

Ganzjahrestourismus stärken, Nebensaisonen aufwerten



v.l.n.r.: Dr. Petra Stolba, ÖW-Geschäftsführerin, Mag. Birgit Pototschnig, ÖW-Bereichsleiterin "International Market Management";

Credit: ÖW
Fotograf: Christian Lendl

Wien (TP/OTS) - Österreich kann von wachsender Sehnsucht der Menschen nach Auszeiten vom Alltag profitieren. ÖW-Herbstkampagne will Gäste aus Österreich und Süddeutschland für einen Kurzurlaub begeistern.

Der Sommerurlaub findet schon lange nicht mehr nur im Juli und August statt. Denn je schnelllebiger und komplexer der Alltag wird, umso größer die Sehnsucht nach regelmäßigen Auszeiten - um sich zu entspannen, auf andere Gedanken zu kommen oder auch neue Erfahrungen zu machen. "Für das Urlaubsland Österreich liegt hier großes Potenzial, denn die Nachfrage nach ganzjährigen attraktiven Angeboten wird weiter steigen. Neben den Städten, die in den Nebensaisonen traditionell stärker nachgefragt sind, haben auch viele Regionen in neue Angebote investiert. Die neue Herbstkampagne der Österreich Werbung rückt diese in den nächsten Wochen ins Scheinwerferlicht", erklärte ÖW-Geschäftsführerin Dr. Petra Stolba bei der Präsentation der Kampagne Montagabend in Wien.

Betrachtet man Österreichs Nächtigungsstatistik, sieht man immer noch zwei große Spitzen: den Sommer mit den Monaten Juli und August (26 Prozent der Gesamtnächtigungen) und die Wintermonate Jänner bis März (35 Prozent der Gesamtnächtigungen). Hingegen tragen die Monate April bis Juni sowie September bis November mit jeweils 16 Prozent nur rund ein Drittel zum Gesamtergebnis der Nächtigungen bei. Im langjährigen Vergleich hat der Hochsommer etwas an Gewicht verloren, während die Wintermonate Jänner bis März sowie die Nebensaison-Monate September bis November leicht zugenommen haben.

"Der Nächtigungs-Trend geht zwar in die richtige Richtung, aber wir haben noch Luft nach oben", so Stolba. Die aktuelle gesellschaftliche Entwicklung unterstützt die Anstrengungen der Branche Richtung Saisonverlängerung. "Die Sehnsucht der Menschen nach regelmäßigen, wenn auch kurzen Auszeiten, um dem Stress zu entgehen und frische Energie zu tanken, wird immer größer. Neben dem Haupturlaub wird daher immer öfter auch in der Nebensaison nach passenden Urlaubsangeboten gesucht. Das Urlaubsland Österreich mit seinen vielfältigen Angeboten kann diese Bedürfnisse befriedigen - nicht ohne Grund werden wir von unseren deutschen Gästen als "Sonntag vom Alltag" wahrgenommen", so Stolba.

Zwtl.: Große Nachfrage aus dem In- und Ausland nach Angeboten in Stadt und Land

Wichtige Zielgruppen für ganzjahrestouristische Angebote sind einerseits internationale Gäste mit Interesse an einem Stadt- und Kultururlaub (insbesondere aus Italien, der Schweiz, Asien oder USA), was wiederum ein Türöffner für die Regionen sein kann. Andererseits sorgen Erholungsurlauber aus unseren Nachbarländern, allen voran aus dem wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland, und die Österreicher selbst für mehr Auslastung und Wertschöpfung in der Nebensaison.

Für die Branche geht es jedenfalls um eine interessante Zielgruppe. Der Nebensaison-Gast bleibt statistisch betrachtet zwar kürzer, nächtigt dafür sehr viel häufiger im Hotel. Der Anteil der 4- und 5-Sterne-Kategorien ist um bis zu zehn Prozent höher als in der Hauptsaison, entsprechend höher sind auch die Tagesausgaben. "Gefragt sind vor allem wetterunabhängige Urlaubsarten wie Städte-, Kultur- und Wellnessangebote. Allerdings wird in der Nebensaison auch sehr gerne gewandert und Rad gefahren, also durchaus auch sportliche Aktivitäten - und der Genuss darf dabei keinesfalls zu kurz kommen" so Stolba.

Für die steigende Nachfrage müssen aber auch die richtigen Angebote zum richtigen Zeitpunkt verfügbar sein. Aus diesem Grund ist die Stärkung des Ganzjahrestourismus auch ein wichtiger Pfeiler in der Tourismusstrategie des Wirtschafts- und Tourismusministeriums. Denn attraktive Angebote über die Hauptsaisonen hinaus erhöhen die Auslastung der Betriebe und machen die Tourismuswirtschaft krisenfester und unabhängiger von Wetterkapriolen. In den letzten Jahren wurden beispielsweise mit der Profilierung der Sommerbergbahnen, mit Wanderwegen wie dem Alpe-Adria-Trail, im

Gesundheitstourismus zum Beispiel mit dem Projekt Hohe Tauern Health und der Gesundheitsregion Salzburg sowie mit Kulinarik-Angeboten wie dem Bauern- und Weinherbst wichtige Impulse gesetzt. "Die Branche ist auf dem richtigen Weg und hat viele Projekte für eine Belebung der Nebensaisonen umgesetzt", hob Stolba hervor.

Zwtl.: ÖW-Herbstkampagne rückt Kultur in Stadt & Land, Wellness, aktive Bewegung in der Natur und Genuss ins Scheinwerferlicht

Mit einer eigenen Herbstkampagne "Entdecke den Herbst für dich. Urlaub in Österreich" will die Österreich Werbung Gäste für einen Kurzurlaub begeistern. "Neben Hörfunk (Ö3-Gewinnspiel-Promotion) und Printanzeigen in Österreich und Süddeutschland setzt die ÖW von August bis Oktober vor allem auf umfangreiche Online-Aktivitäten. Präsentiert werden darin attraktive buchbare Angebote zu den Themen Kultur in Stadt und Land, Wellness und Regeneration sowie Wandern, Rad und Wein", erläuterte die verantwortliche ÖW-Bereichsleiterin Mag. Birgit Pototschnig. Rund 750.000 Euro werden gemeinsam mit den teilnehmenden österreichischen Tourismuspartnern (Kärnten Werbung, Steiermark Tourismus, Burgenland Tourismus, Salzburg Stadt, Bioferien.at, Railtours, Osttirol Werbung, Urlaub am Bauernhof Kärnten und der ÖBB) investiert.

Das Video zur Herbstkampagne finden Sie unter diesem Link:
<https://www.youtube.com/watch?v=Ahc1MMuGay4>

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
Österreich Werbung
Leiterin Unternehmenskommunikation
Tel: +43/1/588 66 299
E-Mail: ulrike.rauch-keschmann@austria.info
Web: <http://newsroom.austriatourism.com>

~

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

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

TPT0005 2014-08-19/10:21

191021 Aug 14

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20140819_TPT0005