

Lust auf Winterurlaub? Riesig! Die Österreich Werbung wirbt heuer mit zehn Millionen Euro um Gäste.

BIRGITTA SCHÖRGHOFER

SALZBURG. Für Lisa Weddig war es „der Erwin“, der den Skiurlaub in Österreich zu etwas Besonderem machte. Erwin war Skilehrer und die ÖW-Chefin damals ein deutsches Urlauberkind, das in den Winterferien im tirolerischen Kappl das „Bogerlfahren“ lernte. Dieses positive Erlebnis wirkte nachhaltig. „Ich habe Erwin nie vergessen“, betont Weddig. Auch deshalb ist die heute 37-Jährige, die seit Anfang Juni die Österreich Werbung leitet, überzeugt davon, dass gerade jetzt, im zweiten Coronawinter, die Gäste vor allem eines wollen: „Einen ganz normalen Winterurlaub, das ist das Wichtigste.“ Dazu gehöre eben auch persönlicher Kontakt. Und auch für die Zukunft halte sie nichts von Robotern am Empfang: „Das kann man in Dubai machen, aber nicht in Österreich.“

Eine ganze Wintersaison lang war zuletzt pandemiebedingt Sende- und Gastropause – Unterkünfte und Gastronomie waren im Winter 2020/21 im Lockdown, die Seilbahnen waren zwar offen, konnten aufgrund restriktiver Reisebeschränkungen in ganz Europa jedoch fast nur einheimische Skifahrer begrüßen. Der Umsatzverlust erreichte bei den Bergbahnen über 90 Prozent.

Auf den Totalausfall folgt nun die Hoffnung. Und die ist bei der Österreich Werbung heuer mit Liebe verbunden. „Wir müssen die Leidenschaft unserer Urlauber wieder entfachen – für den Wintersport und für das gemeinsame Erlebnis mit Familie und Freunden“, sagt Weddig. Die Lust auf Urlaub und Reisen ist stärker denn je vorhanden, wie die jüngsten Sommerzahlen zeigen. 20,7 Millionen Nächtigungen im August markierten einen Rekordwert, ein Plus von 2,3 Prozent bei den Nächtigungszahlen gegenüber August 2019, also noch vor Ausbruch der Coronakrise. Bei den wichtigen deutschen Gästen schnellte die Nächtigungskurve um 14,3 Prozent nach oben. „Wir sind zuversichtlich, dass wir diesen Schwung in den Winter mitnehmen können“, betont Weddig.

Sören Kliemann, ÖW-Marktingmanager in Deutschland, unterstreicht diese Hoffnung. „Die Vorfreude auf einen Winter- und Skiurlaub ist bei

ZUKUNFT WINTER
SN-Schwerpunkt in Kooperation mit dem Netzwerk Winter



Lisa Weddig leitet seit Juni die Österreich Werbung (ÖW). Zum Skifahren nach Österreich kam die Deutsche schon als Kind.

BILD: SN/HEINZ BAYER

Mehr denn je, eine Wintersaison voller Leidenschaft

den Deutschen klar spürbar“, erklärte er vor wenigen Tagen bei einem Markt-Update. Gebucht werde allerdings auch sehr kurzfristig, „erst drei bis vier Wochen vor der Abreise“. Wobei die seit Corona gestiegene Nachfrage nach Ferien-

„Wichtig für Österreich ist, wie die Coronalage Mitte Dezember ist.“

Sören Kliemann, ÖW Deutschland

wohnungen vor Hotelunterkünften auch im Winter anhalten werde. In den nächsten 24 Monaten, glaubt Kliemann, werde sich das aber wieder einpendeln.

Und welche Rolle spielen steigende Coronainfektionszahlen? „Die halten von einer Buchung oder Reiseplanung nicht ab“, erklärt der ÖW-Manager. „Wir haben jetzt Ende Oktober, und wenn wir eines ge-

lernt haben, dann sind Aussagen, die vielleicht in vier oder sechs Wochen zutreffen werden, im Moment nicht wichtig.“ Entscheidend sei, wie sich die Lage unmittelbar vor Reiseantritt zeige, betont Kliemann. „Wichtig für Österreich ist damit die Coronalage Mitte Dezember.“

Die bereits präsentierten Winterregeln mit 3-G-Nachweis seien auf dem deutschen Markt jedenfalls gut angekommen. „Die deutschen Gäste erwarten dann aber auch, dass diese eingehalten werden.“ Insofern sei es sehr wahrscheinlich, „dass der kommende Winter gut funktionieren kann“.

ÖW-Chefin Weddig betont, nach wie vor wichtig für Buchungsentcheidungen seien gratis Stornoangebote und Geld-zurück-Garantien. „Wir müssen flexibel bleiben, es hat sich bewährt, großzügige Angebote zu stellen.“ Zu sehen sei aktuell aber auch, dass für den Winter gerade hochwertige Angebote schon

sehr gut gebucht seien. „Rund um Weihnachten dürfen wir mit den Preisen oben bleiben.“

Wichtig sei aber auch die Botschaft, dass sicherer Urlaub während der Pandemie möglich sei. „Österreich hat das zuletzt im Sommer bewiesen.“ Die österreichische Tourismusbranche sei gut vorbereitet und auch das Sicherheitskonzept der Seilbahnen sei hervorragend. Auch bei den Reisenden selbst herrsche der Sicherheitsgedanke vor. Zahlen aus dem Sommer zeigten, dass 80 bis 85 Prozent der Urlaubsgäste in Österreich gegen Corona geimpft seien.

Dass eine hohe Impfquote im Heimatland die Reiselust in der Pandemie deutlich hebt, zeigt das Beispiel Dänemark. 76 Prozent der Gesamtbevölkerung sind dort vollständig gegen Corona geimpft (Österreich: 62 Prozent). „Die Nachfrage nach Winterurlaub in Österreich ist heuer sehr stark“, erklärt der

ÖW-Marktingmanager in Dänemark, Norbert Lerch. „Man will raus, und das kann man aufgrund der hohen Durchimpfungsrate auch.“ Die Coronainfektionszahlen seien in Dänemark auch nicht mehr Teil der Reisewarnungen.

Die aktuelle Buchungslage aus Dänemark liege derzeit erfreulicherweise 20 bis 35 Prozent über jener der Vor-Corona-Saison 2019/20, sagt Lerch. „Wir rechnen mit einer exzellenten Saison und sind sehr optimistisch.“ Gebucht würden vor allem auch multiple Winterurlaube, „einmal verreist man mit der Familie zum Skifahren, und dann noch einmal mit Freunden“. Um auf Nummer sicher zu gehen, werde heuer aber vermehrt über Reiseveranstalter gebucht. In guten Wintersaisons sorgten die Dänen für eine Million Übernachtungen in Österreich. „Für die Dänen ist Österreich im Winter die klare Nummer eins.“

71 Prozent aller Winterurlauber in Österreich fahren Ski Klarer Marktführer: Mehr als die Hälfte aller Winterurlaube in Europa führt nach Österreich

Zehn Millionen Euro investiert die Österreich Werbung (ÖW) in die laufende Winterkampagne mit dem Titel „Winterliebe“ – ein Rekord für eine Einzelkampagne. Ausgespielt wird die Werbefensive auf 13 Märkten: Deutschland, Schweiz, Niederlande, Belgien, Tschechien, Ungarn, Polen, Slowakei, Rumänien, Russland, Großbritannien, Dänemark und Schweden. Aus diesen Ländern ist das größte Potenzial für den Winter in Österreich zu erwarten. Zum Einsatz kommt ein breiter Marketing-Mix – von Online über Social Media bis zur TV-Werbung.

Für 60 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher, die heuer einen Winterurlaub planen, kommt einer aktuellen Umfrage zufolge ein Inlandsurlaub infrage beziehungsweise wurde dieser schon konkret geplant oder sogar gebucht. Das ergibt in Summe 2,5 Millionen potenzielle Gäste aus dem Inland. In Deutschland können sich 26 Prozent der Befragten einen Winterurlaub in Österreich vorstellen, das wären 6,5 Millionen potenzielle Gäste. Über alle sieben Hauptmärkte hinweg sieht die Studie ein Potenzial von 17 Millionen Winterurlaubern. In der Saison 2019/20 zählte man 16 Millionen Gäste.

Österreich ist die Wintersportdestination Nummer eins: 54 Prozent aller europäischen Wintersporturlauber gehen nach Österreich. Skifahren ist mit Abstand beliebteste Aktivität: 71 Prozent der Winterurlauber fahren Ski. Neben der sportlichen Vielfalt – Skifahren, Snowboarden, Schneeschuhwandern, Langlauf, Skitouren – werden auch die Angebote rund um Kunst, Kultur und Kulinarik geschätzt. Mit dem verpflichtenden Nachweis einer Coronaimpfung, Genesung oder einem Coronatest in Gastronomie, Unterkunft und auch bei den Seilbahnen sieht sich Österreich heuer auch als besonders sicheres Urlaubsland.



BILD: SN/ÖSTERREICH WERBUNG