



Nationale Reisedestinationen trotz gestiegenem Sicherheitsgefühl im Ausland im Trend

Unterschiedliche Wahrnehmung der Nachrichtenlage zwischen
TCS-Mitgliedern und der Gesamtbevölkerung

Projektteam

Lukas Golder: Co-Leiter

Cloé Jans: Leiterin operatives Geschäft

Aaron Venetz: Datenanalytiker

José Kress: Projektassistent

Laura Salathe: Projektassistentin

Noah Herzog: Sekretariat und Administration

Bern, 13.03.2019

Publikation: in Absprache mit TCS Schweiz

Inhaltsverzeichnis

1	MANAGEMENT SUMMARY	4
2	EINLEITUNG	6
2.1	Mandat und Studienziele	6
2.2	Datenbasis	7
2.3	Repräsentativität.....	9
2.4	Datenanalyse.....	9
3	RANKING REISEDESTINATIONEN	11
4	BEURTEILUNG VERSCHIEDENE FREIZEITAKTIVITÄTEN	14
5	MOTIVE FÜR DAS REISEN	18
6	ELEMENTE DER REISEPLANUNG	20
7	EINFLUSS NACHRICHTENLAGE AUF REISEPLÄNE.....	24
8	MEINUNG ZUR SICHERHEIT IM AUSLAND	28
9	REISETYPEN	32
10	SYNTHESE.....	34
11	ANHANG	35
11.1	gfs.bern-Team	35

1 Management Summary



Die Ergebnisse des dritten TCS-Reisebarometers basieren auf zwei Befragungen: Einerseits wurde eine repräsentative Auswahl von **1'000 EINWOHNERINNEN UND EINWOHNER** der Schweiz ab 18 Jahren per Telefon befragt. 20 Prozent dieser Bevölkerungsbefragung wurden entsprechend des Dualframe-Ansatzes auf Handynummern realisiert. Andererseits wurden zusätzlich zu den Einwohnerinnen und Einwohnern auch Mitglieder des TCS befragt. Von den insgesamt 1.5 Millionen Mitgliedern des TCS wurde eine zufällige Stichprobe von 10'000 Personen gezogen und zum Mitmachen an einer Online-Umfrage eingeladen. Insgesamt haben sich **1'371 TCS-MITGLIEDER** am Reisebarometer 2019 beteiligt. Der Stichprobenfehler beträgt ± 3.2 Prozent bei der Bevölkerungsbefragung und ± 2.7 Prozent bei der Befragung der TCS-Mitglieder.



Geht es nach der Schweizer Bevölkerung gilt für die Bewertung von Reise-destinationen also: **JE NÄHER, DESTO BESSER**. Insbesondere das Wallis und Graubünden können damit über die letzten drei Jahre auf einen kontinuierlichen Trend hin zu einer stets attraktiveren Ferienregion zurückblicken. Im Mittelfeld der attraktivsten Reisedestinationen befindet sich das weitere europäische Umfeld (Frankreich, Deutschland, Österreich, Spanien und Portugal), gefolgt von Übersee-Zielen in Amerika (USA, Karibik), Asien (Thailand) oder Afrika (Südafrika). Als am wenigsten attraktiv werden Destinationen in islamisch geprägten Regionen eingeschätzt (Ägypten, Arabische Emirate, Türkei).



Der beste Grund zum Reisen für die Schweizer Bevölkerung ist es, eine gute Zeit mit den Liebsten zu verbringen. Am zweitwichtigsten ist das Kennenlernen anderer Kulturen. Fast die Hälfte der Bevölkerung (46%) ist mindestens eher der Meinung, Reisen sei ein zentraler Lebensinhalt. Auf der anderen Seite gibt fast jede dritte Person (27%) an, Reisen sei ein Luxus, den sie sich kaum leisten könne.



Die Art des Reisens wird offensichtlich, wie alle anderen Lebensbereiche, von der Digitalisierung geprägt. 78 Prozent geben an, dass Reisen dank Online-Angeboten flexibler geworden sei. Ausserdem zeigt sich, dass Online-Reiseinformationen und Sicherheitshinweise, deutlich wichtiger werden. Lineare Medien wie Reiseberichte in Zeitungen oder im Fernsehen werden als Informationsquellen dagegen weniger wichtig.



Die neu gewonnene Flexibilität durch die stete Abrufbarkeit von Informationen im Internet wird in ihrer Entfaltung durch Sicherheitsbedenken eingeschränkt. Obwohl sich die Bevölkerung nach wie vor sicher fühlt beim Reisen im Ausland, vermerkt eine Mehrheit, dass sie wegen den zunehmenden Unsicherheiten vorsichtiger geworden sind. Der Anteil Personen, der sich über Reiserisiken sehr gut informiert fühlt, nimmt in den letzten drei Jahren ab.



Der Anteil der Schweizer Bevölkerung, der sich an Nachrichten erinnert, die einen Einfluss auf die eigenen Reisepläne gehabt hätten, ist innerhalb der letzten drei Jahre rückläufig. Die meisten der Neuigkeiten, die in Erinnerung blieben, befassen sich konkret mit einzelnen Reisedestinationen wie beispielsweise Schweden, der USA oder Spanien. Der Anteil dieser Meldungen ist im Vergleich zum letzten Jahr deutlich angestiegen. Nachrichten im Zusammenhang mit Terrorismus und Krieg werden am zweithäufigsten genannt, sind aber seit 2018 klar rückläufig. Stattdessen werden Nachrichten zu anderen politischen Vorkommnissen und Spannungen, sowie zu Naturereignissen wichtiger.



Die TCS-Mitglieder sind generell reisefreudiger als die Bevölkerung insgesamt. Sie bewerten die einzelnen Reisedestinationen besser und sind mehr an Ferien in fernen Destinationen interessiert. Im Vergleich zur Bevölkerung haben Mitglieder des TCS zudem eine breitere Wahrnehmung von Nachrichten im Zusammenhang mit dem Reisen. Sie geben häufiger an, sich an konkrete Neuigkeiten zu erinnern und nennen Themen, die über blosse Reisedestinationen hinausgehen. Gerade weil sie häufiger und abenteuerlicher unterwegs sind, sind sie auch besser über Risiken und Vorkommnisse informiert.

2 Einleitung

2.1 Mandat und Studienziele

TCS Schweiz beauftragte das Forschungsinstitut gfs.bern zum dritten Mal mit der Durchführung einer Befragung zum Thema Reisen in der Schweiz. Im Zentrum stehen dabei nicht Themen der Marktforschung, sondern die Erfassung des Meinungsbildes zum Thema Reisen bei der gesamten Bevölkerung.

Die im Vorfeld der Umfrage eruierten Kundenbedürfnisse lassen sich zu folgenden Zielen zusammenfassen:

1. Wie sieht das **AKTUELLE MEINUNGSBILD ZUM REISEN ALLGEMEIN** aus? Was sind konkrete Sorgen, Unsicherheiten, Befürchtungen der Einwohnerinnen und Einwohner bei einer Reise und wie wirken sich die geopolitische Lage und die Klimaveränderung auf die Reisemotivation aus?
2. Wie beliebt sind ausgewählte **REISEDESTINATIONEN**?
3. Wie **ATTRAKTIV SIND AUSLANDREISEN UND INLANDREISEN** im Vergleich zu anderen Ferienaktivitäten?
4. Welche Informationen in Bezug auf das Reisen werden über welchen Kanal wahrgenommen und wo bestehen **INFORMATIONSBEDÜRFNISSE**?
5. Welches sind die wichtigsten **TREIBER RESPEKTIVE HÜRDEN** (Motive und Defizite) in Bezug auf die Reisedestination?
6. Inwiefern lassen sich innerhalb der Gesamtbevölkerung **TYPEN UND MUSTER** in den Reisepräferenzen eruieren?

Die Fragebogenentwicklung orientiert sich an verschiedenen empirischen Grundlagen auf Basis internationaler und nationaler Umfragen zum Reisen sowie auf den Erkenntnissen des BFS und des TCS. Die Entwicklung erfolgte im engen Austausch mit dem Kunden. Um eine grösstmögliche Vergleichbarkeit mit den Ergebnissen der Reisebarometer 2017 und 2018 sicherzustellen, wurde der Fragebogen zu einem Grossteil gleich belassen. Die vorliegenden Ergebnisse ermöglichen so die Interpretation der Entwicklung des Meinungsbildes zum Reisen über die Zeit.

Der vorliegende Schlussbericht umfasst alle Erkenntnisse aus der Studie und schliesst die Berichterstattung ab.

2.2 Datenbasis

CATI-BEFragung BEVÖLKERUNG

Die Ergebnisse der hier vorliegenden Studie basieren auf der repräsentativen Befragung von 1'000 Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz ab 18 Jahren. 20 Prozent davon wurden entsprechend des Dualframe-Ansatzes auf Handynummern realisiert. Alle Befragten wurden mittels eines "Random Digit Dialing (RDD)"-Verfahrens ausgewählt und befragt. Die Befragung wurde zwischen dem 21. und 31. Januar 2019 mittels computerunterstützten Telefoninterviews (CATI) durchgeführt. Der Stichprobenfehler beträgt bei der vorliegenden Stichprobengrösse für die jeweiligen befragten Gruppen 3.2 Prozent. Bei 1'000 Befragten und einem ausgewiesenen Wert von 50 Prozent liegt der effektive Wert mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit somit zwischen 46.8 und 53.2 Prozent. Werden Aussagen zu kleineren Untergruppen gemacht, erhöht sich der statistische Unschärfebereich. Zusätzlich zur üblichen Dual-Frame Gewichtung und der Designgewichtung nach Sprachregion, wurde ein weiteres Redressment nach Kanton vorgenommen (siehe Tabelle 1: Technischer Kurzbericht). Ausserdem wurden die Anzahl TCS-Mitglieder zur Plausibilisierung konsultiert.

ONLINE-BEFragung TCS MITGLIEDER

Andererseits wurden zusätzlich zu den Einwohnerinnen und Einwohnern auch Mitglieder des TCS befragt. Von den insgesamt 1.5 Millionen Mitgliedern des TCS wurde eine zufällige Stichprobe von 10'000 gezogen und zum Mitmachen an einer Online-Umfrage eingeladen. An der Befragung zwischen dem 21. Januar bis 11. Februar 2019 haben sich 1'371 TCS-Mitglieder beteiligt.

Weitere methodische Details zu beiden Befragungen sind in der Tabelle unten einsehbar.

Tabelle 1: Technischer Kurzbericht: TCS Reisebarometer 2019

Befragung	Bevölkerung	Mitglieder TCS
Auftraggeber	TCS Schweiz	TCS Schweiz
Durchführendes Institut	Forschungsinstitut gfs.bern	Forschungsinstitut gfs.bern
Grundgesamtheit	Einwohnerinnen und Einwohner ab 18 Jahren mit Wohnsitz in der Schweiz, die einer der drei Hauptsprachen mächtig sind	Mitglieder des TCS Schweiz, die einer der drei Hauptsprachen mächtig sind
Erhebungsart	telefonisch, computergestützt (CATI)	online
Auswahlverfahren	Stichprobenplan nach Gabler/Häder für RDD/Dual Frame / Verwendung der Swiss-Interview-Liste	Zufallsstichprobe aus der Mitgliederdatenbank des TCS Schweiz
Art der Stichprobenziehung	Random-Quota; Geburtstagsmethode im Haushalt	at random
Stichprobengrösse	Total Befragte CH N = 1000, n DCH 700, n FCH 240, n ICH 60 n Festnetz 800, n Handy 200	Total Befragte CH N = 1371, n DCH 805, n FCH 455, n ICH 111
Befragungszeitraum	21.- 31. Januar 2019	21. Januar bis 11. Februar 2019
Mittlere Befragungsdauer	15.0 Minuten	10.9 Minuten
Standardabweichung	4.7 Minuten	4.5 Minuten
Mittlerer Befragungstag	26. Januar 2019	31. Januar 2019
Stichprobenfehler	±3.2 Prozent bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit	±2.7 Prozent bei 50/50 und 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit
Quotenmerkmale	Sprache, Alter/Geschlecht interlocked, Festnetz und Handy	Sprache, Alter/Geschlecht interlocked
Gewichtung nach	Dualframe-Gewichtung, Designgewichtung nach Sprachregion, zusätzliches Redressement Kanton	Alter/Geschlecht nach Sprachregion interlocked, Sprache

© gfs.bern, TCS Reisebarometer Februar 2019

2.3 Repräsentativität

Wir gewährleisten die Repräsentativität (neben einem ganztägigen Befragungsfenster) in unseren Telefonbefragungen mit RDD/Dual Frame durch ein dreistufiges System:

1. Ausgangslage bildet ein elektronisches Telefonbuch mit allen gemeldeten Telefonanschlüssen der Schweiz (swiss directories, mehrere Jahrgänge gepoolt). Auf dieser Basis werden alle 100er-Blöcke (Fixnet) respektive 10'000er-Blöcke (Mobile) mit eingetragenen Nummern eruiert und daraus alle möglichen Nummern generiert (Gabler-Häder-Design). Aus diesen wird nach einem Zufallsprinzip eine Ausgangsstichprobe gebildet. Nummern, die in der Swiss-Interview-Liste (SIL) des Verbands Schweizer Markt- und Sozialforschung eingetragen haben, werden nicht befragt.
2. Erfüllt bei einem Fixnet-Anschluss (Haushaltsstichprobe) eine Person im Haushalt die Voraussetzung, zur Grundgesamtheit zu gehören, wird die Adresse verwendet. Erfüllen mehrere Personen im Haushalt die Voraussetzung, wird die Person befragt, welche als letzte im Jahr Geburtstag hat. Durch diese zweite Stufe der Zufallsauswahl wird verhindert, dass systematische Gewohnheitseffekte im Telefonverhalten zu einer Stichproben-verzerrung führen. Bei einem Mobile-Anschluss (Personenstichprobe) wird das Interview mit der Person durchgeführt, die das Gespräch entgegennimmt, sofern sie zur Grundgesamtheit gehört.
3. Um wegen unterschiedlicher Erreichbarkeit Verzerrungen vermeiden zu können, werden einerseits Maximalquoten für Geschlecht und Alter vorgegeben, welche nicht überschritten werden können. Andererseits wird die technische Erreichbarkeit (Anzahl Anschlüsse, Anzahl Personen im Haushalt) mit einem GewichtungsmodeLL korrigiert (Dual-Frame-Gewichtung).

Dieses dreistufige System garantiert eine systematische Zufallsauswahl und damit eine saubere Basis für statistische Auswertungen. Um in allen Sprachregionen genügend Fälle für eine gesicherte statistische Analyse zu erhalten, wurde eine Überrepräsentation der italienisch- und französischsprachigen Schweiz vorgenommen. Im Datensatz wurde diese Überrepräsentation mittels Gewichtungsfaktoren jedoch wieder rückgängig gemacht.

2.4 Datenanalyse

ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN ZWEI VARIABLEN, also beispielsweise zwischen der Einstellung gegenüber Reisen als Freizeitaktivität und des Alters, werden mittels Korrelationen gemessen. Das normalerweise verwendete Mass ist der Koeffizient Cramér's V. Der Vorteil dieser Masszahl ist, dass sie unabhängig vom Skalenniveau der Indikatoren verwendet werden kann. Damit bestimmen wir die Stärke des Zusammenhangs. Dieser ist umso stärker, je mehr das Cramér's V von Null differiert. Davon unterscheiden wir die Frage, ob der in der Befragung gefundene und gemessene Zusammenhang auch auf die Grundgesamtheit verallgemeinert werden darf. Hierfür verwendeten wir den üblichen Signifikanztest Chi². Damit kann man sagen, inwieweit die Untergruppen in sich selbst ein signifikantes unterschiedliches Verhalten an den Tag legen. Also beispielsweise, ob jüngere Personen deutlich lieber reisen gehen als ältere. In der Regel verwendeten wir ein Sicherheitsmass von 95 Prozent.

Gilt es, die **ZUSAMMENHÄNGE ZWISCHEN MEHR ALS ZWEI VARIABLEN** zu bestimmen, kommen multivariate Analysemethoden zum Einsatz.

2.4.1 Vergleich Befragung Bevölkerung und TCS-Mitglieder

Im Zentrum der vorliegenden Analyse steht die Befragung der Einwohnerinnen und Einwohner der Schweiz. Der Bericht strukturiert sich entlang der dort gewonnenen Erkenntnisse. Punktuell werden Parallelen zur Mitgliederbefragung gezogen und dort wo inhaltlich entscheidende Unterschiede zwischen den beiden Gruppen bestehen, werden diese herausgearbeitet.

Dabei gilt es im Hinterkopf zu behalten, dass gewisse Unterschiede im Meinungsbild insbesondere auch durch die unterschiedliche soziodemografische Zusammensetzung der beiden Stichproben zustande kommt. Während beide erhobenen Stichproben möglichst so gewichtet wurden, dass sie die jeweilige Grundgesamtheit (Einwohnerschaft der Schweiz respektive Mitglieder des TCS) bestmöglich repräsentieren, bestehen natürlich innerhalb der beiden Gruppen per se gewisse Unterschiede.

Besonders relevant für die Auswertung der Daten ist dabei der Unterschied in der Altersstruktur. TCS-Mitglieder sind im Durchschnitt deutlich jünger als die gesamte Bevölkerung der Schweiz:

- Durchschnittsalter Bevölkerung: 49 Jahre
- Durchschnittsalter TCS-Mitglieder: 36 Jahre

Das Alter, das zeigt sich in den vorliegenden Analysen wiederholt, ist einer der wichtigsten Faktoren für das Meinungsbild zum Unterwegssein.

3 Ranking Reisedestinationen

Das Tessin, Graubünden, das Wallis und Italien sind in den Augen der Bevölkerung die attraktivsten Reiseziele. Diese vier Ferienregionen teilen sich traditionellerweise die Top-Plätze des Rankings – so auch 2019. Im Mittelfeld der attraktivsten Reisedestinationen befindet sich das weitere europäische Umfeld (Frankreich, Deutschland, Österreich, Spanien und Portugal), gefolgt von Übersee-Zielen in Amerika (USA, Karibik), Asien (Thailand) oder Afrika (Südafrika). Als am wenigsten attraktiv werden Destinationen in islamisch geprägten Regionen eingeschätzt (Ägypten, Arabische Emirate, Türkei).

Im Vergleich zur Befragung 2018 ergibt sich ein klares Muster: Die vier Top-Destinationen werden auf der Skala von 0 (extrem unattraktiv) bis 10 (extrem attraktiv) im Durchschnitt besser bewertet als 2018. Fast alle anderen Destinationen, die weiter entfernt sind, stagnieren oder büssen an Attraktivität ein. Das gilt ganz besonders für Südafrika. Kein anderes Land musste in den drei vergangenen Jahren einen grösseren Verlust in der wahrgenommenen Attraktivität als Reisedestination hinnehmen. Genau 25 Jahre nach der Vereidigung Nelson Mandelas als Präsident ist die politische Lage vor den nationalen Wahlen im Mai angespannt. Auch die Infrastruktur entspricht vielerorts nicht dem, was man sich für eine entspannte Reise wünscht: Immer wieder ist von Stromengpässen oder Wasserknappheit zu lesen. Das hinterlässt offensichtlich Spuren.



Geht es nach der Schweizer Bevölkerung gilt für die Bewertung von Reisedestinationen also: **JE NÄHER, DESTO BESSER**. Insbesondere das Wallis und Graubünden können damit über die letzten drei Jahre auf einen kontinuierlichen Trend hin zu einer stets attraktiveren Ferienregion zurückblicken.

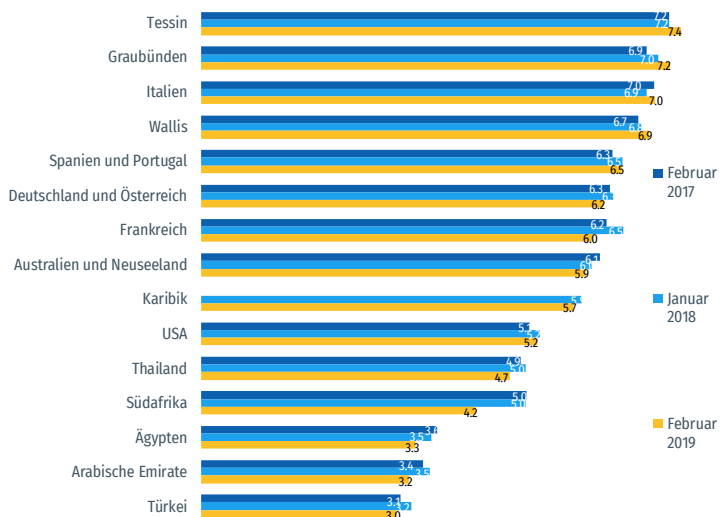
Grafik 1

Trend Attraktivität Reisedestinationen

"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, Februar 2019
(n = jeweils ca. 860)



Bei den Mitgliedern der sogenannten **GENERATION Y**, die heute zwischen 18 und 39 Jahren alt sind, ist das Lieblingsreiseziel Italien. Die 40–64-Jährigen nehmen hingegen das Tessin als attraktivste Reisedestination wahr. Über 65-Jährige verbringen ihre Ferien ebenfalls am liebsten in der Schweiz und zwar im Kanton Graubünden.

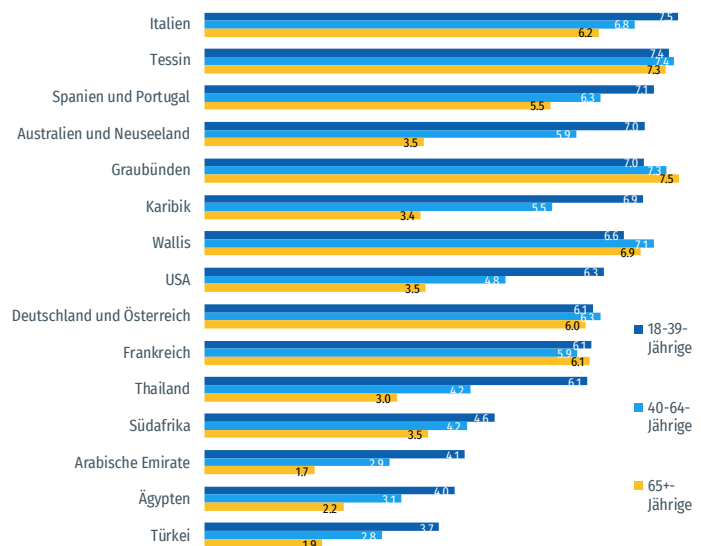
Grafik 2

Attraktivität Reisedestinationen nach Alter

"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 abstimmen?"

in Mittelwerte reisende EinwohnerInnen
ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019 (n = 824)



Während die west- und deutschschweizerische Bevölkerung das Tessin und Graubünden, sowie Italien als attraktivste Destinationen auserkoren haben, zieht es die italienischsprachigen Schweizer etwas weiter weg. Insbesondere Spanien und Portugal werden von den Tessinerinnen und Tessinern als attraktivste Ferienorte angesehen.

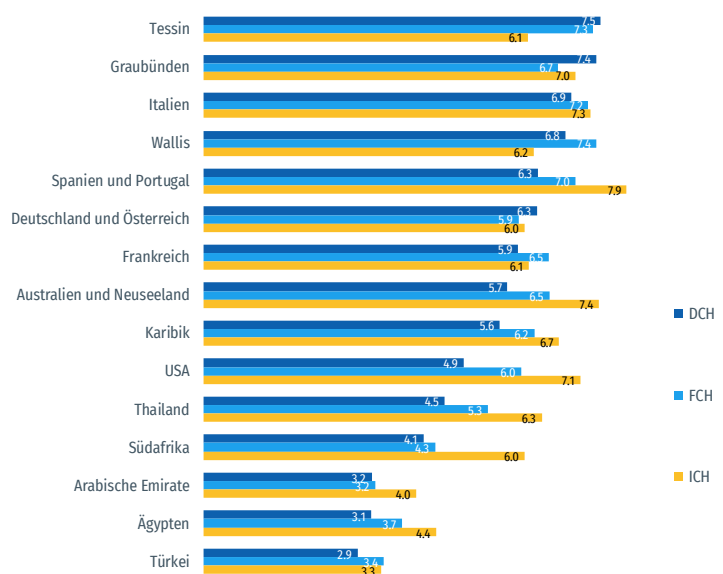
Grafik 3

Attraktivität Reisedestinationen nach Sprachregion

"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 abstimmen?"

in Mittelwerte reisende EinwohnerInnen
ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019 (n = 824)



Die Mitglieder des TCS sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung offener gegenüber weit entfernten Reisedestinationen. Australien und Neuseeland oder auch die Karibik werden besser bewertet als beispielsweise das Wallis.



Gleich wie die Gesamtbevölkerung bewerten jedoch auch die TCS-Mitglieder die Ferienregionen der Schweiz attraktiver als in Vorjahren. Abgesehen von Deutschland/Österreich sind das die einzigen Destinationen, die in den Augen der TCS-Mitglieder dazugewinnen konnten.

Tabelle 2: Vergleich Attraktivität Reisedestinationen TCS-Mitglieder und Bevölkerung

Reisedestination	Mittelwert Bevölkerung	Mittelwert TCS
Tessin	7.4	7.2
Graubünden	7.2	6.9
Italien	7.0	7.1
Wallis	6.9	6.7
Spanien und Portugal	6.5	6.9
Deutschland und Österreich	6.2	6.1
Frankreich	6.0	6.1
Australien und Neuseeland	5.9	6.9
Karibik	5.7	6.8
USA	5.2	6.3
Thailand	4.7	5.7
Südafrika	4.2	5.4
Ägypten	3.3	4.1
Arabische Emirate	3.2	3.9
Türkei	3.0	3.7

©gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019

Ihre längste Reise im letzten Jahr hat die Mehrheit der reisenden Einwohnerinnen und Einwohner wie in den Jahren zuvor innerhalb von Europa gemacht. Dabei wurden Destinationen wie Frankreich, Deutschland, Österreich, die iberische Halbinsel, Italien oder weitere Länder Europas besucht. Der Anteil Reisen innerhalb Europas hat im Vergleich zu 2018 klar zugenommen. Darüber hinaus haben gut 30 Prozent ihre längste letztjährige Reise auf einen anderen Kontinent unternommen, am häufigsten ging es dabei nach Asien.

Bei den TCS-Mitgliedern sieht es übrigens ähnlich aus: Auch der Grossteil der TCS-Mitglieder haben ihre längste Reise innerhalb von Europa verbracht. Gut ein Drittel tätigten ihre Reise ausserhalb Europas in Nord- und Lateinamerika, Afrika oder Asien.

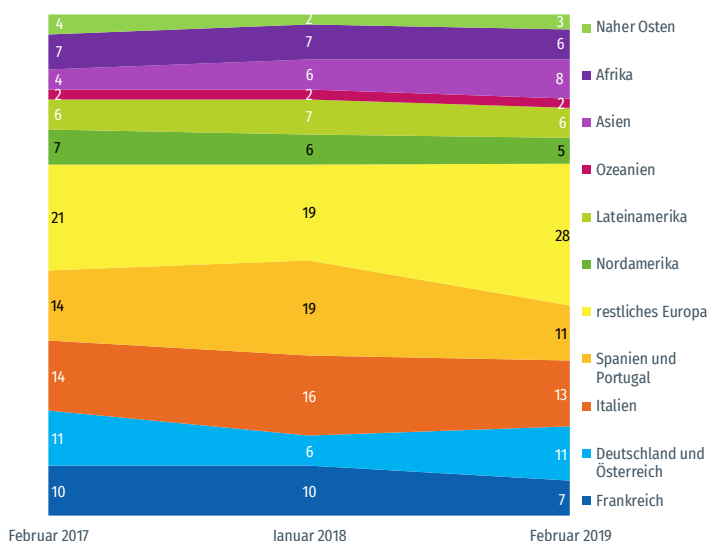
Grafik 4

Trend bereistes Land letztes Jahr

"In welches Land führte Ihre längste Reise im letzten Jahr?"

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren, welche mindestens eine Auslandsreise mit drei oder mehr Übernachtungen ausser Haus vorgenommen

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(n = jeweils ca. 730)



4 Beurteilung verschiedene Freizeitaktivitäten

Obwohl die Ferienregionen der Schweiz einzeln gesehen zu den attraktivsten Reisedestinationen für die Einwohnerinnen und Einwohner zählen, werden Ferien im Ausland insgesamt attraktiver bewertet, als Ferien in der Schweiz (Mittelwert von 7.7. vs. 7.0). Sämtliche der abgefragten Freizeitaktivitäten werden als attraktiv bewertet (dh. Mittelwert von 5 oder höher), abgesehen von Campingferien. (Mittelwert 3.4).

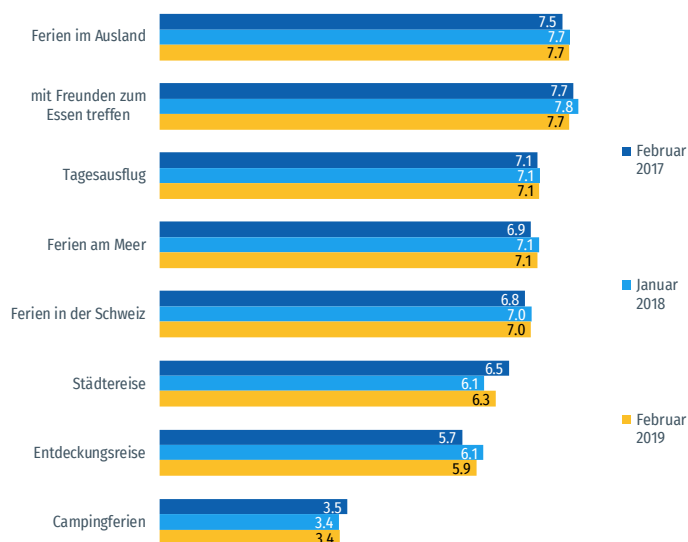
Grafik 5

Trend Attraktivität Freizeitaktivitäten

"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? Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen?"

in Mittelwerten reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren

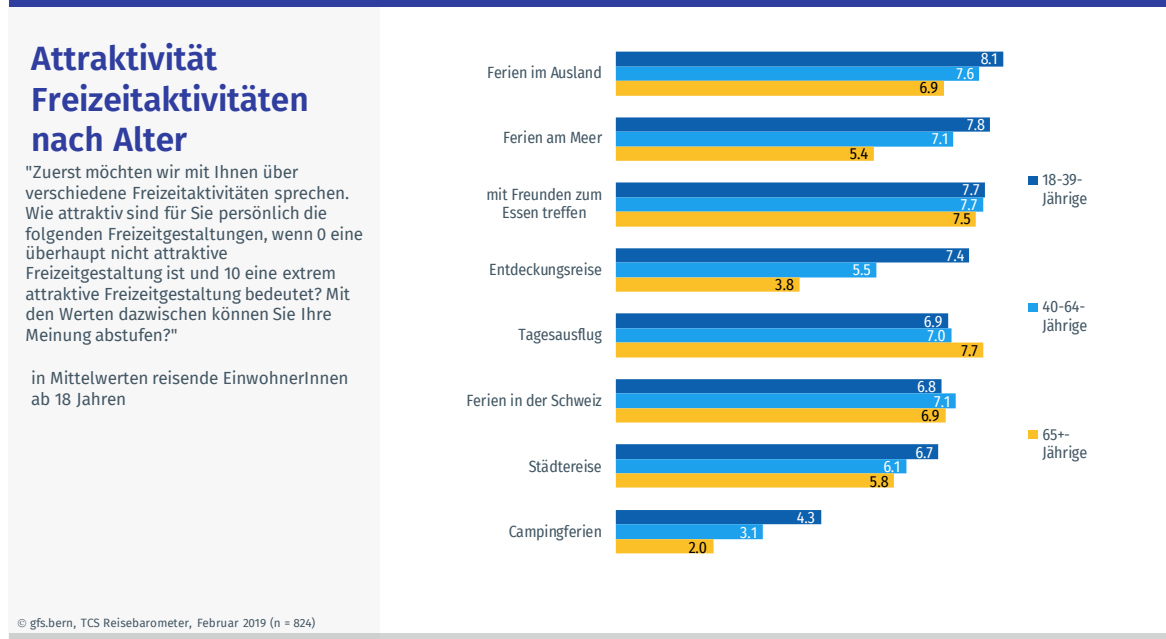
© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(n = jeweils ca. 860)



Je nach Altersgruppe wird eine andere Freizeitaktivität als die beste bewertet:

- Die 18-39-Jährigen finden Ferien im Ausland am attraktivsten mit einem Wert von 8.1 im Durchschnitt.
- Die 40-64-Jährigen treffen sich am liebsten mit Freunden zum Essen
- Personen, die älter als 65 Jahre alt sind, machen dagegen am liebsten Tagesausflüge

Grafik 6



TCS-Mitglieder sind im Vergleich zur Gesamtbevölkerung unternehmungslustiger und empfinden darum auch die meisten Freizeitaktivitäten attraktiver – das gilt besonders für Campingferien (4.4. vs. 3.4), Entdeckungsreisen (6.9 vs. 5.9) und Ferien am Meer (7.8 vs. 7.1).

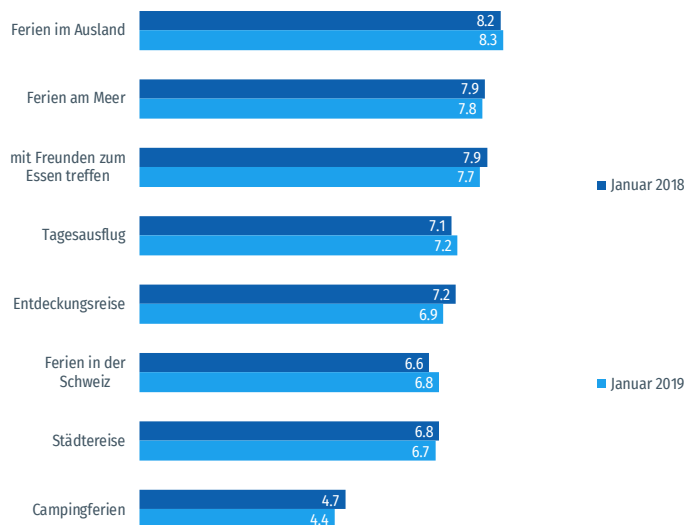
Grafik 7

TCS-Mitglieder: Trend Attraktivität Freizeitaktivitäten

"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? Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Meinung abstufen?"

in Mittelwerten reisende TCS Mitglieder

© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (n = jeweils ca. 1450)



Heute geben 17 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner an, dass sie gar nie reisen würden. Im Vergleich zu den Vorjahren entspricht das einer Zunahme um 7 Prozentpunkte. Weitere 27 Prozent reisen weniger als früher. Die Mehrheit (53%) reist aber gleichviel oder häufiger als Früher.

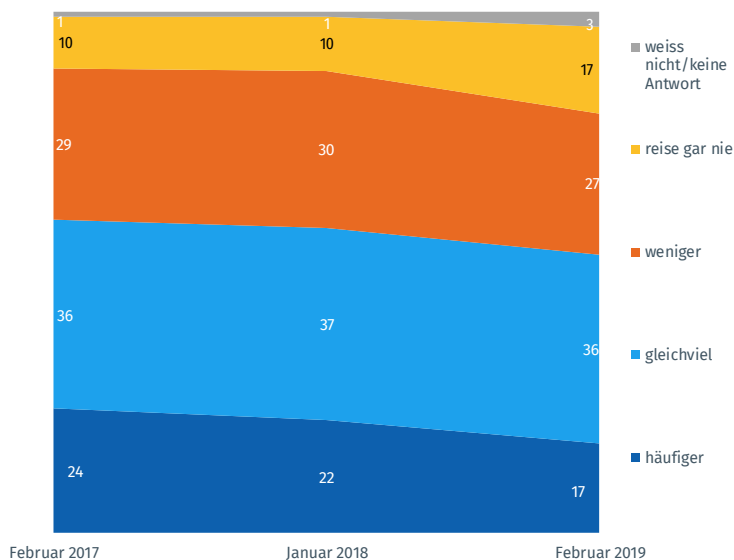
Grafik 8

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, Februar 2019 (N = jeweils ca. 1000)



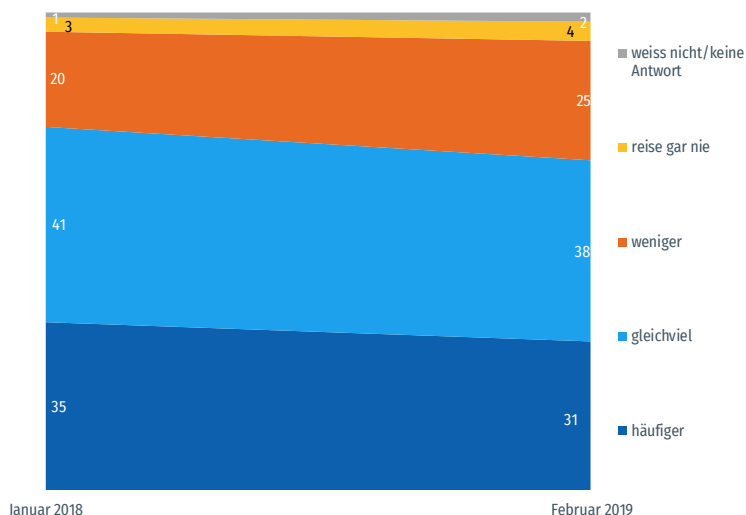
Der Anteil TCS-Mitglieder, die angeben, dass sie gleichviel oder häufiger als früher reisen, ist insgesamt höher als in der Bevölkerung (69%). Ein Viertel sagt jedoch auch hier, dass sie weniger als früher reisen würden

Grafik 9

TCS-Mitglieder: Trend Häufigkeit zu Reisen

"Ganz grundsätzlich: Reisen Sie heute häufiger, gleichviel oder weniger als früher oder reisen Sie gar nie?"

in % TCS Mitglieder



© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (N = jeweils ca. 1500)

Das Budget für Reisen gestaltet die Mehrheit der Bevölkerung ungefähr gleich wie letztes Jahr. Ein kleinerer Anteil als 2018 möchte weniger Geld als im Jahr zuvor für ihre Ferien ausgeben, während ungefähr gleich viele wie 2018 ein grösseres Budget für die kommenden Ferien einkalkulieren.

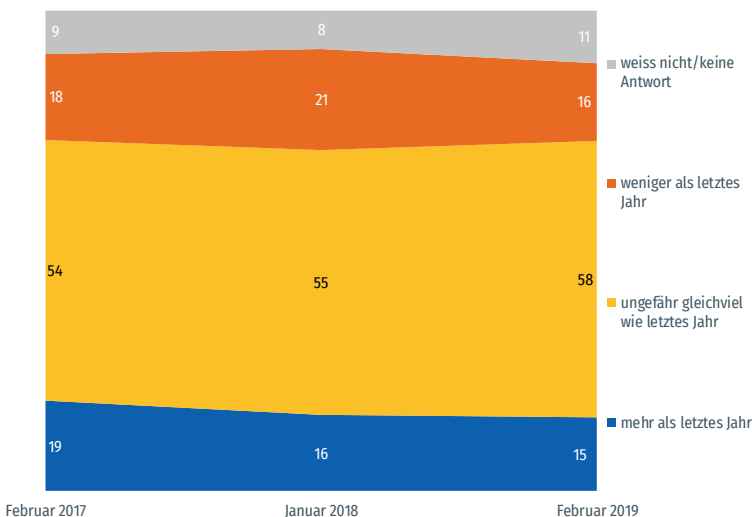
Bei den TCS-Mitgliedern möchte ein Fünftel mehr Geld für Reisen als letztes Jahr ausgeben, ein weiterer Fünftel möchte hingegen weniger als letztes Jahr ausgeben. Eine Mehrheit hält ihr letztjähriges Budget auch für dieses Jahr aufrecht.

Grafik 10

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, Februar 2019 (N = jeweils ca. 1000)

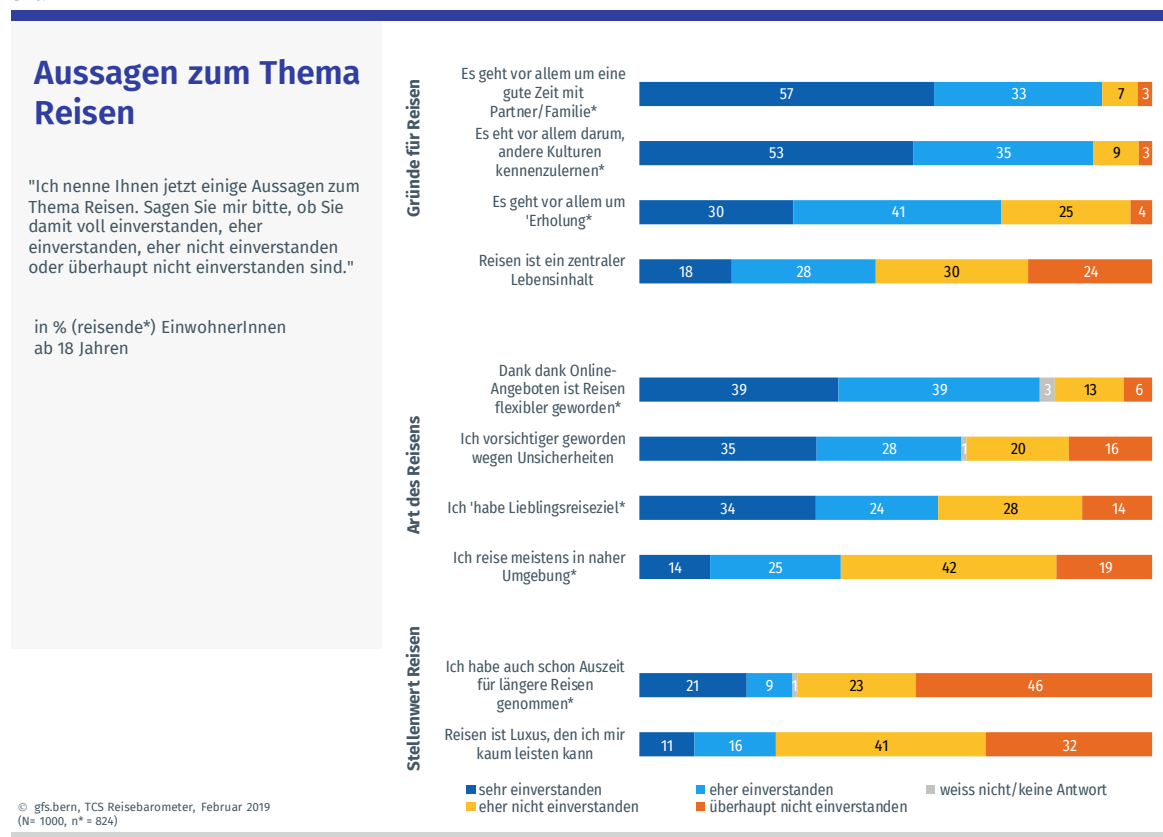
5 Motive für das Reisen

Der beste Grund zum Reisen für die Schweizer Bevölkerung ist es, eine gute Zeit mit den Liebsten zu verbringen. Am zweitwichtigsten ist das Kennenlernen anderer Kulturen. Im Vergleich dazu steht die Erholung etwas weniger im Vordergrund. 46 Prozent geben sogar an, dass Reisen ein zentraler Lebensinhalt sei.

Die Art des Reisens wird offensichtlich, wie alle anderen Lebensbereiche, von der Digitalisierung geprägt. 78 Prozent geben an, dass Reisen dank Online-Angeboten flexibler geworden sei. Diese neu gewonnene Flexibilität wird in ihrer Entfaltung jedoch durch Sicherheitsbedenken eingeschränkt. Eine Mehrheit vermerkt, dass sie wegen den zunehmenden Unsicherheiten vorsichtiger geworden sind beim Reisen. Die Schweizer Bevölkerung besteht zu einer Mehrheit aus Gewohnheitstieren, wenn es ums Thema Reisen geht. 58 Prozent haben ein Lieblingsreiseziel, das sie immer wieder besuchen. Zudem beschränken sich 39 Prozent auf Ausflüge in ihrer nahen Umgebung.

Drei von zehn Personen haben fürs Reisen auch schon eine längere Auszeit genommen. Auf der anderen Seite geben 27 Prozent an, dass Reisen ein Luxus ist, den sie sich kaum leisten könnten.

Grafik 11

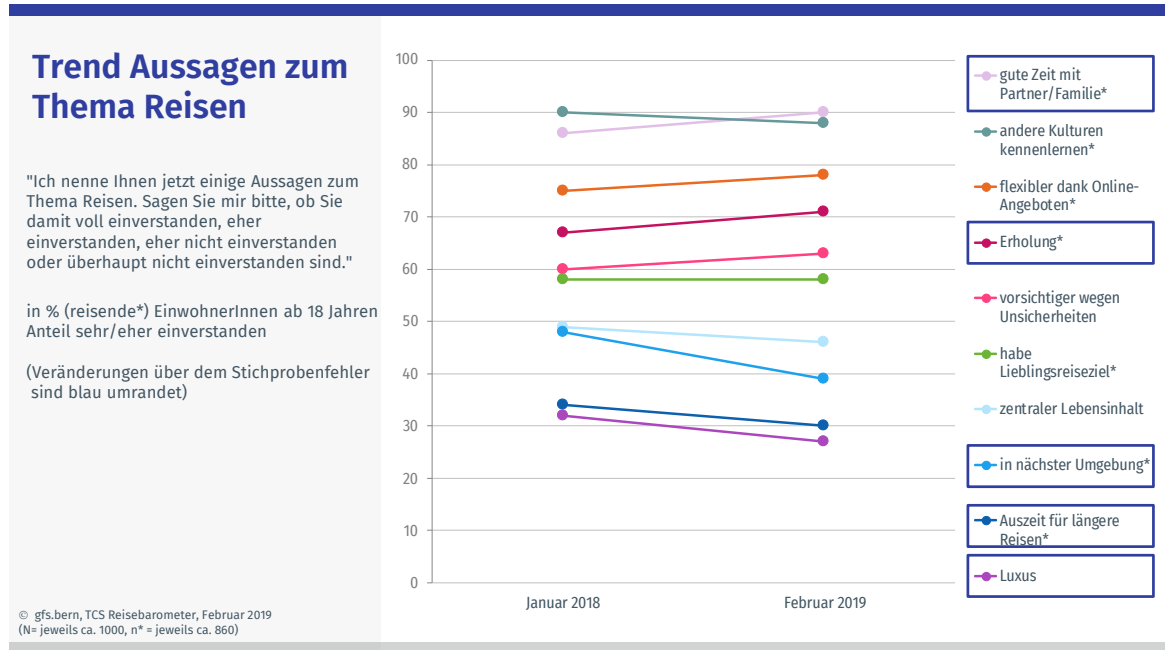


Im Vergleich zum letzten Befragungsjahr ergeben sich fünf Änderungen, die über dem Stichprobenfehler liegen und dementsprechend auch interpretiert werden können. Zum einen steht die gute Zeit mit Partner/Partnerin und Familie noch mehr im Vordergrund als 2018. Zum anderen reisen die Leute eher als noch im letzten Jahr, um sich zu erholen.

Der Anteil Einwohnerinnen und Einwohner, die primär in der nächsten Umgebung reisen, nimmt dagegen relativ deutlich ab. Was von den Befragten genau als "nächste Umgebung" erfasst wird, ist allerdings nicht näher festgehalten.

Während weniger Leute als 2018 angeben, sich eine Auszeit zum Reisen genommen zu haben, beschreiben auch weniger Einwohnerinnen und Einwohner Reisen als ein Luxus, den sie sich grundsätzlich nicht leisten könnten.

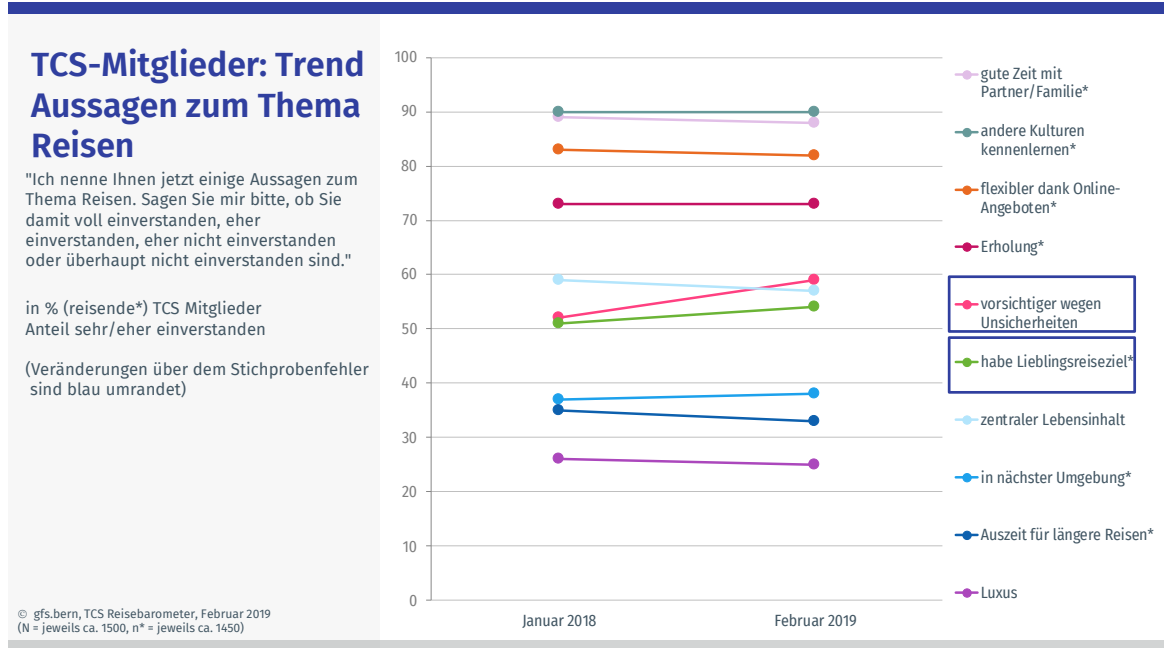
Grafik 12



Im Vergleich zur Bevölkerung sind die TCS-Mitglieder reise- und abenteuerlustiger. Gegenüber 2018 sind sie jedoch etwas vorsichtiger geworden bei ihrer Reiseplanung und geben häufiger an, ein Lieblingsreiseziel zu haben, das sie immer wieder besuchen würden.

In diesen Fragen nähern sich die TCS-Mitglieder 2019 somit der Gesamtbevölkerung an. Das mag mitunter daran liegen, dass die TCS-Mitglieder über ein feineres Sensorium für Neuigkeiten zum Thema Reisen verfügen als die Gesamtbevölkerung und diese auch kritischer Bewertet (vgl. Kapitel 7).

Grafik 13



6 Elemente der Reiseplanung

Entspannung und Charakter und Gastfreundschaft der Leute vor Ort sind die wichtigsten **POSITIVEN TREIBER**, auf die sich die Einwohnerinnen und Einwohner beim Planen ihrer Reisen achten. An dritter Stelle kommen die spannenden Erlebnisse. Eine Mehrheit von 63 Prozent achtet sich zudem auf Online-Bewertungen von Destinationen und Unterkünften. Das sind ungefähr gleichviele, wie ihre Pläne nach der Flexibilität des Unterwegsseins mit dem Auto ausrichten.

Auf der anderen Seite sind Sicherheitsüberlegungen die wichtigsten **NEGATIVEN TREIBER** hinter Reiseentscheidungen. Am meisten geben die Befragten an, sich auf die Sicherheit und Versorgung vor Ort, die Terrorgefährdung und Online-Reiseinformationen und Sicherheitshinweise zu achten. Probleme mit Krankheiten und Erregern (69% sehr/eher wichtig) sowie Risiken wegen Naturgewalten (65% sehr/eher wichtig) spielen zwar ebenfalls eine Rolle, sind aber im Vergleich dazu klar weniger wichtig.

Dagegen lassen sich nur Minderheiten von Sprachproblemen oder den Gefahren einer Flugreise vom Reisen an einen bestimmten Ort abhalten.

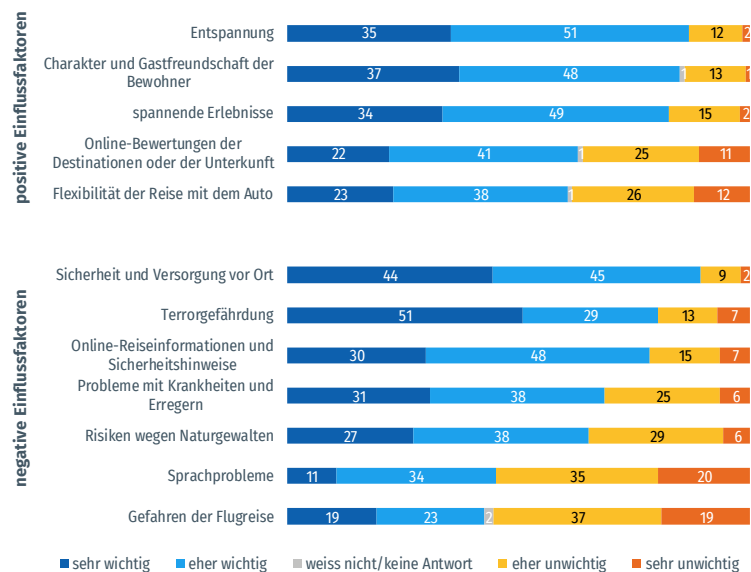
Grafik 14

Trend Einflussfaktoren Reiseplanung

"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

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019 (n = 824)



Gegenüber 2018 gibt es genau zwei Einflussfaktoren, deren Wichtigkeit sich über den Stichprobenfehler hinaus verändert. Zum einen sind das Online-Reiseinformationen und Sicherheitshinweise, die deutlich wichtiger werden. Zum anderen werden die Gefahren von Flugreisen als weniger zentral eingeschätzt. Die Meinung der Bevölkerung in dieser Frage verändert sich über den gesamten Befragungszeitraum jedoch nicht linear, weshalb die Einordnung als "Trend" so noch nicht gemacht werden kann.

Genau umgekehrt ist es bei der Wichtigkeit der Faktoren Entspannung und Risiken durch Naturgewalten. In beiden Fällen entwickelt sich die Zustimmung über die drei Messzeitpunkte kontinuierlich. Hier kann dementsprechend eher von einem Trend gesprochen werden, auch wenn die Veränderungen von Jahr zu Jahr geringer sind.

Im Vergleich zu 2018 und insbesondere auch 2017, zeichnet sich somit eine Verschiebung von der Beachtung von Problemen mit Krankheiten und Erregern hin zu Risiken wegen Naturgewalten ab.



Die Diskussion rund um Ebola oder das Zika Virus stand im letzten Jahr weniger im Vordergrund. Stattdessen waren die Nachrichten dominiert von Erdbeben in Indonesien, Waldbränden in Kalifornien oder Hitzewellen in Europa.

Grafik 15

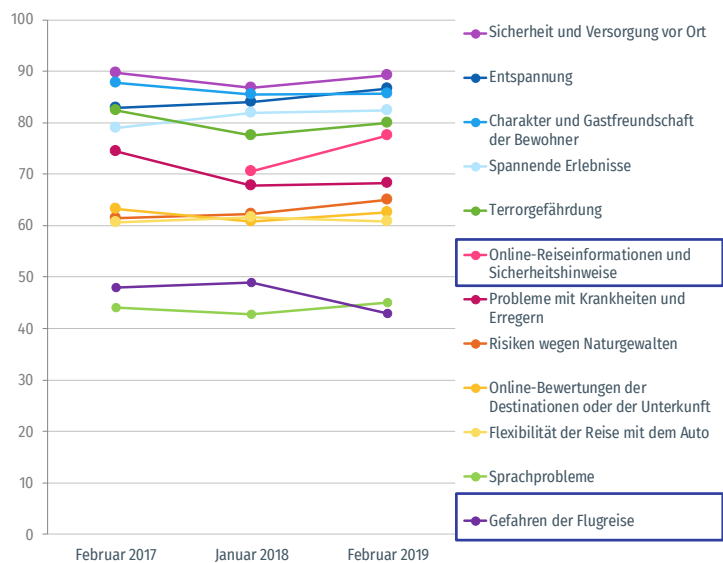
Trend Einflussfaktoren Reiseplanung

"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"

(Veränderungen zu 2018 über dem Stichprobenfehler sind blau umrandet)

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(n = jeweils ca. 860)



Die Mitglieder des TCS bewerten im Gegensatz zur Bevölkerung eine ganze Reihe von Faktoren wichtiger als noch 2018. Abgesehen von Online Bewertungen und der Flexibilität von Auto-Reisen handelt es sich dabei ausnahmslos um negative Treiber.

Grafik 16

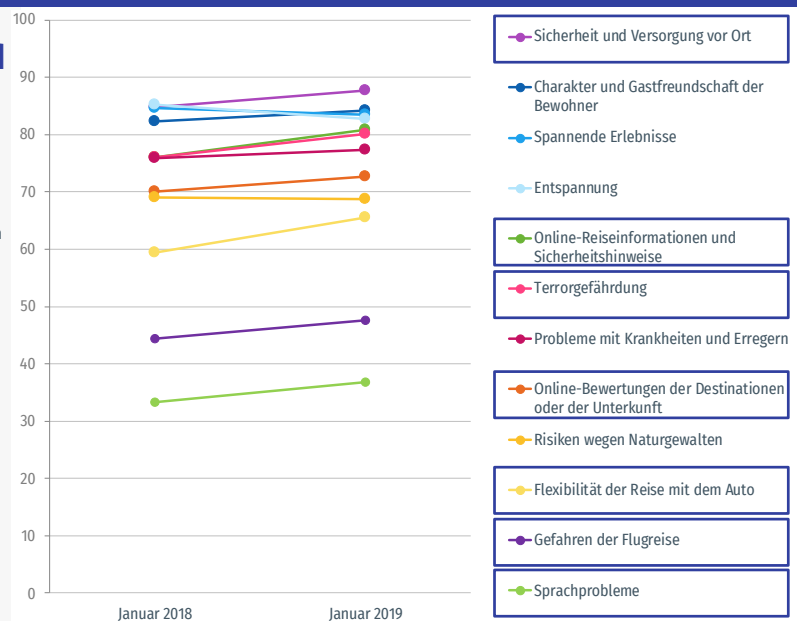
TCS-Mitglieder: Trend Einflussfaktoren Reiseplanung

"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 TCS Mitglieder, Anteil "sehr/eher wichtig"

(Veränderungen zu 2018 über dem Stichprobenfehler sind blau umrandet)

© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (n = jeweils ca. 1450)



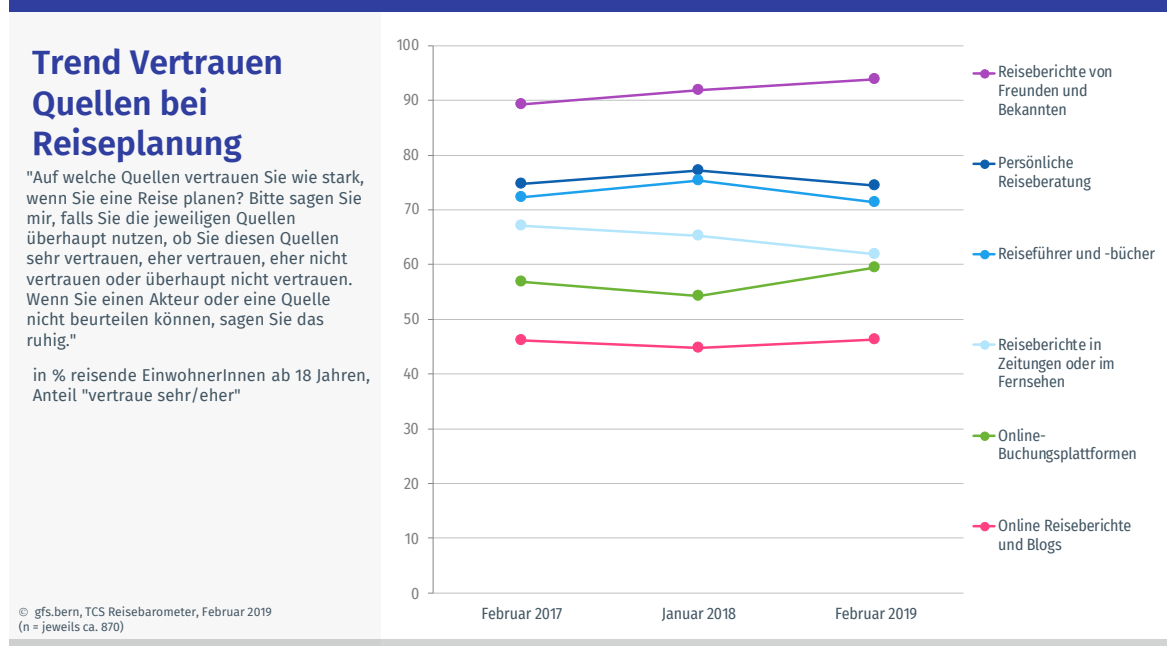
Die wichtigsten **INFORMATIONSQUELLEN** zur Reiseplanung bleiben Reiseberichte von Freunden und Bekannten. Diese Form der persönlichen Empfehlung wird über die drei letzten Jahre sogar noch wichtiger. Wichtiger wird auch das Online-Äquivalenz zu persönlichen Empfehlungen: Die Online-Buchungsplattformen, wo über Ratings und Kommentare die Erlebnisse anderer Leute direkt mit in die eigenen Überlegungen einbezogen werden können.

Demgegenüber werden Reiseberichte in linearen Medien wie Zeitungen oder im Fernsehen weniger wichtig. Der Medienwandel macht sich demnach auch im Zusammenhang mit Reisefragen bemerkbar.



Die Intelligenz der Massen über persönliche oder Online-Kommentare gewinnt so gegenüber kuratierten Informationen in linearen Medien oder Reiseführern an Bedeutung.

Grafik 17

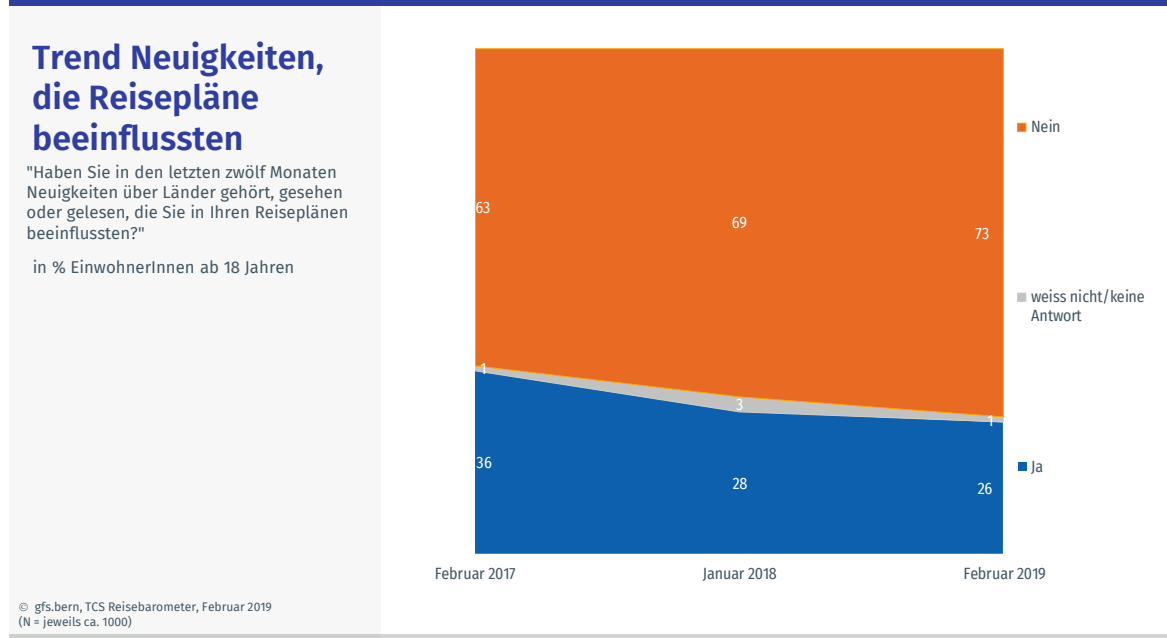


TCS-Mitglieder räumen Online-Reiseberichten und Blogs einen deutlich höheren Stellenwert ein als dies die Bevölkerung tut (59% vertraue sehr/eher vs. 45%). Die restlichen Informationsquellen für die Reiseplanung werden dieses Jahr allerdings sehr ähnlich bewertet, wie auch vom der Rest der Bevölkerung.

7 Einfluss Nachrichtenlage auf Reisepläne

Der Anteil der Schweizer Bevölkerung, der sich an Nachrichten erinnert, die einen Einfluss auf die eigenen Reisepläne gehabt hätten, ist innerhalb der letzten drei Jahre rückläufig. Im Jahr 2017 waren es 36 Prozent, heute sind es dagegen noch 26 Prozent.

Grafik 18



Die meisten der Neuigkeiten, die in Erinnerung blieben, lassen sich in der Kategorie "spezifische Länder und Kontinente" verordnen. Konkret gehören da Nennungen einzelner Reisedestinationen wie beispielsweise Schweden, der USA oder Spanien dazu (vgl. Wordcloud Grafik 20). Der Anteil dieser Meldungen ist im Vergleich zum letzten Jahr deutlich angestiegen – auch das eine Hinweis darauf, dass Terror und Attentate etwas weniger im Fokus der Reisenden sind, als auch schon. Dennoch werden auch heute Nachrichten im Zusammenhang mit Terrorismus und Krieg am zweithäufigsten genannt. Diese Meldungen bleiben in der Wahrnehmung und in ihrem Einfluss auf die Reiseplanung zentral. Der Anteil der spontanen Erinnerungen zu diesen Themen nahm über die letzten beiden Jahre jedoch deutlich ab, vermutlich, weil es bis im Januar 2018 keine grösseren Terroranschläge auf Urlaubsdestinationen mehr gab.

Ins Auge sticht schliesslich die Zunahme von Nennungen der Kategorie "spezielle Ereignisse in einzelnen Ländern". Dazu gehört beispielsweise der Brexit, die Gelbwesten-Proteste in Frankreich, die Entwicklung der Situation in der Türkei unter Erdogan oder auch Naturkatastrophen wie Vulkanausbrüche.

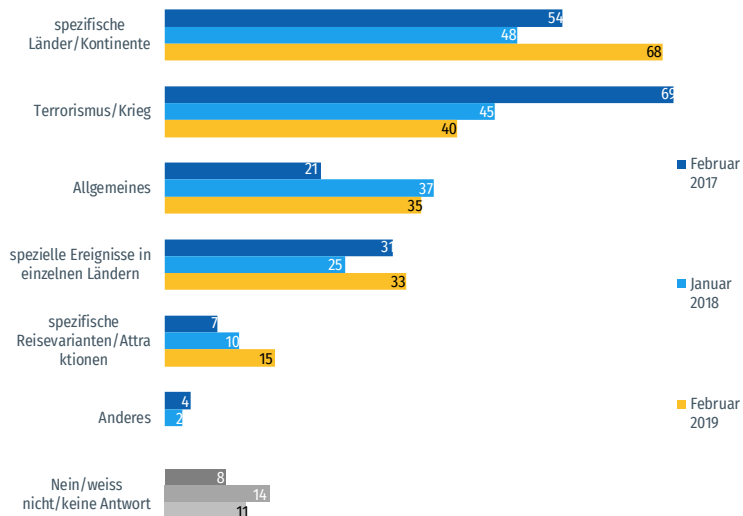
Grafik 19

Trend 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, Februar 2019
(n = jeweils ca. 285)



Die konkreten Wortmeldungen der Einwohnerinnen und Einwohner, werden in einer Wordcloud schematisch dargestellt. Je grösser ein Wort abgebildet ist, desto häufiger wurde es auch genannt.

Grafik 20

Erinnerung Neuigkeiten, die Reisepläne beeinflussten

"Erinnern Sie sich? Was genau haben Sie gehört, gesehen oder gelesen?"

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

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019 (n = 260)



Passend zum Befund, dass Terror und Krieg bei den erinnerten Nachrichten von Informationen zu konkreten Reisedestinationen abgelöst werden, verändert sich auch die Beurteilung der genannten Themen: Der Anteil Einwohnerinnen und Einwohner, die sich an Neuigkeiten erinnern, welche für die eigenen Reisepläne ins Ausland positiv gewertet werden, nimmt zu. Zugleich gibt es weniger Leute, welche die erinnerten Neuigkeiten als negativ einschätzen – das gilt besonders für die sehr negativen Nachrichten.

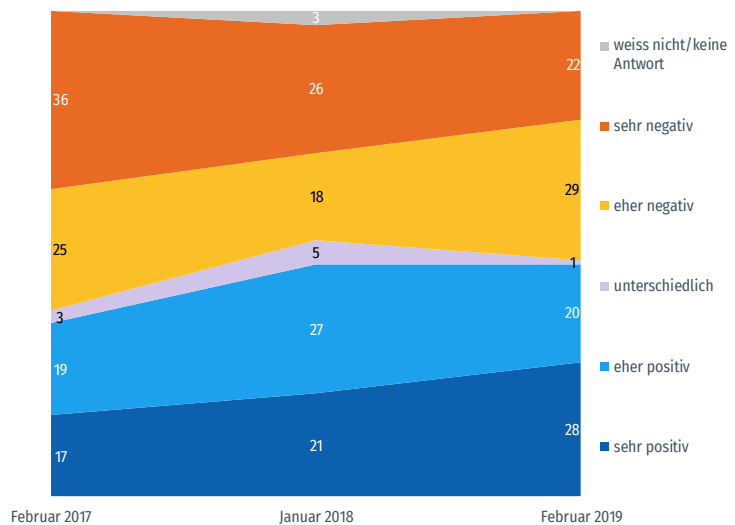
Grafik 21

Trend 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, Februar 2019
(n = jeweils ca. 250)



Bei den TCS-Mitgliedern lässt sich eine ähnliche Entwicklung wie bei der Gesamtbevölkerung beobachten, wenn auch auf anderem Niveau. Verglichen mit der Gesamtbevölkerung gibt ein grösserer Anteil an, in den letzten zwölf Monaten Nachrichten gehört zu haben, welche einen Einfluss auf die eigenen Reisepläne hatten. Dies dürfte auch damit zusammenhängen, dass TCS-Mitglieder abenteuerlustiger sind und beispielsweise Campingferien und insbesondere auch Reisedestinationen im Ausland als attraktiver empfinden.

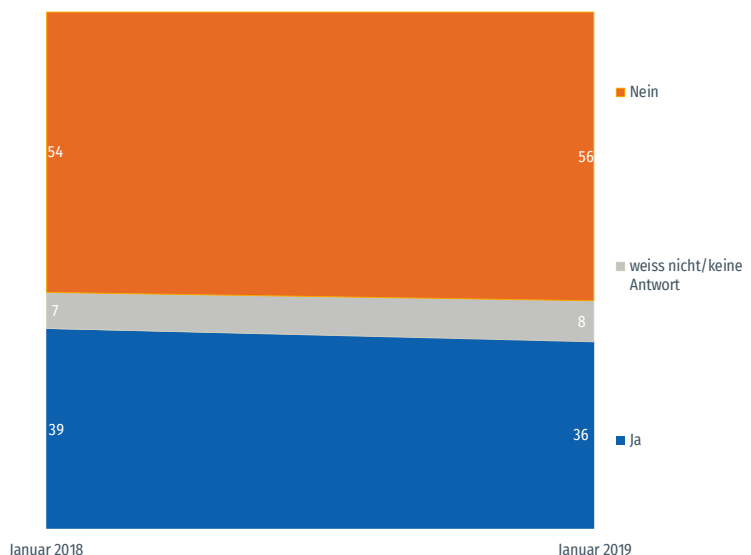
Grafik 22

TCS-Mitglieder: 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 % TCS Mitglieder

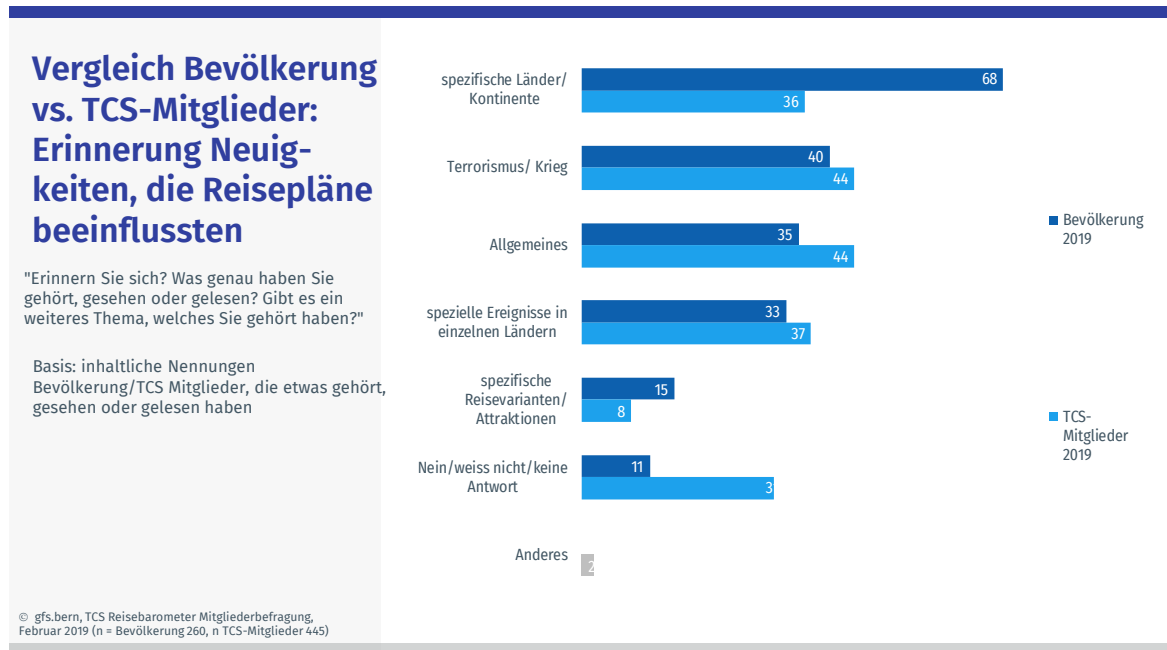
© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (N = jeweils ca. 1500)



Die Analyse der genauen Erinnerung an Neuigkeiten zum Reisen zeigt, dass sich die Wahrnehmung der Gesamtbevölkerung von jener der TCS-Mitglieder unterscheidet. Befragte aus der Bevölkerung nennen fast doppelt so häufig konkrete Reisedestinationen

(Kategorie spezifische Länder/Kontinente). Im Gegensatz zur Gesamtbevölkerung stehen bei den TCS-Mitgliedern Themen an erster Stelle, die in die Kategorie "Terrorismus/Krieg" passen. Genannt werden dabei Terroranschläge in diversen Kontexten (Mittlerer Osten, Deutschland, Frankreich, Marokko etc.). Spezielle Ereignisse in einzelnen Ländern (insb. politische Unruhen oder Naturereignisse) bleiben TCS-Mitgliedern ebenfalls häufiger in Erinnerung – genauso wie allgemeine Nachrichten.

Grafik 23



Die Wordcloud für die TCS-Mitglieder gibt einen genaueren Einblick in deren konkrete Wortnennungen. Wie bei der Bevölkerung werden auch hier einzelne Reisedestinationen genannt. Diese stehen aber klar weniger im Vordergrund. Stattdessen fallen Begriffe wie Brexit, Unruhen, Unwetter, Umweltfragen oder Naturkatastrophen. TCS-Mitglieder haben ein kritischeres Auge auf die Nachrichtenlage und lassen sich in ihren (auch abenteuerlicheren) Reisepläne stärker dadurch beeinflussen. Im Vergleich zur Bevölkerung werden Menschenrechtsverletzungen (Stichwort Saudi Arabien) oder die Reisesicherheit für Frauen häufiger thematisiert. Insbesondere der Fall der beiden ermordeten Touristinnen in Marokko, der im Dezember 2018 publik wurde, blieb in Erinnerung. Mehrmals genannt wurde auch das Thema Vergewaltigungen (z.B. in Indien).

Grafik 24

TCS-Mitglieder: Erinnerung Neuigkeiten, die Reisepläne beeinflussten

"Erinnern Sie sich? Was genau haben Sie gehört, gesehen oder gelesen?"

Basis: inhaltliche Nennungen TCS Mitglieder, die etwas gehört, gesehen oder gelesen haben, Mehrfachantworten möglich

© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (n = 445)



8 Meinung zur Sicherheit im Ausland

Eine Mehrheit von 79 Prozent der Schweizer Bevölkerung fühlt sich heute mindestens eher gut über Reiserisiken informiert. Über die letzten drei Jahre gesehen nimmt der Anteil Befragter, der sich als sehr gut informiert bezeichnet, jedoch klar ab. Diese Entwicklung passt dabei zur allgemeinen Entwicklung, die im Zusammenhang mit dem sich verändernden Mediensystem zu beobachten ist. Die Leute konsumieren weniger klassische Medien und die Informationshäufigkeit nimmt grundsätzlich ab.

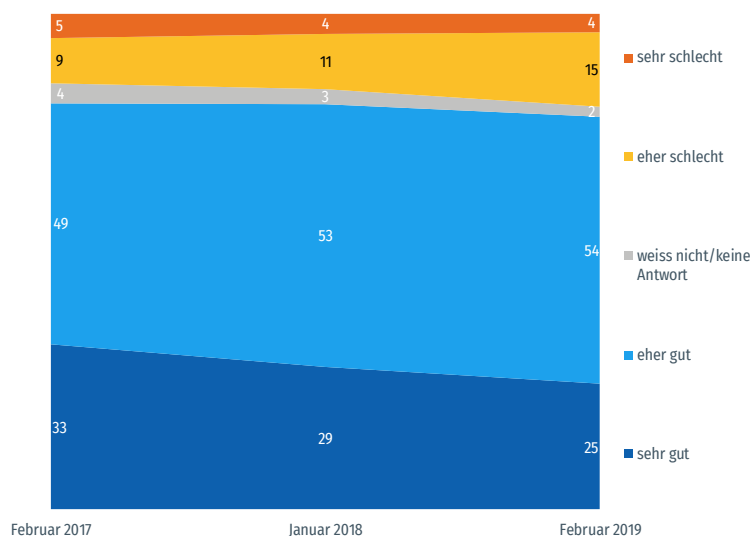
Grafik 25

Trend Informiertheit Reiserisiken

"Wie gut fühlen Sie sich über Reiserisiken informiert? Fühlen Sie sich sehr gut, eher gut, eher schlecht oder sehr schlecht über Reiserisiken informiert?"

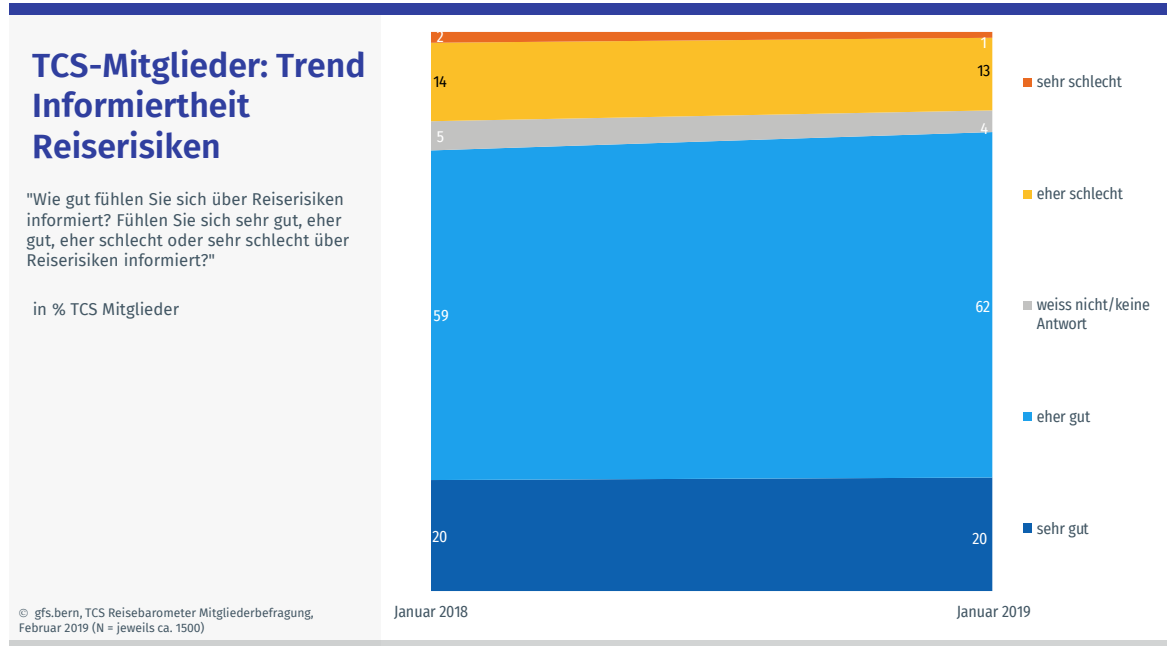
in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(N = jeweils ca. 1000)



Vor diesem Hintergrund fällt es umso mehr auf, dass die Entwicklung bei den TCS-Mitgliedern genau in die entgegengesetzte Richtung zeigt: Die Informiertheit nimmt im Vergleich zum Vorjahr (wenn auch nur im geringen Masse) zu.

Grafik 26



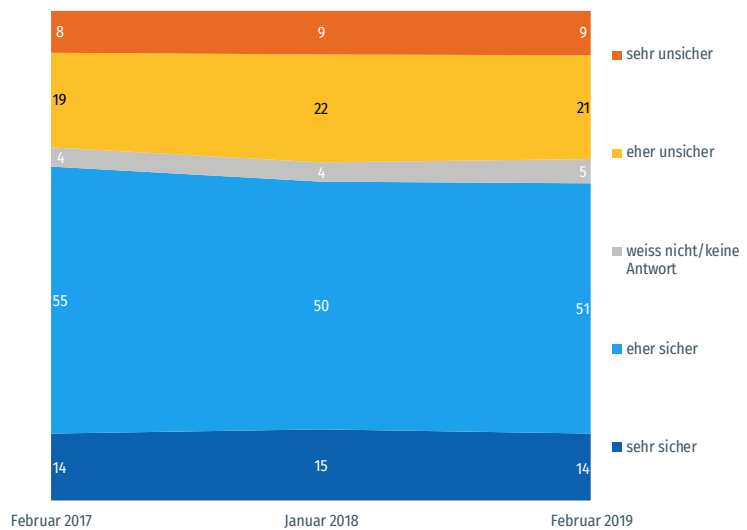
Rund zwei Drittel der Bevölkerung in der Schweiz (65%) beurteilt Reisen ins Ausland dieses Jahr als eher oder sogar sehr sicher. Über die Jahre stellen sich in dieser Frage kaum Veränderungen ein, obwohl beispielsweise weniger Nachrichten im Zusammenhang mit Terror und Anschlägen in Erinnerung blieben. Das zeigt, dass die wahrgenommene Bedrohungslage allgemein gesehen nicht von einzelnen Nachrichten abhängig ist, sondern längerfristig austariert ist.

Grafik 27

Trend Beurteilung Sicherheit Reise Ausland

"Wie sicher beurteilen Sie persönlich das Reisen ins Ausland für dieses Jahr. Sind Reisen ins Ausland in diesem Jahr sehr sicher, eher sicher, eher unsicher oder sehr unsicher?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren



© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(N = jeweils ca. 1000)

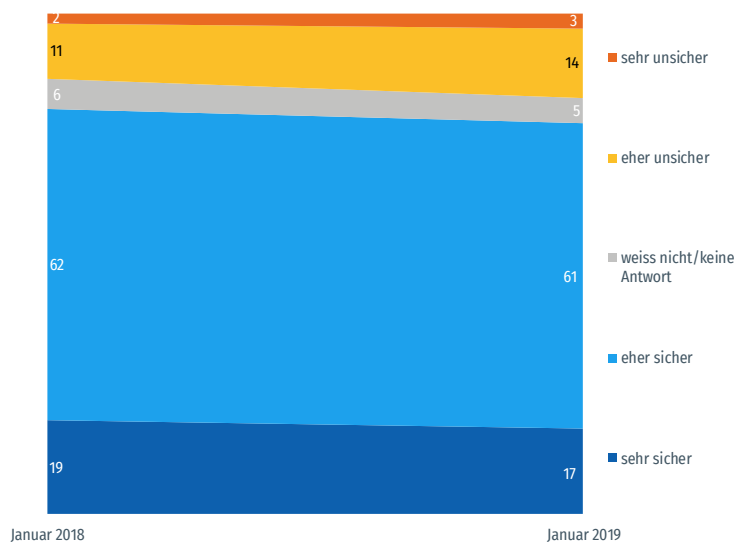
Die TCS-Mitglieder schätzen die Lage insgesamt als sicherer ein als die Gesamtbevölkerung. Der Anteil Befragter, der Reisen ins Ausland eher als unsicher beurteilt, nimmt im Vergleich zum letzten Jahr aber zu.

Grafik 28

TCS-Mitglieder: Beurteilung Sicherheit Reise Ausland

"Wie sicher beurteilen Sie persönlich das Reisen ins Ausland für dieses Jahr. Sind Reisen ins Ausland in diesem Jahr sehr sicher, eher sicher, eher unsicher oder sehr unsicher?"

in % TCS Mitglieder



© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung, Februar 2019 (N = jeweils ca. 1500)

Während die obenstehenden Grafiken eher die Wahrnehmung der generellen Sicherheitslage darstellen, zeigen die folgenden beiden Grafiken die Einschätzung der Sicherheitslage in den letzten zwölf Monaten. Die Beurteilung für das Jahr 2018 fällt dabei eindeutig positiver aus, als dies in Vorjahren der Fall war.

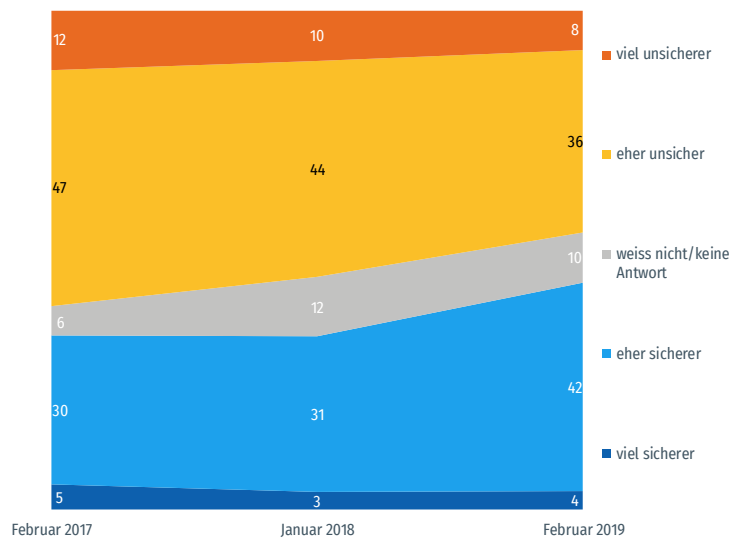
Grafik 29

Trend Entwicklung Beurteilung Sicherheit Reise Ausland

"Sind Reisen ins Ausland in den letzten zwölf Monaten viel sicherer, eher sicherer, eher unsicherer oder viel unsicherer geworden?"

in % EinwohnerInnen ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(N = jeweils ca. 1000)



Bei den Mitgliedern des TCS, die viel eher Nachrichten wahrgenommen haben, die sie mit Terrorismus und Krieg in Verbindung bringen, zeigen sich keine so deutlichen Veränderungen im Sicherheitsempfinden. Die Unterschiede zwischen 2018 und 2019 bleiben im Rahmen des Stichprobenfehlers.

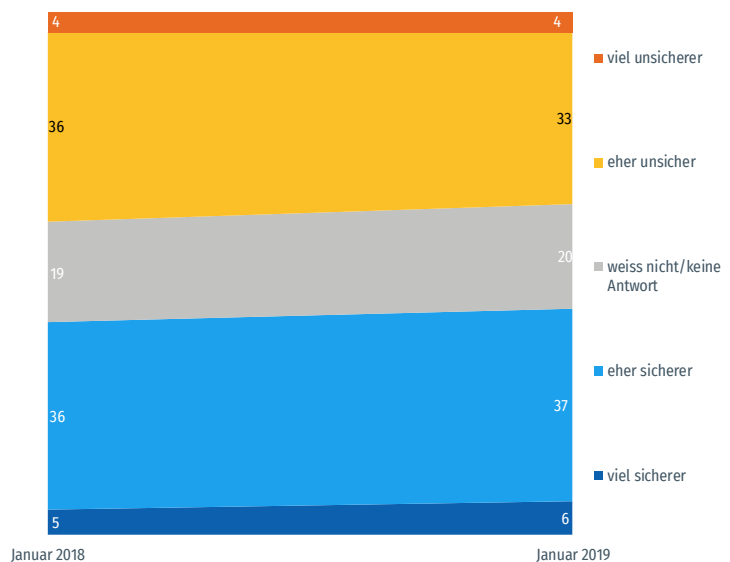
Grafik 30

TCS- Mitglieder: Entwicklung Beurteilung Sicherheit Reise Ausland

"Sind Reisen ins Ausland in den letzten zwölf Monaten viel sicherer, eher sicherer, eher unsicherer oder viel unsicherer geworden?"

in % TCS Mitglieder

© gfs.bern, TCS Reisebarometer Mitgliederbefragung,
Februar 2019 (N = jeweils ca. 1500)



9 Reisetypen

Aufgrund der Beurteilung der Attraktivität einzelner Reiseaktivitäten und Feriendestinationen, lässt sich die Bevölkerung mit Hilfe der Clusteranalyse grob in drei verschiedene Reisetypen einteilen.¹

Zum einen sind das diejenigen Leute, denen es zu Hause eigentlich am besten gefällt. Sie sind grundsätzlich wenig enthusiastisch, was die verschiedenen Destinationen und Aktivitäten betrifft. Ab und zu gute Freunde zum Essen treffen findet eine Mehrheit eine gute Idee und wenn Ferien, dann in der Schweiz oder allerhöchstens im nahen Ausland. Allenfalls unternehmen sie einmal einen Ausflug in die nahe Umgebung, ferne gar exotische Destinationen sagen dem "**AUSFLÜGLER**" aber gar nichts.

Die Gruppe der "**GEWOHNHEITSREISENDEN**" laden ebenfalls gerne Freunde zum Essen ein und machen auch gerne in der Schweiz Ferien. Darüber hinaus sind die Ferienklassiker wie Ferien am Meer, im Ausland oder die eine oder andere Städtereise ein Thema für diese Leute. Alles, was aber zu abenteuerlich oder weit weg ist – Entdeckungsreisen, Ferien in Thailand, Südafrika, den Arabischen Emiraten oder Ägypten, gehört hingegen nicht zu den Zielen und Wünschen dieser Gruppe.

Diese Destinationen sind viel eher die Domäne der Gruppe der "**ENTDECKERINNEN UND ENTDECKER**". Wer zu diesem Reisetypen gehört, findet Ferien am Meer und im Ausland toll, ist begeistert über die Idee einer Entdeckungsreise und findet einen Trip nach Australien oder Neuseeland das Grösste. Reisen in islamische Länder sind auch in dieser Gruppe am wenigsten beliebt, stossen aber eher als in der restlichen Bevölkerung auf Zustimmung. Auch gegenüber Campingferien ist man – verglichen mit den restlichen Gruppen – weniger abgeneigt.



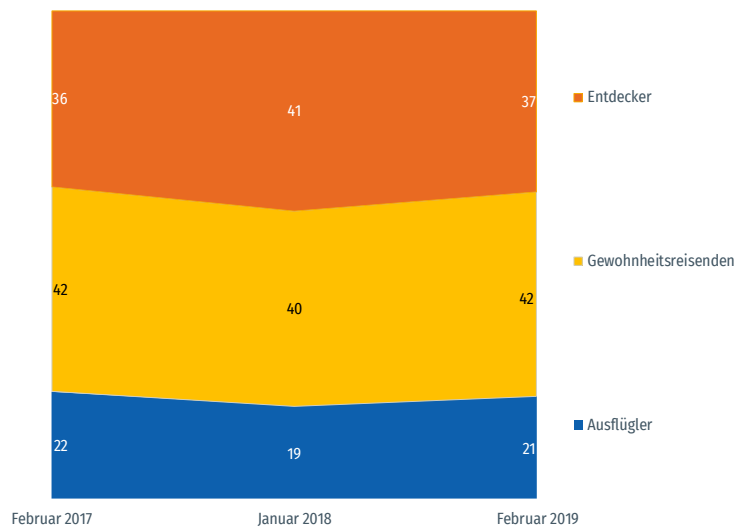
Aktuell gehören 37 Prozent der Bevölkerung zu den Entdeckerinnen und Entdeckern. 42 Prozent sind Gewohnheitsreisende während 21 Prozent zu den Ausflüglern zählen.

¹ Die Clusteranalyse gruppiert die Befragten aufgrund ihrer Antworten innerhalb einer Stichprobe und lässt sich darum nicht auf andere Stichproben übertragen. Aus diesem Grund ist eine gleiche Analyse der Reisetypen innerhalb der Befragung der Mitglieder so nicht möglich.

Grafik 31

Trend Reisetypen

in % reisende EinwohnerInnen ab 18 Jahren

© gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019
(n = jeweils ca. 895)

31

Tabelle 3: Ranking Attraktivität Reisedestinationen nach Reisetypen

Entdecker	Gewohnheitsreisende	Ausflügler
Italien	Tessin	Graubünden
Tessin	Graubünden	Tessin
Spanien und Portugal	Italien	Wallis
Australien und Neuseeland	Wallis	Deutschland und Österreich
Karibik	Spanien und Portugal	Italien
Graubünden	Karibik	Frankreich
Wallis	Australien und Neuseeland	Spanien und Portugal
Frankreich	Frankreich	Australien und Neuseeland
Südafrika	Deutschland und Österreich	USA
Thailand	USA	Karibik
USA	Thailand	Südafrika
Deutschland und Österreich	Südafrika	Thailand
Ägypten	Arabische Emirate	Türkei
Arabische Emirate	Ägypten	Ägypten
Türkei	Türkei	Arabische Emirate

Farbgebung nach Region: Schweiz, Europa, Übersee, Naher Osten

©gfs.bern, TCS Reisebarometer, Februar 2019

10 Synthese

In Thesenform fassen wir die ersten Erkenntnisse des TCS Reisebarometers 2019 wie folgt zusammen:

JE NÄHER,
DESTO BESSER

Obwohl Ferien im Ausland als attraktiv gelten, sind die nationalen Ferienregionen Graubünden, Tessin und Wallis die Gewinner des diesjährigen Reisebarometers. Sie stehen nicht nur ganz oben auf der Liste der Lieblingsdestinationen, sondern konnten in den letzten drei Jahren auch kontinuierlich an Boden gut machen.

GESTEIGERTES
SICHERHEITS-
EMPFINDEN

Das Ausbleiben grösserer terroristischer Anschläge in klassischen Feriendestinationen macht sich in der Wahrnehmung der Bevölkerung bemerkbar. Weniger Leute geben an, sich an Themen und Neuigkeiten in diesem Bereich zu erinnern und das, was in Erinnerung bleibt, wird positiver bewertet. In der Bevölkerung geht ein zunehmender Anteil davon aus, dass Reisen ins Ausland innerhalb des letzten Jahres sicherer geworden sind. Die Mitglieder des TCS haben nicht nur mehr Interesse an Reisen ins Ausland als die gesamte Bevölkerung, sondern sind auch etwas vorsichtiger in der Sicherheitsbeurteilung.

FOKUS AUF NA-
TUREREIGNISSE

Der Fokus auf Krankheiten und Erreger bei der Reiseplanung nimmt in den letzten beiden Befragungsjahren eher ab. Eine leichte Zunahme ist dagegen beim Risikofaktor Naturgewalten zu beobachten. Der Hitzesommer, Trockenheit und andere extreme Naturereignisse 2018 dürften hier ihre Spuren hinterlassen haben. Ein Beispiel für diese Entwicklung ist Südafrika, wo 2018 immer wieder von der dortigen Wasserknappheit zu lesen war.

KULTURELLE
NÄHE

Wenn es ums Reisen geht, spielt die geografische, kulturelle und politische Nähe eine wichtige Rolle. Themen wie der Umgang mit Frauen oder Menschenrechten verfangen sich in der Wahrnehmung und Bewertung der Reisenden und beeinflussen die Präferenzen bei den Destinationen.

11 Anhang

11.1 gfs.bern-Team

LUKAS GOLDER

Co-Leiter und Mitglied des Verwaltungsrats gfs.bern, Politik- und Medienwissenschaftler, MAS FH in Communication Management, Dozent an der ZHAW

✉ lukas.golder@gfsbern.ch



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

Leiterin operatives Geschäft, Politikwissenschaftlerin

✉ cloe.jans@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

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

AARON VENETZ

Datenanalytiker, Politikwissenschaftler

✉ aaron.venetz@gfsbern.ch



Schwerpunkte:

Datenmodellierungen, qualitative Methoden, Recherchen, Datenanalyse, Programmierungen, Medienanalysen, Visualisierungen



JOSÉ KRESS

Projektassistent, Soziologe

✉ jose.kress@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Programmierung und Auswertung quantitative Projekte, Modellierungen, Visualisierungen, qualitative Datenanalyse, Lektorate



LAURA SALATHE

Projektassistentin, Politikwissenschaftlerin

✉ laura.salathe@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Datenanalyse, Programmierungen, Qualitative Methoden, Recherchen, Medienanalysen, Visualisierungen



NOAH HERZOG

Sekretariat und Administration, Kaufmann EFZ

✉ noah.herzog@gfsbern.ch

Schwerpunkte:

Desktop-Publishing, Visualisierungen, Projektadministration, Vortragsadministration

gfs.bern ag
Effingerstrasse 14
Postfach
CH – 3001 Bern
+41 31 311 08 06
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.