

Gipfelstürmer belebten Vorsaison in Österreich

Utl.: Das Image von Urlaub in Österreich bei Bergsteigern =

Wien (TP/OTS) - 17% aller im Rahmen von T-MONA*) befragten Personen, die im Mai oder Juni dieses Jahres Urlaub in Österreich machten, bezeichnen sich als Bergsteiger (sehr sportiv, Berg- und Gipfeltouren, oft oberhalb der Baumgrenze, Trittsicherheit erforderlich, mindestens 3 Stunden reine Gehzeit, lautet die Definition). Bei der letzten Befragung im Vergleichszeitraum 2006 waren es noch 11%.

5% sind wahre Bergfexe, die während ihres Aufenthaltes sehr oft oder ständig auf Alpengipfeln anzutreffen sind, 12% gingen während ihres Urlaubs gelegentlich in die Berge.

59% der "Gipfelstürmer" kamen aus Deutschland, 22% aus Österreich selbst. Auch überdurchschnittlich viele Niederländer waren in der Gipfelregion anzutreffen.

Besonders ausgeprägt ist die Suche nach neuen Erfahrungen, die nur in der Natur zu finden sind. "Körper und Geist sollen zu einer Ausgeglichenheit finden", interpretiert Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, die Beweggründe der Wanderer, "Die Natur spielt zwar die Hauptrolle in der Wahrnehmung, genauso wesentlich ist aber die Selbsterfahrung angesichts einer schweißtreibenden Herausforderung."

Die Gäste wollen im Urlaub "Echtes", "Ursprüngliches" erleben und zeigen sich daher mit dem österreichischen Angebot überaus zufrieden.

Bergsteiger bewerteten das Urlaubsangebot Österreichs mit der sehr guten Note 1,6 (auf einer Skala von 1-6). Dabei stand die Schönheit der Landschaft an erster Stelle (1,1), für seine Naturattraktionen erhielt Österreich 1,3, und das Sportangebot konnte 1,4 verzeichnen. "Gastfreundlich", "gepflegt" und "sympathisch" waren Attribute, die Bergsteiger Österreich besonders oft zuwiesen.

"Bergsteiger sind zu einem Drittel in der Altersgruppe der 30-39-jährigen anzutreffen, und sie geben sich gern dem Genuss regionaltypischer Speisen und Getränke hin", so Stolba weiter, "Bergsteiger sind außerdem häufig genau aus den Milieus, die die Österreich Werbung als Zielgruppe ansprechen will: Menschen, die ein inspirierendes Urlaubserlebnis suchen!"

Während der Anteil von Gipfelstürmern mit Universitäts- oder Hochschulabschluss mit 28% gleich hoch ist wie in der Gesamtheit der Österreich-Urlauber, ist die Anzahl der Selbstständigen oder leitenden Angestellten mit 38% deutlich höher als beim Durchschnittsurlauber (26%).

Erfreulich, dass die Wiederbesuchsabsicht mit 88% und die Weiterempfehlungsabsicht mit 90% etwas höher liegt als bei der Gesamtheit der Österreich-Urlauber.

*) Die hier verwendeten Daten stammen aus T-MONA, dem Tourismus Monitor Austria, einem von der Österreich Werbung und der Firma MANOVA initiierten Projekt in der Partnerschaft mit den Landestourismusorganisationen, touristischen Regionen, dem BMWA und der WKO. Bei T-MONA handelt es sich um eine repräsentative Befragung der privaten Österreich Urlauber (entgeltlich sowie unentgeltlich logierende Urlauber). Befragt wurden 2.800 Urlauber in allen 9 Bundesländern.

Rückfragehinweis:

Mag. Eleonore Gudmundsson
Unternehmenssprecherin
Österreich Werbung
Tel.: +43 (0)1 588 66-299
mailto:eleonore.gudmundsson@austria.info
<http://www.austriatourism.com>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0003 2008-08-19/10:15

191015 Aug 08

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20080819_TPT0003