

## ÖW startet mit Optimismus in die Wintersaison



Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der ÖW und Josef Margreiter, GF der Tirol Werbung eröffnen beim Weltcupauftakt in Sölden/Tirol die touristische Wintersaison

Credit: Österreich Werbung  
Fotograf: Christian Lendl

Utl.: Die Österreich Werbung eröffnet am Rande des Skiweltcup-Auftakts in Sölden die touristische Wintersaison 2010/11. =

Sölden (TP/OTS) - Die Österreich Werbung (ÖW) nutzte auch heuer wieder den FIS Skiweltcup-Auftakt am 23. und 24. Oktober 2010 am Rettenbachgletscher in Sölden, um Lust auf Urlaub in Österreich zu machen und die Wintersaison medial zu eröffnen. Als Partner des ÖSV war die Österreich Werbung an beiden Renntagen mit "Urlaub in Österreich" prominent und gut sichtbar an der Rennstrecke vertreten.

"Österreichs Wintertourismus schreibt seit Jahren eine Erfolgsgeschichte. Selbst in der vergangenen Saison, die noch von einer international schwierigen Wirtschaftslage geprägt war, konnte der Winterurlaub in Österreich mit über 15 Mio. Ankünften einen neuen Rekord bei den Gästezahlen erzielen. Die Nächtigungen blieben mit etwa 63 Mio. auf hohem Niveau und stellen das drittbeste jemals erreichte Ergebnis dar", erläuterte Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit dem Fachverband der Seilbahnen Samstag Abend in Sölden. Auch die Umsätze konnten sich sehen lassen: Mit knapp zwölf Mrd. Euro zeigte sich der Wintergast ähnlich ausgabenfreudig wie in der Saison zuvor.

Betrachtet man die langfristige Entwicklung, war Österreich ursprünglich eine Sommerdestination. In den 1970er Jahren war das Verhältnis zwischen Sommer und Winter bei den Nächtigungen rund 70% Sommer zu 30% Winter. "Erst 2005 gab es erstmals mehr Winternächtigungen als im Sommer; derzeit halten wir bei rund 50,5%

Winter- zu 49,5% Sommernächtigungen", so Stolba. Beim Wintersporturlaub in Europa ist Österreich übrigens mit großem Abstand Marktführer (Marktanteil 57%), deutlich dahinter kommen erst Frankreich, Italien und die Schweiz.

Die Stärken des Urlaubslandes Österreich liegen sowohl im Wintersport als auch bei Ferien im Schnee abseits der Pisten - Stichwort sanfter Winter - und bei City Trips in der kalten Jahreszeit. Viele potenzielle Gäste nehmen Österreich aber hauptsächlich als Wintersportdestination wahr. "Aus diesen Gründen macht die ÖW heuer verstärkt auf jene Facetten des Winterurlaubs aufmerksam, die spannende Erlebnisse neben Skifahren und Boarden versprechen und ebenfalls einen Buchungsanreiz für den Winter in Österreich bieten. Dementsprechend lautet unser Kampagnenmotto für 2010/2011: Den Winter neu entdecken", erläutert Stolba. Die ÖW begegnet damit auch dem in vielen Märkten zu beobachtenden Trend vom Skiurlaub zum Winterurlaub. Skifahren bleibt zwar die Kernaktivität vieler Gäste - Zusatzangebote wie Wellness, sanfte Bewegung in der Natur und natürlich die Kulinarik gewinnen immer mehr an Bedeutung.

Die bisherige Entwicklung im österreichischen Tourismus ist angesichts der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mehr als zufriedenstellend. Österreich konnte sich sehr gut behaupten und in der Krise sogar Marktanteile dazugewinnen. Die umfangreichen Investitionen der Regionen, Betriebe und Seilbahnen versprechen für den kommenden Winter ein hervorragendes Angebot.

In den wichtigsten Herkunftsmärkten ist die Stimmung vor dem Start in die Wintersaison nicht euphorisch, aber durchwegs positiv und optimistisch. In Polen oder Russland beispielsweise sind die Vorausbuchungen sehr gut, für die russischen Gäste bleibt Österreich das Winterziel Nummer 1. In Großbritannien sollte der Abwärtstrend der letzten beiden Jahre gestoppt sein, hier kann Österreich mit seinem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis gegenüber den Mitbewerbern punkten. Nicht förderlich sind die heuer ungünstig gelegenen Weihnachtsfeiertage (25.12. und 1.1. sind Samstage), diese machen sich beispielsweise in Deutschland in der bisherigen Buchungslage bemerkbar. Dazu kommt als besondere Herausforderung der späte Ostertermin 2011 (Osterferien 16.-26.4.). "Wir haben daher Pläne für eine vertriebsfördernde Onlinekampagne in der Schublade, um im Falle guter Schneeverhältnisse die Saison für die Betriebe und Regionen noch verlängern zu können", so Stolba.

Die Österreich Werbung wird für die Wintersaison insgesamt rund 13 Mio. EUR für Tourismusmarketing weltweit einsetzen. In elf Märkten gibt es eigene Winterkampagnen, so z.B. in Deutschland, Großbritannien und Benelux, aber auch Zentraleuropa und Russland. Konkrete Prognosen für den Winter sind schwierig, nicht zuletzt durch das immer kurzfristigere und oft vom Wetter bzw. den Schneesverhältnissen abhängige Buchungsverhalten. "Dennoch blicken wir optimistisch in die kommende Saison und freuen uns, gemeinsam mit unseren Partnern Lust auf Winterurlaub in Österreich zu machen", so Stolba abschließend.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Österreich Werbung  
Tel. 01/588 66-299 bzw. Mobil: 0664/614 29 89  
<mailto:ulrike.rauch-keschmann@austria.info>  
[www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/161/aom>

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

TPT0001 2010-10-24/11:58

241158 Okt 10

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20101024\\_TPT0001](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20101024_TPT0001)