zum letzten Befragungszeitpunkt bleibt aber die Gewichtung der einzelnen Faktoren relativ konstant. Nur bei zwei Nennungen ist eine Veränderung, die grösser ist als der Strichprobefehler, zu beobachten: Sowohl Terrorgefährdung als auch Probleme mit Krankheiten und Erregern werden von den Befragten als weniger wichtig erachtet. Beide Aspekte spielen auf den Sicherheitsaspekt einer Reise an und die Abnahme der Wichtigkeit deutet auf eine Entspannung der Reiselage insgesamt hin.

Grafik 10

Trend Filter Wichtigkeit Möglichkeiten beim Reisen

"Nehmen wir an, Sie planen in der nächsten Zeit eine Reise. Ich nenne Ihnen jetzt einige Möglichkeiten, worauf Sie bei Ihrer Reisen schauen können. Sagen Sie mir bitte, ob diese Elemente für Sie sehr wichtig, eher wichtig, eher unwichtig oder sehr unwichtig sind."

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren, Anteil "sehr/eher wichtig"



Sicherheit und Versorgung vor Ort
Charakter und Gastfreundschaft der Bewohner
Entspannung
Spannende Erlebnisse
Terrorgefährdung
Online-Reiseinformationen und Sicherheitshinweise
Probleme mit Krankheiten und Erregern
Risiken wegen Naturgewalten
Flexibilität der Reise mit dem Auto
Online-Bewertungen der Destinationen oder der Unterkunft
Gefahren der Flugreise
Sprachprobleme

Februar 2017 Januar 2018

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Januar 2018 (n = jeweils ca. 895)

Datenbasis

Die Ergebnisse des TCS Reisebarometers basieren auf einer repräsentativen Befragung von 1'000 Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz ab 18 Jahren. Die Befragung wurde zwischen dem 22. und dem 31. Januar 2018 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Befragt wurde mittels eines Random Digit Dialing (RDD)/Dualframe-Verfahrens via Festnetz und Handy. Der Stichprobenfehler liegt bei einer Verteilung von 50/50 bei 3.2%.

Hypothesen

Hypothese 1: Keine Neuigkeiten sind gute Neuigkeiten

Im Vergleich zum letzten Befragungsjahr blieben der Bevölkerung weniger Neuigkeiten zum Reisen in Erinnerung. Aber die Beurteilung dessen, was gehört wurde, fällt positiver aus als 2017. Neuigkeiten, die Reiseentscheide beeinflussen, sind in der Tendenz dementsprechend eher negativer Natur. Für Reisen gilt somit die Devise: Keine Neuigkeiten sind gute Neuigkeiten. Eine entspanntere Sicherheitslage schafft Raum für mutigere Reiseformen.

Hypothese 2: Schweiz als Destination trotz Entdeckungsreise-Trend top

Die Schweiz ist nicht nur international für viele eine Traumdestination, sondern wird auch von den eigenen Bewohnerinnen und Bewohnern als ein sehr attraktiver Ort zum Ferien machen bewertet. Die Top-Bewertung der Schweiz als Reiseland bleibt auch in Jahren bestehen, wo Entdeckungsreisen an Wichtigkeit gewinnen. Entdeckungsreisen und Ferien in der Schweiz schliessen sich nicht aus.

Hypothese 3: Unterschied zwischen Ferien und Reisen

Nicht alle Leute verfügen über dieselbe Herangehensweise ans Unterwegssein. Es gilt zwischen Reisen im eigentlichen Sinne und Ferienmachen zu unterscheiden: Die eine Betrachtungsweise stellt Abenteuer und Flexibilität in den Vordergrund und geht mit gewissen Entbehrungen einher. Beim Ferien machen dagegen steht Erholung im Vordergrund und Sicherheitsaspekte spielen eine grössere Rolle.

Hypothese 4: Entdecker mit grösserer Zahlungsbereitschaft

Die Bevölkerung lässt sich grob in drei Reisetypen unterteilen: Die Entdecker, die Gewohnheitsreisenden und die Ausflügler. Im Vergleich zum letzten Jahr wuchs die Gruppe der Entdecker leicht an, während die anderen beiden stabil blieben. Die Entdecker verfügen dabei über eine rund doppelt so hohe Bereitschaft mehr Geld fürs Reisen auszugeben als noch 2017.

1.1 gfs.bern-Team



LUKAS GOLDER

Co-Leiter, Politik- und Medienwissenschafter, MAS FH in Communication Management

Schwerpunkte
Integrierte Kommunikations- und Kampagnenanalysen, Image- und Reputationsanalysen, Medienanalysen / Medienwirkungsanalysen, Jugendforschung und gesellschaftlicher Wandel, Abstimmungen, Wahlen, Modernisierung des Staates, gesundheitspolitische Reformen

Publikationen in Sammelbänden, Fachmagazinen, Tagespresse und im Internet



CLOÉ JANS

Projektleiterin, Politikwissenschafterin, Mediensprecherin

Schwerpunkte:
Image- und Reputationsanalysen, Jugend- und Gesellschaftsforschung, Abstimmungen / Kampagnen / Wahlen, Issue Monitoring / Begleitforschung politische Themen, Gesundheitspolitische Reformen und Fragen, qualitative Methoden



STEPHAN TSCHÖPE

Leiter Analyse und Dienste, Politikwissenschafter

Schwerpunkte
Koordination Dienstleistungen, komplexe statistische Datenanalytik, Programmierung der EDV und der Befragungen, Hochrechnungen, Parteien- und Strukturanalysen mit Aggregatdaten, integrierte Kommunikationsanalysen, Visualisierung



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

Schwerpunkte
Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
Telefon +41 31 311 08 06
Telefax +41 31 311 08 19
info@gfsbern.ch
www.gfsbern.ch

Das Forschungsinstitut gfs.bern ist Mitglied des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung und garantiert, dass keine Interviews mit offenen oder verdeckten Werbe-, Verkaufs- oder Bestellabsichten durchgeführt werden.

Mehr Infos unter www.schweizermarktforschung.ch

SCHWEIZER MARKTFORSCHUNG
Kein Verkauf - Wissenschaftlich - Anonym

gfs.bern
Menschen. Meinungen. Märkte.