

IM GESPRÄCH MIT ...



Sören Kliemann

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Der Norden in Europa gilt als teuer, der Süden als heiß - Österreich liegt im Sommerurlaub dazwischen. Durch die gestiegenen Energiepreise haben sich Fernreisen deutlich verteuert. Trotz teils negativer Berichterstattung der Medien zum Thema Winterurlaub (Schneebänder, Nachhaltigkeit, Verletzungsrisiko, Fachkräftemangel) ist die Nachfrage stabil.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Wir wollen möglichst alle Reisenden in Deutschland erreichen und sie mit einer effizienten Vielfalt an passenden Kanälen und Motiven ansprechen. Ausgewählte Zielgruppen sprechen wir durch spezielle thematische Aktivitäten zu Rad, Kulinarik, Langlaufen oder Ski Nachwuchs an.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Man schaut zunehmend auf sich selbst und dass es einem und seinen Lieben gut geht. Qualitative Zeit für sich selbst, gutes und gesundes Essen sowie moderate Bewegung liegen dementsprechend im Trend.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt laut der aktuellen Winterpotentialstudie immer mehr an Bedeutung. Bei rund 60 % ist Nachhaltigkeit ausschlaggebend bzw. ein Aspekt bei der Reiseentscheidung. Die persönliche Einstellung zur Nachhaltigkeit gewinnt laut Reiseanalyse auch an Einfluss auf die Entscheidungsmuster bei der Urlaubsmobilität. Durch die Inflation wird auch vermehrt Augenmerk auf günstigere Urlaubsreisen gelegt.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Deutsche mögen Österreicher:innen sehr und sind oft verwundert, dass es andersrum manchmal nicht so ist.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

- Assoziationen zu Österreich (z.B. Landschaft, Gastfreundschaft, Land für Erholung) weiter forcieren und die Reichweite unserer Kommunikationsmaßnahmen optimieren.
- Neue Aspekte bei Themen wie z.B. Kunst, Kultur und Kulinarik erlebbar machen und intensiv darauf hinweisen.
- Besonders auf die Bedürfnisse von jungen Menschen und Familien achten.
- Darstellung soll lebendiger, moderner und nachhaltiger werden.



Sören Kliemann

Head of Market

Deutschland

soeren.kliemann@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Deutschland finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)