

## Schweizer Gäste hoch im Kurs



v.l.n.r.: Carmen Breuss, ÖW Markt Managerin Schweiz, Mario Baier, Direktor Burgenland Tourismus, Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung

Credit: ÖW  
Fotograf: Christian Lendl

Utl.: Neben den traditionellen Urlaubszielen im Westen setzen auch andere Regionen immer mehr auf den Schweizer Herkunftsmarkt =

Wien (TP/OTS) - Die Schweizer zählen zu den reisefreudigsten Nationen der Welt. "Österreich steht für unsere acht Millionen Nachbarn aktuell an fünfter Stelle der beliebtesten ausländischen Destinationen. Mit zuletzt knapp 1,3 Mio. Ankünften und rund 4,6 Mio. Nächtigungen im Jahr 2012 stellt die Schweiz für uns den drittgrößten ausländischen Herkunftsmarkt nach Deutschland und den Niederlanden dar", erklärt Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW). Neben den bekannten Schweizer "Hochburgen" Vorarlberg, Tirol und Wien, möchte die Österreich Werbung den westlichen Nachbarn künftig auch weitere Regionen schmackhaft machen. Wie dies gelingen soll, war Thema bei einem Pressegespräch Dienstag abends im Schweizerhaus im Wiener Prater.

Zwtl.: Österreich profitierte zuletzt vom starken Franken

Pro Jahr machen die als reisefreudig bekannten Schweizer durchschnittlich 2,6 Reisen, wobei 63% davon ins Ausland führen. "Aufgrund der stabilen Wirtschaftswerte, der niedrigen Arbeitslosenrate und des starken Frankens ist die Schweiz ein heiß umworbener Markt", erläutert Carmen Breuss, ÖW-Markt Managerin Schweiz. Davon konnten zuletzt die benachbarten Euro-Länder, insbesondere Deutschland, Österreich und Italien (Südtirol) profitieren. In Österreich kommt es derzeit - nach zwei Jahren mit extremen Zuwachsraten aus der Schweiz (Nächtigungen 2011: +13%, 2012 +7%) - zu einer Verflachung des Trends (Jänner bis Juli 2013:

Nächtigungen +0,7% bei leicht rückläufigen Ankünften).

Mehr als die Hälfte der Schweizer Gäste kommen im Sommer nach Österreich. Gab es hier 2012 noch ein deutliches Plus, kam es in der ersten Sommerhälfte (Mai - Juli) 2013 zu leichten Rückgängen (Ankünfte: -1,9%, Nächtigungen -1,4%), die vor allem den schlechten Wetterbedingungen am Saisonstart zuzuschreiben sind. Dennoch besteht für Breuss kein Grund zur Sorge: "Das anhaltende Schönwetter, die positiven Juli-Zahlen und die große Bedeutung der Monate September und Oktober als Urlaubszeit lassen auf eine positive Sommersaison 2013 hoffen."

Zwtl.: Schweizer schätzen Natur, Kultur und Gastfreundschaft

Österreich punktet aufgrund einer Reihe an Faktoren bei seinen Schweizer Nachbarn:  
Natur in Kombination mit dem attraktiven Kulturangebot, die hohe Qualität der Hotellerie, die zeitgenössische Interpretation regionaler Küche, das Weinangebot sowie die österreichische Gastfreundlichkeit und Gemütlichkeit. Damit möchte auch das Burgenland punkten. "Gemessen an Übernachtungen ist die Schweiz nach Deutschland der zweitwichtigste Auslandsmarkt für das Burgenland geworden", erklärt Mario Baier, Direktor Burgenland Tourismus. "Wir erleben beim Schweizer Gast immer wieder, wie bekannt und beliebt der burgenländische Wein nicht zuletzt wegen seines guten Preis-Leistungs-Verhältnisses ist. Diese Stärke möchten wir nutzen und über das Segment Wein&Kulinarik in Verbindung mit Natur- und Kulturerlebnis mit hochwertigen Angeboten die Nächtigungszahlen weiter steigern."

Zwtl.: Großes Potenzial als Ganzjahresdestination

Wien stellt bei den kulturinteressierten Schweizern schon seit Jahren ein beliebtes Reiseziel dar. Rund 150 Direktflüge/Woche nach Wien, Salzburg und Graz, acht direkte Zugverbindungen täglich ab Zürich nach Wien sowie eine neue Bahn-Tagesverbindung ab Dezember 2013 nach Graz garantieren eine angenehme Anreise in alle Teile Österreichs. "Dank des verbesserten touristischen Herbst-Angebotes, der längeren Saisonzeiten und der Verfügbarkeit der gewünschten Hotelkategorien entwickelt sich Österreich immer mehr zur Ganzjahresdestination für die Schweizer", erläutert Breuss.

Zwtl.: Attraktive Zielgruppe

Mit vergleichsweise hohen Tagesausgaben (135 Euro im Sommer, 155 Euro im Winter) liegen die Schweizer im Spitzenfeld der ausgabefreudigen Gäste. Rund 60% der Nächtigungen entfallen auf die 4 und 5-Stern-Hotellerie. Die Ansprüche der Zielgruppe decken sich mit den Angebotsstärken Österreichs. "Schweizer Gäste suchen aktive Bewegung in der Natur, gefolgt von 'genießeri-schen' Aktivitäten und Erholung", erläutert Breuss. Auch der Aspekt der Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung und fließt zukünftig verstärkt in die Urlaubsplanung ein. "Die Schweizer legen überdurchschnittlich viel Wert auf ein möglichst ökologisches, ressourcenschonendes und umweltfreundliches Leben, sowohl im Alltag als auch im Urlaub.

Die Marktstrategie der ÖW berücksichtigt all diese Entwicklungen. "Wir wollen Österreich als Destination für Natur- und Erholungsurlaub im Sommer stärken, wobei der Gastgeber-Rolle, der Begegnungsqualität und dem Genuss- und Verwöhn-Element eine entscheidende Rolle zukommt", so Breuss. Parallel dazu wird Österreich mit überraschenden und inspirierenden Reiseideen als Kurzreisedestination gestärkt. "Die Schweiz ist und bleibt einer der wichtigsten Herkunftsmärkte für den heimischen Tourismus. Dank der richtigen Marktstrategie, den passenden Angeboten und einem abgestimmten Marketing sehe ich hier auch für die Zukunft noch großes Potenzial", so Stolba abschließend.

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

~

Rückfragehinweis:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Tel.: +43 (0)1 588 66-299  
[ulrike.rauch-keschmann@austria.info](mailto:ulrike.rauch-keschmann@austria.info)  
<http://newsroom.austriatourism.com/>  
<http://www.austriatourism.com>

~

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

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

TPT0004 2013-09-18/09:57

180957 Sep 13

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20130918\\_TPT0004](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20130918_TPT0004)