

# Viel Urlaub fürs Geld

Deutlich mehr Touristen aus Nordwesteuropa; ÖW wirbt in Großbritannien mit Kampagne „A random act of kindness“.

••• Von Sabine Bretschneider  
und Eva-Louise Krémer

WIEN. Die Zahl der Österreich-Urlauber aus Großbritannien, den Niederlanden, Dänemark und Schweden ist binnen fünf Jahren um 26% auf 3,6 Mio. (2018) gestiegen, geht aus einer aktuellen Länderstudie der Österreich Werbung (ÖW) hervor. In Nordwesteuropa gewinnt Österreich als Urlaubsland an Bedeutung, vor allem im Winter.

Dazu kommt: Die nordwesteuropäischen Gäste zeichnen sich durch eine relativ hohe Aufenthaltsdauer aus – Niederländer zählen mit durchschnittlich 9,8 Nächten zu den „längsten“ Österreich-Urlauern. Die Touristen aus diesen vier Nationen sorgten im Vorjahr für mehr als 16 Mio. Nächtigungen.

## „Jeder sechste Gäste-Euro“

Die Reiseverkehrseinnahmen (ohne Anreisekosten) aus diesen Ländern summierten sich im abgelaufenen Jahr laut ÖW auf 3,3 Mrd. €. Das entsprach einem Anteil von 17% am Gesamtvolumen von 19 Mrd. €. „Damit kommt jeder sechste Gäste-Euro aus dieser Region“, so ÖW-Chefin Petra Stolba.

Bei den Winterurlaubern ist Österreich in den Niederlanden laut Länderstudie mit 68% Marktführer, aber auch knapp die Hälfte aller dänischen Winterurlauber bevorzugt die Alpenrepublik. In Großbritannien hält Österreich den zweiten Platz – Tendenz steigend.

Österreich punktet vor allem mit seiner Landschaft, den Wander- und Wintersportmöglichkeiten, aber auch das heimische Natur- und Kulinarik-Spektrum ist ein Faktor. Und: Auch wenn das Flugzeug das Reisen derzeit noch immer dominiert, so zeigen die aktuellen Untersuchungsergebnisse, dass die Bahn das



© Tom Hanslien

## Greetings

Zum Winterauftakt am 1. November wurden „Grüße aus Österreich“ am Oxford Circus und bei der Liverpool Street Station – zwei hochfrequentierte Plätze in London – verteilt.

Wunsch-Verkehrsmittel der Zukunft ist. Der neue ÖBB-Fahrplan beinhaltet ab Jänner 2020 eine neue Nachtverbindung Wien-Brüssel; ein Jahr später soll eine direkte Nachtverbindung nach Amsterdam folgen. Das werden „nicht die letzten Destinationen sein“, bestätigte kürzlich ÖBB-Vorstand Andreas Matthä. Die ÖBB seien bereits mit einigen weiteren Staatsbahnen in Kontakt. So findet Matthä auch etwa Schweden „nicht uninteressant“.

## Briten: „Value for money“

In Großbritannien, heißt es seitens der ÖW, gebe es noch ein relativ großes Potenzial an Interessierten (48%), die Österreich im Mindset haben, aber noch keine konkreten Realisierungspläne. „Für die britischen Gäste ist Reisen ein wichtiges ‚Grundbedürfnis‘, das sie sich nicht nehmen lassen“, so Herwig Kolzer, Region Manager Nordwesteuropa in der ÖW. Inwieweit der anstehende Brexit daran etwas ändert, bleibe abzuwarten. In der kommenden Wintersaison verstärkt die

ÖW jedenfalls ihre Kommunikation auf dem britischen Markt mit der Sonder-Kampagne „A random act of kindness“. „Die Buchungen erfolgen im Moment relativ kurzfristig“, sagt Martina Jamnig, ÖW-Markt Managerin Großbritannien, „und es wird verstärkt auf ‚Value for money‘-Angebote geachtet.“ Österreich habe mit dem guten Preis-Leistungsverhältnis, Schneesicherheit auf den Pisten und der Winterlandschaft „auf jeden Fall Startvorteile“.

## Crossmediale Kampagne

Das Hauptaugenmerk der Kampagne auf dem britischen Markt liegt auf Programmatic Advertising und Social Media. Neben der digitalen Radiokampagne verschickte die Österreich Werbung Österreich-gebrandete Postkarten in Form eines Programmatic Mailings an 50.000 Haushalte.

Die crossmediale Winterkampagne inkludiert auch ein Gewinnspiel, bei dem Briten – der Werbeoffensive entsprechend als „act of kindness“ – aufgefordert werden, skiaffine Freunde zu nominieren, die einen sechstägigen Winterurlaub für zwei Personen in Zell am See-Kaprun verdient haben.

Infos: <http://www.austria.info/kindness>

## Country Report

ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba und der Region Manager Nordwesteuropa, Herwig Kolzer, bei der Vorstellung der Länderstudie.



© ÖW/Christian Lenz