

Schweiz

KÄRNTEN
It's my life!

Markt Schweiz



Allg. Marktinformationen

Statistik

Chancen für Kärnten

Marktzugang - Themen

Kontakt

Allgemeines



Schweizer:innen, die ins Ausland reisen

15 Millionen/Jahr

Potential für Reisende nach Österreich

600.000 – 1,45 Millionen/Jahr

Österreich Werbung

Eine Marktbearbeitung dieses Kernmarktes der ÖW durch die Kärnten Werbung erfolgt somit lediglich für das Sommerhalbjahr in enger Zusammenarbeit mit der ÖW

Anreisepräferenzen

Fluganbindung:
Zürich – Ljubljana

Zuganbindung:
Nachtzugverbindung von Feldkirch (Vbg) nach Villach (Dauer: 6 Std.)
Zürich – Villach: alle 2 Stunden über Salzburg (Dauer: 8 Std.)

PKW – Selbstfahrer:
Zürich – Villach ca. 7-8 Std.

Statistik

Übernachtungen in Kärnten:

Sommerhalbjahr 2023:	120.668 ÜN
Sommerhalbjahr 2022:	114.700 ÜN
Sommerhalbjahr 2011:	124.300 ÜN

Übernachtungen in Österreich:

Sommerhalbjahr 2022:	2,46 Millionen ÜN
Sommerhalbjahr 2011:	2,36 Millionen ÜN

Übernachtungen Mitbewerb SHJ 2022:

Tirol:	1,26 Millionen ÜN
Salzburg:	0,19 Millionen ÜN

Ausgaben pro Tag: € 187/Person

ØAHD inKärnten: 3,6 Tage

Chancen für Kärnten

- **Basisbekanntheit** der Destination Kärnten ist gegeben
- **Image** als Mischung von südlicher Atmosphäre und österr. Qualität
- **B2B:** Vertrieb über Reiseveranstalter mit hochwertigem Hotelangebot (mind. 4*)
- **Gruppenreisen** in der Nebensaison

Passende Produkte

- **Natur aktiv** Urlaub (Rad, Wandern)
- **Alpe-Adria Raum** und Erlebnisse
- **Slow Food**
- **Familienurlaub**

Haupt-Reisezeit für Kärnten

- Frühjahr und Herbst

Interessierte Regionen

- NLW, Villach, Klopeiner See/Südkärnten, NPHT

Marktzugang

Schweiz – Empfehlung Marktzugang - Grundlagen

- Marktbearbeitung auf mindestens drei Jahre planen
- Jährliche Themenschwerpunkte setzen
- Konzentration auf Natur/Aktiv/Sport (Rad, Wandern, Golf) und Familien (Wasser), Camping als Nische
- Kulinarik/Slow Food und Nachhaltigkeit werden in die Kommunikation integriert
- Gebündeltes Auftreten mit relevanten Partnern unter Einbindung von Leitbetrieben
- Koordination der Aktivitäten mit den ÖW-Aktivitäten zeitlich und inhaltlich
- Fokus auf Zielgruppen, regional Zürich/Ostschweiz

Mögliche thematische Ausrichtung

Radurlaub - Veloland Kärnten im Süden Österreichs

(die Rad-WM 2024 im September 2024 in Zürich sorgt für erhöhte Aufmerksamkeit)

Produkte: Trekking: Drauradweg, Alpe-Adria-Weg, Kärntner Seenschleife;

MTB-Angebot: FlowTrails, Rennrad; unter Einbindung passender Unterkünfte/Hotellerie

B2B: Reiseveranstalter mit Radprogrammen, gemeinsame Kooperationen, Produkterweiterung; Veloclubs (Angebotsvorschläge für Radgruppen);

Radhändler (Infopakete, Wirtschaftskooperation)

B2C-Events: Cycle Week Zürich (2023: 80.000 Besucher) mit Partnerpräsenz auch zur Marktbeobachtung (Direktkontakt mit Interessierten, Benchmark des Mitbewerbs)

Naturaktiv Urlaub - Sportland Kärnten im Süden Österreichs

Produkte: Sportaktivitäten (Wandern, Golfen)

B2B: Wandern (Kooperation mit Knt. S-REiseveranstaltern), Golf (Golf-Reiseveranstalter),

B2C: Golfclub-Aktivitäten, Golfmesse für Golfhotels in Zürich (Benchmark, Marktbeobachtung)

Urlaub am Wasser - Wasserland Kärnten im Süden Österreichs

Produkte: Seengebiete (Badeseen für Familien, Radeln am Wasser als Fortführung des Fokus Rad, Camping für relevante Campingplätze)

Markt Schweiz



Kontakt:

Kärnten Werbung GmbH

Elke Maidic

elke.maidic@kaernten.at

Tel.: +43 463 3000-226