

Wintertourismus hat neue Gäste im Visier



Franz Hörl (Obmann FV Seilbahnen), Christian Schnöller (Bergbahnen Sölden), Dr. Petra Stolba (GF Österreich Werbung) und Erik Wolf (GF FV Seilbahnen) am IceQ im Rahmen des Skiweltcup-Openings in Sölden am 25. Oktober 2014.

Credit: ÖW

Fotograf: Christian Lendl

Utl.: Österreich Werbung und Fachverband Seilbahnen zeigen sich beim Winterauftakt in Sölden optimistisch für die kommende Saison. =

Sölden (TP/OTS) - Winterurlaub in Österreich ist aus Sicht der Gäste (immer noch) untrennbar mit Skiurlaub verbunden. Das bestätigen die aktuellen Ergebnisse der Gästebefragung T-Mona, die die Österreich Werbung (ÖW) am Wochenende in Sölden präsentierte. "Mehr als die Hälfte aller Gäste gibt an, einen Ski- und Snowboardurlaub zu machen. Damit liegt diese Urlaubsart mit Abstand auf Platz 1, wenn auch andere wie Winterurlaub im Schnee, Erholungsurlaub, Städteurlaub und Shoppingreise gegenüber der letzten Befragung leicht zugelegt haben", erklärt ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba bei einem gemeinsamen Pressegespräch mit dem Obmann des Fachverbands der Seilbahnen Franz Hörl.

Befragt nach den Entscheidungsgründen für Österreich liegen auf Platz 1 ex aequo die Berge und das Wintersportangebot (je 62%), gefolgt von der Attraktivität des Skigebiets (46%) sowie Landschaft und Natur (35%) und Schneesicherheit (32%). Gastfreundschaft wird von 27% der Gäste angegeben. Auch bei den Aktivitäten im Urlaub steht Skifahren mit Abstand auf Platz 1 (64%), immer mehr Menschen nehmen aber auch andere - zusätzliche oder alternative - Angebote in der Region in Anspruch. "Das heißt in der Praxis, nicht mehr jeden Tag im Urlaub Skifahren, sondern auch mal einen Tag in die Therme oder eine Winterwanderung", so Stolba.

Hier schlägt auch eine gesellschaftliche Entwicklung durch, erläutert Stolba: "Immer öfter fahren mehrere Generationen einer Familie oder

größere Freundeskreise gemeinsam auf Urlaub, und dann wollen alle - auch die Nicht-Skifahrer - ein attraktives Programm." Für die Regionen bedeutet das, nicht nur perfekte Skiinfrastruktur zu bieten, sondern auch zusätzliche Angebote wie Wanderwege, Rodeln oder Langlauf-Loipen - aber natürlich auch Wellness-, Gesundheits- und hochqualitative kulinarische Angebote.

Zwtl.: Seilbahnen investieren mehr als 500 Mio. Euro

"Auch wenn der vergangene Winter wetterbedingt kein einfacher war: Österreichs Seilbahnen konnten sich als Nummer Eins am Markt behaupten", so Franz Hörl. Trotz einem Umsatzminus von 2,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr konnte das hohe Niveau im Fünfjahresvergleich gehalten werden. "Deutlich sichtbar war die Stärke der heimischen Branche, mit hoher Qualität und bester Technik zu punkten", so Hörl. Dies betrifft vor allem auch die hohen Investitionen in die Beschneigung, die maßgeblich zum Erfolg beigetragen hat. Auch laut SAMON, dem Kundenorientierungsmonitor der Seilbahnbranche, wurden die besten Werte seit Einführung der Befragung von MANOVA vor zehn Jahren registriert. Die Zufriedenheit mit Seilbahnen und Liften lag bei einem Mittelwert von 1,84 (Skala: 1=äußerst begeisternd, 6=eher enttäuschend) und auch mit den Pistenverhältnissen zeigten sich die Gäste im letzten Winter mit einem Mittelwert von 1,83 sehr zufrieden. "Das führt dazu, dass knapp 90 Prozent der Gäste die österreichischen Skigebiete weiterempfehlen. Das ist die beste Werbung und schönste Bestätigung für unsere Arbeit", betont Hörl.

Auch im kommenden Winter wird wieder kräftig investiert. Mehr als 500 Millionen Euro fließen dabei in Sicherheit, Komfort, Beschneigung und Modernisierung der Infrastruktur. "Damit halten wir nicht nur unser hohes Level, sondern legen im Vergleich mit dem Wettbewerb im Ausland sogar noch einen Zahn zu", zeigt sich Hörl optimistisch.

Zwtl.: Neue Zielgruppen für den Winter im Visier

Um die positive Entwicklung des Winters auch langfristig abzusichern, ist neben laufenden Investitionen auch die Ansprache neuer Zielgruppen notwendig. Jüngstes Erfolgsbeispiel ist die mit den Bundesländern Kärnten, Tirol, Salzburg und Vorarlberg gemeinsame ÖW-Kampagne "Wieder Skifahren. Willkommen zurück" in Deutschland, die maßgeschneiderte Angebote für die Gruppe der Wiedereinsteiger kommuniziert. "Diese potenziellen Gäste werden heuer auch in Großbritannien und den Niederlanden gezielt angesprochen", so Stolba.

Langfristig blickt die ÖW aber auch auf ganz neue Märkte, die man für einen Winterurlaub in Österreich begeistern kann. Zum Beispiel in China, wo Skiurlaub zwar ein reines Nischenthema ist - das Interesse aber durch die Bewerbung Pekings für die Olympischen Winterspiele 2022 steigen könnte. Punktuell gibt es jetzt bereits Nachfrage von Einzelreisenden und Kleingruppen, dabei geht es um eine Kombination aus Skifahren bzw. Winteraktivitäten und Ausflügen in Städte oder Thermenbesuche. Regionen, die bereits jetzt am chinesischen Markt aktiv sind (wie Innsbruck, Zell am See oder das Salzkammergut) könnten hier Potenziale abschöpfen.

Zwtl.: Optimistischer Blick auf die Wintersaison 2014/15

Für den kommenden Winter ist China (noch) kein Thema, die Österreich Werbung setzt mit der Kampagne "Ein Winter voller Lebensfreude" in neun Märkten auf das ganzheitliche Wintererlebnis in Österreich. Zusätzliche Kampagnen wie z.B. jene für Wiedereinsteiger in Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden, aufmerksamkeitsstarke Aktionen wie "Your Ride into the Austrian Winter" mit einem österreichischen Quiz-Taxi in der Londoner Innenstadt oder im Online-Gaming-Bereich die "Austrian tiptour Winter" runden das Wintermarketing ab.

Nach Einschätzung ihrer Marktexperten blickt die Österreich Werbung optimistisch in die kommende Saison. "Die allgemeine Reiselust in den wichtigsten Herkunftsmärkten ist groß, die Feiertage über Weihnachten und Neujahr fallen günstig, Ostern ist 2015 auch wieder früher - das sind gute Rahmenbedingungen. Und Österreich hat ein tolles Angebot: nicht nur für den Wintersport, sondern auch für die steigenden Ansprüche der Gäste was Zusatzangebote in der Natur, Wellness und Kulinarik betrifft. Das alles kombiniert mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis und der über die Grenzen hinaus geschätzten Gastfreundschaft - wenn dann auch noch rechtzeitig Schnee kommt, kann nichts mehr schiefgehen", so Stolba abschließend.

Weitere Fotos und Unterlagen 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

Österreich Werbung
Unternehmenskommunikation
Tel.: (01) 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://newsroom.austriatourism.com>
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 2014-10-26/11:17

261117 Okt 14

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20141026_TPT0001