

IM GESPRÄCH MIT ...



Gabriele Lenger

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?

Ich sehe ein großes Potenzial für Sommerurlaub in Österreich als Alternative zum Mittelmeer mit einem umfangreichen Angebot an Freizeitaktivitäten. Auch Reiseveranstalter setzen verstärkt auf den Verkauf von Sommer-Produkten. Große Reiseveranstalter mit eigenen Hotels in Österreich öffnen diese auch vermehrt im Sommer.

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?

Ein ausgewogener Marketingmix mit Schwerpunkt Online, ergänzt um DOOH und - nach wie vor - Print wirkt am Markt. 2024 werden wir in Dänemark nach vielen Jahren wieder eine Sommerkampagne durchführen. Auch hier werden wir den Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit, sportliche Aktivitäten und Berge setzen.

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

Entspannung und Erholung in der Natur, verbunden mit sportlicher Aktivität und Spaß zu haben. Wichtig ist auch Zeit mit der Familie, Partner:in und Freunden verbringen - mit gemeinsamen kulinarischen Erlebnissen.

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 ist zwar schon sehr verankert, wird aber trotzdem noch weiter zunehmen. Es werden vermehrt Urlaubsziele gesucht, die Akzente für nachhaltigen Urlaub setzen, auch wenn es noch kleine Schritte sind.

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?

Die Gleichstellung von Mann und Frau ist weitaus ausgeprägter als in Österreich, die Familie steht im Mittelpunkt. Vater und Mutter teilen sich die Betreuung der Kinder. Das heißt, dass dies auch im Geschäftsleben berücksichtigt werden muss: Keine Meetings nach 15.00 Uhr! Home-Office und flexible Arbeitszeiten sind seit der Pandemie selbstverständlich und werden bleiben.

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?

Wir werden Österreich noch stärker als Sommerdestination positionieren. Die Kombination aus Freizeit- und Sportmöglichkeiten, kulturellen Erlebnissen und Erholung in traumhafter Kulturlandschaft werden wir in den Mittelpunkt stellen. Schwerpunkte bleiben das nachhaltige Reisen und nachhaltige Urlaubsziele.



Gabriele Lenger

Head of Markets

Dänemark und Schweden

gabriele.lenger@austria.info

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