

Peter Zellmann

Ludwig Boltzmann-Institut für Freizeit- und Tourismusforschung



4. Österreichische Tourismusanalyse AUSTRIA-TA 98/99

PRESSEINFORMATION

16. März 1999

Das erfreulichste Ergebnis für den Österreich-Tourismus stellt wohl der leichte Anstieg an Urlaubernächtigungen dar.

Ebenso klar ist aber festzuhalten:

Die Österreicher kehren ihrem eigenen Land für die schönsten Tage im Jahr zunehmend den Rücken: „Ab in den Süden und der Sonne entgegen“ lautet die Parole. Auf einen Inlandsreisenden kommen mittlerweile vier Auslandsurlauber.

Im immer härter werdenden Konkurrenzkampf der Anbieter entscheiden eindeutig zwei Dinge:

Welches *Urlaubserlebnis* gibt es zu welchem *Preis/Leistungsverhältnis*.

Das Reiseverhalten und die Reiseabsichten der ÖsterreicherInnen:

Die seit 1995 durchgeführte österreichische Tourismusanalyse erlaubt erstmals einen Vier-Jahres-Vergleich. Hierbei zeigt sich, dass der *Inlandsurlaub für die Österreicher* allen Schnellprognosen und Blitzanalysen zum Trotz doch nach Jahren der Stabilität *an Attraktivität zu verlieren scheint*.

Die größten Verluste mußte die Steiermark hinnehmen, Zuwächse an Inlandsurlaubern gab es nur für Kärnten und Salzburg.

Relativ gleichbleibend entwickelt sich hingegen die Reiselust der Österreicher nach Italien. Als „Saisongewinner“ können mit einem Zuwachs von je 2 Prozentpunkten an Urlauberanteilen Griechenland, die Karibik und vielleicht doch einigermaßen überraschend Großbritannien bezeichnet werden.

Die Aussichten für 1999 sind insgesamt günstig, die Reiseabsichten bestätigen den anhaltenden, wirtschaftlichen Optimismus des Großteiles der Bevölkerung.

Die Top-Sonnenziele der Österreicher in der kommenden Saison werden trotz leichter Verluste Italien und Griechenland neben den voraussichtlichen Gewinnern Spanien und Türkei (politische Stabilität vorausgesetzt) sein.

Kommen die Deutschen wieder?

Die Deutschen werden 1999 im Urlaub sparen! Die Devise ist klar: Kürzer reisen zu günstigeren Preisen. Niedrigpreis-Veranstalter haben weiterhin Hochkonjunktur.

Österreich hat seinen Tiefpunkt überschritten und ist offensichtlich wieder im Kommen: "Die" Alternative zu den mediterranen Sonnenzielen. Der Anteil der deutschen Österreicherurlauber hatte sich zwischen 1990 und 1997 halbiert (1990: 10% - 1997: 5%). Im vergangenen Jahr weist Österreich in der Gunst der deutschen Urlaubsreisenden erstmals wieder aufsteigende Tendenz auf (1998: 6%). Ist die Talfahrt beendet?

Unabhängig davon gehört Österreich seit über dreißig Jahren zu den drei Top-Reisezielen der Deutschen. Daran hat sich bis heute nichts geändert. Österreich muß allerdings noch mehr gegen die Überalterung seiner Urlauberschaft tun. Auf einen Urlauber unter 34 Jahren kommen drei Urlauber über 55 Jahre. In Spanien ist es genau umgekehrt: Jüngere Urlauber sind deutlich stärker vertreten als ältere.

Die märchenhafte Winterwelt – ein Wunschtraum?

Nur etwa *jede/r zehnte Österreicher/in* will oder kann sich einen Winterurlaub überhaupt leisten.

Etwa ein Viertel der Winternächtigungen in Österreich ist offensichtlich auf Schul- und Sportkurse zurückzuführen.

Die Flucht aus der Kälte in den Süden um dort bei angenehmen Temperaturen zu „überwintern“ ist scheinbar auch mehr Story als Realität:

Nur für jeden 8. Winterurlauber heißt es: Schnee, nein Danke – ab in den sonnigen Süden. Das sind *insgesamt etwas weniger als 100.000 ÖsterreicherInnen*.

Manchen Tourismusexperten mag es überraschen, dass der durchschnittliche 1-Wochen Skiurlauber nicht aus Wien kommt, sondern in den Klein- und Mittelstädten zu Hause ist.

Die Bewohner der Landeshauptstädte stehen dem Winterurlaub eher gelassen gegenüber. Dies scheint für den Winterfreizeitwert der Umgebung von Graz, Linz, Salzburg, Innsbruck und Klagenfurt zu sprechen.

Die Zukunft des Urlaubs

Was für das Freizeitverhalten der Österreicher und Deutschen von den kooperierenden Freizeit-Forschungsinstituten bereits nachgewiesen wurde (vgl. B.A.T Datenreport "Freizeitaktivitäten 1997", LBI „Freizeitmonitor 1998“), trifft auch weitgehend für den Blick in die Urlaubs-Zukunft zu. Die Gemeinsamkeiten zwischen Österreichern und Deutschen sind genauso groß (oder klein) wie z.B. zwischen Ostdeutschen und Westdeutschen.

Es ist festzuhalten: Ferne, **Wärme und Weite sowie Exotik**, Tropik und Karibik bestimmen die Reiseströme der Zukunft und entscheiden darüber, wo wir in Zukunft Urlaub machen wollen.

Die Natur wird zum **Event: "Natur pur"**, also intensives Naturerleben in unberührter Landschaft, stellt den bedeutendsten Urlaubswunsch für die Zukunft dar. Mit diesem verstärkten Verlangen nach "grünen Zielen" kehrt der Tourismus unter Umständen wieder zu seinen Wurzeln zurück.

Jeder fünfte Deutsche, und noch mehr Österreicher, gehen im Urlaub auf die Suche nach **Wellness-Oasen** und wollen gezielt und systematisch etwas für das eigene Wohlbefinden tun.

Der **Städtetourismus** floriert seit Jahren. Städtereisen haben sich mittlerweile zu einem stabilen Zukunftstrend entwickelt - allerdings mehr für den Kurzzeittourismus. Von 1993 bis 1999 hat sich der Anteil der Städtetouristen etwa vervierfacht!

Zu den In-Zielen der Zukunft werden auch künstliche Ferienwelten gehören: Attraktive Themenparks, die heute schon in Deutschland jährlich von über 22 Millionen Menschen aufgesucht werden. Als Trend für die Zukunft zeichnet sich der **Themenpark als Kurzurlaubsressort** ab.

Mit den Reiseerfahrungen wachsen auch die Urlaubsansprüche. Die kleinen Freuden des Urlaubslebens werden verdrängt, weil sie normal und langweilig zu werden drohen.

Eine neue mobile Urlaubergeneration wird den Tourismus im 21. Jahrhundert verändern und zur Rund-um-die-Uhr- bzw. zur **Rund-ums-Jahr-Mobilität** zwingen. Die Ansprüche an die Professionalität der Veranstalter werden wachsen, weil die Zielgruppe zunehmend spontaner wird und nur mehr bedingte Planbarkeit zulässt. Infolgedessen muss Organisation wie Improvisation aussehen, obwohl harte Planungsarbeit dahintersteht.

Der Urlauber der Zukunft wird nicht mehr nur "der" Erholungsurlauber sein. Er wechselt seine Urlaubsformen wie der Erlebniskonsument seine Kleidung. Multiple **Urlaubsidentitäten** sind angesagt: heute so und morgen so.

Die konkreten Empfehlungen für das heimische Tourismusangebot lauten:

- ? Sorgen Sie wieder mehr für Authentisches: Geschichte, Tradition, Echtheit, Ursprünglichkeit, Originalität und Ehrlichkeit werden auch in Zukunft gefragt sein. Animatives Umfeld und aufforderndes, erlebnisorientiertes Anbieten stellen dazu keinen Gegensatz dar – *Modell: Lesachtal.*
- ? Schaffen Sie ein unverwechselbares Profil, das Sie von anderen unterscheidet - z.B. Natur, Kultur und Kulinarisches als spezifisches Erlebnispaket, das Urlaubsqualität rund um die Uhr garantiert – *Modell: Ischgl.*
- ? Entdecken Sie die Familie mit Kindern als Zielgruppe mit Zukunft wieder. Die Urlaubergeneration von morgen wird nachhaltige Kindheitserlebnisse von heute nicht vergessen – *Modell: Familienhotels.*

- ? Verstecken Sie die Vielfalt Ihres Angebots nicht. Individualisieren Sie Ihre touristischen Leistungen, damit jeder nach seiner Façon glücklich werden kann und ein Do-it-yourself-Urlaub nach dem Baukastenprinzip möglich wird.
Modell: Kärnten-Card.
- ? Bieten Sie gleichzeitig Urlaub vom Alltag und Ferien zum Ich. Urlaub muss eine Chance sein, aus der Stress-Rallye des Alltags auszusteigen und zeitweilig die Seele baumeln zu lassen. Seelenbaden ist genauso wichtig wie Sonnenbaden.
Modell: Wellnessurlaube-Thermenregion.
- ? Geben Sie Ihr Kirchturm- und Territorialdenken auf. Im Zeitalter der Globalisierung kann man nur durch Kooperation überleben. Ferienregionen müssen sich zusammenschließen und in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam agieren. Ihr Konkurrent ist nicht die benachbarte Fremdenverkehrsregion, Bayern, Südtirol oder die Schweiz – hier sind sogar grenzüberschreitende Angebote und Aktionen geboten. Ihre wahren Wettbewerber sind eher Mallorca, die Türkei oder Dominikanische Republik.
Modell: ?, Tourismus ist (noch ausschließlich) Landessache!

Die Zukunftsperspektiven im Telegrammstil: Eine Kurzzusammenfassung

Die in der Tourismusanalyse beschriebenen Zukunftsperspektiven stimmen weitgehend mit den von der World Tourism Organization (WTO) ermittelten Langzeit-Urlaubstrends für das nächste Jahrtausend überein. Die WTO erwartet mehr Naturtrips und mehr Kreuzfahrten, Reisen zu den Themenparks sowie eine Expansion des Kultur- und Abenteuer-tourismus: Der Reisende des 21. Jahrhunderts will in wenigen Tagen möglichst viel erleben. So die WTO-Prognosen anlässlich der EXPO '98 in Lissabon.

Und auch Europas größter Reiseveranstalter TUI stellt sich derzeit realistisch auf folgende Tourismustrends ein:

- ? Die Gesundheitswelle mit Wellness und Fitness (auf eigene Kosten) wächst lawinenartig (TUI 1998).
- ? Kurz- und Städtetrips sind immer mehr gefragt.

Erlebnis und eine Prise Nervenkitzel verdrängen zunehmend das Reisemotiv Erholung.

Der Kurzurlaub mit *Erlebnis- und Infotainment-Charakter* wird sich in der gesamten westlichen Welt zu einer neuen Form des Spezialtourismus mit wachsender Bedeutung entwickeln.

Aus "ein paar schönen Stunden" werden "ein paar schöne Tage", andererseits aus einem Haupturlaub mehrere, thematisch unterschiedene kürzere Urlaube.

Und dies entspricht eben voll den aktuellen Urlaubstrends.

Der Urlaubscharakter nimmt mit dem Grad der Entfernung vom Alltäglichen und Gewohnten zu.

Urlaub zwischen Reiselust und Wirtschaftsfrust

Von je 100 Befragten unternahmen:

Urlaubsreisen (5 Tage und länger)



Durchschnittliche Reisedauer in Tagen



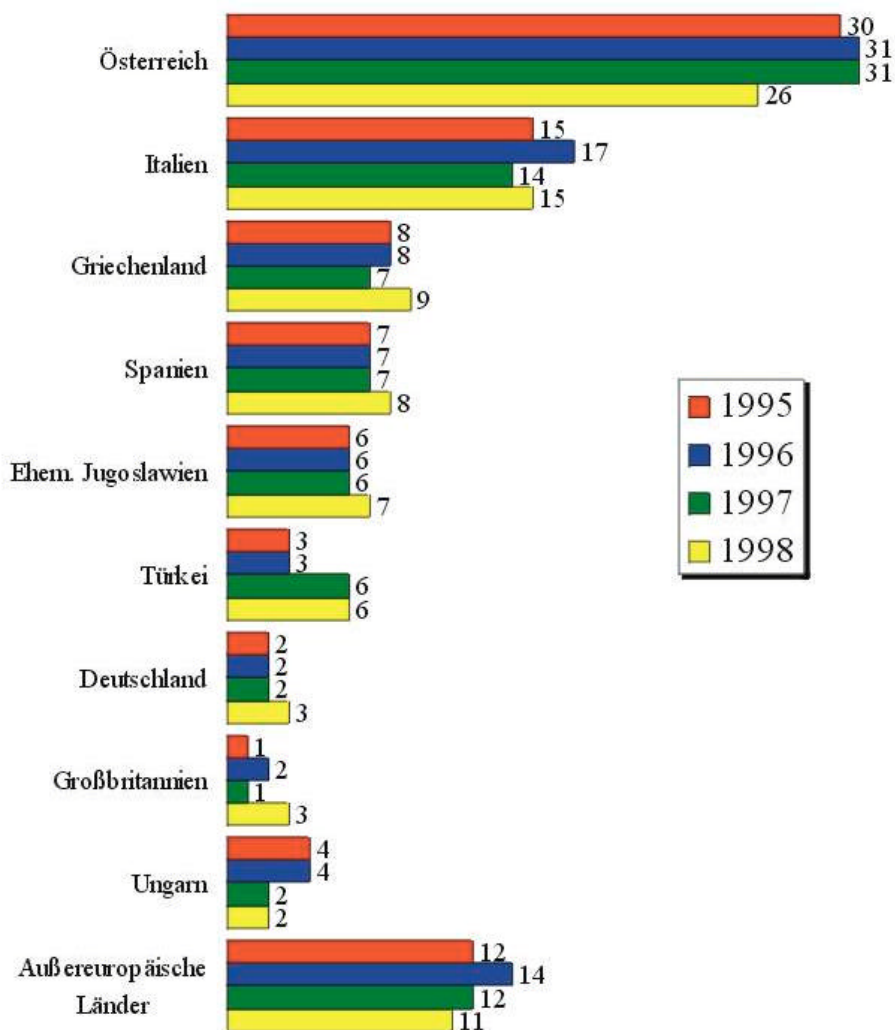
Repräsentativbefragung von 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1999
Ludwig Boltzmann Institut für Freizeit- & Tourismusforschung



GRIECHENLAND WIEDER IM KOMMEN GROSSBRITANNIEN IM TREND

Reiseziele der Österreicher im 4-Jahresvergleich (95-98)

Von je 100 Befragten, die im jeweils vergangenen Jahr im Urlaub verreisten, nannten als Reiseziel mit der längsten Aufenthaltsdauer:

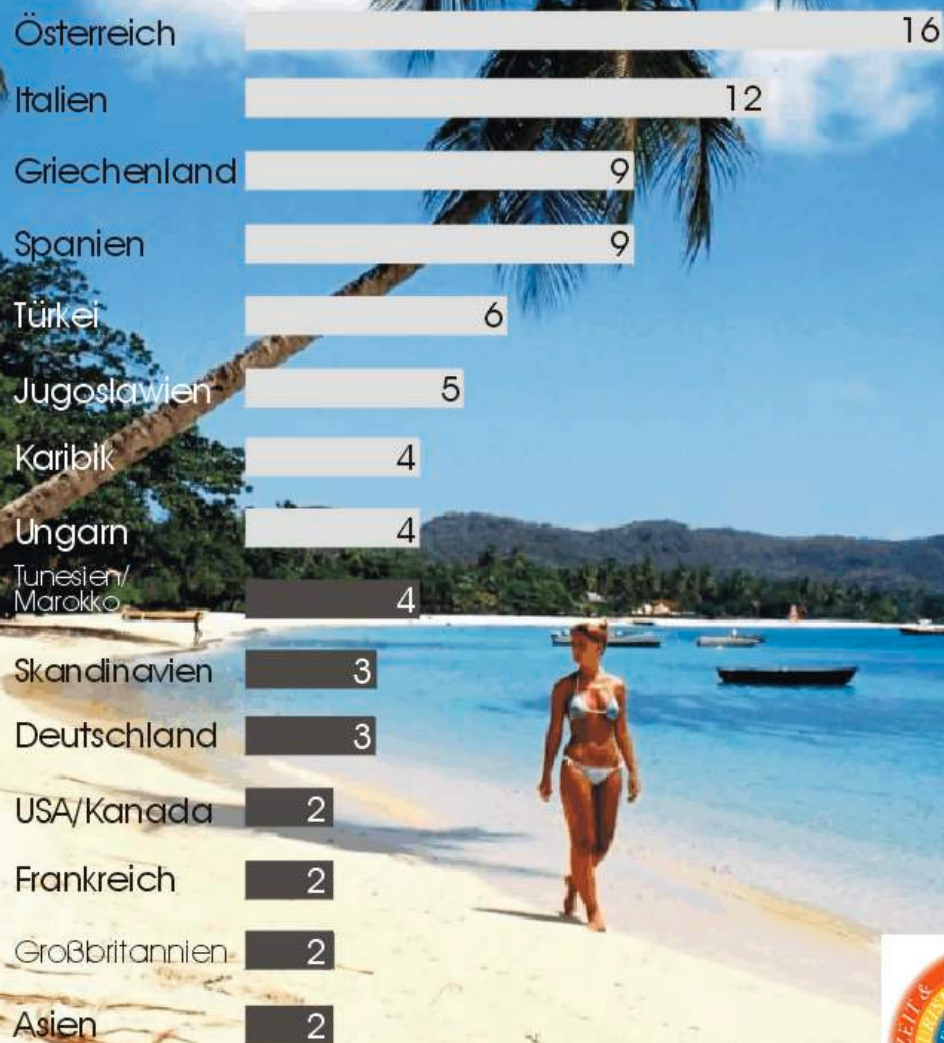


Repräsentativbefragung von jeweils 1000 Personen ab 15 Jahren in Österreich und 5000 Personen ab 14 Jahren in Deutschland im Jänner 1999

British American Tobacco / Ludwig Boltzmann Institut für Freizeit- & Tourismusforschung 1999

Reiseziele der Österreicher 1999

Von je 100 Befragten, die in diesem Jahr verreisen wollen, planen als Reiseziel 1999:



Repräsentativbefragung von 1.000 Personen ab 15 Jahren in Österreich 1999
Ludwig Boltzmann Institut für Freizeit- & Tourismusforschung