

Tourismus blickt mit Optimismus dem Sommer entgegen

- **Stetiges Wachstum der Tourismusbranche – Reisemarkt in Bewegung**
- **Sommer-Bergbahnen mit Rekord-Teilnehmerzahl, Zahlen belegen hohe Attraktivität**
- **Weltweite Sommermarketingaktivitäten – Alpines Lebensgefühl**

Das Tourismusjahr 2017 hat für Österreich gut begonnen: Von Jänner bis April wurden mit 54,1 Millionen um 1,2% mehr Übernachtungen und mit 13,7 Millionen um 2,1% mehr Ankünfte als im Vergleich zur Vorjahresperiode verzeichnet. Dies deckt sich mit den allgemeinen Erwartungen der Welttourismusorganisation UNWTO, die ein stetiges Wachstum der Tourismusbranche vorhersagt - im Detail für Europa 2017 zwischen 2 und 3 Prozentpunkte. Neue Destinationen und Verkehrsverbindungen, aber auch der Trend hin zu Kurzreisen wie Short City-Breaks halten den Reisemarkt in Bewegung. Interessant ist auch, dass sich aufgrund etlicher early-bird Tarife bei den Flügen die Buchungszeiten teilweise auf früher verschieben – gleichzeitig jedoch die Spätbucher weiterhin bestehen bleiben. „Die Voraussetzungen, dass Österreich von dieser Entwicklung weiter profitieren wird, sind gut“, erklärt die Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW) Petra Stolba bei einem gemeinsamen Pressefrühstück mit Obmann Franz Hörl und Geschäftsführer Erik Wolf vom Fachverband der Seilbahnen Österreich (WKÖ) im Hotel Grand Ferdinand.

ÖW weltweit blickt optimistisch in die Sommersaison 2017

Der Sommer in Österreich schreibt Erfolgsgeschichte: seit 1998 konnten jede Saison (vom Krisenjahr 2009 abgesehen) Zuwächse bei den Ankünften und Nächtigungen verzeichnet werden. Im Sommer 2016 waren es rund 73 Mio. Nächtigungen (+5,1% gegenüber dem Vorjahr) und 23 Mio. Ankünfte (+4,9%). Nach Einschätzungen der ÖW-Marktexperten ist auch heuer die allgemeine Reiselust in den wichtigsten Herkunftsmärkten bis auf wenige Ausnahmen auf hohem Niveau. Die Entwicklung ist in einigen Herkunftsmärkten im Sommer sogar dynamischer als im Winter - vor allem in der Tschechischen Republik, Polen und Ungarn. Die stabile bzw. sich erholende Wirtschaftslage sorgt in Österreichs wichtigsten Herkunftsmärkten wie Deutschland, Niederlande und der Schweiz für eine gesteigerte Reiselust. Die deutsche Reiseanalyse besagt, dass 31% der Deutschen sich derzeit für einen Urlaub in Österreich interessieren - und auch die Lage der Feiertage im heurigen Frühjahr sorgt im Vergleich zum letzten Jahr für eine Reihe von Optionen für verlängerte Wochenenden. Dies sollte sich vor allem für Ziele im Nahbereich sowie auch bei Städte- und Kurzreisen positiv auswirken. Die Diskussionen rund um den Brexit verringern zum Beispiel den Wunsch der Briten nach Urlaub entgegen der Erwartungen nicht und auch das „Tourismusjahr Österreich-Russland“ sorgt für erhöhte mediale Österreich-Aufmerksamkeit und somit verstärkte Nachfrage nach Urlaub in Österreich in dem sich langsam wieder erholenden Markt.

Seilbahn-Sommer erreicht in diesem Jahr einen neuen Höhepunkt

„Das Bergerlebnis ist für Gäste eine der wichtigsten Gründe für einen Sommerurlaub in unserem Land. Die heimischen Seilbahnen bieten dafür den einfachsten und modernsten Zugang sowie die besten Angebote“, so Seilbahn-Obmann Franz Hörl. So habe sich die „zweite Saison“ in kurzer Zeit zu einem wichtigen touristischen und wirtschaftlichen Standbein entwickelt. 205 der 253 österreichischen Seilbahnen sind im Sommer in Betrieb, im vergangenen Sommer konnte ein Anstieg auf 17,2 Millionen Ersteintritte und 47,5 Millionen Beförderungen (jeweils plus fünf Prozent) erreicht werden. „Insgesamt beträgt der

erwirtschaftete Anteil mit 191 Millionen Euro bereits 15 Prozent des jährlichen Gesamtumsatzes unserer Seilbahnunternehmen“, so Hörl.

Die Seilbahnen tragen mit ihren Angeboten somit wesentlich dazu bei, unsere Berge noch spannender, erholsamer und unvergesslicher zu machen – bekanntestes Beispiel dafür ist die Marke „Beste Österreichische Sommer-Bergbahnen“. Diese zertifizierten Betriebe haben sich enorm entwickelt und in den vergangenen zehn Jahren in ihrer Anzahl verdoppelt. Mittlerweile inszenieren 60 ausgezeichnete Unternehmen insgesamt 69 Themenberge. Die 60 Themenberge bieten neben dem Seilbahnangebot vor allem durch Erholungs-, Gastronomie- und Unterhaltungsinfrastruktur in fünf Erlebnis-Spezialisierungen – Abenteuer, Familie, Genuss, Kunst & Kultur sowie Panorama & Naturerlebnis – Erlebnis für jeden persönlichen Geschmack.

Der Erfolg der Marke lässt sich in Zahlen deutlich darstellen: Die Besten Österreichischen Sommer-Bergbahnen verbuchten im Jahr 2016 einen Kassenumsatz von 63,4 Millionen (plus zehn Prozent). Die Mitglieder stellen 27% aller Seilbahnen mit Sommer-Betrieb dar, verzeichnen aber 38% aller Gastzutritte. „Das belegt, dass diese einzigartige Marke funktioniert und von den Gästen angenommen wird“, so Erik Wolf, Fachverbands-Geschäftsführer.

Mit diesem Sommer stehen den Urlauberinnen und Urlaubern mit der Raxseilbahn in Niederösterreich und der Gartnerkofelbahn am Nassfeld in Kärnten zwei weitere Erlebnisse in der Kategorie „Panorama- & Naturerlebnis-Berg“ zur Verfügung. „Damit wird der ohnedies attraktive Bergsommer in Österreich um zwei weitere Highlights reicher“, so Hörl und Wolf.

Alpines Lebensgefühl – Schwerpunkte im Sommermarketing

Das Urlaubsangebot Österreichs – vor allem im Sommer – ist natürlich untrennbar mit dem Bergerlebnis verbunden. Der Urlaub im alpinen Ambiente, am Berg & See generiert gesteigertes Interesse, speziell in den Nahmärkten. Urlaub in den Bergen kann sich mittlerweile aber auch jeder vierte Brite vorstellen. Und auch die chinesischen Gäste bekunden das Interesse an neuen Zielen in Österreich – vorzugsweise die Kombination von See, Berg und Natur. Urlauber, die nach Österreich kommen, suchen verstärkt die Natur in Verbindung mit besonderen Erlebnissen. Mit ein Grund, warum die ÖW heuer im Marketing einen Schwerpunkt auf das „Alpine Lebensgefühl“ legt. „Zogen die jungen Leute früher aus den Bergen in die Städte, bleiben sie heute in ihrer Heimat – oder kehren dorthin zurück“, erklärt Stolba. Dabei geht es um Entschleunigung, Gemeinschaft, einen nachhaltigen Lebensstil und die Nähe zur Natur, die sich zu einem alpinen Lebensgefühl verbinden, das so typisch wie einzigartig in Österreich ist. Dieser Content kommt weltweit in 22 Märkten zum Einsatz. Der Marketingmix reicht – je nach Markt und Zielgruppenaffinität – von Printprodukten, Onlineaktivitäten inklusive Social Media, Out of Home-Aktivitäten bis hin zu Kinospots. Neben der Schwerpunktkampagne #austriantime, die 2017 in die zweite Runde ging, kommt die ÖW-Sommerkampagne in dreizehn Herkunftsmärkten zum Einsatz, in der das Thema Wandern/ Berg selbstverständlich auch eine große Rolle spielt.

Weitere Informationen wie die Presstexte, Charts und Fotos befinden sich im ÖW-Newsroom unter <https://newsroom.austriatourism.com>

Rückfragehinweis:

Österreich Werbung - Unternehmenskommunikation

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann

Tel.: (01) 588 66-299

ulrike.rauch-keschmann@austria.info

<http://newsroom.austriatourism.com>

www.austriatourism.com

Fachverband der Seilbahnen Österreichs – Marketing Forum

Mag.(FH) Ricarda Rubik

Tel: +43 1 503 78 02

marketingforum.seilbahnen@wko.at

www.seilbahnen.at

www.sommer-bergbahnen.at