Deutschland – Winter 2024/25

Das Wichtigste aus der Quellmarktanalyse – kompakt für die Betriebe

ÜBERBLICK · REPORT S. 2

Deutschland ist Kärntens wichtigster Auslandsmarkt

Rund drei Viertel Millionen deutsche Übernachtungen im Winter – der Markt ist gesund, doch Kärntens Anteil steht unter Druck.

774.300
Deutsche Übernachtungen
Winter 2024/25 · −2,2 % ggü. Vorsaison

Nr. 1
Wichtigster Auslandsmarkt
vor allen anderen Herkunftsländern

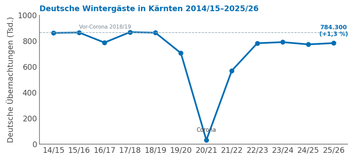
7,3 %
Marktanteil
am dt. Österreich-Geschäft · von 10,6 % (2021)

222 €
Tagesausgabe pro Gast
günstigstes Benchmark-Land (Tirol 248 €)

Der deutsche Markt wächst – Kärnten muss aktiv werden, um seinen Anteil zu halten. Die größten Hebel: Wintersport-Profil schärfen, Preis-Leistung offensiv spielen, die lange Vorbuchungsphase bespielen.

ENTWICKLUNG · REPORT S. 6

Erholung ja – aber noch nicht am Vor-Corona-Niveau



Quelle: T-MONA / STATcube, deutsche Übernachtungen Wintersaison.

−10 %
Winter 2024/25 unter dem Vor-Corona-Winter 2018/19 (864.811)

+1,3 %
Winter 2025/26 (vorläufig): 784.329 Übernachtungen – die Erholung setzt sich fort

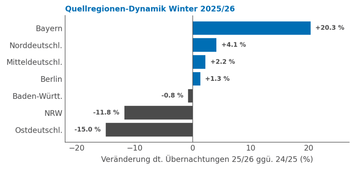
−3,9 %
Kalenderjahr 2024 (4,25 Mio.) ggü. 2019 (4,42 Mio.)

Der deutsche Markt wuchs zuletzt **unterdurchschnittlich** – Kärnten gesamt legte in der Saison 2025/26 deutlich stärker zu. Deutschland bleibt damit der Hebel mit dem größten Nachholbedarf.

QUELLREGIONEN · AKTUELLSTE SAISON · REPORT S. 8-9

Winter 2025/26: Bayern wächst wieder

Die jüngste Saison sendet ein positives Signal: Bayern – der mit Abstand wichtigste Teilmarkt – legt nach dem Vorjahres-Minus wieder kräftig zu.



Quelle: STATcube / Statistik Austria, Veränderung dt. Übernachtungen Winter 2025/26 ggü. 2024/25 (vorläufig).

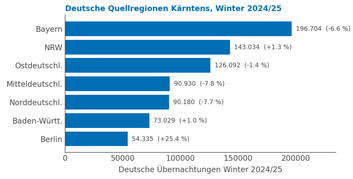
+20,3 %
Bayern – wichtigster Teilmarkt, wächst nach dem Vorjahres-Minus wieder (Basis 2024/25: 196.704 ÜN)

+1,3 %
Deutscher Markt gesamt: 784.329 ÜN – die Erholung setzt sich fort

Weitere Zuwächse 2025/26: Norddeutschland +4,1 %, Mitteldeutschland +2,2 %, Berlin +1,3 %.
Rückläufig: NRW −11,8 %, Ostdeutschland −15,0 %. Einzelne Regionen schwanken stark – für die Steuerung zählt der mehrjährige Trend.

Zur Einordnung: Volumen 2024/25

Die Größenordnung der Quellregionen in der Basissaison – Bayern bleibt mit Abstand die Nummer 1.



Quelle: T-MONA / STATcube, Winter 2024/25.

Region	ÜN 2024/25	Trend 25/26
Bayern	196.704	+20,3 %
Nordrhein-Westfalen	143.034	−11,8 %
Ostdeutschland	126.092	−15,0 %
Berlin	54.335	+1,3 %

GÄSTE-STECKBRIEF · REPORT S. 16

Der deutsche Wintergast – zwei Typen

Typ 1 · Der Wintersport-Gast aus dem Süden

- Aus Bayern / Baden-Württemberg, mit dem Auto (3,5–5,7 h)
- Kommt zum Skifahren (75 %), achtet auf Sport (47 %) & Hotelqualität (43 %)
- Bucht 1–3 Monate voraus (35 %), Tagesbudget um 222 €

Ansprache: klares Ski-Paket, Preis-Leistung als »mehr Urlaub fürs Geld«, unkomplizierte Buchung.

Typ 2 · Die Schnee-Genießer aus NRW

- Aus der bevölkerungsreichsten Region (wächst +1,3 %)
- Nimmt lange Anreise bewusst in Kauf (ca. 9 h Auto, alt. Bahn), plant früh (25 % > 6 Monate)
- Motive: Natur/Landschaft (46 %), Erholung – auch Schnee OHNE Wintersport (22 %)

Ansprache: Frühbucher-Angebote ab Spätsommer, Therme/Winterwandern, Bahn-Anreise-Info.

FERIENORDNUNG · REPORT S. 15

Ferienkalender als Planungshilfe

Die winterrelevanten Schulferien der wichtigsten Quellregionen – ideal, um Angebote und Kommunikation zeitlich zu takten.

Region	Weihnachten 26/27	Winter 2027	Ostern 2027
Bayern	24.12.–08.01.	08.02.–12.02.	22.03.–02.04.
Baden-Württemberg	23.12.–09.01.	—	30.03.–03.04.
Nordrhein-Westfalen	23.12.–06.01.	—	22.03.–03.04.
Niedersachsen	23.12.–09.01.	01.02.–02.02.	22.03.–03.04.

Bayern hat als einzige der vier Kernregionen eigene Winterferien – ein relevantes Zeitfenster für die Winterkommunikation. NRW & Baden-Württemberg haben keine Winterferien; hier zählen Weihnachts- und Osterfenster.
Quelle: Kultusministerkonferenz (KMK), Ferienkalender, Stand 09.10.2025.

STRATEGIE · REPORT S. 13

5 strategische Handlungsempfehlungen

1 Profil schärfen – Wintersport zuerst
Das eindeutigste Signal ist das Wintersport-Profil (77 %). Skiurlaub selbstbewusst an die erste Stelle, Natur/Erholung als Ergänzung – Differenzierung gegenüber Tirol über die Kombination Ski + Sonnenseite, See/Therme, Genuss.
QUICK WIN

2 Preis-Leistung als Stärke erzählen
Der Ausgaben-Vergleich (222 € vs. 248 € Tirol) ist im preissensiblen Umfeld ein Argument – als »mehr Urlaub fürs Geld«. Zugleich Spielraum für höherwertige Pakete nutzen.
QUICK WIN

3 Den Buchungszeitpunkt bespielen
Weil 40 % mehr als vier Monate vorausbuchen, muss die Kommunikation früh ansetzen – Präsenz schon im Spätsommer und Frühherbst.
SAISONARBEIT

4 Digital auffindbar werden
Mit 58 % Online-Buchungen und 20 % KI-Nutzung entscheidet digitale Sichtbarkeit über die Teilnahme am Markt.
QUICK WIN + STRUKTURELL

5 Quellregionen differenziert bearbeiten
Bayern (größte, rückläufige Region) sichern; NRW und Baden-Württemberg ausbauen; Berlin als Testmarkt prüfen.
STRUKTURELL