

Winter-Urlauber in Kärnten

Teil-Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung Winter 2022-23

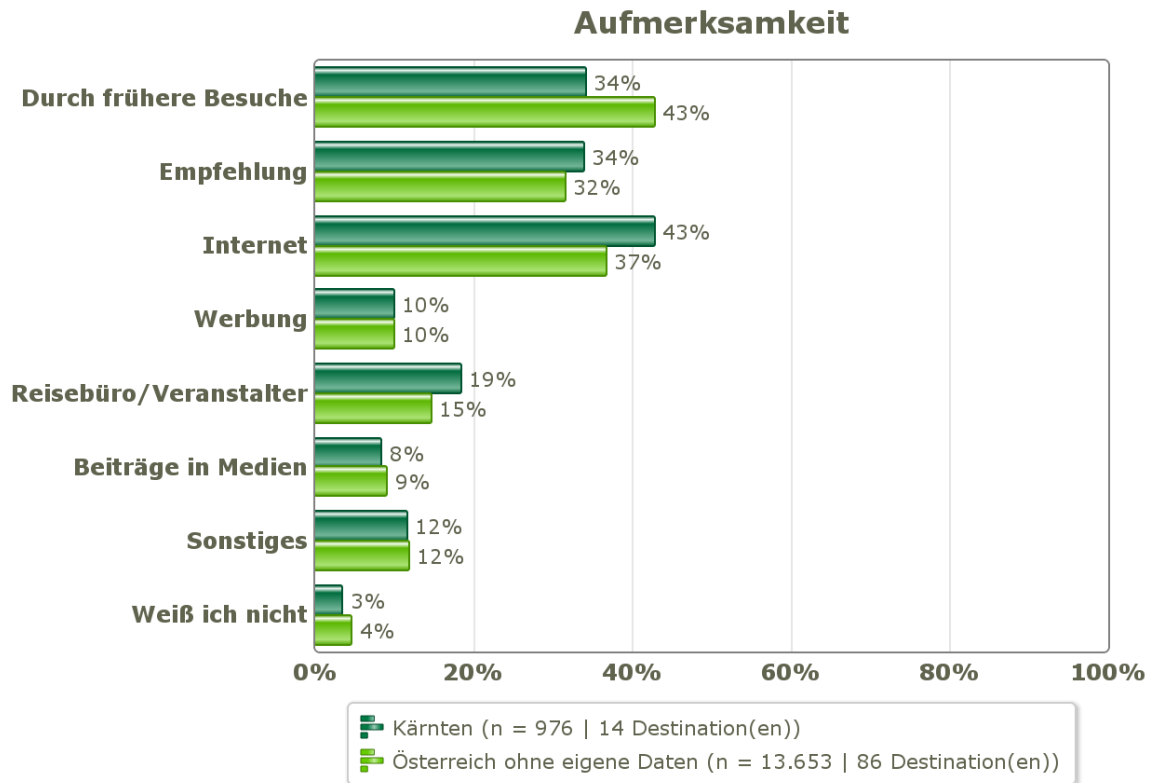


Kärnten Werbung GmbH

F.d.Öv.: Roland Oberdorfer, roland.oberdorfer@kaernten.at

Der Inhalt dieser Kurzstudie ist Eigentum der Kärnten Werbung GmbH und darf vom Leser grundsätzlich nur zum internen Gebrauch verwendet werden. Für Pressearbeit und dergleichen dürfen einzelne Studien-Ergebnisse nur nach Rückfrage und unter Angabe der Quelle (Kärnten Werbung, T-MONA Urlauber Winter 202-23) genutzt werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Kärnten Werbung erlaubt.

Aufmerksamkeit



Zeitraum: 01.11.2022 - 30.04.2023

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grifik 1: Aufmerksamkeitskanäle. Frage: *Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion (für diesen Besuch) aufmerksam geworden?* Mehrfachantworten möglich.

Bei der Frage, wie die Gäste im Vorfeld der Reise auf die Urlaubsregion aufmerksam geworden sind, zeigt sich ein recht hoher Grad der Besuchserfahrung: 34% haben die Destination bereits durch frühere Besuche gekannt. 34% wurde das Reiseziel aus dem persönlichen Umfeld empfohlen. Am meisten, nämlich 43% sind über das Internet aufmerksam geworden, 10% über Werbung, 19% über Reisebüros/Reiseveranstalter und 8% über diverse Beiträge in Medien.

In den Detailauswertungen zeigt sich, dass bei jenen, die über das Internet aufmerksam geworden sind, 24% über eine Suchmaschine (Google etc.), 15% über Reise- und Buchungsportale (booking.com etc.), 15% über offizielle Websites des Reiseziels und 6% über Social Media (Facebook, Instagram, YouTube) kamen. Reisforen/Blogs nannten nur ganz wenige.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Aufmerksamkeit durch frühere Besuche ist etwas zurück gegangen, einhergehend mit einer leichten Abnahme bei der Stammgästeinzahl. Die Aufmerksamkeits-Bereiche „Empfehlung“ und „Internet“ sind nach rückläufigen Tendenzen wieder auf die Werte aus 2019 gestiegen. Alle anderen Bereiche sind tendenziell rückläufig: Werbung, Reisebüro/-veranstalter und Beiträge in Medien.

Entscheidungsgründe

Auf die Frage: „Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden? Bitte geben Sie nur entscheidende Punkte für Ihre Wahl an“ ergeben sich folgende Top-10 Gründe für Kärnten (in Klammer die % Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Wintersportangebot 42% (45%)
2. Attraktivität des Skigebietes 40% (41%)
3. Berge 33% (31%)
4. Schneesicherheit auf den Pisten 30% (30%)
5. Landschaft / Natur 20% (18%)
6. Gute Luft / Klima 19% (16%)
7. See / Fluss 19% (8%)
8. Lage der Unterkunft 18% (21%)
9. Preis (günstiges Urlaubsangebot) 18% (13%)
10. Schnee-/Winterlandschaft 17% (18%)

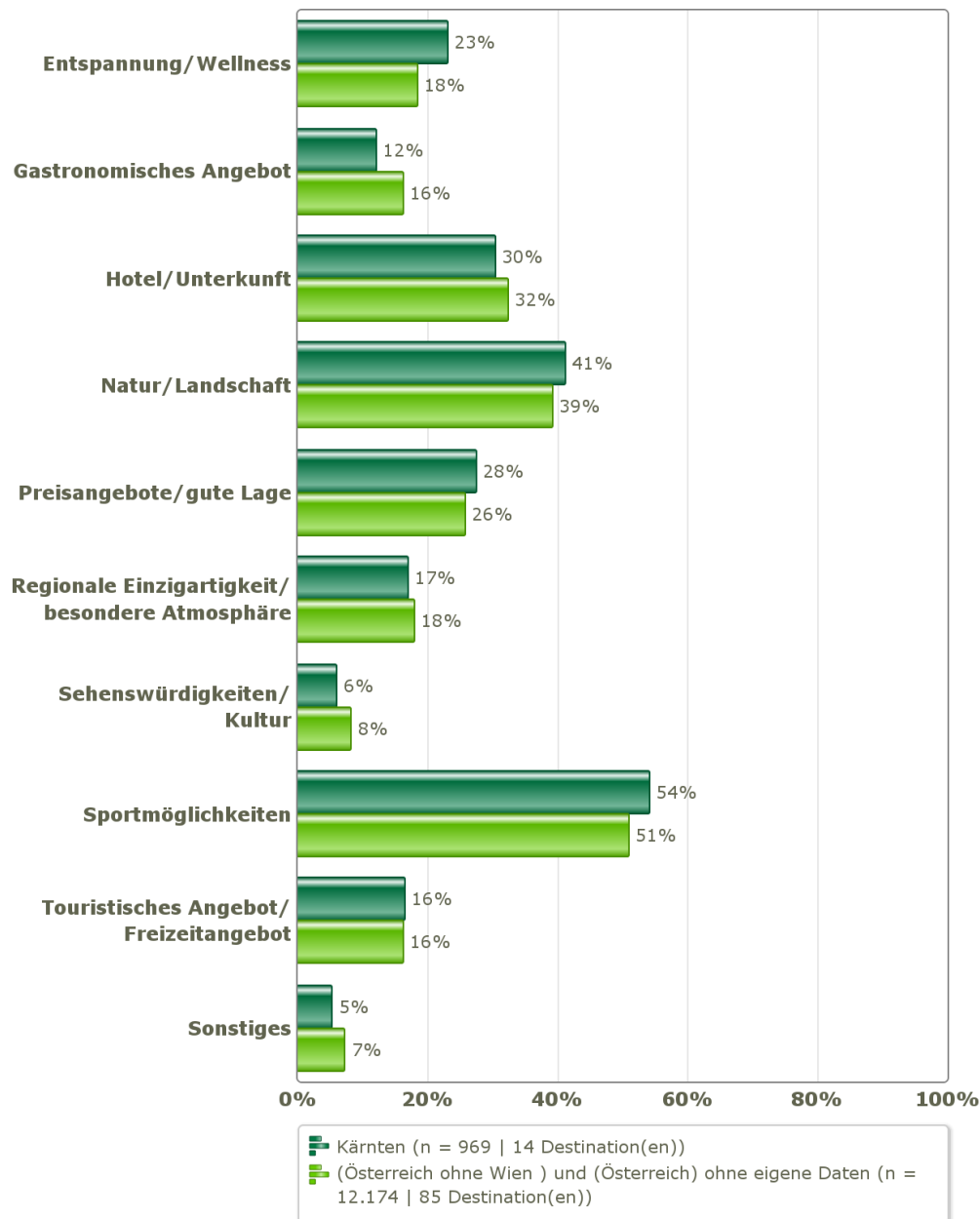
Die ausschlaggebenden Gründe, warum der Gast seine Urlaubsdestination ausgewählt hat, lassen sich im Winter relativ klar umreißen: die angebotenen Sportmöglichkeiten sowie alpine landschaftliche Aspekte stehen an vorderster Stelle der entscheidungsrelevanten Faktoren. 42% bzw. 40% der befragten Wintergäste geben das Wintersportangebot bzw. die Attraktivität des Skigebietes als Grund für die Auswahl des Urlaubsziels an. Für 33% sind die Berge ausschlaggebend, 30% legen Wert auf Schneesicherheit auf den Pisten und für 20% sind die Landschaft / Natur entscheidungsrelevant. Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten in den Top-10 Entscheidungskategorien die Landschaft / Natur, die gute Luft / das Klima, das Thema See / Fluss und der Preis / ein günstiges Urlaubsangebot ungleich größer ausgeprägt sind. Entscheidungsgründe, die um einiges weniger für Kärnten sprechen sind hingegen das Wintersportangebot an sich (42% zu 45%) und die Lage der Unterkunft (18% zu 21%). Alle anderen angegebenen Top-10 Motive (Attraktivität des Skigebietes, Berge, Schneesicherheit auf den Pisten, Schnee- / Winterlandschaft) decken sich in etwa mit dem Österreich Benchmark.

Vergleich zu Vorsaisonen: Das Wintersportangebot liegt mit 42% genauso hoch wie im letzten Vor-Corona Winter 2018-19. Die Attraktivität des Skigebietes ist sogar wichtiger geworden, sie lag im Winter 2018-19 bei 36% und im Winter 2022-23 eben bei 40%. Auch die Schneesicherheit auf den Pisten wurde wichtiger in der Wahrnehmung, stieg von 25% in 2018-19 auf 30% im Winter 2022-23. Auch das Thema See wird im Winter immer interessanter, stieg von 13% im Winter 2018-19 auf 19% im abgelaufenen Winter. Genauso wie der (günstige) Preis ausschlaggebender wurde bei unseren Wintergästen (von 13% im Winter 2018-19 auf 18% im Winter 2022-23).

In der Bewertung in etwa gleich blieben zum Winter 2018-19 die Themen Berge, Landschaft / Natur, gute Luft / Klima und Schnee- / Winterlandschaft. Die Lage der Unterkunft wurde 2018-19 noch nicht abgefragt.

Fasst man die vielen abgefragten Gründe in Oberkategorien zusammen ergeben sich verglichen mit dem Benchmark folgende Ergebnisse:

Gründe



Zeitraum: 01.11.2022 - 30.04.2023

WEBMARK Destinationen

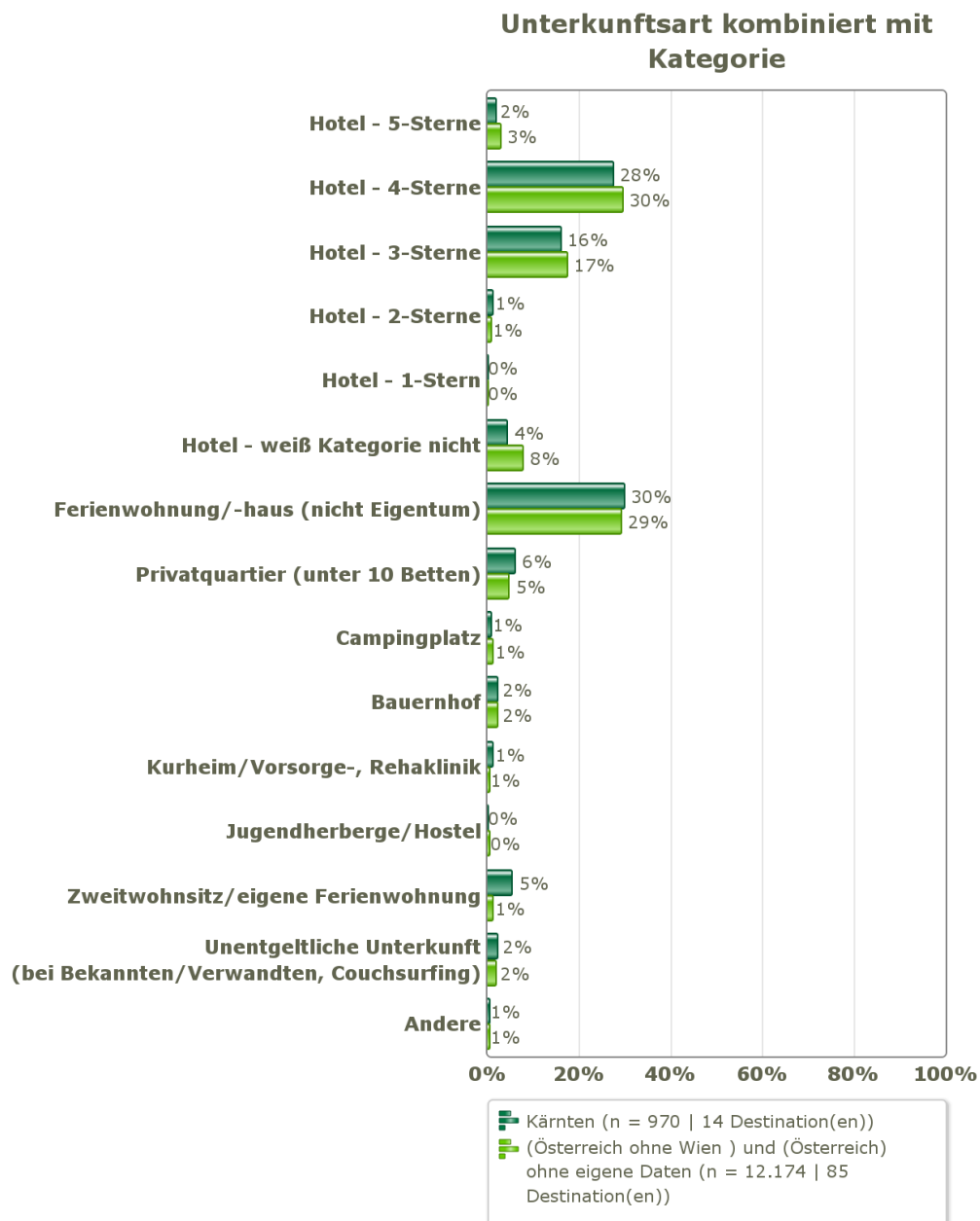
Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 2: Entscheidungsgründe in Oberkategorien. Frage: *Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden?*

Das Gesamtangebot an Sportmöglichkeiten ist mit 54% nach wie vor mit Abstand der Hauptgrund für einen Winterurlaub in Kärnten. Es folgen die Gründe Natur/Landschaft (41%), Hotel/Unterkunft (30%), Preisangebote / Gute Lage (28%) und Entspannung/Wellness (23%).

Vergleich zu Vorsaisons: Das Thema Sportmöglichkeiten blieb über die Jahre gleich wichtig, lag im Winter 2018-19 ebenfalls bei 54%. Am stärksten nahmen die Gründe „Hotel/Unterkunft“ (28% im Winter 2018-19, 30% in 2022-23) und „Gastronomisches Angebot“ (10% im Winter 2018-19, 12% in 2022-23) zu. Weniger bedeutend geworden ist vor allem das Thema „Natur/Landschaft“ (49% im Winter 2018-19, 41% in 2022-23). Alle anderen Themen blieben tendenziell gleich.

Unterkunft

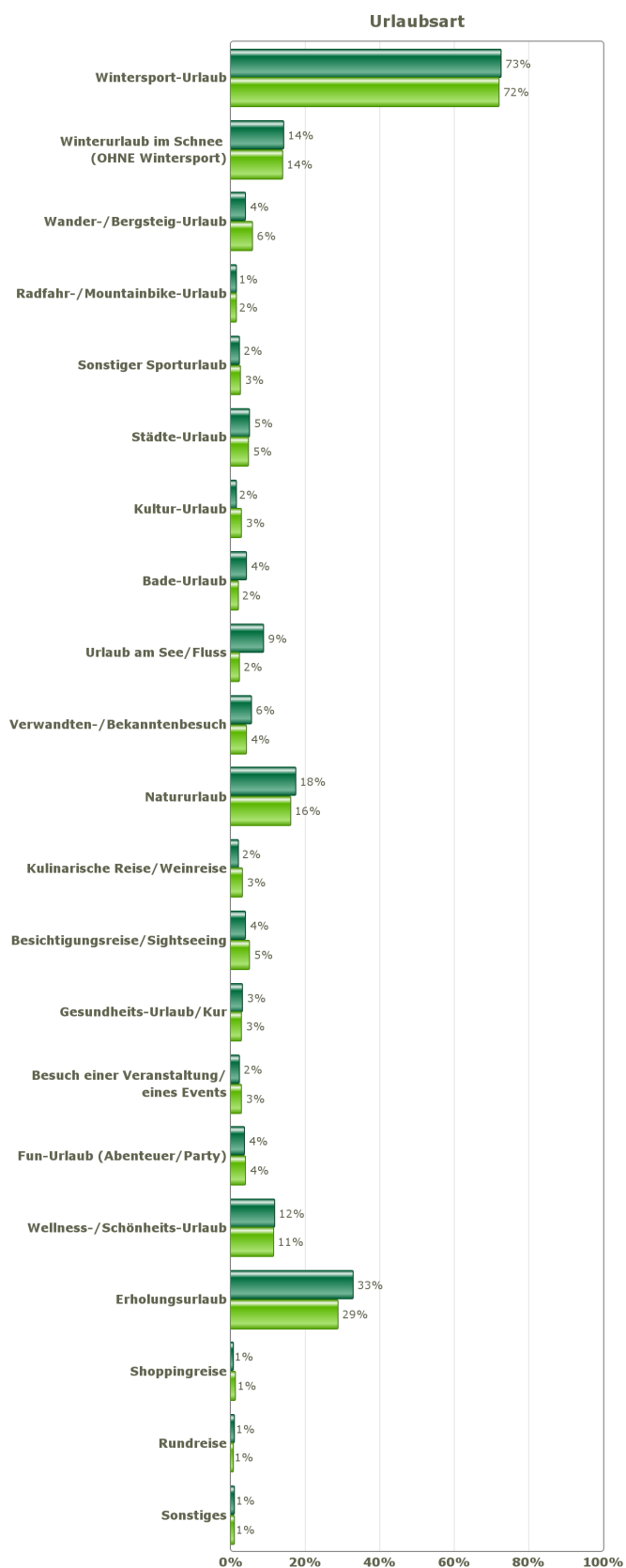


Grafik 3: Unterkunftsart. Frage: In welcher Art von Unterkunft haben Sie hauptsächlich übernachtet?

30% der befragten Urlauber haben im Winter 2022-23 in einem Hotel der Kategorie 4- oder 5* genächtigt. Genauso viele haben eine Ferienwohnung/-haus in Anspruch genommen, weitere 16% haben ihren Urlaub in einem 3*-Hotel verbracht. Im Vergleich zum Benchmark haben die Kärntner Urlaubsgäste etwas weniger in 4- und 5* Hotels genächtigt, dafür etwas mehr in Ferienwohnungen/-häusern und vor allem im eigenen Zweitwohnsitz bzw. der eigenen Ferienwohnung.

Vergleich zu Vorsaisonen: Immer mehr nächtigen in Ferienwohnungen und Ferienhäusern, auch die Kategorie eigener Zweitwohnsitz und eigene Ferienwohnung hat zugenommen, wenn auch nur auf niedrigem Niveau. Die gewerblichen Unterkünfte der 4- und 5* Kategorie blieben gleich, bei der 3* Kategorie ist ein leichter Rücklauf zu sehen.

Urlaubsarten



Grafik 4: Urlaubsart. Frage: *Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen?* - Mehrfachantworten möglich

73% der Kärntner Wintergäste –die große Mehrheit – bezeichnen ihren Aufenthalt (unter anderem) als Wintersporturlaub. Bereits deutlich dahinter auf Rang zwei liegt der Erholungsurlaub (33%), gefolgt vom Natururlaub mit 18%. 14% der Befragten geben an, einen Winterurlaub im Schnee (ohne Wintersport) zu machen und 12% verbringen einen Wellness- / Schönheitsurlaub.

Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten etwas mehr Erholungs-Urlauber und Natururlauber gegeben sind. Alle anderen relevanten Urlaubsarten sind ähnlich oft angegeben. Von den im Winter nicht stark vertretenen Urlaubsarten sind die Verwandten- und Bekanntenbesuche in Kärnten wieder öfters angeführt, auch das Thema Urlaub am See spielt bei den Kärntner Winterurlaubern eine bedeutenderer Rolle als in Rest-Österreich.

Vergleich zu Vorsaisonen: Der Wintersporturlaub nimmt zu. Lag dieser Wert im Winter 2018-19 bei 67%, so ist es im Winter 2022-23 bei 73%. Hier sind aber alle möglichen Themen von Wintersport integriert, nicht nur das alpine Skifahren. Der Wintergast in Kärnten ist somit sehr sportlich aktiv. Das Thema „Winterurlaub im Schnee (ohne Wintersport)“ nimmt auch tendenziell zu, so wie auch das Thema Erholungsurlaub.

Gut zu wissen: In den Angaben zu den Urlaubsarten finden sich häufig die Gründe wieder, die zur Entscheidung für die betreffende Region als Urlaubsdestination geführt haben (vgl. Kapitel „Entscheidungsgründe“).

Urlaubsaktivitäten

Auf die Frage: *Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)* ergeben sich folgende Top-10: (in Klammer die %Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Alpiner Wintersport (Skifahren, Snowboarden, Freeriden), 74% (72%)
2. Skifahren, 72% (70%)
3. Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren, 49% (45%)
4. Wandern, 40% (46%)
5. Schwimmen / Baden, 37% (27%)
6. Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 37% (45%)
7. Entspannen, nichts tun, 37% (32%)
8. Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 25% (27%)
9. Après Ski 21% (30%)
10. In's Kaffeehaus gehen, 21% (20%)

Die beliebteste Aktivität im Winterurlaub in Kärnten ist „Alpiner Wintersport“ mit 74%. Das alpine Skifahren dominiert dabei und wurde von 72% der Gäste angegeben. Das Thema (Winter-)Wandern schiebt sich immer weiter nach vor und liegt mit 40% bereits auf Platz vier, knapp vor Schwimmen / Baden in Thermen und Hallenbädern (hoteleigen oder öffentlich). Alle anderen Top-10 Aktivitäten sind eher gemütlich.

Vergleich zur Vorsaison: In den Top-10 gab es beim Alpinen Wintersport bzw. beim Skifahren eine nennenswerte Steigerung. Von 67% im Winter 2018-19 auf 74% beim Thema Alpiner Wintersport bzw. von 66% auf 72% beim Skifahren. Auch das (Winter-)Wandern ist gestiegen von 35% in 2018-19 auf 40% in 2022-23. Tendenziell zugenommen haben auch die Urlaubsaktivitäten Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren, Essen gehen außerhalb der Unterkunft, Entspannen / Nichts tun und Après Ski. Gleich blieben In's Kaffeehaus gehen und typische Speisen und Getränke aus der Region genießen.

Sportliche Aktivitäten

Sieht man sich die wichtigsten wintersportlichen Aktivitäten im Detail und verglichen mit dem Benchmark an, ergeben sich die folgenden Ergebnisse:

Skifahren 72% (70%), Schwimmen / Baden 37% (27%), Rodeln / Schlittenfahren 16% (13%) Langlaufen 10% (8%), Eislaufen 9% (2%) werden in Kärnten öfter ausgeübt als im Benchmark (Werte in Klammer). (Winter-)Wandern mit 40% (46%) und Snowboarden mit 9% (10%) hingegen weniger oft. Gleich oft ausgeübt wird das Schneeschuhwandern mit 6%, das Tourenskigehen mit 5% und das Freeriden mit 3%.

Vergleich zu Vorsaisonen: Wie bereits beschrieben, gab es Steigerungen beim Skifahren, aber auch das Schneeschuhwandern (4% in 2018-19 auf 6% in 2022-23), das Tourenskigehen (3% in 2018-19 auf 5% in 2022-23), das Langlaufen (5% in 2018-19 auf 10% in 2022-23), Rodeln / Schlittenfahren (8% in 2018-19 auf 16% in 2022-23) und vor allem das (Winter-)Wandern (35% in 2018-19 auf 40% in 2022-23) hat zugenommen.

Leicht abgenommen hat das Snowboarden und das Eislaufen, Freeriden blieb gleich.

Urlaubsausgaben

Dieses Kapitel zeigt, wie viel die Winterurlauber für ihren Aufenthalt ausgeben. Die Angaben beziehen sich dabei auf die Ausgaben pro Person und Tag. Folgende Ausgabenkategorien werden gesondert dargestellt:

Ausgaben pro Person und Tag	Durchschnitt Kärnten	Anteil '0'	Anzahl Gäste	Durchschnitt Benchmark	Anteil '0'	Anzahl Gäste
Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Mietauto, Taxi, Bus, Bahn)	€ 5	49%	951	€ 5	50%	11.983
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 76	8%	951	€ 92	3%	11.983
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 14	34%	951	€ 20	25%	11.983
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 22	12%	951	€ 27	8%	11.983
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	22%	951	€ 15	21%	11.983
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 26	23%	951	€ 30	20%	11.983
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 8	44%	951	€ 9	47%	11.983
Sonstige Ausgaben	€ 12	47%	951	€ 10	47%	11.983
Gesamter Urlaub ohne Anreise	€ 176	0%	951	€ 208	0%	11.983

Grafik / Tabelle 5: Urlaubsausgaben. Frage: Welche (bisherigen und weiteren) Ausgaben fallen insgesamt für Ihren Urlaub in Kärnten an / Welche Ausgaben sind insgesamt während Ihres Urlaubs angefallen?

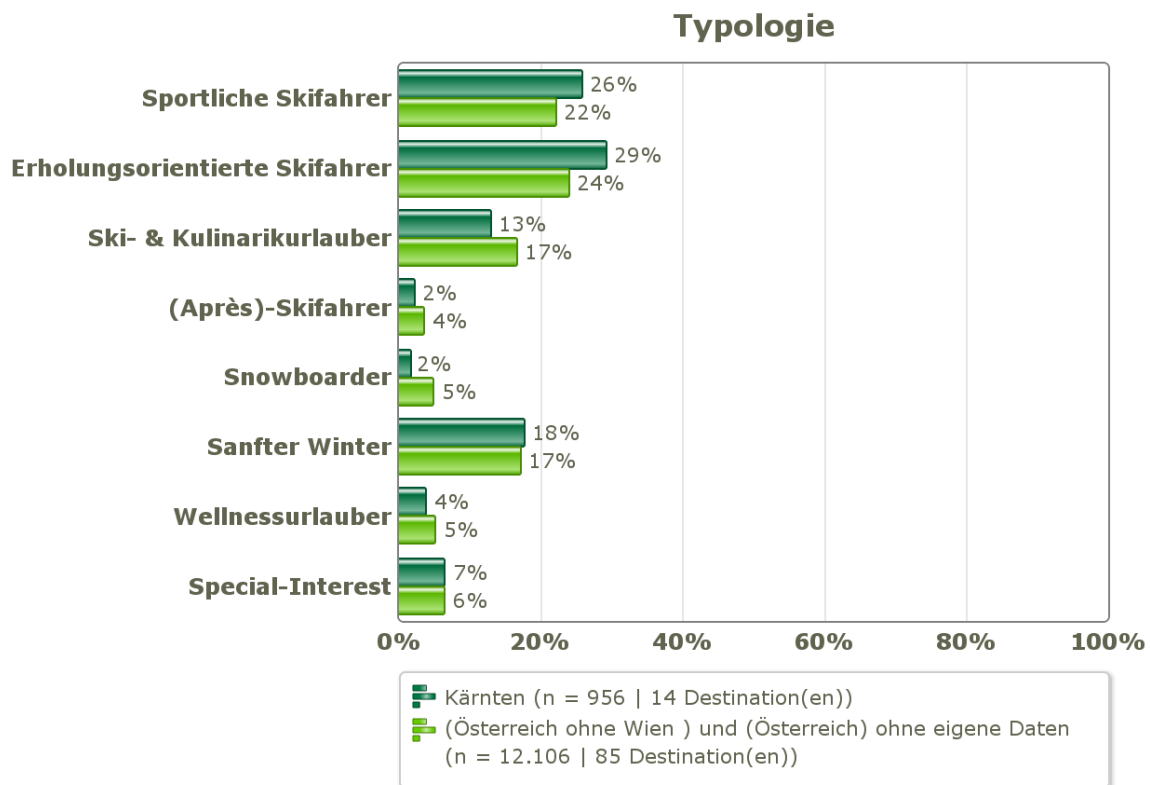
Im Winterurlaub 2022-23 geben die Gäste in Kärnten vor Ort durchschnittlich 176,- Euro pro Person und Tag aus. Der größte Anteil davon entfällt mit 90,- Euro auf die Unterkunft (Übernachtung plus sonstige Ausgaben in der Unterkunft). Es ist ersichtlich, dass die Gesamtausgaben in Kärnten geringer sind als in Rest-Österreich. Hauptverantwortlich dafür sind die um einiges niedrigeren Unterkunftsausgaben.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Gesamtausgaben ohne Anreise erreichten im Winter 2022-23 mit 176,- Euro in etwa jenen Wert wie im Winter zuvor. Im Winter 2018-19 lagen sie bei 155,- Euro. Hauptverantwortlich für die Steigerung zum Winter 2018-19 waren die jährlich höheren Ausgaben für die gebuchten Unterkünfte. Sie stiegen von 62,- Euro im Jahr 2018-19 auf 76,- Euro im Winter 2022-23. Auch die Ausgaben für Seilbahnen stiegen im diesen Zeitraum von 21,- Euro auf 26,- Euro. Alle anderen Kategorien blieben annähernd gleich bzw. stiegen nur leicht.

Verglichen mit dem Sommer sind die Winterausgaben pro Tag um € 35,- höher. Hauptverantwortlich dafür sind die höheren Unterkunftspreise und vor allem die Ausgaben für Seilbahntickets.

Typologie

Die Kärntner Wintergäste kann man in folgenden Typologien zusammenfassen:



Zeitraum: 01.11.2022 - 30.04.2023

WEBMARK Destinationen

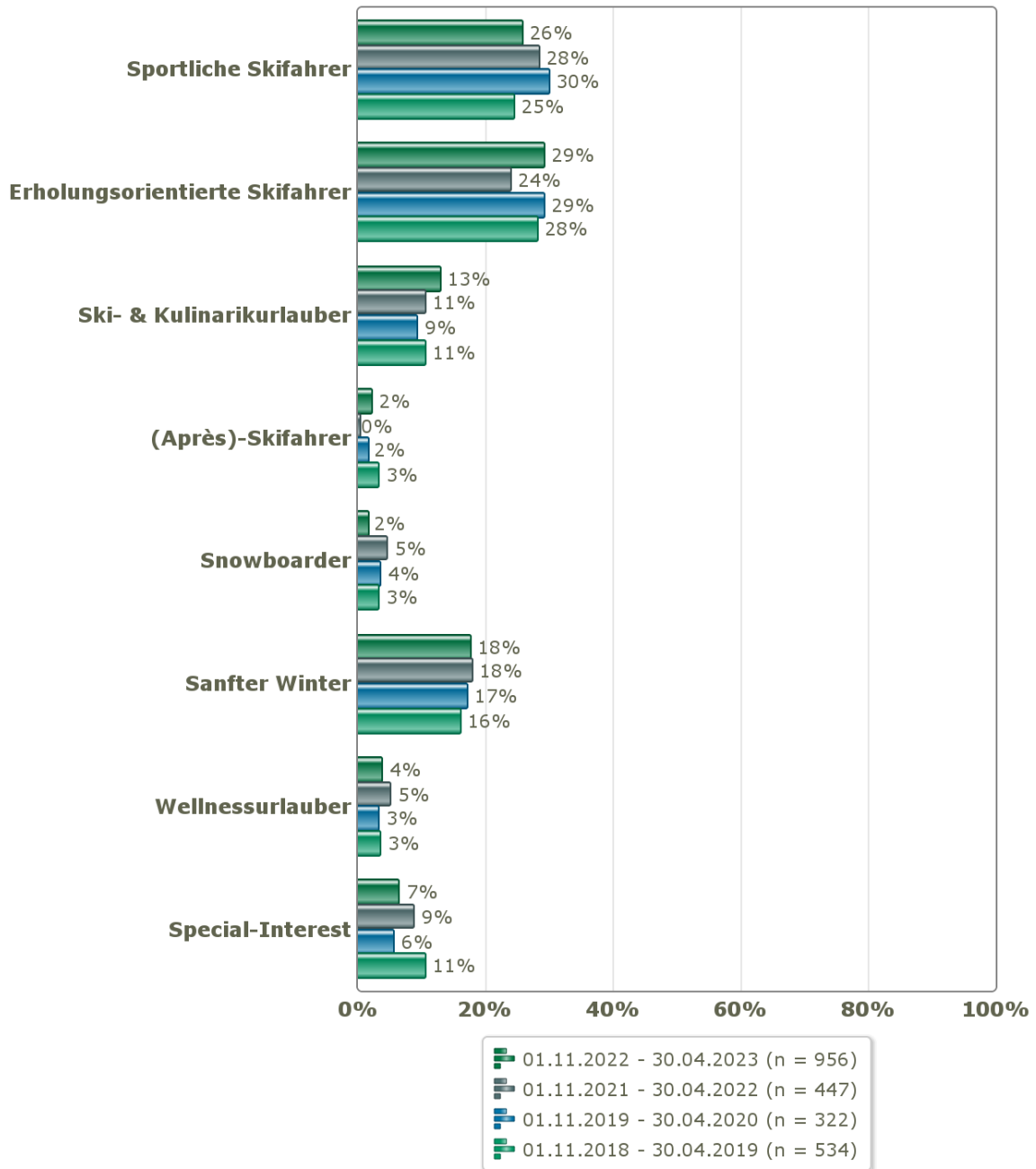
Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 6: Typologie der Kärntner Wintergäste.

Der erholungsorientierte und sportliche Skifahrer dominiert in Kärnten, ist auch stärker gegeben als in den anderen Bundesländern. 18% der Wintergäste können als Verfechter des „sanften Winters“ bezeichnet werden, 13% sind Ski- & Kulinarikurlauber.

Hier auch die Entwicklung der Typologien im Zeitvergleich seit dem Winter 2018-19:

Typologie im Zeitvergleich



Zeitraum: 01.11. - 30.04.

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 7: Typologie der Kärntner Wintergäste im Zeitvergleich

Die erholungsorientierten Skifahrer blieben in etwa gleich, genauso wie die Ski- & Kulinarikurlauber. Der sportliche Skifahrer legte etwas zu seit 2018-19, ebenfalls der sanfte Winterurlauber.

Studiendesign

Die in dieser Teil-Studie verwendeten Befragungsergebnisse stammen aus T-MONA (kurz für Tourismus-Monitor Austria), einem seit 2004 bestehenden Kooperationsprojekt der Österreich Werbung mit den neun Landestourismusorganisationen unter Beteiligung von österreichischen Tourismusdestinationen. Die Umsetzung des Projekts erfolgt durch das Marktforschungsunternehmen MANOVA.

T-MONA erfasst bis auf Ebene einzelner Destinationen umfangreiche Informationen über das Reiseverhalten der Urlauber in Österreich. Diese Daten dienen Entscheidungsträgern im Tourismus unter anderem als Basis für gezielte strategische Analysen, eine Definition bzw. Überprüfung der eigenen Positionierung und die (Weiter-) Entwicklung konkreter Destinationsangebote und Marketingmaßnahmen.

Befragungsmethodik

Seit dem Befragungsjahr 2017/18 werden die Daten in T-MONA ausschließlich elektronisch erhoben (davor: durch Interviewer begleitete Selbstausfüller-Interviews mit Papierfragebogen). Um die Gäste auf diesem Weg zu erreichen, ist der Online-Fragebogen in diversen b2c-Kontaktkanälen von Österreich Werbung, Landestourismusorganisationen, teilnehmenden Destinationen sowie anderer touristischer Partner integriert.

Zu den wesentlichen Eckpfeilern zählt dabei die Einbindung in die Websites sowie die Ausspielung der Befragung über Public WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Standorten in ganz Österreich. Die Umfrage wird darüber hinaus über Social Media Kanäle (v.a. Facebook und Instagram), diverse Printprodukte, Newsletter und andere marktrelevante Kontaktkanäle kommuniziert.

Adressiert werden Österreich-Urlauber sowohl aus dem In- als auch aus dem Ausland. Voraussetzung für die Teilnahme ist ein Mindestalter von 14 Jahren. Tagesgäste und (ausschließlich) Geschäftsreisende werden zu Beginn der Befragung zwar miterfasst, dann aber nicht weiter befragt.

Gewichtung

Da keine Quelle für Strukturdaten über die Grundgesamtheit aller Österreich-Urlauber existiert und die Befragung ausschließlich online durchgeführt wird, kann T-MONA keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Die Auswahl der Befragungskanäle erfolgt allerdings mit großer Sorgfalt, sodass ein möglichst breiter Querschnitt unterschiedlicher soziodemografischer Gruppen und Urlaubsinteressen erreicht wird. Um die Verhältnisse einzelner Regionen, Zeiträume und Saisonen zueinander wirklichkeitsgetreu darzustellen, werden die gesammelten Daten mit der amtlichen Nächtigungsstatistik gewichtet.

Die Gesamtzahl der zwischen November 2022 und April 2023 gesammelten Interviews beläuft sich Österreichweit auf 11.957, in Kärnten waren es 970 Interviews. Ein Vergleich mit den Befragungsergebnissen aus der Vorsaison ist mit dieser Befragung möglich. Seit der Erhebungssaison 2013/14 wurde die Befragungsmethodik ja grundlegend verändert und auch im Fragebogen wurden inhaltliche Anpassungen vorgenommen, weshalb ein direkter Vergleich mit Befragungsergebnissen aus der Erhebungssaison 2013/14 und früher methodisch nicht einwandfrei ist. Ab dem Befragungsjahr 2017/18 sind jedoch Vergleiche möglich!