

Österreichs Tourismus gut gerüstet für den Winter



Petra Stolba, Geschäftsführerin Österreich Werbung und Franz Hörl, Obmann Fachverband Seilbahnen

Credit: ÖW/Lendl

Fotograf: Christian Lendl

Utl.: Österreich Werbung und Seilbahnen vor Saisonbeginn
optimistisch =

Sölden (TP/OTS) - Der Winter in Österreich schreibt seit Jahrzehnten eine Erfolgsgeschichte. "Auch im vergangenen Winter 2012/2013 konnten wir mit 16,7 Mio. Ankünften (+1,8%) und 65,6 Mio. Nächtigungen (+1,9%) neuerliche Zuwächse erzielen. Und wir hoffen, auch heuer an dieses gute Ergebnis anschließen zu können", erklärte Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit Abg.z.NR Franz Hörl, Obmann des Fachverbands der Seilbahnen am Wochenende in Sölden.

Die kürzlich veröffentlichte Zwischenbilanz des Sommers sorgt bei der Branche für Rückenwind. "Dass wir trotz des widrigen Starts in diesen Sommer bis September ein so deutliches Plus erzielen konnten, ist natürlich auch ein positives Signal für die kommende Wintersaison", so Stolba. Dass die Umsätze hier nicht mithalten können, ist dabei ein Wermutstropfen, der die Branche seit längerem verfolgt. "Auch wenn die Tagesausgaben der Wintergäste mit durchschnittlich 120Euro deutlich über jenen der Sommerurlauber liegen, könnte sich diese Entwicklung aufgrund der konstant kürzeren Aufenthaltsdauer und der geringeren Ausgabefreudigkeit in Folge der allgemein schwierigen wirtschaftlichen Situation auch in der Wintersaison weiter fortsetzen."

Seitens der Seilbahnen zeigt man sich angesichts des Vergleichs der vergangenen beiden Wintersaisonen erfreut: "Wir konnten bei wesentlichen Branchenzahlen erneut deutlich zulegen und damit die

Unkenrufe mancher Kritiker, die Branche sei keine mit Zukunft, deutlich widerlegen", so Obmann Hörl. So kam es sowohl beim Kassenumsatz mit einem Ergebnis von 1.243 Mio. Euro mit einem Plus von sieben Prozent und bei den "Skier Days" mit einer Anzahl von 54,2 Millionen (+8,4%) zu neuen Rekordwerten.

Zwtl.: Große Nachfrage nach Winterurlaub in Österreich

In die kommende Wintersaison sieht die Österreich Werbung optimistisch. Die allgemeine Reiselust in den wichtigsten ausländischen Herkunftsmärkten - das sind im Winter Deutschland, die Niederlande, Schweiz, Italien, Großbritannien gefolgt von Tschechien, Russland, Belgien, Ungarn und Polen - ist bis auf wenige Ausnahmen immer noch auf hohem Niveau, die Nachfrage nach Winterurlaub in Österreich vielerorts stärker als im Vorjahr. Dazu kommt, dass Österreich mit knapp 50% Marktanteil und großem Abstand Marktführer bei den Wintersporturlaube der Europäer ist. "Hier kann Österreich vor allem mit seiner ausgezeichneten Infrastruktur, der über die Grenzen hinaus geschätzten Gastfreundschaft und einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis punkten", so Stolba.

Einfluss auf die Entwicklung haben aber auch andere Rahmenbedingungen: "Die Feiertage rund um Weihnachten und Neujahr fallen heuer günstig, ebenso wie die wichtigsten Ferientermine in Österreich, Deutschland und den Niederlanden. Der späte Ostertermin könnte allerdings für einige, vor allem tiefer gelegene Skigebiete, eine Herausforderung darstellen."

Zwtl.: Regionen, Betriebe und Seilbahnen versprechen ein hervorragendes Angebot

Die große Mehrheit der Wintergäste (66%) bezeichnet ihren Aufenthalt in Österreich als Ski- bzw. Snowboardurlaub, gefolgt von Winterurlaub im Schnee (35%) und Erholungsurlaub (20%). "Österreich steht bei den Wintersportlern hoch im Kurs. Dies verdanken wir auch den getätigten Investitionen, die Österreichs Seilbahnen zu den modernsten, sichersten, schnellsten und komfortabelsten der Welt machen", so Hörl.

Je nach Altersgruppe punkten Österreichs Skigebiete bei jenen Attributen, die für die jeweilige Zielgruppe besonders wichtig sind. Unter 20-Jährige finden Skigebiete stärker unterhaltsam und erlebnisreich, über 50-Jährige erholsam und gastfreundlich. "Es

gelingt somit in besonders hohem Maße, für jeden Geschmack etwas zu bieten und damit die Zufriedenheit in den unterschiedlichen Altersgruppen ständig zu erhöhen."

Auch die Kombination aus Preis und Angebot wird von den Gästen gut benotet. Die Zufriedenheit mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis des Produktes "Skipass" ist über die Jahre hinweg gleichgeblieben und hat sich 2013 sogar verbessert. "Skifahren ist jung, 'in' und gut", weiß Hörl. Das zeigt auch die Altersstruktur der Wintersportler: ein Drittel der alpinen Wintersportler ist unter 30 Jahren, bei den Snowboardern sind es sogar über 50%.

Zwtl.: Österreich Werbung setzt bei der Bewerbung auf das ganzheitliche Wintererlebnis im Urlaubsland Österreich

Alpines Skifahren bleibt nach wie vor die Kernaktivität der meisten Gäste, aber auch alternative Sportangebote wie Langlaufen oder Schneeschuhwandern sowie winterliche Naturerlebnisse wie Spaziergänge oder Kutschenfahrten werden immer öfter nachgefragt. Um auch in Zukunft das Potenzial im Wintergeschäft optimal ausschöpfen zu können, sieht Stolba zwei Erfolgsfaktoren: "Zum einen neue Zielgruppen für den Skisport begeistern - vor allem die Gruppe der Wiedereinsteiger verdient hier besonderes Augenmerk. Zum anderen alternative Angebote im Winter verstärken, um auch Nichtskifahrern ein genussvolles Wintererlebnis in Österreich bieten zu können." Vor diesem Hintergrund bietet Österreich bereits heute mit perfekten alpinen Ski-Angeboten, aber auch mit Urlaubsaktivitäten abseits der Piste, Wellness-Bereichen sowie im Bereich Städte, Kunst und Kultur entsprechende Möglichkeiten.

Das Winterangebot auf und abseits der Piste rückt die heurige ÖW-Kampagne unter dem Motto "Ein Winter voller Lebensfreude" in den Mittelpunkt, die in elf Märkten zum Einsatz kommt und mehrere Marketing-Instrumente, wie Pressearbeit, Online- und Offline-Werbung sowie Veranstaltungen kombiniert. Darüber hinaus werden PR-wirksame Events in ausgewählten Herkunftsmärkten umgesetzt, wie beispielsweise Mitte Oktober die Verwandlung eines hektischen Londoner Bankenviertels in eine schneereiche österreichische Winterlandschaft oder eine "Pop-Up Winterwelt" im Warschauer Frühverkehr.

Bereits in der Vorsaison lässt es die Österreich Werbung heuer ganz sicher schneien - zumindest online unter www.winter.austria.info. Dort können User per Mausklick aus österreichischen Sommermotiven nach und nach verschneite Landschaften

machen. Die Schneeflocken können auch personalisiert und als Wintergruß via Facebook, Twitter oder E-Mail verschickt werden. Online weiter im Einsatz ist auch der vor einem Jahr vorgestellte Winterimagefilm "A winter waltz" (www.youtube.com/austria), der bereits über 400.000 Clicks verzeichnet und mehrfach ausgezeichnet wurde.

Im Rahmen der Olympischen Winterspiele in Sochi, die von 7. bis 23. Februar 2014 über die Bühne gehen, wird der österreichische Winter ebenfalls präsent sein. Im "Austria Tirol House" wird die Österreich Werbung einen Tag lang die österreichische Gastfreundschaft unter Beweis stellen.

"Insgesamt sehe ich Österreich Tourismus gut gerüstet für den kommenden Winter. Die Regionen, Betriebe und Seilbahnen versprechen ein hervorragendes Angebot. Das Marketing ist bereits angelaufen und wir freuen uns, gemeinsam den österreichischen Winter in allen Facetten zu bewerben. Jetzt müssen nur noch das Wetter und die Schneeverhältnisse mitspielen" so Stolba abschließend.

Weitere Informationen zum Winter und Bildmaterial finden Sie im ÖW-Newsroom unter <http://newsroom.austriatourism.com/>

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. 01/588 66-299 bzw. 0664/614 29 89
ulrike.rauch-keschmann@austria.info

~

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

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

TPT0001 2013-10-27/11:20

271120 Okt 13

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20131027_TPT0001