

Österreichs Tourismus gut gerüstet für den kommenden Winter

Utl.: ÖW hofft trotz herausfordernder Rahmenbedingungen an Vorjahresergebnis anschließen zu können. Österreichs Seilbahnen starten mit Rekordinvestitionen in die neue Saison. =

Wien (TP/OTS) - Der Winter in Österreich schreibt seit Jahrzehnten eine Erfolgsgeschichte. So konnten in der vergangenen Wintersaison 2015/2016 mit 18,5 Mio. Ankünften (+5%) und 68,5 Mio. Nächtigungen (+4%) neue Höchstwerte erzielt werden. Auch am Beginn der Wintersaison 2016/17 hofft der heimische Tourismus auf Zuwächse - wenn auch Prognosen immer schwieriger werden, wie Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit dem Fachverband der Seilbahnen in Wien erläutert. „Die Buchungen erfolgen seit Jahren immer kurzfristiger und auch wetterabhängiger. Aufgrund der Wetter- und Schneeverhältnisse in den letzten beiden Wintern scheinen einige Gäste offensichtlich mit der Buchung noch abzuwarten“, so Stolba.

Dennoch zeigen sich die Expertinnen und Experten der weltweiten ÖW-Vertretungen für die bevorstehende Wintersaison verhalten optimistisch. „Die wirtschaftliche Situation und damit das Konsumverhalten entwickelt sich in den meisten Herkunftsmärkten gut. Auch die allgemeine Reiselust ist bis auf wenige Ausnahmen auf hohem Niveau und die Nachfrage nach Österreich entsprechend hoch. Allerdings stellt heuer die ungünstige Feiertagskonstellation zu Weihnachten die Branche ebenso vor Herausforderungen wie Ferienkollisionen zwischen Deutschland, den Niederlanden und Belgien sowie der später Ostertermin“, so Stolba. Insgesamt also keine optimalen Rahmenbedingungen, dennoch ist man seitens der ÖW überzeugt, mit den hochqualitativen Angeboten auf und abseits der Piste, dem ausgezeichneten Preis-Leistungsverhältnis und innovativem Marketing viele Menschen für einen Winterurlaub in Österreich begeistern zu können.

Zwtl.: Österreichs Seilbahnen bauen Führungsposition aus

„Österreichs Seilbahnen starten mit hohen Investitionen in den neuen Winter. Insgesamt fließen ca. 700 Millionen Euro in Infrastruktur, neue Bahnen und Beschneiung“, so Franz Hörl, Obmann des Fachverbandes der Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Österreich. Vor allem

letzteres sei in den vergangenen Jahren wichtiger Teil des Erfolges gewesen. „Egal wie die Bedingungen sein werden – wir sind bereit für den Start“, erklärt Hörl, der darauf verweist, dass Beschneigung in keinem Land derart nachhaltig und energieeffizient wie in Österreich funktioniere. Auch das sei direkte Folge starker Unternehmen und entsprechender ständiger Modernisierung der Anlagen. Für Hörl ist das Ziel klar: „Wir möchten im Wettbewerb weiterhin vorne sein, denn genau das hat in den vergangenen Jahren zu stabilen Zahlen bei Ersteintritten und Umsätzen geführt. Die Seilbahnbranche ist eine der wenigen Branchen, in denen Österreich Weltmarktführer ist – egal ob bei Seilbahnunternehmen oder Seilbahnherstellern“, so der Obmann. Die Zahlen sprechen laut Hörl eine klare Sprache: „Die Ersteintritte blieben im vergangenen Winter konstant hoch, die Umsätze konnten gesteigert werden. Auch das Durchschnittsalter bleibt unverändert bei 39 Jahren, was mit Blick auf die demographische Entwicklung einen sehr optimistischen Blick in die Zukunft erlaubt.“

Zum Thema Skipass-Preise betont Hörl, dass diese für die Destinationsentscheidung eine unverändert untergeordnete Rolle spielen. In einer aktuellen MANOVA-Erhebung bezeichnen lediglich fünf Prozent den Preis als „Entscheidungsgrund für das Skigebiet“, während 57 Prozent die Größe des Skigebietes, 45 Prozent die Qualität der Pisten und 37 Prozent die Schneesicherheit als wichtig erachten.

Für den obersten österreichischen Seilbahner sei neben der touristischen Komponente vor allem die lokale und regionale Bedeutung hervorzuheben. „Seilbahnen sind Tourismusmagnete, Innovationstreiber und Arbeitgeber zu gleich. Zudem schaffen sie unersetzbare Wertschöpfung in den ländlichen Gebieten Österreichs. Aus jedem einzelnen Seilbahn-Euro werden mehr als sechs Euro, die in der Region bleiben“, so Hörl.

Zwtl.: Österreich sorgt mit neuen Bahnen für Aufsehen

Der Geschäftsführer des Fachverbandes der Seilbahnen Dr. Erik Wolf betont, dass der kommende Winter von „modernen Bahnen, neuen Formaten und noch mehr Angeboten für unterschiedliche Zielgruppen“ geprägt sei. „Die österreichischen Seilbahnen beweisen auch in diesem kommenden Winter, dass sie in jeder Hinsicht ‚Trendsetter‘ sind und wissen, was Konsumentinnen und Konsumenten wollen. Das ist auch der Grund dafür, dass die Attraktivität Österreichs im Winter ungebrochen groß ist“, so Wolf. Zu den zahlreichen Highlights zählt unter anderem die Flexenbahn, die Zürs und Stauben/Rauz (Vorarlberg) verbindet und

Ski Arlberg damit zum größten zusammenhängenden Skigebiet Österreichs macht. In Sölden (Tirol) entsteht mit der neuen Giggijochbahn die leistungsstärkste, jemals gebaute Seilbahn. Die teuerste Liftanlage Europas (60 Mio. €), die 5km-lange 3S-Eisgratbahn steht neuerdings am Stubai Gletscher (Tirol) und am Kitzsteinhorn eröffnet noch im November die neue Schmiedingerbahn, die höchst gelegene Sesselbahn Salzburgs.

„Auch neue Zielgruppenangebote und altbewährte Formate machen das Skifahren in diesem Winter noch vielseitiger“, betont Wolf. Beispiele dafür sind „Power of Zehn“, eine Jugendaktion für alle unter 19 Jahren in den drei größten Pinzgauer Skigebieten Kitzsteinhorn, Schmitzen Zell am See und Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn (Salzburg). Oder: In Ski amadé wird im Winter 2016/17 erstmals die „Mini's Week“ durchgeführt, eine spezielle Angebotswoche für Kinder um nur €100.

Zwtl.: Skifahren Österreichs Winterkompetenz Nr.1 - Flexibilität im Angebot gefragt

Nach wie vor gilt Österreich als klassisches Wintersporturlandsland mit alpinem Skifahren an der Spitze der Aktivitäten: Laut der aktuellsten T-MONA-Umfrage gehen 64% aller Wintergäste zumindest einmal während ihres Urlaubs Skifahren. Berge und Wintersportangebot sind mit jeweils 62% Haupt-Entscheidungsgründe für einen Winterurlaub Österreich. Wobei neben dem Skifahren immer öfter auch zusätzliche Angebote im Urlaubsgebiet nachgefragt und genutzt werden. „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. Hier heißt es, schnell und flexibel auf die Nachfrage zu reagieren, um international konkurrenzfähig zu bleiben“, so Stolba.

Zwtl.: Winterzauber in Deutschland

Verschiedene Studien zeigen darüber hinaus, dass es in vielen Märkten ein großes Interesse zum Thema „Wintererholung“ gibt. „Dabei geht es um Genuss, Schneefreuden und Winter“, so Stolba. Deshalb setzt die ÖW in Deutschland - neben der breiten Kampagne „Winter in Österreich“, die vor allem Angebote auf und neben der Piste thematisiert - zusätzlich heuer erstmals auf das Thema Winterzauber. Mit dem Ziel, potenzielle Österreich-Urlauber anzusprechen, die in der kalten

Jahreszeit Genuss und Erholung, aber nicht Wintersport suchen.

Zwtl.: Weltweite Bewerbung des österreichischen Winters

Im Zuge der ÖW-Winteraktivitäten, darunter auf 16 ausgewählten Märkten eigene Winterkampagnen, werden neben den bestehenden drei neue Wintersujets sowie sechs neue 360 Grad-Videos zum Einsatz kommen. „Weitere Highlights sind unter anderem die gemeinsame Vermarktung des hochwertigen Ski Alpin-Urlaubsangebots mit den Partnern Serfaus Fiss Ladis, Zillertal und Kitzbühel im Rahmen der „Top Ski-Kampagne“ in den Niederlanden, ein zweiwöchiges „Winterwonderland“ in der Waterloo Station in London und der Österreich Ski Tag in der Freestyle Arena Prag. Zahlreiche Presseevents sowie starke Präsenz in den digitalen Kanälen runden die vielseitige Palette an Marketingmaßnahmen ab. „Aufgabe der ÖW ist es, Lust auf Urlaub in Österreich zu machen. Mit den rund 800 Marketingmaßnahmen sind wir hier gut unterwegs“, ist Stolba abschließend überzeugt.

Weitere Informationen befinden sich zudem im ÖW-Newsroom unter <https://newsroom.austriatourism.com>

~

Rückfragehinweis:

Österreich Werbung
Mag. Ulrike Rauch-Keschmann
Unternehmenskommunikation
Tel.: (01) 588 66-299
ulrike.rauch-keschmann@austria.info
<http://newsroom.austriatourism.com>
www.austriatourism.com

Fachverband der Seilbahnen Österreichs - Kommunikation
Mag.(FH) Ricarda Rubik
Tel: +43 1 503 78 02
marketingforum.seilbahnen@wko.at
www.seilbahnen.at

~

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

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

TPT0004 2016-11-02/13:25

021325 Nov 16

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20161102_TPT0004