
Sommer-Urlauber in Kärnten

Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung Sommer 2020



Kärnten Werbung GmbH
F.d.Öv.: roland.oberdorfer@kaernten.at

Der Inhalt dieser Studie ist Eigentum der Kärnten Werbung GmbH und darf vom Auftraggeber grundsätzlich nur zum internen Gebrauch verwendet werden. Für die Pressearbeit und dergleichen dürfen einzelne Studien-Ergebnisse nur nach Rückfrage und unter Angabe der Quelle (Kärnten Werbung, T-MONA Urlauber Sommer 2020) genutzt werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Kärnten Werbung erlaubt.

□ Inhaltsverzeichnis

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick	3
Einleitung	4
Allgemeines zur Sommersaison 2020.....	4
Gästestruktur	5
Herkunftsländer & Umgebung.....	5
Alter und Geschlecht.....	6
Bildung und Einkommen	6
Beruf	8
Besuchserfahrung.....	9
Reisebegleitung.....	9
□ Information / Entscheidung / Buchung.....	10
Aufmerksamkeit.....	10
Unterkunftssuche	12
Buchung der Unterkunft.....	13
Entscheidungsgründe	14
Kriterien der Unterkunftswahl	17
Einfluss durch die Corona-Krise.....	17
Durchführung der Reise und Aufenthalt	18
Anreisearten.....	19
Unterkunft	20
Aufenthaltsdauer	21
Urlaubsarten	22
Urlaubsaktivitäten.....	23
Urlaubsausgaben	27
Zufriedenheit und □ Image.....	28
Zufriedenheit und Weiterempfehlung.....	28
□ Image	31
Studiendesign.....	33
Ausblick.....	34

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Wer sind die Gäste, die im Sommer 2020 einen Urlaub in Kärnten verbrachten? Wie sehen sie aus und wie verhalten sie sich? Dieser Bericht liefert Antworten.

- **Gätestruktur:** Die überwiegende Mehrheit der Gäste bei dieser Befragung (insgesamt 92%) kommt aus Deutschland oder Österreich. Der Altersschnitt der Befragten liegt bei 50,1 Jahren. 37% der Sommerurlauber haben einen Hochschul- bzw. Universitätsabschluss. Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person liegt bei 2.156 Euro. Die größte Berufsgruppe sind Angestellte und Beamte mit 44%. 81% der Gäste haben zuvor schon einmal Urlaub in Kärnten gemacht, 19% sind Erstbesucher. Der Stammgästeanteil (kommen fast jedes Jahr oder mehrmals jährlich) liegt bei 46%.
- **Information / Entscheidung / Buchung:** 36% der Gäste sind über das Internet auf Kärnten aufmerksam geworden, 31% durch frühere Besuche und 29% über Empfehlungen. Bei der Unterkunftssuche dominiert die Suchmaschine, gefolgt von Buchungsplattformen. 22% haben schon 6 Monate vor dem Reiseantritt gebucht, 11% 4-6 Monate zuvor, 16% kamen ganz spontan. 67% der Urlauber hat direkt bei der Unterkunft gebucht, 17% haben über eine Internet-Plattform reserviert. 38% der Sommergäste haben ihre Unterkunft per Mail, 31% per Online-Buchung reserviert. Die fünf am häufigsten genannten Gründen für Kärnten als Urlaubsziel sind die Seen (52%), die Berge (44%), die Landschaft und Natur (28%), das Angebot an Wanderwegen (24%) und die gute Luft / das gesunde Klima (23%). Das wichtigste Kriterium der Unterkunftswahl bleibt die Lage mit 68%, gefolgt vom Preis und familiärer Atmosphäre.
- **Einfluss durch Corona:** 32% gaben an, dass Corona sehr wohl einen Einfluss auf ihre Urlaubsentscheidung hatte. Für 22% war dies teilweise der Fall, für 46% gar nicht. Trotz Corona konnte den Gästen im Sommer 2020 ein sehr gutes Urlaubsgefühl vermittelt werden. Sie waren auch mit den Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen grundsätzlich zufrieden.
- **Durchführung der Reise:** 84% der Gäste sind mit dem Auto an den Aufenthaltsort gereist. Die beliebteste Begleitperson im Urlaub ist der eigene Partner, auch die Familie mit Kindern (6-13 Jahre) ist in Kärnten besonders stark vertreten. 50% nächtigen in Hotels / Gasthöfen, 23% in Ferienwohnungen/-häusern. 48% der Urlauber bleiben zwischen 4 und 7 Nächten am Urlaubsort, 26% sogar 8 bis 14 Nächte. Kärnten wurde Corona bedingt wieder zu einer Haupturlaubsdestination. 54% haben im Sommer einen Urlaub am See verbracht, 51% einen Erholungsurlaub, 39% einen Wanderurlaub, 33% einen reinen Badeurlaub und 28% einen Natururlaub (Mehrfachnennungen waren möglich).
- **Aktivitäten:** Die beliebteste Aktivität im Sommerurlaub in Kärnten ist Schwimmen / Baden mit 79%, gefolgt von Wandern mit 70%. Auf den Plätzen 3 bis 7 folgen eher gemütliche Aktivitäten, ehe mit 36% das Radfahren als nächste sportliche Aktivität auf Platz acht folgt. Der Sommergast 2020 war insgesamt sportlich-aktiver als je zuvor.
- **Zufriedenheit / Empfehlung:** Die Sommerurlauber sind grundsätzlich sehr zufrieden mit den einzelnen Aspekten ihres Aufenthalts. Der „schlechteste“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,66 (Schlechtwetterangebot). Am meisten begeistert sind sie von Panorama / Ausblick (1,29), Landschaft und Natur (1,30), Wasserqualität (1,36), Naturattraktionen (1,40), Sicherheit (1,41) und Sauberkeit (1,46). Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen finden sich das Preis-Leistungs-Verhältnis in der Gastronomie, das Veranstaltungsangebot, das Kunst- und Kulturangebot, das Preis-Leistungs-Verhältnis von Attraktionen, das Party/Nachtleben und eben das Schlechtwetterangebot. 71% werden einen Aufenthalt in der Region dennoch sehr wahrscheinlich weiterempfehlen.
- **Ausgaben:** Die Tagesausgaben des Sommerurlaubers in Kärnten betragen pro Person im Durchschnitt insgesamt € 133,- (ohne Anreise).

Einleitung

Wer macht im Sommer Urlaub in Kärnten? Wie alt sind die Gäste? Welche Ausbildung haben sie und wie viel verdienen sie? Sind sie das erste Mal hier oder kommen sie regelmäßig? In welcher Art von Unterkunft nächtigen sie und wie lange vorher haben sie gebucht? Wie reisen sie an, wie lange bleiben sie und mit wem verbringen sie ihren Urlaub? Warum haben sich die Gäste gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden? Was machen sie während ihres Aufenthalts und wie viel Geld geben sie aus? Wie zufrieden sind sie mit dem Angebot in der Urlaubsregion? Wie ist das Image Kärntens in ihren Augen?

Die Antworten auf diese Fragen und noch einige Informationen mehr liefert der vorliegende Bericht und zeichnet so ein detailliertes Profil der Gäste, die zwischen Mai und Oktober 2020 Urlaub in Kärnten gemacht haben.

Allgemeines zur Sommersaison 2020

Die Sommersaison 2020 war außergewöhnlich für den weltweiten Tourismus. Aufgrund der Covid-19 Pandemie und der damit verbundenen Reisebeschränkungen gab es in Kärnten faktisch nur zwei relevante Herkunftsländer: Österreicher (60% der Ankünfte) und Deutsche (27% der Ankünfte). Der Kärntner Tourismus kam dennoch relativ glimpflich durch den Sommer und verbuchte mit -11% im Vergleich zu den andern Österreichischen Bundesländern das geringste Minus bei den Übernachtungen. Die Monate Juli, August und September verzeichneten sogar Nächtigungszuwächse. Dennoch konnten die fehlenden Monate Mai (Unterkünfte durften erst ab Ende Mai öffnen) bis Mitte Juni (Reisebeschränkung von Deutschland nach Österreich) nicht mehr aufgeholt werden.

Ankünfte und Nächtigungen Mai bis Oktober 2020

	Ankünfte	+/- in %	Nächtigungen	+/- in %
Gesamt	1.818.916	-21,3	8.599.073	-11,0
Inländer	1.088.362	+9,1	4.650.018	+19,8
Ausländer	730.554	-44,3	3.949.055	-31,7

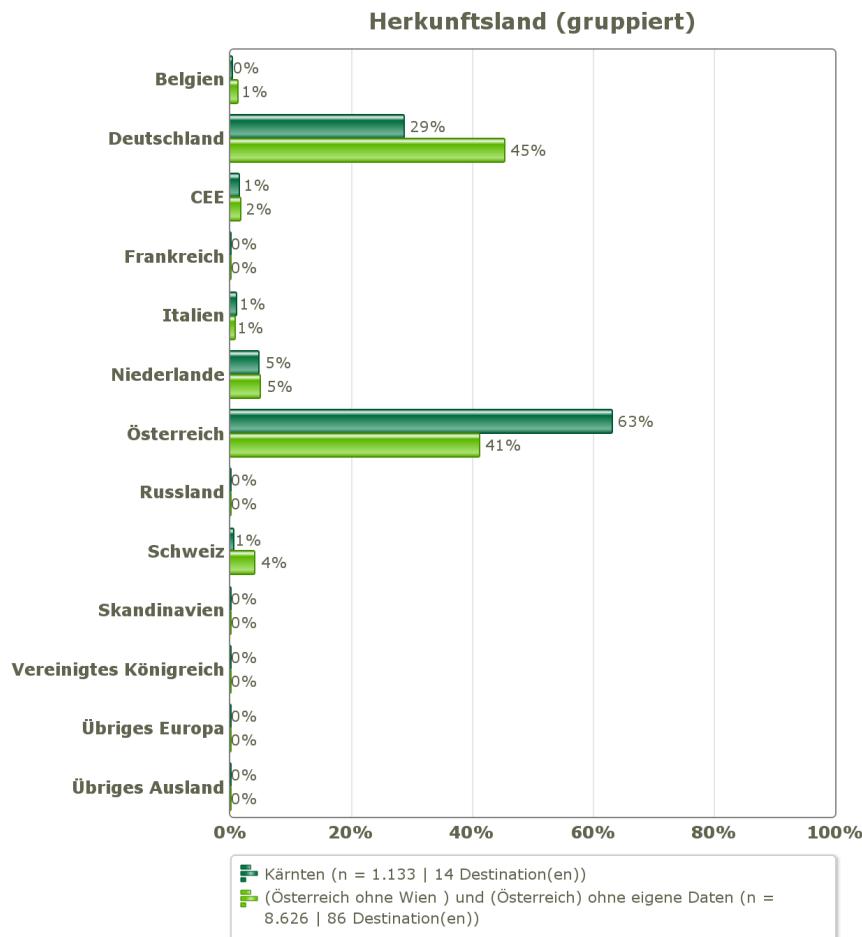
Die meisten Gäste kamen im Sommer 2020 mit Abstand aus dem Inland, gefolgt von Deutschland und mit großem Abstand Niederlanden, Italien und Tschechien.

Top 5 Herkunftsmärkte (nach Ankünften) Mai bis Oktober 2019

		Ankünfte	+/- in %	Nächtigungen	+/- in %
1	Österreich	1.088.362	+9,1	4.650.018	+19,8
2	Deutschland	491.309	-32,9	2.791.860	-21,9
3	Niederlande	73.380	-41,5	527.009	-34,6
4	Italien	36.366	-65,2	103.975	-65,8
5	Tschechien	27.965	-39,3	100.483	-33,8

Gästestruktur

Herkunftsländer & Umgebung



Zeitraum: 01.05.2020 - 31.10.2020

WEBMARK Destinationen

Grafik 1: Herkunftsland. Frage: Wo haben Sie Ihren ständigen Wohnsitz?

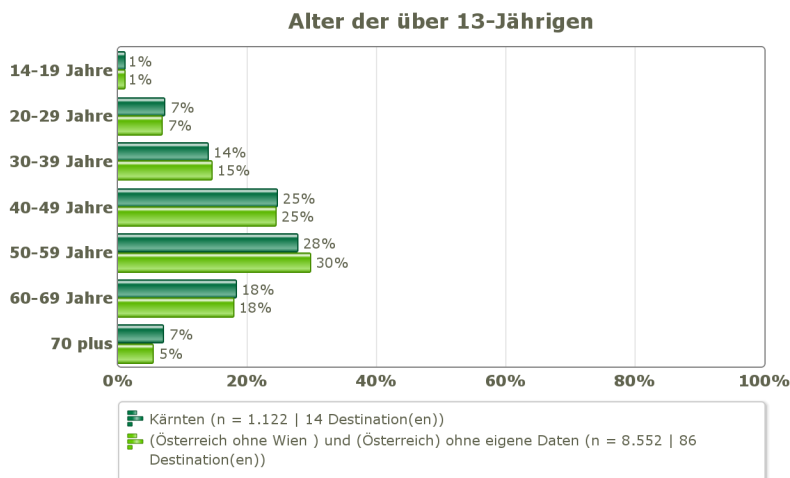
Die größte Gästegruppe in der Stichprobe machen aufgrund der Covid-19 Pandemie mit 63% die österreichischen Urlauber aus. 29% kommen aus Deutschland, 5% aus den Niederlanden. Die restlichen Länder spielen in der diesjährigen Befragung keine Rolle. Sieht man sich die Österreichischen Bundesländer an, so dominieren Niederösterreich (27%), Steiermark und Wien (je 18%). Aus Deutschland kamen die meisten aus Bayern (29%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (21%) und Baden-Württemberg (14%).

Gefragt nach der Umgebung ihres Wohnsitzes gaben 50% an „Ländliche Umgebung“, 26% „Städtische Umgebung“ und 24% „Großstadt“. Im Vergleich zu Rest-Österreich (ohne Wien) sind diese Zahlen nahezu ident.

Vergleich zur Vorsaison: Mehr Gäste aus ländlicher, weniger aus städtischer Umgebung.

Gut zu wissen: Die Anteile der einzelnen Herkunftsländer in T-MONA können von der Verteilung in der amtlichen Nächtigungsstatistik abweichen, da im neuen Befragungsdesign keine Quotenvorgaben auf Ebene von Nationen vorgesehen sind.

Alter und Geschlecht



Zeitraum: 01.05.2020 - 31.10.2020

WEBMARK Destinationen

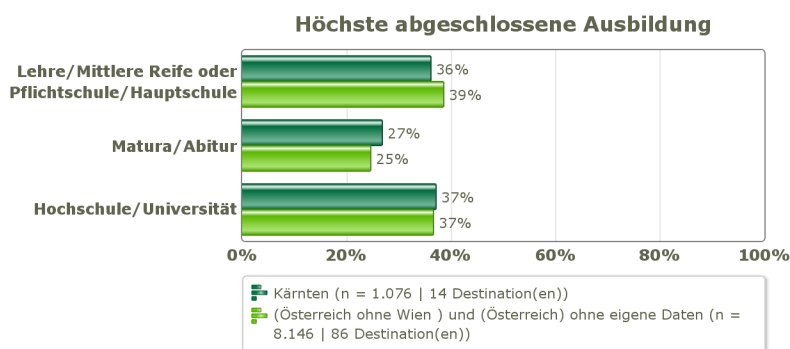
Grafik 2: Alter der Befragten. Frage: Wie alt sind Sie?

Die 50 bis 59-jährigen Gäste sind im Sommer am stärksten vertreten: 28% gehören dieser Altersgruppe an. 25% der Sommerurlauber sind zwischen 40 und 49 Jahre alt, 18% zwischen 60 und 69 Jahre. Das Durchschnittsalter der Sommerurlauber liegt bei 50,1 Jahre, ganz ähnlich wie im Vergleich zum Benchmark (= Rest-Österreich ohne Wien; 49,6 Jahre). Das Geschlechterverhältnis zeigt folgendes Bild: 55% der befragten Sommergäste sind weiblich, 45% männlich.

Vergleich zur Vorsaison: Die Gäste sind älter geworden, vor allem die Gruppe der 50-70 jährigen nahm zu.

Gut zu wissen: Das Alter der Gäste beeinflusst viele Aspekte des Reiseverhaltens: einzelne Urlaubsaktivitäten, das Planungs- und Buchungsverhalten, Zufriedenheiten u.a. variieren je nach Alterskategorie.

Bildung und Einkommen

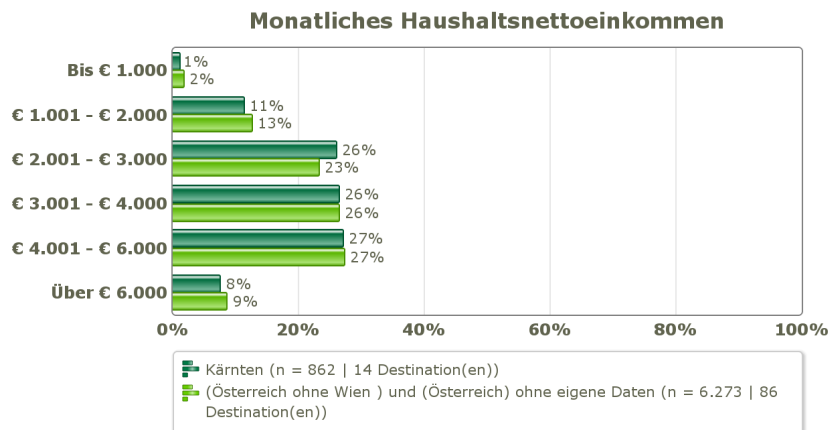


Grafik 3: Ausbildung. Frage: Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?

36% der Sommerurlauber haben einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die mittlere Reife. Maturaniveau haben 27% der Gäste, 37% haben einen akademischen Abschluss. Im Vergleich zum Benchmark gibt es in Kärnten etwas weniger Gäste der unteren Bildungsschichten, dafür

etwas mehr mit Maturaniveau.

Vergleich zur Vorsaison: Mehr Gäste aus unteren Bildungsschichten, gleich viele mit Matura, weniger mit Hochschulabschluss.



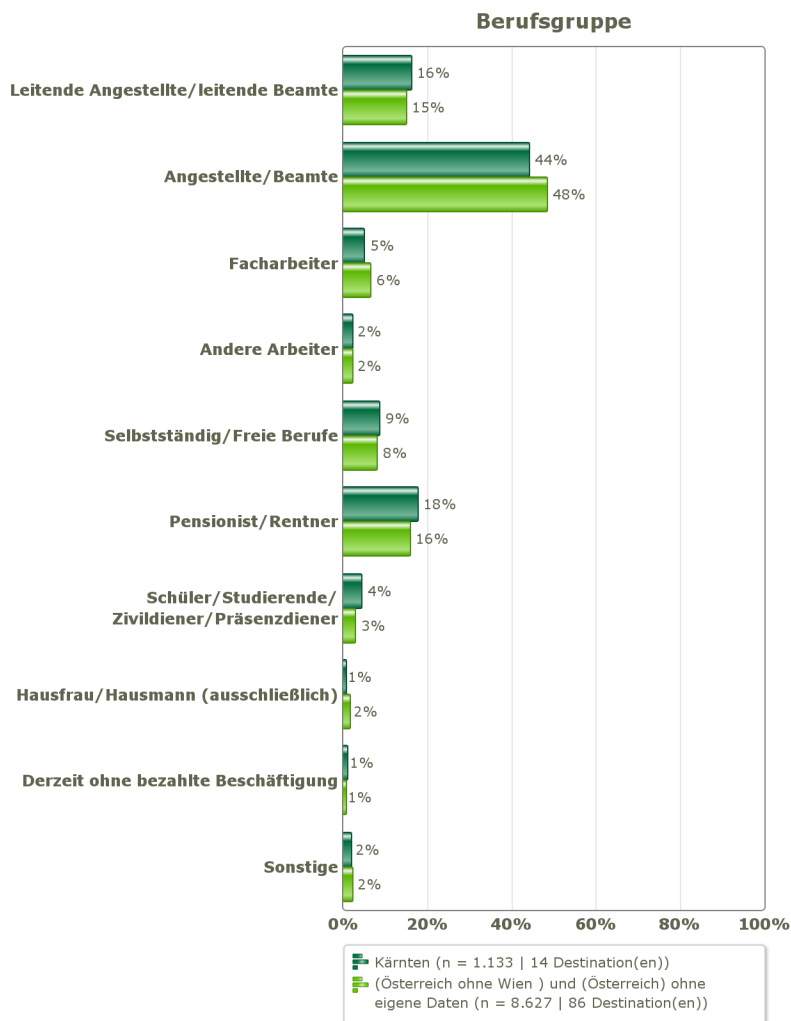
Grafik 4: Einkommen. Frage: Wie hoch Ihr durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Also die Summe der Nettoeinkommen aller in Ihrem Haushalt lebenden Personen?

27% der Gäste haben ein durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen zwischen 4.000 und 6.000 Euro. Je 26% verdienen zwischen 2.000 und 3.000 Euro bzw. 3.000 und 4.000 Euro. Mehr als 6.000 Euro haben 8 % monatlich zur Verfügung und bei 12% der Gäste beträgt das Haushaltseinkommen bis zu 2.000 Euro. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person liegt in Kärnten bei 2.156 Euro, beim Benchmark sind dies 2.275 Euro. Die Kärnten Urlauber sind somit etwas weniger einkommensstrak bzw. kaufkräftig. Im Schnitt befinden sich 2,9 Personen im Haushalt.

Vergleich zur Vorsaison: Vor allem bei den guten Verdienern zwischen 4.000 und 6.000 Euro konnte wieder zugelegt werden. Auch die Gruppe zwischen 6.000 und 8.000 Euro war stärker vertreten als im Sommer 2019. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person stieg von 2.080 Euro auf 2.156 Euro.

Gut zu wissen: Das Äquivalenzeinkommen pro Person wird durch die Anzahl der Haushaltsmitglieder dividiert, wobei die erste Person voll einfließt, die zweite mit 0,5 und ein Kind unter 14 beispielsweise mit 0,3. Damit wird auf die sinkenden Lebenshaltungskosten Rücksicht genommen und der Wert stellt somit einen besseren Vergleichswert dar.

Beruf

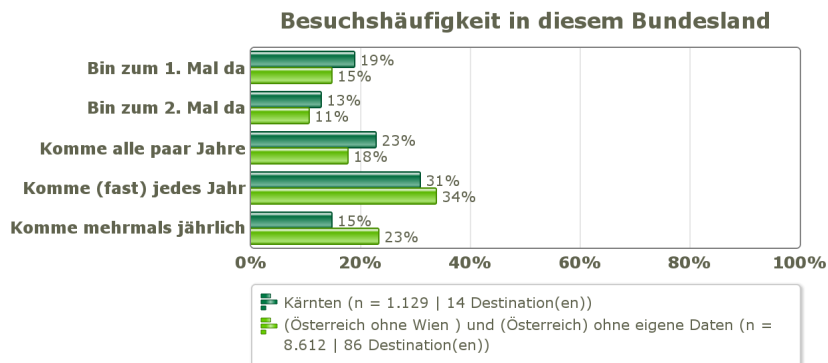


Grafik 5: Berufe. Frage: Bitte geben Sie Ihre Berufsgruppe an. Mehrfachantworten möglich.

Die mit Abstand größte Berufsgruppe unter den Sommerurlaubern sind Angestellte und Beamte mit einem Anteil von 44%. Pensionisten / Rentner machen 18% aus, leitende Angestellte und leitende Beamte 16%, Selbstständige und Freiberufler 9%. 5% der Gäste sind Facharbeiter, 4% Schüler und Studenten und 2 % andere Arbeiter. Im Vergleich zum Benchmark sind in Kärnten etwas mehr Pensionisten/Rentner, dafür etwas weniger Angestellte/Beamte. Alle anderen Berufsgruppen sind in etwa gleich.

Vergleich zur Vorsaison: Mehr Pensionisten / Rentner, weniger Angestellte / Beamte und Selbstständige / Freiberufler.

Besuchserfahrung

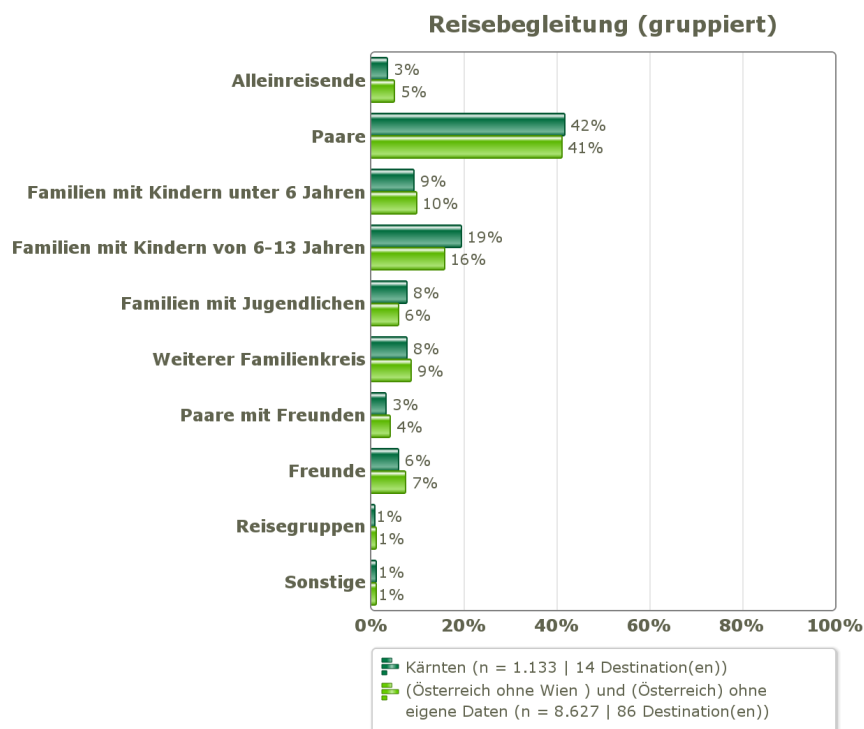


Grafik 6: Besuchserfahrung. Wie oft machen Sie Urlaub in diesem Bundesland?

Kärnten ist dem überwiegenden Teil der Sommergäste als Urlaubsland bekannt: nur 19% haben zuvor noch nie Urlaub in Kärnten gemacht. 13% der Gäste sind zum zweiten Mal da, 23% kommen alle paar Jahre. Die größte Gruppe (31%) kommt fast jedes Jahr, 15% sogar mehrmals jährlich. Man kann auch sagen 46% der Kärnten Gäste sind Stammgäste, 23% Intervallgäste, 13% das zweite Mal hier und eben 19% Erstbesucher. In Kärnten gibt es im Vergleich zum Benchmark im Corona-Sommer 2020 mehr Erstbesucher und Wiederbesucher, dafür weniger Stammgäste.

Vergleich zur Vorsaison: Der Stammgästeanteil nimmt weiter ab (-4%), jener der Intervallgäste (Wiederbesucher) hat stark zugenommen (+5%).

Reisebegleitung



Grafik 7: Reisebegleitung. Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise / Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? Mehrfachantworten möglich.

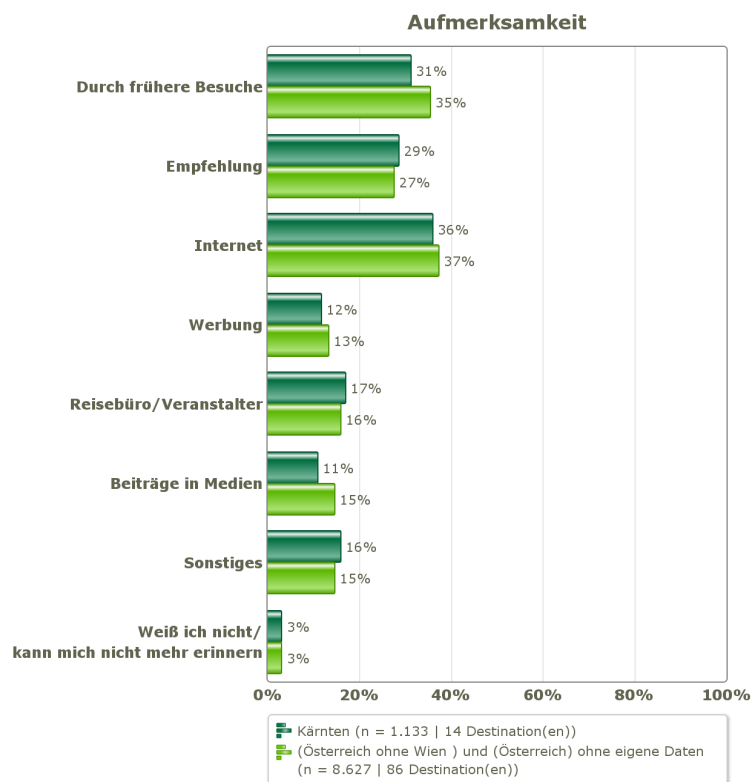
Die beliebteste Begleitperson der Sommerurlauber ist der eigene Partner. Mit ihm haben 42% der Gäste ihren Urlaub verbracht. 28% der Reisenden sind Familien mit Kindern (unter 14 Jahren), 8% Familien mit Jugendlichen, 8% Familienverbände (ältere Kinder, sonstige Verwandte). 6% urlaube mit Freunden, 3% verreisen mit dem Partner und Freunden, 3% verreisen alleine. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten im Sommer weiterhin das Familienurlaubsland ist: 44% verreisen in irgendeiner Form als Familie, während dies im Benchmark nur 41% sind. Vor allem die Familie mit Kindern von 6 – 13 Jahren ist in Kärnten besonders stark ausgeprägt. Dafür kommen nach Kärnten etwas weniger Alleinreisende und Freundesgruppen. Die durchschnittliche Größe der Reisegemeinschaft liegt in Kärnten bei 3,3 Personen (auch 3,3 beim Benchmark).

Vergleich zur Vorsaison: Das Segment der Familien mit Kindern unter 6 Jahren ist etwas zurück gegangen (-3%), dafür kamen wieder mehr Paare (+4%). Die übrige Reisebegleitung ist in etwa gleichgeblieben.

Information / Entscheidung / Buchung

Dieses Kapitel befasst sich mit der Urlaubsplanung. Es wird erläutert, welche Informationskanäle die Sommerurlauber für ihre Recherche genutzt und wie lange vor Antritt der Reise sie sich für den Zielort entschieden haben. Weiters wird dargestellt, wo und wie die Buchung erfolgt ist und vor allem, welche Gründe ausschlaggebend dafür waren, die betreffende Region als Urlaubsziel zu wählen.

Aufmerksamkeit



Grafik 8: Aufmerksamkeitskanäle. Frage: *Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion (für diesen Besuch) aufmerksam geworden?* Mehrfachantworten möglich.

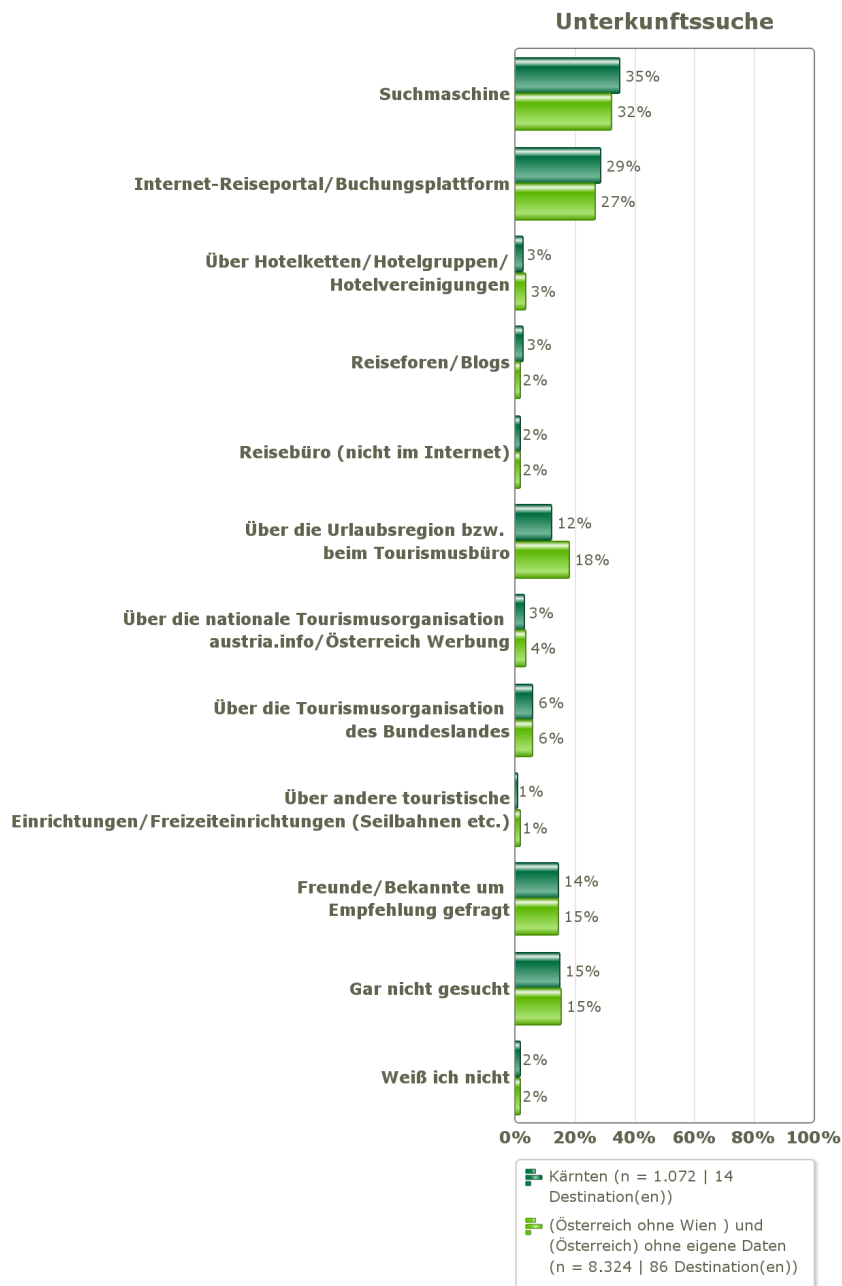
Bei der Frage, wie die Gäste im Vorfeld der Reise auf die Urlaubsregion aufmerksam geworden sind, zeigt sich ein recht hoher Grad der Besuchserfahrung: 31% haben die Destination bereits durch frühere Besuche gekannt. 29% wurde das Reiseziel aus dem persönlichen Umfeld empfohlen. Am meisten, nämlich 36% sind über das Internet aufmerksam geworden, 12% über Werbung, 17% über Reisebüros/Reiseveranstalter und 11% über Beiträge in Medien.

In den Detailauswertungen zeigt sich, dass bei jenen, die über das Internet aufmerksam geworden sind, 21% über eine Suchmaschine (Google etc.), 14% über Reise- und Buchungsportale (booking.com etc.), 2% über Reisforen/Blogs, 4% über Facebook, 2% über Werbebanner im Internet und je 1% über bewusst aufgerufene Videos (YouTube) und Instagram aufmerksam geworden sind. Bei „Werbung“ geben die allermeisten gedruckte Prospekte/Broschüren als Hauptwerbemittel an, und bei „Beiträge in den Medien“ werden am öftesten „Journalistische Artikel in den Zeitungen / Zeitschriften / Magazinen“ genannt.

Vergleich zur Vorsaison: Die Werte sind im Allgemeinen in etwa gleich geblieben. Rückgänge gab es bei der Aufmerksamkeit durch das Internet, durch Werbung und durch Reisebüro/Veranstalter. Bei den Detailauswertungen ist die Aufmerksamkeit über Reise- und Buchungsportale (booking.com, etc.) wie auch jene über Suchmaschinen (Google, etc.) um 2% gesunken. Gesteigert werden konnte hier die Aufmerksamkeit über Facebook (+2%). Die Aufmerksamkeit via Prospekte/Broschüren ist ebenfalls etwas gesunken, dafür ist jene über redaktionelle Artikel in Zeitungen gestiegen.

Gut zu wissen: Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass es gewisse methodische Herausforderungen birgt, im Rahmen einer Umfrage detaillierte Informationen zu Inspirations- bzw. Aufmerksamkeitskanälen zu erheben: der Gast beantwortet den Fragebogen entweder während oder nach seinem Urlaub. Zu diesem Zeitpunkt liegen Momente der Inspiration mitunter schon Wochen, Monate oder vielleicht sogar Jahre zurück. Dazu kommt, dass die Wahrnehmung – abseits eigener Besuchserfahrung oder Empfehlung – zum großen Teil unbewusst abläuft. Außerdem sind die Übergänge zwischen Werbung und redaktionellem Content gerade online, aber auch im Printbereich häufig fließend und für den Konsumenten nicht immer klar zu unterscheiden.

Unterkunftssuche

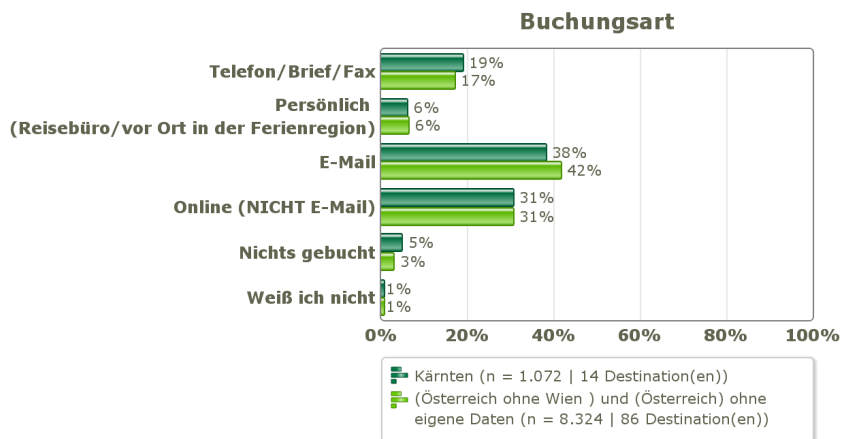


Grafik 9: Unterkunftssuche. Frage: Wie/wo haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft gesucht? Mehrfachantworten möglich

Das Informations- bzw. Suchverhalten im Zuge der Reiseplanung findet zum überwiegenden Teil online statt. 64% der Sommergäste geben an, über die Suchmaschine (35%) bzw. über ein Reiseportal / eine Buchungsplattform im Internet (29%) nach der Unterkunft gesucht zu haben. 12% haben sich direkt in der Destination erkundigt, 14% im persönlichen Umfeld um eine Empfehlung gebeten. 15% der Gäste haben sich im Vorfeld gar nicht über die Unterkunft informiert.

Vergleich zur Vorsaison: Die Unterkunftssuche via Suchmaschine nahm geringfügig zu, genauso wie jene, die gar nichts gebucht hatten. Etwas weniger suchten über Internet Reiseportale / Buchungsplattformen (-3%) bzw. die Urlaubsregion / Tourismusbüro (-2%). Alle anderen Kategorien blieben gleich.

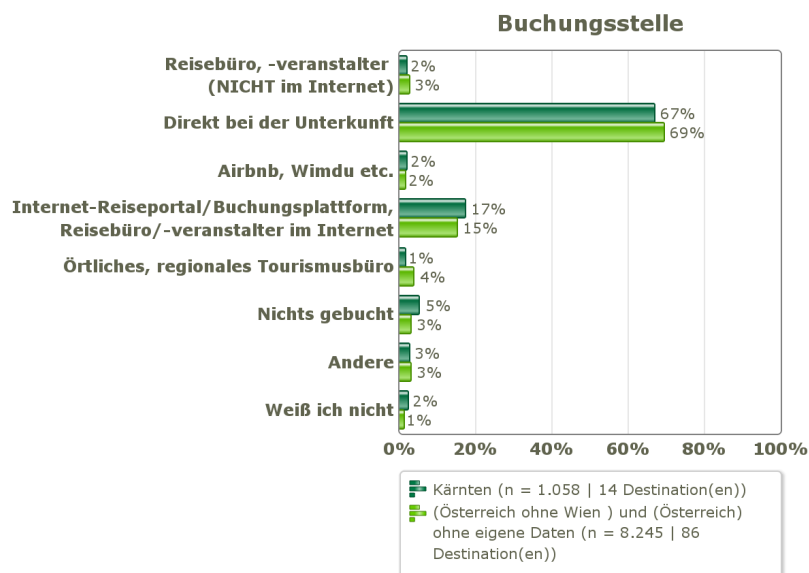
Buchung der Unterkunft



Grafik 10: Buchungsart. Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Die Buchung per E-Mail ist mit 38% das beliebteste Buchungsmedium. 31% hat über einen anderen Weg als E-Mail online gebucht. In Summe haben also über zwei Drittel der Gäste für die Urlaubsbuchung digitale Kanäle in Anspruch genommen. 19% buchten per Telefon (Brief oder Fax) und 6% haben die Buchung persönlich, entweder im Reisebüro oder vor Ort, vorgenommen.

Vergleich zur Vorsaison: Keine nennenswerten Änderungen bei der Buchungsart.

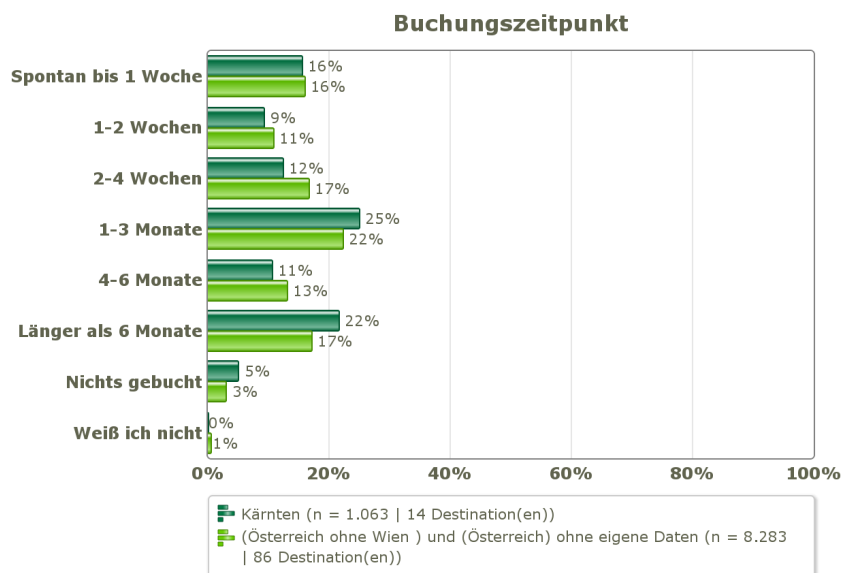


Grafik 11: Buchungsstelle. Frage: Bei wem haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Die Mehrheit der Gäste im Sommer, nämlich 67%, bevorzugt den direkten Weg und bucht gleich über die Unterkunft. 17% buchen über ein Reiseportal, eine Buchungsplattform oder einen Reiseveranstalter im Internet. 2% der Sommerurlauber nutzen Airbnb oder eine vergleichbare Plattform, 2% buchen über ein Reisebüro/Reiseveranstalter und 5% haben ihre Unterkunft gar nicht vorab gebucht.

Vergleich zur Vorsaison: Etwas mehr buchen direkt bei der Unterkunft (+4%), etwas weniger über Internet Reiseportale / Buchungsplattformern (-4%).

Gut zu wissen: Der mit Abstand am häufigsten genutzte Anbieter aus dem Bereich Internet- Reiseportale/Buchungsplattformen ist booking.com mit einem Anteil von über 80%.



Grafik 12: Buchungszeitpunkt. Frage: *Wie lange vor der Anreise haben Sie die Reise (zum jetzigen Aufenthaltsort) gebucht?*

Der größte Teil, nämlich 25% hat den Urlaub 1-3 Monate vor der Anreise gebucht. 11% haben 4-6 Monate im voraus und 22% sogar schon länger als 6 Monate im Voraus ihr Quartier fixiert. Die Buchung und somit auch die Entscheidung für einen Urlaub in Kärnten fiel also schon ziemlich früh. Zusammengezählt buchen 58% mindestens 1 Monat im Voraus. Kurzfristig, innerhalb von 2 Wochen vor der Anreise, haben 25% der Sommerurlauber gebucht.

Vergleich zur Vorsaison: Aufgrund der Corona-Situation sind die kurzfristigen Buchungen stark angestiegen. Die mittelfristigen Buchungen gingen zurück und jene die normalerweise 4-6 Monate im voraus buchten, haben aufgrund der Pandemie-Situation im Spätwinter mit einer Buchung zugewartet. Jedoch die langfristigen Bucher, also jene, die bereits vor dem Ausbruch der Corona-Krise buchten, haben ihre Buchung aufrecht gehalten und nahmen insgesamt zu.

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. See / Fluss 52% (26%)
2. Berge 44% (53%)
3. Landschaft und Natur 28% (40%)
4. Angebot an Wanderwegen 24% (42%)
5. Gute Luft / Gesundes Klima 23% (23%)
6. Strandbäder / Bademöglichkeiten 17% (6%)
7. Gastfreundschaft 16% (15%)

8. Regionale Speisen / Getränke 15% (18%)
9. Atmosphäre / Flair 14% (12%)
10. Sehenswürdigkeiten / Ausflugsziele 14% (13%)
11. Wetterverhältnisse 14% (4%)
12. Ruhe / Erholungsmöglichkeiten 13% (10%)
13. Zugang zum See / Fluss 13% (6%)
14. Natur- / Nationalparks 13% (16%)
15. Wasserqualität 12% (3%)
16. Angebot an Radwegen 12% (9%)
17. Atmosphäre der Bademöglichkeiten 11% (4%)
18. Wassertemperatur 10% (1%)
19. Preis (günstiges Urlaubsangebot) 10% (11%)
20. Vorteilskarte / Gästekarte 8% (14%)

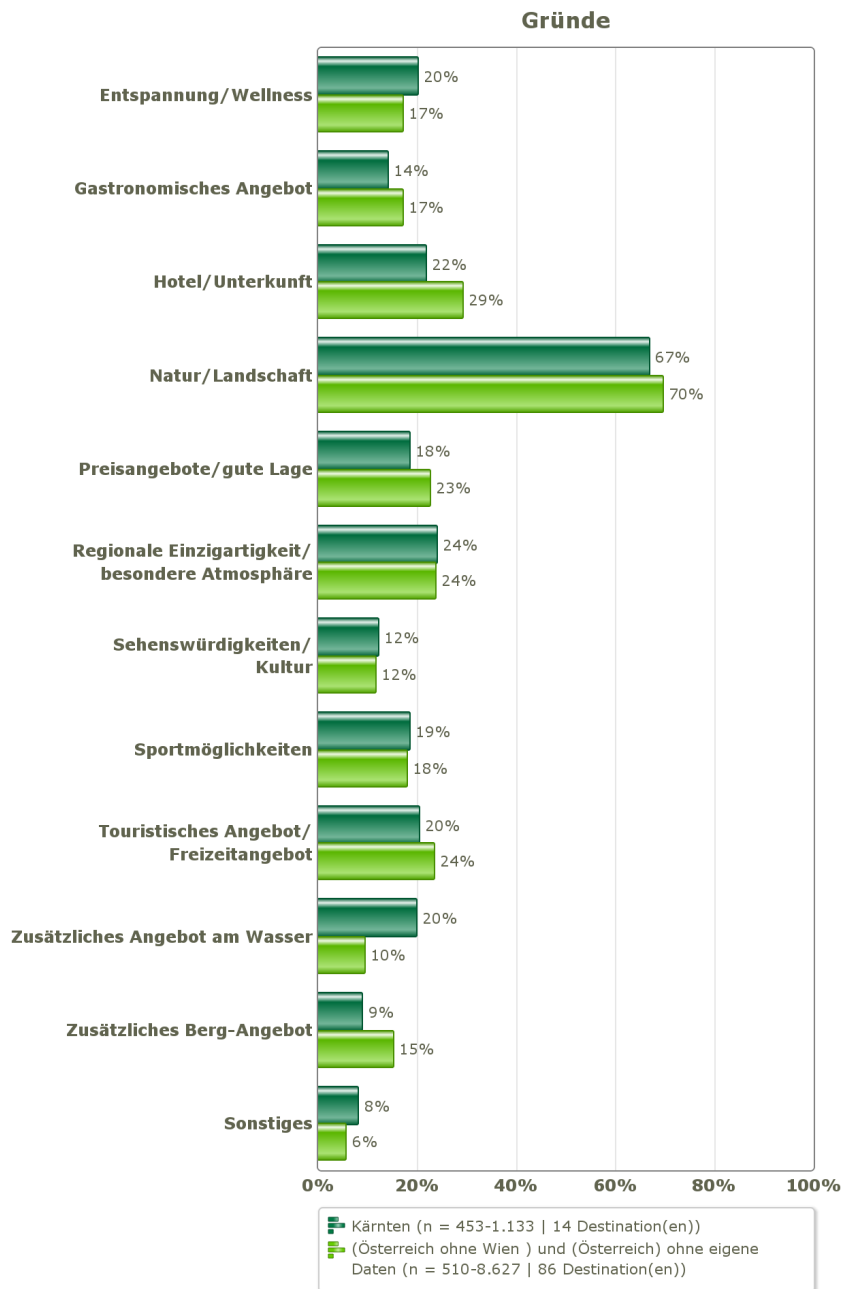
Die ausschlaggebenden Gründe, anhand derer der Gast seine Urlaubsdestination ausgewählt hat, werden im Sommer angeführt von den landschaftlichen Gegebenheiten: die Kärntner Seen stehen mit einem Anteil von 52% an vorderster Stelle der entscheidungsrelevanten Faktoren. 40% geben die Berge, 28% die Landschaft und Natur, 24% das Angebot an Wanderwegen und 23% die gute Luft / das gesunde Klima als Grund für die Auswahl des Urlaubsziels an.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten naturgemäß die „Seen“ (52% zu 26%) bzw. „Strandbäder / Bademöglichkeiten“ (17% zu 6%) und „der Zugang zum See“ (12% zu 6%) als Urlaubsgrund ungleich größer ausgeprägt sind. Weiters sind folgende der Top20 Sommerurlaubs-Motive in Kärnten stärker nachgefragt als beim Benchmark: Wetterverhältnisse (14% zu 4%), die Ruhe- und Erholungsmöglichkeiten (13% zu 10%), das Angebot an Radwegen (12% zu 9%), die Wasserqualität (12% zu 3%), die Wassertemperatur (10% zu 1%) und die Atmosphäre der Bademöglichkeiten (11% zu 4%),

Entscheidungsgründe, die in Kärnten nicht so ausgeprägt sind wie im Benchmark sind hingegen die Berge (44% zu 53%), die Landschaft / Natur (28% zu 40%), das Angebot an Wanderwegen (24% zu 42%) und die Vorteilskarte / Gästekarte (8% zu 14%). Alle anderen angegebenen Motive decken sich in etwa mit dem Österreich Benchmark.

Vergleich zur Vorsaison: Folgende der Top20 Gründe für die Destinationsentscheidung gingen zurück: Berge (40% im Sommer 2020 zu 43% im Sommer 2019), der Preis im Sinne eines günstigen Urlaubsangebotes (10% zu 14%) und die Naturbelassenheit der Berge (5% zu 10%). Diese Gründe nahmen merkbar zu: Ruhe / Erholungsmöglichkeiten (13% zu 10%), Regionale Speisen und Getränke (15% zu 12%), die Gastfreundschaft (16% zu 13%), das Angebot an Radwegen (12% zu 9%), das Angebot an Wanderwegen (24% zu 22%), die Atmosphäre der Bademöglichkeiten (11% zu 8%), die Wasserqualität (12% zu 9%),

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



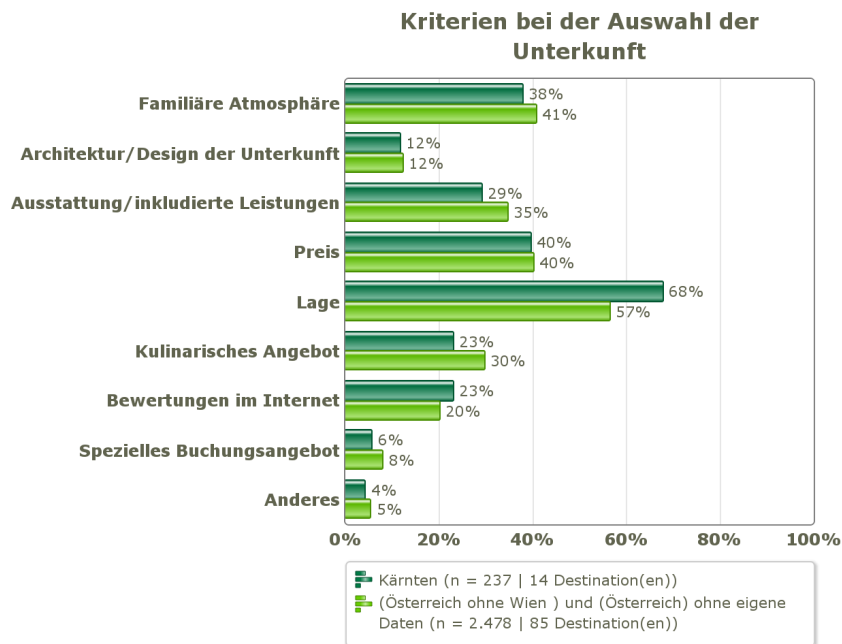
Grafik 13: Entscheidungsgründe – zusammengefasst in Oberkategorien. Frage Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden?

Das Gesamtangebot an Natur / Landschaft ist mit 67% mit Abstand der Hauptgrund für einen Sommerurlaub in Kärnten. Es folgen die Gründe Regionale Einzigartigkeit / besondere Atmosphäre, Hotel / Unterkunft, touristisches Angebot / Freizeitangebot, Zusätzliches Angebot am Wasser und Entspannung / Wellness mit je rund einem Fünftel an Nennungen.

Vergleich zur Vorsaison: Am stärksten nahmen die Themen „Entspannung / Wellness“ und Regionale Einzigartigkeit / besondere Atmosphäre“ im Corona-Sommer 2020 zu.

Gut zu wissen: ☒ es im Winter primär das Wintersportangebot (und die Berge dabei eher Mittel zum Zweck), das die Urlauber nach Österreich lockt, so steht im Sommer die reizvolle Landschaft als solches bei der Urlaubsentscheidung viel stärker im Fokus.

Kriterien der Unterkunftswahl



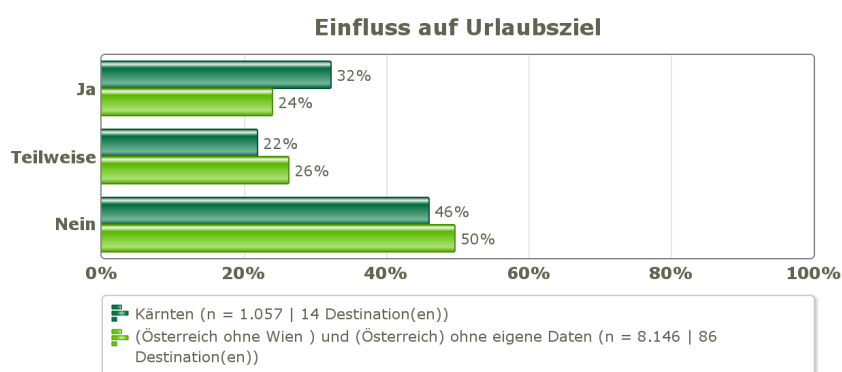
Grafik 14: Unterkunftswahl. Frage: Was waren die entscheidenden Kriterien bei der Auswahl Ihrer Unterkunft?

Seit dem Befragungsjahr 2019 gibt es die Zusatzfrage der Kriterien für die Unterkunftswahl. Die Lage ist das Top-Kriterium mit 68%, gefolgt vom Preis (40%) und der familiären Atmosphäre (38%). Im Vergleich zum Benchmark ist die Lage in Kärnten nochmals viel wichtiger, dafür sind das kulinarische Angebot und die Ausstattung / inkludierten Leistungen nicht so relevant.

Vergleich zur Vorsaison: Der Bereich kulinarisches Angebot ist stark gestiegen (23% im Sommer 2020 zu 13% im Sommer 2019), ebenso die Ausstattung / inkludierten Leistungen (29% zu 22%) und die Architektur / Design der Unterkunft (12% zu 3%). Das Kriterium „Preis“ war nicht mehr so relevant (40% zu 48%), alle anderen Kriterien blieben in etwa gleich.

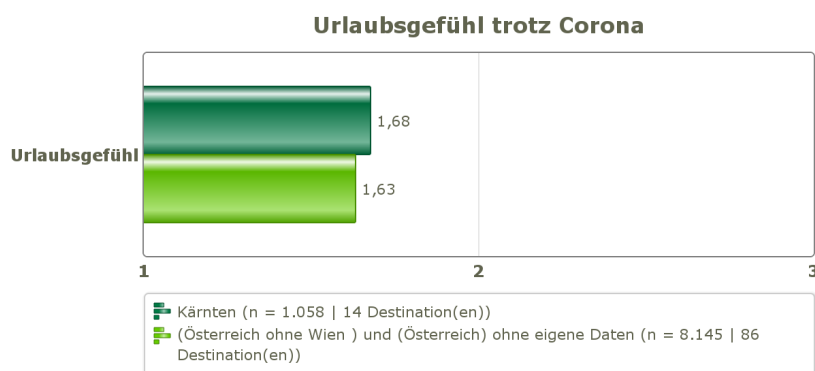
Einfluss durch die Corona-Krise

In der Sommerbefragung 2020 gab es Zusatzfragen zum Einfluss der Corona-Krise auf das Urlaubsverhalten. Hier die wichtigsten Charts und Ergebnisse:



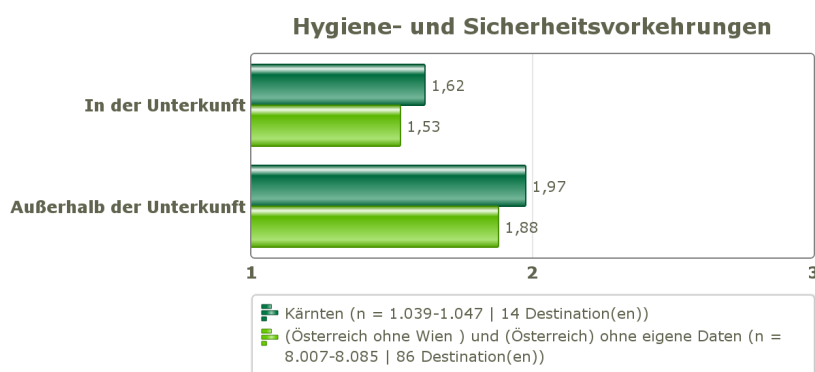
Grafik 15: Einfluss auf Urlaubsziel. Frage: Hatte Corona einen Einfluss auf Ihre Entscheidung, diesen Urlaub dieses Jahr bei uns zu verbringen?

32% der Kärnten Gäste gaben an, dass Corona sehr wohl einen Einfluss auf ihre Destinationsentscheidung hatte. Für 22% war dies teilweise der Fall und für 46% gar nicht! Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten wesentlich mehr Gäste waren, die sich wegen Corona in ihrer Urlaubsentscheidung beeinflussen ließen.



Grafik 16: Urlaubsgefühl trotz Corona. Frage: Wie gut ist es uns gelungen, trotz der Corona-Krise ein normales Urlaubsgefühl zu vermitteln?

Auf einer Skala von 1 (äußerst begeistert) bis 6 (eher enttäuscht) gaben die Gäste mit 1,68 an, dass es trotz Corona sehr gut gelungen ist, im Sommer 2020 ein normales Urlaubsgefühl zu vermitteln. Auch in Rest-Österreich war dieser Wert sehr gut, sogar etwas besser.



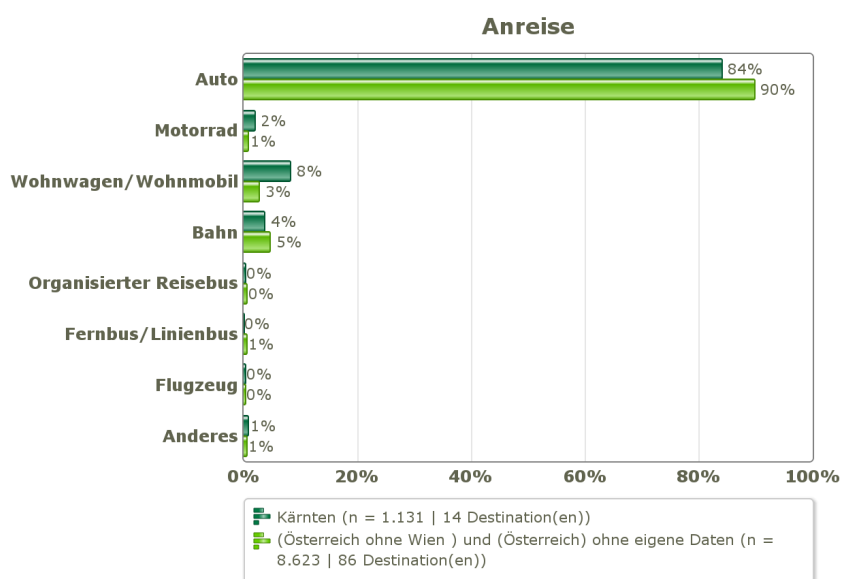
Grafik 17: Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen. Frage: Wie zufrieden waren Sie mit den Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen bei uns?

Auf der gleichen Skala 1 bis 6 wurden die Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen abgefragt. Auch diese Werte waren durchwegs gut und lagen bei 1,62 in der Unterkunft und 1,97 außerhalb der Unterkunft. Die Werte waren aber geringfügig schlechter als in Rest-Österreich.

Durchführung der Reise und Aufenthalt

Dieses Kapitel befasst sich mit dem tatsächlichen Ablauf des Urlaubs. Es wird untersucht, welche Transportmittel für die Anreise gewählt werden und mit wem der Sommergast seinen Urlaub am liebsten verbringt. Die Art der gebuchten Unterkunft wird ebenso erläutert wie die Dauer des Urlaubs. Weiters wird darauf eingegangen, welcher Urlaubsart die Sommergäste ihren Aufenthalt zuordnen, welchen Urlaubertypen sie angehören und welche Aktivitäten (sowohl sportliche als auch sonstige) sie während ihrer Reise unternehmen.

Anreisearten

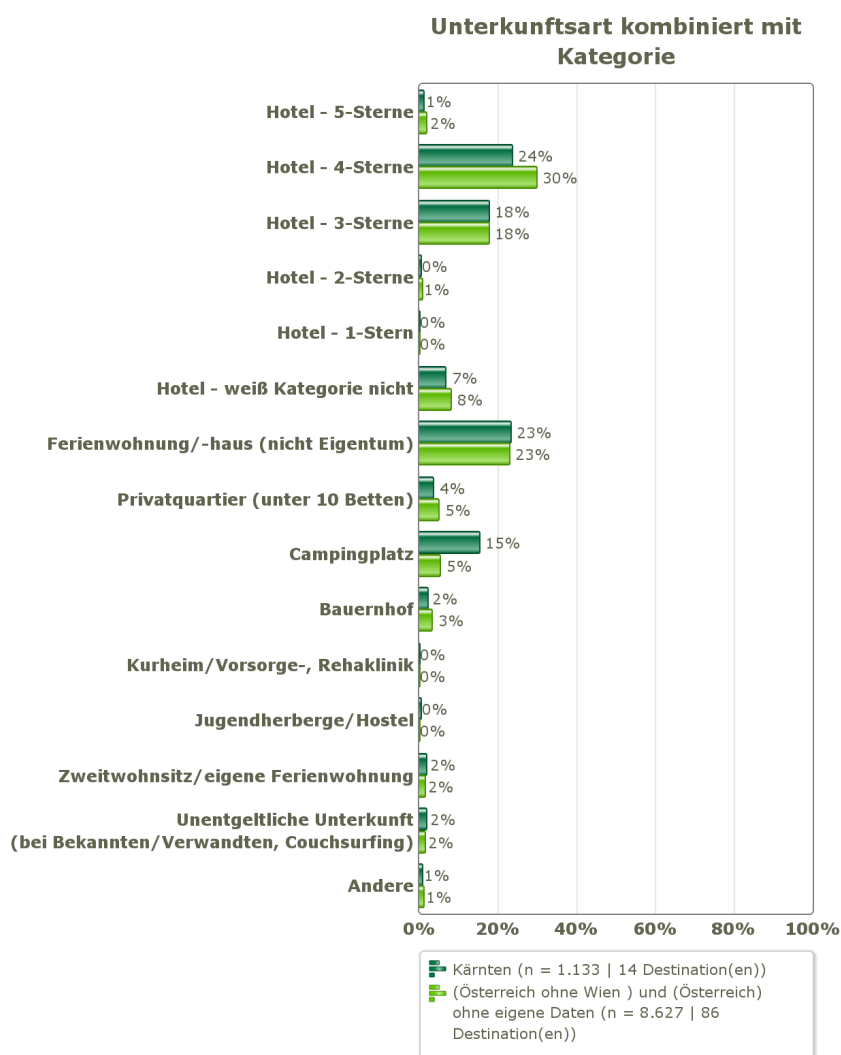


Grafik 18: Anreise. Frage: Welches Verkehrsmittel haben Sie HAUPTSÄCHLICH zur Anreise an Ihren Urlaubsort genutzt?

Der überwiegende Anteil, nämlich 84% der Gäste, ist mit dem Auto in den Sommerurlaub gereist. 8% haben einen Wohnwagen/-mobil als Anreisemittel genutzt, 4% die Bahn und 2% das Motorrad. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten als „Campingland“ besonders stark bei der Anreise mit Wohnwagen/Wohnmobil ist, aber auch das Thema Motorrad spielt vergleichsweise eine größere Rolle. Bus, Flugzeug oder sonstige Massbeförderungsmittel spielten bis auf die Bahn im Sommer 2020 keine Rolle.

Vergleich zur Vorsaison: Auto, Motorrad blieben gleich, Wohnwagen / Wohnmobil legte zu, die Bahn nahm etwas ab!

Unterkunft

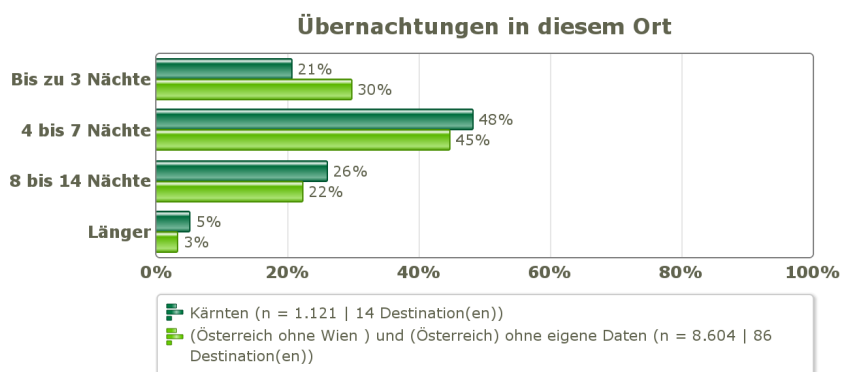


Grafik 19: Unterkunftsart. Frage: In welcher Art von Unterkunft haben Sie hauptsächlich übernachtet?

25% der befragten Urlauber haben im Sommer in einem Hotel der Kategorie 4/5* genächtigt. 23% haben eine Ferienwohnung/-haus in Anspruch genommen, weitere 18% haben ihren Urlaub in einem 3*-Hotel verbracht. Ihr Zelt oder Wohnmobil auf einen Campingplatz abgestellt haben 15%. Diese vier Kategorien decken 81% aller Unterkunftsarten ab. Im Vergleich zum Benchmark haben die Kärntner Urlaubsgäste vermehrt auf Campingplätzen geschlafen, weniger oft in der 4/5* Kategorie. Alle anderen Unterkunftsarten sind nahezu deckungsgleich mit dem Benchmark.

Vergleich zur Vorsaison: Die Unterkunftsart 4*-Hotel ging von 27% auf 24% zurück. Camping legte von 12% auf 15% und Ferienwohnungen von 20% auf 23% zu. Alle anderen Kategorien blieben in etwa gleich.

Aufenthaltsdauer



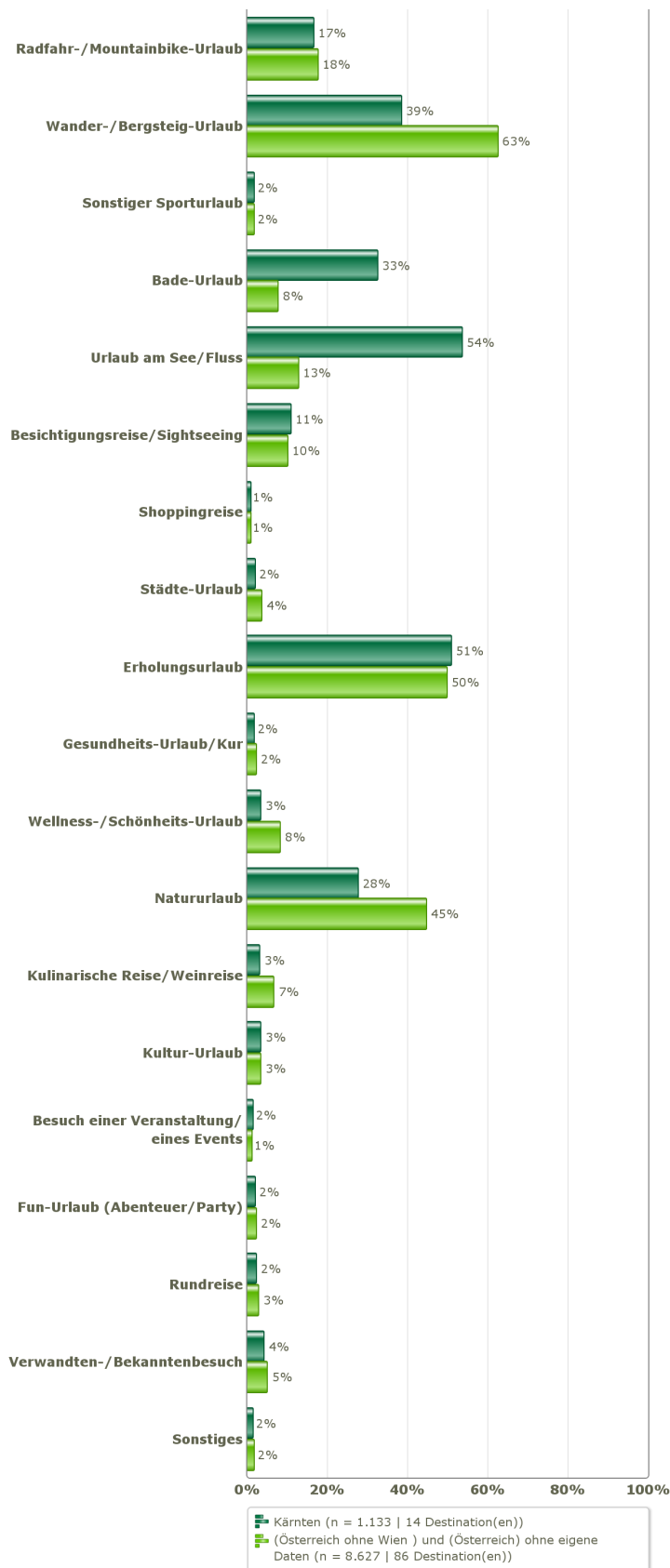
Grafik 20: Aufenthaltsdauer. Frage: Wie oft übernachteten Sie während Ihrer Urlaubsreise?

Im Sommer 2020 haben 21% der Gäste einen Kurzurlaub mit einem Aufenthalt bis zu 3 Nächten verbracht. 48% haben 4 bis 7 mal im betreffenden Ort genächtigt. Zwischen 8 und 14 Nächte hat der Aufenthalt bei 26% der Sommergäste gedauert. Immerhin 5% haben sich einen Urlaub mit einer Dauer von mehr als zwei Wochen gegönnt. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten mehr Langurlauber und weniger Kurzurlauber anzutreffen sind.

Vergleich zur Vorsaison: Die Kurzurlaube nahmen ab (von 25% auf 21%), die längeren Aufenthalte nahmen signifikant zu. Kärnten war im Sommer 2020 für viele wieder Haupturlaubsdestination – bedingt vor allem wegen der Corona-Pandemie und den damit zusammenhängenden Unsicherheiten in anderen Urlaubsländern.

Gut zu wissen: Die in T-MONA ermittelte Urlaubsdauer weicht von den statistischen Daten von Statistik Austria ab, da sich diese beiden Datenquellen in Erhebungsmethodik (digitale Umfrage vs. Meldezettel), Stichprobe (Urlaubsreisende inkl. unentgeltlichen Nächtigungen vs. Urlaubs- und Geschäftsreisende ohne unentgeltliche Nächtigungen) und der Art der Ermittlung des Kennwerts (Befragung vs. rechnerisch) grundlegend voneinander unterscheiden.

Urlaubsarten



Grafik 21: Urlaubsart. Frage: Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen? - Mehrfachantworten möglich

54% der Kärntner Sommergäste bezeichnen ihren Aufenthalt als Urlaub am See, 51% als Erholungsurlaub. Für 39% ist ihr Urlaub ein Wander- / Bergsteigurlaub, für 33% ein Badeurlaub, für 28% ein Natururlaub. 17% machen einen Radfahr- / Mountainbike Urlaub und 11% eine Besichtigungsreise / Sightseeingurlaub. Alle anderen Urlaubsarten wie Fun-Urlaub, Städte-Urlaub, Wellness-Urlaub, Kultur-Urlaub oder Verwandtenbesuche rangieren im unteren Bereich.

Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten natürlich der Urlaub am See und der Badeurlaub wesentlich öfter genannt wurden. Wander- / Bergsteig- und Natururlaub werden hingegen in Kärnten weniger oft gemacht.

Vergleich zur Vorsaison: Urlaub am See, Badeurlaub, Radfahr-/MTB-Urlaub und Wanderurlaub nahmen merklich zu, einzig die Verwandten-/Bekanntebesuche nahmen signifikant ab.

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

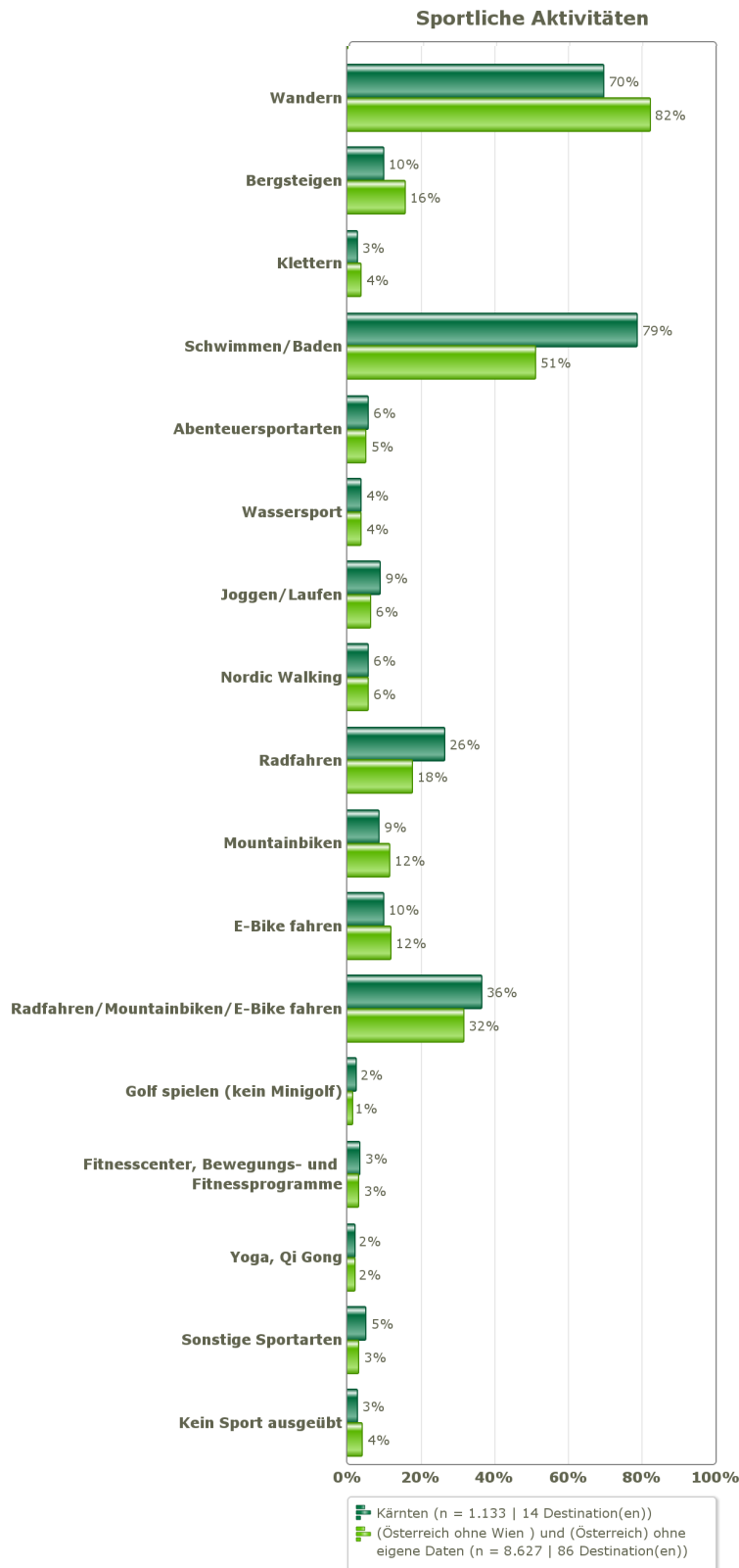
Auf die Frage: *Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)* ergeben sich folgende Top-10: (in Klammer die %Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Schwimmen / Baden, 79% (51%)
2. Wandern, 70% (82%)
3. Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren 60% (55%)
4. Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 59% (49%)
5. Sehenswürdigkeiten besuchen, 58% (42%)
6. Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes, 44% (39%)
7. Entspannen, nichts tun, 43% (34%)
8. Radfahren/Mountainbiken/E-Bike fahren, 36% (32%)
9. Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 36% (38%)
10. Naturattraktionen / Nationalparks / Naturparks besuchen, 30% (31%)

Die beliebteste Aktivität im Sommerurlaub in Kärnten ist Schwimmen / Baden mit 79%, gefolgt von Wandern mit 70%. Auf den Plätzen 3 bis 7 folgen eher gemütliche Aktivitäten, ehe mit 36% das Radfahren als nächste sportliche Aktivität auf Platz acht folgt.

Vergleich zur Vorsaison: In den Top-10 gab es beim Schwimmen / Baden, Wandern, Essen gehen, Entspannen, Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen und Radfahren einen leichten Zugang. Spazieren gehen, Sehenswürdigkeiten besuchen, Naturattraktionen besuchen und Ausflüge machen gingen hingegen zurück.

Im Detail und verglichen mit dem Benchmark ergeben sich die folgenden Ergebnisse:

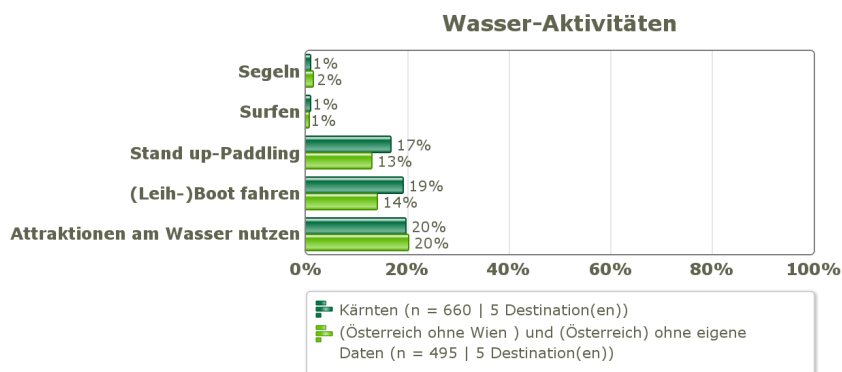


Grafik 22: Urlaubsaktivitäten. Frage: Welche der folgenden sportlichen Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Urlaubes?

Sportlich wird der Sommerurlaub in Kärnten vom Schwimmen / Baden und vom Wandern dominiert. Schwimmen / Baden wird in Kärnten klarer Weise wesentlich öfter ausgeübt als im

Vergleich zu Rest-Österreich ohne Wien, Wandern dagegen um einiges weniger. An dritter Stelle der sportlichen Aktivitäten kommt das Radfahren mit kumuliert 36%. Sieht man sich das Radfahr-Segment im Detail an, so geben 26 % an, es auf befestigten Radwegen, 9% mit dem MTB und 10% mit dem E-Bike zu machen. Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass das Radfahren (auf befestigten Radwegen) in Kärnten von mehr Urlaubern ausgeübt wird, MTB und E-Bike von etwas weniger. Bergsteigen, Joggen/Laufen, Nordic Walking und diverse Abenteuersportarten folgen in der Reihe der beliebtesten sportlichen Urlaubsaktivitäten.

Vergleich zur Vorsaison: Die hauptsächlichen sportlichen Urlaubsaktivitäten Schwimmen / Baden und Wandern legten zu. Auch das Thema Radfahren wurde in allen Belangen (sowohl auf befestigten Radwegen, beim Mountainbiken und beim E-Biken) vermehrt ausgeübt. Sogar Bergsteigen und Nordic Walking legten leicht zu. Nur beim Klettern gab es leichte Rückgänge. Der Sommergast 2020 war grundsätzlich sportlich aktiver als vor einem Jahr.



Grafik 23: Urlaubsaktivitäten. Frage: Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Urlaubes?

Unter jenen, die am Wasser aktiv waren, wurden auch die Wasser-Aktivitäten abgefragt. Attraktionen am Wasser nutzen (z.B. Wasserski, Parasailing) wird am öftesten genannt, gleich gefolgt von (Leih-)Boot fahren und der Trendsportart Stand-up-paddeling (SUP), das in Kärnten verglichen mit dem Benchmark besonders ausgeprägt ist.

Vergleich zur Vorsaison: Stand-up-paddeling nahm weiter zu, von 15% auf 17%, das (Leih-)Boot fahren stieg sogar von 15% auf 19%. Attraktionen am Wasser nutzen nahmen hingegen ab.

Gut zu wissen: Die Auswahl der sportlichen Aktivitäten spiegelt grundsätzlich die angegebenen Urlaubsarten (vgl. Kapitel „Urlaubsarten“) sowie die Gründe für die Auswahl der betreffenden Region als Urlaubsziel (siehe Kapitel „Entscheidungsgründe“) wider.



Grafik 24: Urlaubsaktivitäten. Frage: Welche der folgenden sonstigen Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Urlaubes?

Neben sportlicher Betätigung haben die Sommergäste auch eine Reihe weiterer Aktivitäten unternommen. Knapp an erster Stelle steht dabei Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren, das von 60% der Urlauber genannt wurde. 59% gehen außerhalb der Unterkunft Essen, 48% besuchen Sehenswürdigkeiten, 44% machen Ausflüge und 43 Entspannen einfach. Im Vergleich zum Benchmark werden in Kärnten von jenen Aktivitäten mit Nennungen über 10% nur Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen etwas weniger oft ausgeübt. Wesentlich öfter werden in Kärnten Ausflüge und Schiffsfahrten unternommen, wird außerhalb der Unterkunft gegessen, werden Märkte und Sehenswürdigkeiten besucht, öfter wird auch das Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren angegeben und öfter wird auch einfach entspannt / nichts gemacht und werden Naturattraktionen / Nationalparks / Naturparks besucht.

Vergleich zur Vorsaison: Diese sonstigen Aktivitäten gingen zurück (über 4%): Musikveranstaltungen besuchen, Veranstaltungen mit Brauchtum besuchen, andere Events / Veranstaltungen besuchen, Ausflugsfahrten mit dem Schiff machen, Märkte besuchen, Sehenswürdigkeiten

besuchen. Also alles Aktivitäten, wo mehrere Menschen zusammen kommen können. Markant zulegen konnten hingegen nur das Essen gehen außerhalb der Unterkunft und das Entspannen / nichts tun.

Gut zu wissen: Ab dem Befragungsjahr 2018 lässt sich aus T-MONA durch die Unterscheidung der Urlaubsaktivitäten in Haupt- und Nebenaktivität nun sehr detailliert ablesen, worauf die Gäste während des Aufenthalts tatsächlich ihren Fokus legen. Diese Auswertung kann separat noch erfolgen, ist hier nicht abgebildet.

Urlaubsausgaben

Dieses Kapitel zeigt, wie viel die Sommerurlauber 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	40%	1.110	€ 5	38%	8.471
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 61	4%	1.110	€ 63	3%	8.471
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 13	26%	1.110	€ 14	25%	8.471
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 22	7%	1.110	€ 21	9%	8.471
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	13%	1.110	€ 13	17%	8.471
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 3	67%	1.110	€ 5	54%	8.471
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 7	36%	1.110	€ 7	42%	8.471
Sonstige Ausgaben	€ 9	35%	1.110	€ 8	42%	8.471
Gesamter Urlaub ohne Anreise	€ 133	0%	1.110	€ 135	0%	8.471

Grafik / Tabelle 25: Urlaubsausgaben. Frage: Welche (bisherigen und weiteren) Ausgaben fallen insgesamt für Ihren Urlaub in Kärnten an / Welche Ausgaben sind insgesamt während Ihres Urlaubs angefallen?

Im Sommerurlaub 2020 geben die Gäste in Kärnten vor Ort durchschnittlich 133,- Euro pro Person und Tag aus. Der größte Anteil davon entfällt mit 74,- Euro auf die Unterkunft (Übernachtung plus sonstige Ausgaben in der Unterkunft). Es ist ersichtlich, dass die Gesamtausgaben in Kärnten knapp geringer sind als in Rest-Österreich. Hauptverantwortlich dafür sind die etwas geringeren Unterkunftsausgaben.

Vergleich zur Vorsaison: Die Gesamtausgaben ohne Anreise gingen um 4,- Euro auf 133,- Euro zurück. Verantwortliche dafür waren die geringeren Einkäufe und die geringeren sonstigen Ausgaben. Die Unterkunftsausgaben erhöhten sich von 59,- Euro auf 61 Euro.

Zufriedenheit und Image

Dieses Kapitel behandelt die Frage, wie zufrieden die Gäste mit unterschiedlichen Aspekten ihres Urlaubs waren und ob sie einen Aufenthalt in der betreffenden Region weiterempfehlen würden. Abschließend wird auf das Image eingegangen, das die Urlaubsregion Kärnten unter den Sommerurlaubern hat.

Zufriedenheit und Weiterempfehlung

Die folgende Tabelle zeigt die durchschnittliche Zufriedenheit der Gäste mit verschiedenen Aspekten ihres Urlaubs. Insgesamt waren bei der Beurteilung Werte zwischen 1 (äußerst begeistert) und 6 (eher enttäuscht) zu vergeben.

Urlaubszufriedenheit	Kärnten	Benchmark	+/-
Gesamter (bisheriger) Aufenthalt	1,56	1,47	0,09
Panorama, Ausblick	1,29	1,25	0,04
Landschaft und Natur	1,30	1,28	0,02
Wasserqualität	1,36	1,36	-0,01
Naturattraktionen	1,40	1,38	0,02
Sicherheit	1,41	1,42	-0,01
Sauberkeit	1,46	1,42	0,05
Gastfreundschaft	1,49	1,42	0,07
Wassertemperatur	1,51	1,78	-0,27
Anreise	1,51	1,55	-0,05
Ausflugsfahrten mit dem Schiff	1,57	1,68	-0,11
Atmosphäre/Flair	1,57	1,59	-0,01
Beschilderung vor Ort	1,61	1,58	0,03
Service im Hotel/Unterkunft	1,63	1,52	0,11
Naturbelassenheit der Berge, nicht überlaufen	1,65	1,91	-0,26
Naturbelassenheit von See/Fluss	1,65	1,68	-0,03
Strandbäder/Bademöglichkeiten	1,66	1,84	-0,18
Wanderwege	1,67	1,46	0,21
Angebot an typischen Speisen/ Getränken aus der Region	1,67	1,64	0,03
Attraktionen am Berg (Parks, Flying Fox etc.)	1,68	1,71	-0,03
Hotel/Unterkunft	1,70	1,55	0,15
Freizeitparks/Freizeitanlagen/ Tierparks	1,70	1,69	0,01
Öffnungszeiten der Strandbäder	1,71	1,70	0,02
Tourismusinformation vor Ort	1,74	1,69	0,04
Atmosphäre der Bademöglichkeiten	1,74	1,77	-0,03
Wassersportangebot	1,74	1,98	-0,24
Radwege	1,75	1,69	0,05
Abendliches Ambiente am Wasser	1,77	1,76	0,02
Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	1,79	1,70	0,10
Service in der Gastronomie	1,79	1,67	0,12
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,80	1,72	0,08

Thermen/Erlebnisbäder	1,80	1,68	0,12
Sonstiges Sportangebot	1,81	1,89	-0,08
Uferpromenade	1,82	1,65	0,17
Wein & Winzer	[1,84]	1,46	0,37
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	1,84	1,80	0,05
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	1,86	1,82	0,04
Mountainbikestrecken	[1,87]	1,74	0,13
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	1,87	1,81	0,07
Gastronomie am Berg, Hütten	1,87	1,72	0,15
Verleih von Sportgeräten	1,87	1,96	-0,09
Vielfalt des touristischen Angebots	1,88	1,85	0,03
Öffnungszeiten der Attraktionen	1,88	1,97	-0,08
Wellness-/Schönheitsangebote	1,90	1,79	0,10
Gastronomisches Angebot	1,90	1,80	0,09
Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort	1,90	1,79	0,11
Öffnungszeiten Gastronomie	1,90	1,94	-0,03
Sanitäre Anlagen am See	1,91	2,11	-0,21
Betriebszeiten der Lifte/Bergbahnen	1,91	1,85	0,06
Seilbahnen & Lifte	1,92	1,75	0,17
Öffnungszeiten Geschäfte	1,93	2,08	-0,14
Zugang zum See/Fluss	1,94	1,74	0,20
(Advent-)Märkte	1,95	2,03	-0,08
(Stadt-)Führungen	[1,96]	1,75	0,21
Attraktionen in und am Wasser	1,96	1,86	0,11
Gastronomie am Wasser	1,96	1,86	0,11
Angebot und Betreuung für Kinder	2,04	1,86	0,18
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,05	2,17	-0,11
Öffentlicher WLAN-Zugang	2,09	1,96	0,13
Wetter	2,13	2,04	0,08
Einkaufsmöglichkeiten	2,13	2,18	-0,05
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,17	2,03	0,14
Veranstaltungsangebot	2,18	2,24	-0,07
Kunst- und Kulturangebot	2,22	2,18	0,04
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,23	2,10	0,14
Party/Nachtleben	[2,50]	2,54	-0,04
Schlechtwetterangebot	2,66	2,51	0,14

Zeitraum: 01.05.2020 - 31.10.2020

Benchmark: Österreich ohne Wien

(Zahl) = zu wenig Daten für eine repräsentative Aussage, Schwankungsbreite ca. 10%

Grafik / Tabelle 26: Urlaubszufriedenheit. Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem bisherigen Urlaub hinsichtlich... / Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Urlaub hinsichtlich...? Skala von 1=äußerst begeistert bis 6=eher enttäuscht)

Grundsätzlich zeigt sich, dass die Sommerurlauber durchgehend sehr zufrieden mit ihrem Aufenthalt in Kärnten sind: der „schlechteste“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,66 (Schlechtwetterangebot).

Ganz oben auf der Zufriedenheitsskala sind die Themen zu finden, die auch am entscheidungsrelevantesten für den Gast im Sommer sind: am meisten begeistern Panorama / Ausblick (1,29), Landschaft und Natur (1,30), Wasserqualität (1,36), Naturattraktionen (1,40), Sicherheit (1,41), Sauberkeit (1,46) und Gastfreundschaft (1,49) die Kärnten-Urlauber.

Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen (Werte ab 2) finden sich Angebot und Betreuung für Kinder, Flaniermeilen/Fußgängerzonen, Öffentlicher WLAN-Zugang, Wetter, Einkaufsmöglichkeiten, Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie, Veranstaltungsangebot, Kunst- und Kulturangebot, Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen, Party/Nachtleben sowie das Schlechtwetterangebot.

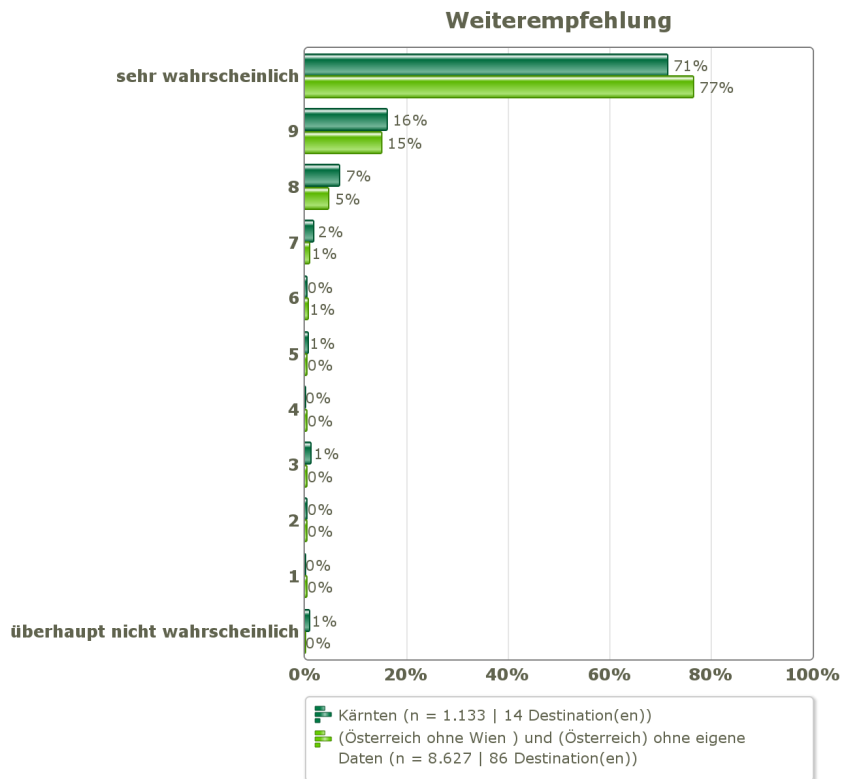
Im Vergleich zum Benchmark schneidet Kärnten bei folgenden Attributen besser ab (in der o.a. Tabellenspalte +/- in Rot dargestellt, Werte über 0,1): Wassertemperatur, Naturbelassenheit der Berge, nicht überlaufen, Wassersportangebot, Sanitäre Anlagen am See, Strandbäder/Bademöglichkeiten, Öffnungszeiten Geschäfte, Flaniermeilen/Fußgängerzonen, Ausflugsfahrten mit dem Schiff.

Bei folgenden Attributen wird der Benchmark (Rest-Österreich ohne Wien) besser bewertet (Werte über 0,1). Service im Hotel/Unterkunft, Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort, Attraktionen in und am Wasser, Gastronomie am Wasser, Thermen/Erlebnisbäder, Service in der Gastronomie, Öffentlicher WLAN-Zugang, Mountainbikestrecken, Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie, Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen, Schlechtwetterangebot, Gastronomie am Berg, Hütten, Hotel/Unterkunft, Seilbahnen & Lifte, Uferpromenade, Angebot und Betreuung für Kinder, Zugang zum See/Fluss, (Stadt-)Führungen, Wanderwege, Wein & Winzer.

Vergleich zur Vorsaison: Bei folgenden Angaben gab es eine wesentliche Verbesserung (mehr als 0,1): Öffnungszeiten der Attraktionen, Märkte, Öffnungszeiten der Geschäfte, Abendliches Ambiente am Wasser, Uferpromenade, Attraktionen am Berg, Radwege, Angebot an typischen Speisen und Getränken aus der Region, Atmosphäre / Flair, Ortsbild / Stadtbild / Architektur, öffentlicher WLAN-Zugang, Anreise, Beschilderung vor Ort, öffentliche Verkehrsmittel vor Ort.

Bei diesen gab es eine merkliche Verschlechterung (ebenfalls mehr als 0,1): (Stadt-)Führungen, Veranstaltungsangebot, Schlechtwetterangebot, Zugang zum See, Wetter.

Der gesamte, bisherige Aufenthalt wurde etwas besser bewertet als in der Vorsaison (1,56 zu 1,58).



Grafik 27: Weiterempfehlung. Frage: Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie Ihren Freunden, Bekannten, Kollegen einen Aufenthalt in dieser Urlaubsregion weiterempfehlen?

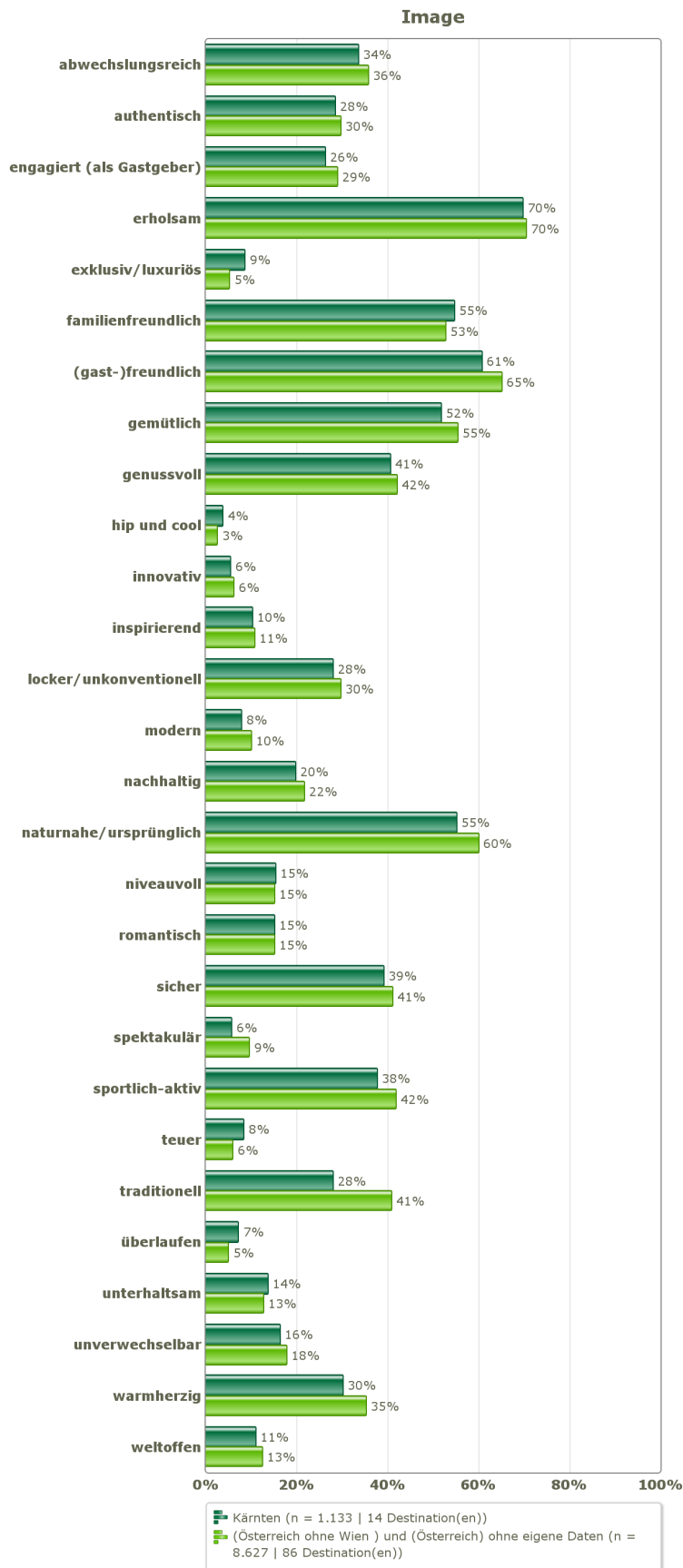
Die Zufriedenheit mit dem Urlaub spiegelt sich auch in der Weiterempfehlungsabsicht der Sommergäste wider: insgesamt 71% der Urlauber werden ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen einen Aufenthalt in der betreffenden Kärntner Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich hier jedoch eine etwas geringere Weiterempfehlungsabsicht. Das zeigt auch der Net Promoter Score (NPS). Dieser liegt für Kärnten bei 84, in Rest-Österreich ohne Wien bei 89.

Vergleich zur Vorsaison: Die Weiterempfehlungsabsicht legte leicht zu, von 70% auf 71%. Ebenfalls zulegen konnte der NPS, dieser stieg von 80 auf 84.

Gut zu wissen: Beim Net Promoter Score (NPS) handelt es sich um eine Kennzahl aus dem Bereich der Kundenzufriedenheit, diese kann Werte zwischen -100 und +100 annehmen (je höher, desto besser). Der NPS in der Sommersaison 2020 liegt bei 84 und somit auf sehr hohem Niveau.

Image

Die Frage nach dem Image, also welche Eigenschaften die Urlauber mit der betreffenden Region verbinden, bringt das folgende Ergebnis: 70% der befragten Sommergäste bezeichnen Kärnten als erholsam, 61% als gastfreundlich. Je 55% beschreiben ihre Urlaubsregion als naturnahe / ursprünglich und als familienfreundlich. 52% bezeichnen Kärnten als gemütlich, 41% als genussvoll 39% als sicher und 38% als sportlich-aktiv. Eher selten wahrgenommen wird Kärnten als hip und cool, innovativ, modern, teuer, überlaufen und spektakulär. Alle abgefragten Image-Werte für Kärnten und seine Bevölkerung sind im folgenden Chart dargestellt:



Grafik 28: Imagewerte. Frage: Welche Eigenschaften passen auf diese Urlaubsregion? (Mehrfachantworten möglich)

Im Vergleich zu Rest-Österreich ohne Wien wird Kärnten stärker mit den Prädikaten familienfreundlich, teuer und überlaufen in Verbindung gebracht. Die letzten beiden Attribute aber auf geringem Niveau. Weniger stark hingegen mit gastfreundlich, gemütlich, naturnahe / ursprünglich, sportlich-aktiv, traditionell, warmherzig und engagiert.

Vergleich zur Vorsaison: Folgende Imagewerte nahmen im Zeitvergleich merklich ab (um mehr als 3%): gemütlich, naturnahe / ursprünglich, sicher, traditionell, warmherzig. Zulegen konnte in diesem Umfang nur der Imagewerte erholsam, alle anderen blieben in etwa gleich.

Studiendesign

Die in dieser 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 Mai und Oktober 2020 gesammelten Interviews beläuft sich Österreichweit auf 8.626, in Kärnten waren es 1.133 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!

Ausblick

Die Gästebefragung T-MONA ist in ihrer Form einmalig und liefert seit Jahren umfangreiches Datenmaterial zu Urlaubern in allen österreichischen Bundesländern. Der vorliegende Bericht stellt einen grundlegenden Überblick zum Sommerurlauber 2020 in Kärnten dar. Aufgrund der großen Vielzahl an Auswertungsmöglichkeiten sind zahlreiche vertiefende Analysen möglich. Es lassen sich zum Beispiel alle Daten nach Geschlecht, Alter, Urlaubsart, Herkunftsland oder individuell definierter Zielgruppe (z.B. Reisende im Familienverband) auswerten.

Kontakt:

Kärnten Werbung GmbH
Völkermarkter Ring 21-23
A-9020 Klagenfurt
Tel.: +43 (0) 463 / 3000
E-Mail: info@kaernten.at
www.touris.kaernten.at