

# TEIL 3: LÄNDERINFORMATIONEN SEKUNDÄRMÄRKTE

# ÖSTERREICHISCHE GÄSTE

## ANSPRUCHSVOLLE KULTURREISENDE

Im Zuge neu gewonnener Kooperationen und einem erhöhten Budget für die Marktbearbeitung bietet die TMBW Ihnen als Leistungsträger ein noch größeres Maßnahmenportfolio an Beteiligungsmöglichkeiten an. Weitere Informationen finden Sie unter:

[tourismus-bw.de/B2B/Oesterreich](https://tourismus-bw.de/B2B/Oesterreich)

44,9 % der Befragten wünschen sich mehr Gäste aus Österreich.

Laut TMBW-Umfrage gaben 37,1 % der befragten Leistungsträger Österreich als einen der Hauptquellmärkte an.

Österreich gewinnt als Quellmarkt für Deutschland, aber auch für Baden-Württemberg, immer mehr an Bedeutung. 2018 wurden deutschlandweit 4,2 Millionen Übernachtungen österreichischer Gäste verzeichnet, in Baden-Württemberg waren es 549.100.<sup>27</sup> Damit liegt Österreich auf Platz fünf der wichtigsten Auslandsquellmärkte. Die Zahlen sprechen für sich und der Trend geht weiter zu Kurzreisen in nahegelegene Gebiete. Bis 2030 prognostiziert die DZT sechs Millionen Übernachtungen österreichischer Gäste in Deutschland.<sup>28</sup> Ein weiterer Vorteil: Österreich ist als Nahmarkt recht krisenresistent und es gibt keine Sprachbarriere.

### HOCH IM KURS: STÄDTE UND KULTUR

Im Gegensatz zu vielen anderen Quellmärkten gibt es bei österreichischen Gästen keine Sprachbarriere. Das Kulturangebot wie Ausstellungen, Theater und Führungen kann uneingeschränkt genutzt werden. Historische Themen, Kultur allgemein und besonders Musikreisen, vom Musicalbesuch bis hin zu Opernreisen, erfreuen sich in Österreich großer Beliebtheit. Vor allem Stuttgart mit seinem kulturellen Angebot und der Vielzahl an Musicals steht bei Österreichern ganz oben auf der Agenda. Das östliche Baden-Württemberg lockt vor allem mit seinen Naturlandschaften.

### ANSPRUCHSVOLL & GASTFREUNDLICH

Österreich lebt vom Tourismus. In kaum einem anderen Land sind die Tourismuseinnahmen so hoch und bei der „Tourist Service Infrastruktur“ steht das Land auf Platz 1.<sup>29</sup> Daher ist es nicht verwunderlich, dass der Österreicher an sich auch ein anspruchsvoller Tourist ist. Es muss aber nicht das herausragende 5-Sterne Hotel sein, vielmehr ist für ihn Gastfreundschaft das A und O. Punkten Sie als Gastgeber mit der persönlichen Note und nehmen Sie sich Zeit für herzliche Gespräche.

### GUT ZU WISSEN

Der Österreicher ist ein Genussmensch, verbindet Deutschland aber nicht unbedingt mit gutem Essen. Für Sie als Leistungsträger die Chance, die baden-württembergischen Weine und Spezialitäten in Ihren Marketingaktivitäten noch mehr in den Fokus zu rücken.

Musicals, Musikveranstaltungen, Opernbesuche, kulturelle Veranstaltungen – halten Sie Informationen für Ihre interessierten österreichischen Gäste bereit.

Österreicher sind Autonarren. Baden-Württemberg punktet als Automobilland mit seinem umfangreichen Angebot.

### TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN



Städtereisen



Kultur/historische Themen



Genuss/Kulinarik

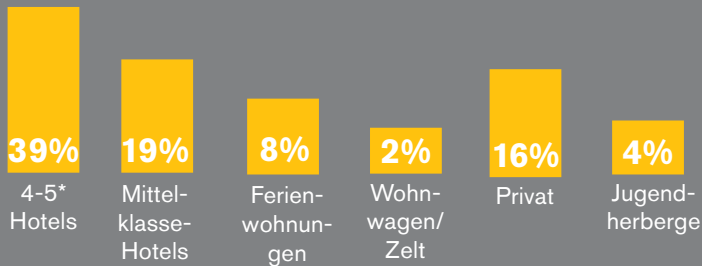
<sup>27</sup> Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019; Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2019

<sup>28</sup> DZT, Prognose 2030 für das Deutschland-Incoming/Claus Sager 2014

<sup>29</sup> Invest in Austria; 2018; <https://investinaustria.at/de/sectoren/tourismus/>

# AUF EINEN BLICK: DER ÖSTERREICHISCHE GAST

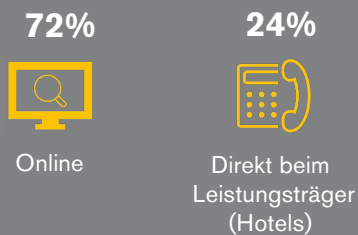
## UNTERKUNFTSARTEN<sup>1</sup>



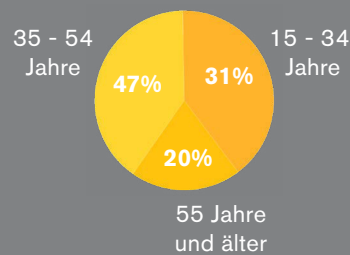
## SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG<sup>2</sup>



## BUCHUNGSVERHALTEN<sup>3</sup>



## DURCHSCHNITTSALTER<sup>4</sup>



## TOP 5 ZIELGEBIETE IN BADEN-WÜRTTEMBERG<sup>5</sup>



Quellen: 1: DZT, Marktinformation Österreich 2017; 2: Globalwebindex 2018, zitiert nach: Hootsuite, We are Social: Digital 2019 Austria; 3: DZT, Marktinformation Österreich 2018/2019 (Mehrfachnennung pro Reisebuchung möglich); 4: DZT, Marktinformation Österreich 2018/2019; 5: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg 2019

## TIPPS FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER ÖSTERREICHISCHEN REISEBRANCHE

Deutschland und Baden-Württemberg sind in den österreichischen Veranstalterprogrammen sehr gut vertreten. Dabei ist das Angebot bunt gemischt und reicht von Städtereisen bis hin zu Kultur- und Musikreisen. Der Bereich Musikreisen ist breit gefächert, man findet von Musicals bis hin zu Opernreisen ein umfassendes Angebot; Aktiv- und Wellnessreisen sind eher noch Nischenprodukte. Aufgrund der Nähe reisen Österreicher vor allem individuell nach Baden-Württemberg,

Online Travel Agencies (OTAs) wie Expedia und Booking.com spielen bei der Recherche und Buchung eine große Rolle. Die Bahn hat in Österreich einen hohen Stellenwert und ist bei sämtlichen Zielgruppen beliebt. Immerhin 11 Prozent der Reisen nach Deutschland erfolgen mit der Bahn.<sup>30</sup> Besonders positiv sind die gute Verbindung mit dem Railjet (vergleichbar mit dem ICE) von Wien/Salzburg nach Stuttgart (ca. sieben Stunden) und mehrere Flugverbindungen pro Tag.

Im privaten, aber auch im geschäftlichen Bereich zeichnen sich die Österreicher durch sehr höfliche Umgangsformen aus. Akademische Titel wie „Magister“ spielen in Österreich häufig eine große Rolle, man findet sie auf Visiten-

„Die Österreicher sind sehr reiselustig. In 2019 planen 81 % der Österreicher einen Urlaub im nahen Ausland, wobei hier Deutschland unter den Top 3 Destinationen liegt. Das Angebot von Baden-Württemberg kommt den Bedürfnissen von Herr und Frau Österreicher entgegen: gut erreichbar mit PKW und Bahn, krisensicher, Wein & Kulinarik gepaart mit Natur- und Kulturerlebnissen in den Städten.“

Bettina Haas  
HMC Österreich

karten oder in der E-Mail-Signatur. Auch wenn die Bedeutung der Titel innerhalb der jüngeren Generation mehr und mehr abnimmt - sofern man ihn kennt, empfiehlt es sich, ihn zu nennen.

### GUTE GRÜNDE, UM IN BADEN-WÜRTTEMBERG URLAUB ZU MACHEN

- Keine Sprachbarriere
- Städte und Kultur
- Automobilmuseen
- Freizeitparks

## QUELLMARKTSPEZIFISCHE FEIERTAGE

- 15. August: Mariä Himmelfahrt
- 26. Oktober: Nationalfeiertag
- 8. Dezember: Mariä Empfängnis
- Bundesländer regeln die Feiertage

<sup>30</sup> DZT, Marktinformation Österreich, 2018/2019