

Chancen vor der Haustür

Utl.: Slowenien, Kroatien, Rumänien und die Slowakei entwickeln sich zu stark wachsenden Märkten für das Tourismusland Österreich =

Wien (OTS) - Mit der politischen Wende vor mittlerweile rund 15 Jahren in Slowenien, Kroatien, Rumänien und der Slowakei hat sich nicht nur die Gesellschaft Richtung Demokratie entwickelt. Auch wirtschaftlich startete Zentraleuropa einen dynamischen Aufholprozess. Hand in Hand damit veränderte sich die Mentalität der Menschen und ihre Reisegewohnheiten.

"Das Urlaubsland Österreich darf sich auf diesen Märkten gute Chancen ausrechnen, da ihre Bürger enorm reisefreudig sind und Nahdestinationen wie Österreich bevorzugt werden", erklärt Dr. Arthur Oberascher, Geschäftsführer der Österreich Werbung.

Die Entwicklung der Nächtigungen und Ankünfte aus diesen Märkten in den vergangenen Jahren bestätigt diese Einschätzung. Seit 1998 legten die Ankünfte aus allen vier Staaten um knapp 36 % auf rund 290.000 zu. Insgesamt brachten es Slowenien, Kroatien, Rumänien und die Slowakei 2004 auf rund 860.000 Nächtigungen.

Auf all diesen Märkten punktet Österreich in erster Linie mit seinem Winterprodukt. Vor allem bei den Kroaten und Slowaken stehen rot-weiß-rote Skigebiete hoch im Kurs. Die Reisetrends im Sommer: Die Küsten und ländliche Erholungsgebiete des eigenen Landes, sowie Mittelmeerdestinationen. Als attraktiv gelten ganzjährig auch Kultur- und Städtereisen - somit auch ein Pluspunkt für Österreich. Die gängige Meinung, Gäste aus Zentraleuropa wären Billigtouristen, ist längst überholt: Sie schätzen Qualität und guten Service, wofür sie auch gerne tiefer in die Tasche greifen. Dies wird auch bei der Wahl der Unterkunft deutlich: 22 % bis 28 % der Urlauber steigen in 4 - 5-Sterne-Hotels ab und rund 25 % wählen ein Haus der 3-Sterne-Kategorie.

Zu den wichtigsten Kriterien bei der Entscheidung für eine Destination gehören die geografische Nähe des Reiseziels und das Preis-Leistungs-Verhältnis. Mundpropaganda, Reisebürokataloge und das Internet beeinflussen die Urlaubswahl gleichermaßen. Das Gros der Reisen buchen Österreich-Gäste aus Slowenien, der Slowakei, Kroatien

und Rumänien in Reisebüros.

"Um auf diesen zentraleuropäischen Märkten Erfolge zu erzielen, empfehlen wir eine konsequente und langfristige Marktbearbeitung über mindestens drei Jahre", meint ÖW-Chef Oberascher. Mit ihren Vorteils- und Aktivitätspaketen für das kommende Jahr will die ÖW für Tourismusverbände und Betriebe einen Anreiz schaffen, sich auf diesen Märkten verstärkt zu engagieren. Die ÖW-Packages für Betriebe, Regionen und Landestourismusorganisationen umfassen jeweils ein Bündel von jährlichen Aktivitäten für einen Markt und zeichnen sich durch einen besonders günstigen Preis aus. 2006 wird die ÖW auch die Dachmarke Urlaub in Österreich verstärkt auf den zentraleuropäischen Märkten präsentieren und forciert den Sommer vermarkten. So steht u.a. für die Slowakei und Rumänien die Produktion eines Österreich-Katalogs mit buchbaren Angeboten auf dem Programm. Darüber hinaus auf dem Aktivitätenplan: Die Teilnahme an den wichtigsten Messen, Medienarbeit und Information sowie Schulung der Reiseindustrie-Vertreter.

Rückfragehinweis:

Dr. Christa Lausenhammer, Unternehmenssprecherin
Österreich Werbung
Tel.: 01/588 66-299
mailto:christa.lausenhammer@austria.info

*** TPT-ORIGINALTEXT UNTER AUSSCHLISSLICHER INHALTLICHER
VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0024 2005-11-08/08:56

080856 Nov 05

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20051108_TPT0024