



Selbst in der Hauptreisezeit zwischen 23. Juli und 19. August sind pro Woche höchstens elf Prozent der Österreicher nicht daheim.

... der Bevölkerung ist ...

Allerdings steigt – wenig überraschend – mit Anfang Juli die Wahrscheinlichkeit, dass man Familien mit schulpflichtigen Kindern nicht daheim antrifft. Diese Gruppe bevorzugt, so Eiselsberg, den Juli sowie die erste August-Woche für ihren Sommerurlaub. Was hingegen die Urlaubsdauer betrifft, unterscheiden sich Familien kaum von Singles oder Paaren.

Insgesamt gönnt sich rund ein Drittel (32%) der Österreicher zwischen elf und dreizehn Ferientagen, 29% dagegen begnügen

sich (ob freiwillig oder nicht, wurde in der Umfrage nicht erhoben) mit nur vier bis sieben freien Tagen; weitere 15% verreisen für eine Dauer zwischen acht und zehn Tagen.

... zur gleichen Zeit ...

Knapp mehr als ein Fünftel (vor allem Besserverdiener und Personen mit höherer Schulbildung) sind 15 Tage oder länger auf Urlaub. Ein- bis dreitägige Trips stehen bei nur zwei Prozent auf dem diesjährigen Reiseplan. Gefragt nach Anreise und Ziel nannten 43% der Studienteilnehmer einen Flug, weitere 27% eine Auto- bzw. Zug- oder Busfahrt ins Ausland. Der Anteil jener, die sich für eine Auszeit in einer der vielen heimischen Ferienregionen entschieden hat, liegt mit

20% deutlich niedriger, und auf eine Kreuzfahrt geht überhaupt nur einer von 100 Österreichern.

... im Sommerurlaub

Zum Medienkonsum liefert die Umfrage ebenfalls interessante Erkenntnisse. Dieser ändert sich bei der Mehrheit (je nach Mediengattung zwischen 70 und 85%) der Befragten im Sommer nämlich gar nicht und beim Rest nur minimal. Im Vergleich zum Frühling wird während des Sommers etwas weniger Zeit vor dem Fernseher, im Internet oder mit der Lektüre von Tages- und Wochenzeitungen verbracht; dagegen wird man ein wenig häufiger zu Magazinen gegriffen.

Imas führt die Befragungen face-to-face durch (als persönliche Interviews).



© www.karntandrainhard.com

Das Sommerloch ist wie Loch Ness

Paul Eiselsberg

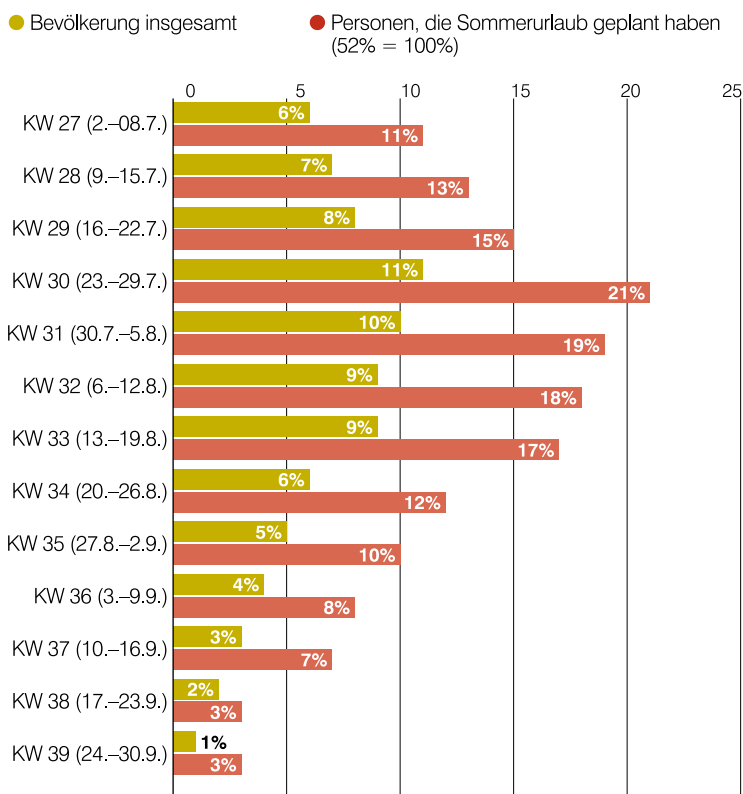
Imas International

Die Frage taucht jedes Jahr auf, meist wird sie von Marketingverantwortlichen gestellt und viel zu oft mit der klassischen Vorstellung von Urlaub, Sonne und Strand beantwortet: Es geht darum, ob es im Sommer Sinn macht, Werbung, Kampagnen usw. zu schalten, da ja – so die stereotype Vorstellung – eh niemand zu Hause sei und die Österreicher kollektiv die gesamte Ferienzeit fernab der Heimatadresse verbringen würden. Als Faustregel unserer aktuellen Studie gilt: Erstens hat nur jeder zweite Österreicher vor, in den kommenden drei Monaten zu verreisen, und zweitens sind, auf Kalenderwochen heruntergebrochen, nur maximal zehn Prozent der Bewohner der Alpenrepublik „gemeinsam“ auf Urlaub. Somit sind die ganz große Abwesenheit und die verwaisten Postkästen und E-Mail-Accounts eher eine soziale optische Täuschung. Natürlich verändert sich das soziale Verhalten im Sommer, die Aktivitäten ändern sich, aber die Empfänger von Werbung sind vor Ort. Das Sommerloch ist wie das Loch Ness – es wird darüber gesprochen, aber es wird nie gesehen und existiert in der Realität nicht.

Hochsommer ist Hauptreisezeit

... aber 90% der Österreicher sind zu jedem Zeitpunkt im Lande

Vor- und Nachsaison bleibt für Österreicher die Ausnahme



Quelle: IMAS