

Sommer-Urlauber in Kärnten

Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung Sommer 2022



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 2022) 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 2022.....	4
Gästestruktur	5
Herkunftsländer & Umgebung.....	5
Alter und Geschlecht.....	6
Bildung und Einkommen	7
Besuchserfahrung	8
Reisebegleitung.....	9
¶ Information / Entscheidung / Buchung	10
Aufmerksamkeit.....	10
Unterkunftssuche	12
Buchung der Unterkunft.....	13
Entscheidungsgründe	15
Entscheidungsgründe - Stärken und Schwächen	18
Durchführung der Reise und Aufenthalt	19
Anreisearten.....	19
Verkehrsmittel vor Ort	20
Unterkunft	21
Aufenthaltsdauer.....	22
Urlaubsarten	23
Urlaubsaktivitäten	24
Urlaubsausgaben.....	28
Zufriedenheit und ¶mage	29
Zufriedenheit und Weiterempfehlung.....	29
¶mage.....	33
Studiendesign	35
Ausblick	36

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Wer sind die Gäste, die im Sommer 2022 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 86%) kommt aus Deutschland oder Österreich. Der Altersschnitt der Befragten liegt bei 50,2 Jahren. 39% der Sommerurlauber haben einen Hochschul- bzw. Universitätsabschluss. Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person liegt bei 2.308 Euro. 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 53%.
- **Information / Entscheidung / Buchung:** 39% der Gäste sind über das Internet auf Kärnten aufmerksam geworden, 33% durch frühere Besuche und 31% über Empfehlungen. Bei der Unterkunftssuche dominieren die Internet Suchmaschinen gefolgt von Buchungsplattformen. 21% haben schon 6 Monate vor dem Reiseantritt gebucht, 23% 1-3 Monate zuvor, 11% kamen ganz spontan. 69% der Urlauber hat direkt bei der Unterkunft gebucht, 15% haben über eine Internet-Plattform reserviert. 41% der Sommergäste haben ihre Unterkunft per Mail, 34% per Online-Buchung reserviert. Die fünf am häufigsten genannten Gründen für Kärnten als Urlaubsziel sind die Lage (72%), die Seen (51%), die Berge (45%), der Preis (45%) und die familiäre Atmosphäre (37%).
- **Durchführung der Reise:** 85% der Gäste sind mit dem Auto an den Aufenthaltsort gereist, dieses wird von 89% dann auch im Urlaub genutzt. Die beliebteste Begleitperson im Urlaub ist der eigene Partner, auch die Familie mit Kindern (6-13 Jahre) ist in Kärnten besonders stark vertreten. 49% nächtigen in Hotels / Gasthöfen, 24% in Ferienwohnungen/-häusern, 15% auf Campingplätzen. 42% der Urlauber bleiben zwischen 4 und 7 Nächten am Urlaubsort, 35% sogar 8 bis 14 Nächte oder länger. 52% haben im Sommer einen Erholungsurlaub verbracht, 48% einen Urlaub am See, 39% einen Wanderurlaub, 31% einen reinen Badeurlaub, 28% einen Natururlaub und 18% einen Radurlaub (Mehrfachnennungen waren möglich).
- **Aktivitäten:** Die beliebteste Aktivität im Sommerurlaub in Kärnten ist Schwimmen / Baden mit 78%, gefolgt von Wandern mit 71%. Auf den Plätzen 3 bis 7 folgen eher gemütliche Aktivitäten wie Spazieren oder Essen gehen, ehe mit 41% das Radfahren als nächste sportliche Aktivität auf Platz acht folgt.
- **Zufriedenheit / Empfehlung:** Die Sommerurlauber sind grundsätzlich sehr zufrieden mit den einzelnen Aspekten ihres Aufenthalts. Mit 1,53 wurde der Gesamteindruck wieder sehr gut bewertet. Der „schlechteste“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,54 (Schlechtwetterangebot). Am meisten begeistert sind die Gäste von Panorama / Ausblick (1,31), Landschaft und Natur (1,34), Wasserqualität (1,34), Sicherheit (1,40) und Naturattraktionen (1,42). Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen finden sich das Kunst- und Kulturangebot, das Preis-Leistungs-Verhältnis der Attraktionen, das Party/Nachtleben, das Preis-Leistungs-Verhältnis in der Gastronomie und das Schlechtwetterangebot. 70% werden einen Aufenthalt in der Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Die Top-3 Imagewerte für Kärnten sind erholsam, gastfreundlich und familienfreundlich.
- **Ausgaben:** Die Tagesausgaben des Sommerurlaubers in Kärnten betragen pro Person im Durchschnitt insgesamt € 141,- (ohne Anreise), am meisten wird dabei für und in der Unterkunft ausgegeben (€ 80,-).

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 2022 Urlaub in Kärnten gemacht haben.

Allgemeines zur Sommersaison 2022

Die Sommersaison 2022 war nach zwei Jahren wieder weitestgehend ohne Reisebeschränkungen aufgrund der Covid-19 Pandemie möglich. Es gab in Kärnten wieder vermehrt internationale Gäste, Österreicher (45% der Ankünfte) und Deutsche (34% der Ankünfte) blieben jedoch die mit Abstand relevantesten Herkunftsländer. Der Kärntner Tourismus kam sehr gut durch den Sommer und verzeichnete bei den Ankünften (+14,2% zu 2021) das beste jemals erzielte Ergebnis. Auch bei den Übernachtungen (+6,5%) gab es ein deutliches Plus gegenüber dem Jahr 2021. Es konnte auch der letzte Vor-Corona Sommer 2019 übertroffen werden. Konkret gab es im Sommer 2022 +1,9% mehr Ankünfte und +2,9% mehr Übernachtungen im Vergleich zur Sommersaison 2019.

Ankünfte und Nächtigungen Mai bis Oktober 2022

	Ankünfte	+/- in % zum VJ	Nächtigungen	+/- in % zum VJ
Gesamt	2.351.526	+14,2	9.932.627	+6,5
Inländer	1.051.316	-3,5	4.325.221	-6,7
Ausländer	1.300.210	+34,1	5.607.406	+19,5

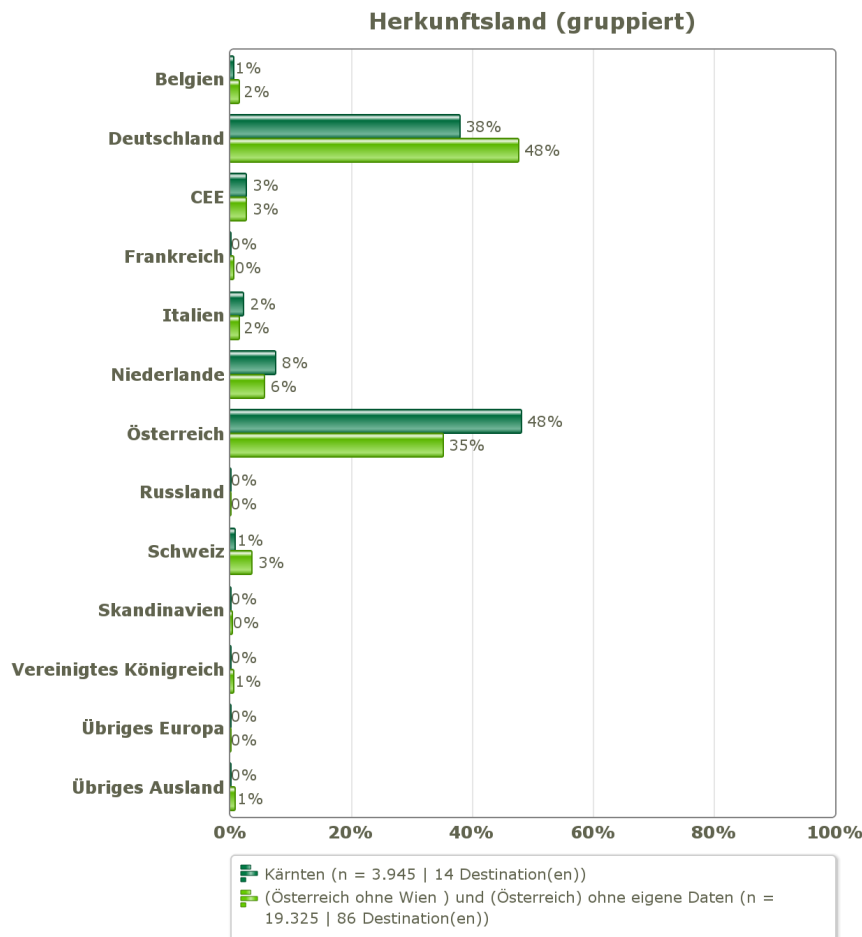
Die meisten Gäste kamen im Sommer 2022 wieder aus dem Inland, gefolgt von Deutschland und mit großem Abstand Niederlande, Italien und Tschechien.

Top 5 Herkunftsmärkte Mai bis Oktober 2022

		Ankünfte	+/- in % zum VJ	Nächtigungen	+/- in % zum VJ
1	Österreich	1.051.316	-3,5	4.325.221	-6,7
2	Deutschland	798.548	+24,3	3.647.294	+12,2
3	Niederlande	132.710	+32,0	791.494	+22,8
4	Italien	85.428	+78,2	233.221	+76,8
5	Tschechien	50.576	+34,6	163.059	+25,4

Gästestruktur

Herkunftsländer & Umgebung



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

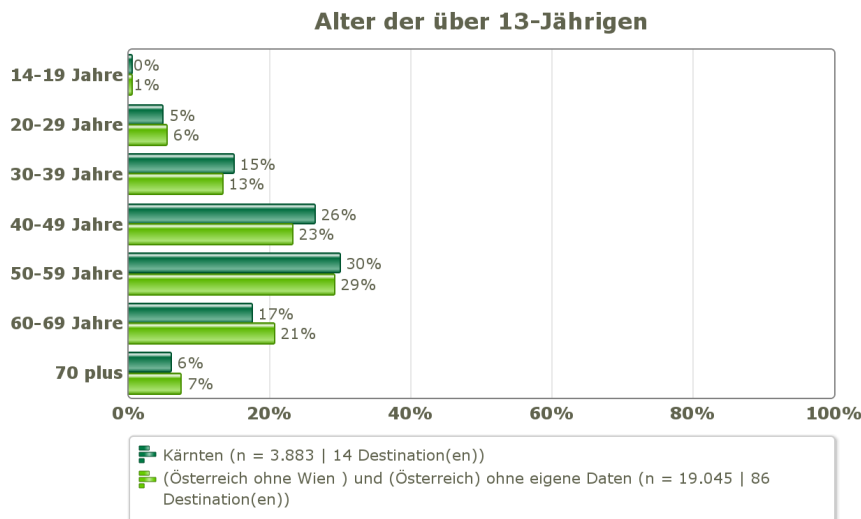
Die größte Gästegruppe in der Stichprobe machen auch 2022 mit 48% die österreichischen Urlauber aus. 38% kommen aus Deutschland, 8% aus den Niederlanden. Die restlichen Länder spielen in der Befragung wieder nur eine geringe Rolle. Sieht man sich die Österreichischen Bundesländer an, so dominieren Niederösterreich (29%) vor Steiermark (20%) und Wien (16%). Aus Deutschland kamen die meisten aus Bayern (29%), gefolgt von Nordrhein-Westfalen (20%) und Baden-Württemberg (13%). Aus den Niederlanden dominieren die Provinzen Nord-Brabant (20%), Overijssel (19%) und Gelderland (17%).

Gefragt nach der Umgebung ihres Wohnsitzes gaben 52% an „Ländliche Umgebung“, 27% „Städtische Umgebung“ und 21% „Großstadt“. Im Vergleich zu Rest-Österreich (ohne Wien) sind diese Werte nahezu ident.

Vergleich zu Vorsaisonen: Der Gästeanteil Österreichischer Gäste verringerte sich von 63% aus dem 1. Corona Sommer 2020, auf 56% im Sommer 2021 auf 48% und ist in etwa wieder dort, wo er im Sommer 2019 lag (43%). Der Anteil von Gästen aus ländlicher Umgebung nahm kontinuierlich zu in den letzten vier Jahren, dafür nahmen die Städter immer mehr ab.

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: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

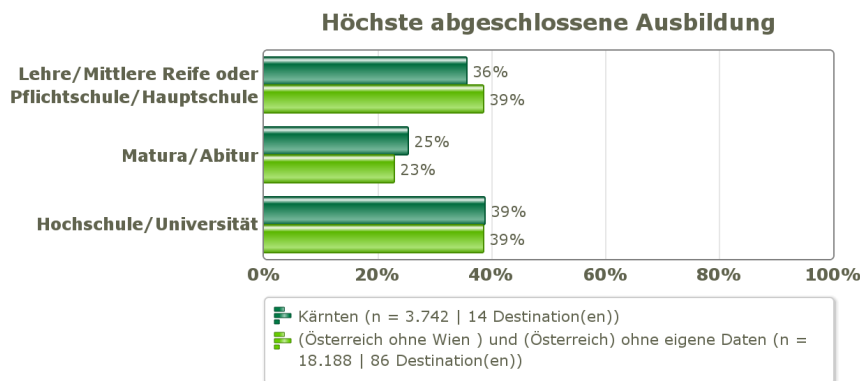
Grafik 2: Alter der Befragten. Frage: Wie alt sind Sie?

Die 50 bis 59-jährigen Gäste sind im Sommer am stärksten vertreten: 30% gehören dieser Altersgruppe an. 26% der Sommerurlauber sind zwischen 40 und 49 Jahre alt, 17% zwischen 60 und 69 Jahre. Das Durchschnittsalter der Sommerurlauber liegt bei 50,2 Jahre, etwas jünger als im Vergleich zum Benchmark (= Rest-Österreich ohne Wien; 51,2 Jahre). Das Geschlechterverhältnis zeigt folgendes Bild: 62% der befragten Sommergäste sind weiblich, 38% männlich.

Vergleich zu Vorsaisonen: Der Anteil der 50 bis 59-jährigen nahm kontinuierlich zu in den letzten vier Jahren, die vor allem im ersten Corona-Sommer recht starke junge Gruppe der 20 bis 29-jährigen ging wieder zurück. Die Gäste sind also wieder etwas älter als zur Corona-Zeit.

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

Bildung und Einkommen



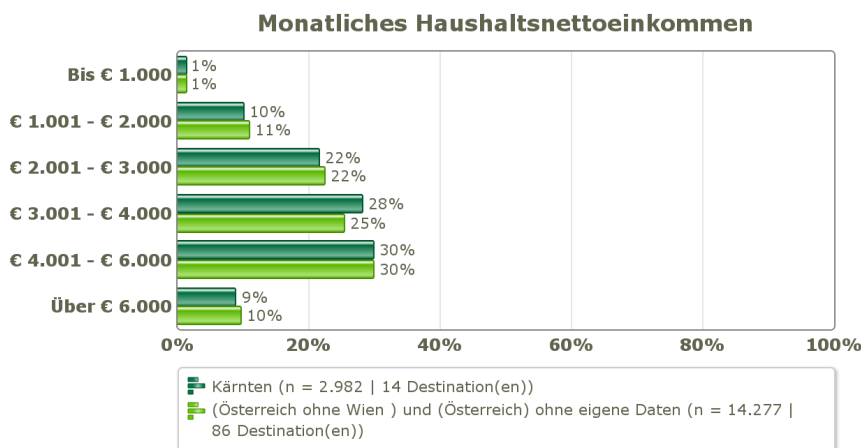
Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

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

36% der Sommerurlauber haben einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die mittlere Reife. Maturaniveau haben 25% der Gäste, 39% haben einen akademischen Abschluss. Im Vergleich zum Benchmark gibt es in Kärnten etwas weniger Gäste der unteren Bildungsschichten, dafür etwas mehr mit Maturaniveau.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Gäste aus den unteren Bildungsschichten blieben stabil in den letzten 3 Jahren, jene mit Matura nahmen ab, dafür gibt es wieder mehr mit Hochschulabschluss.



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

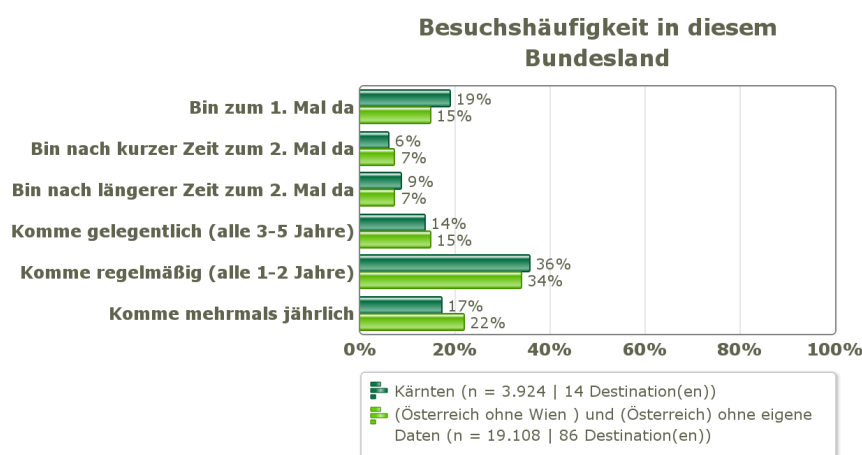
Grafik 4: Einkommen. Frage: Wie hoch Ihr durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Also die Summe der Nettoeinkommen aller in Ihrem Haushalt lebenden Personen?

30% der Gäste haben ein durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen zwischen 4.000 und 6.000 Euro. 28% liegen zwischen 3.000 und 4.000 Euro und 22% zwischen 2.000 und 3.000 Euro. Mehr als 6.000 Euro haben 9% monatlich zur Verfügung und bei 11% der Gäste beträgt das Haushaltseinkommen bis zu 2.000 Euro. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person liegt in Kärnten bei 2.308 Euro, beim Benchmark sind dies 2.399 Euro. Die Kärnten Urlauber sind somit etwas weniger einkommensstark bzw. kaufkräftig. Im Schnitt befinden sich 2,8 Personen im Haushalt.

Vergleich zur Vorsaison: Die ganz Reichen (über 6.000 Euro) legten in den letzten vier Jahren immer etwas zu, die sehr guten Einkommen (4.000 bis 6.000 Euro) ebenfalls. Die mittleren Einkommen sind gleich geblieben, die schwächeren Einkommensgruppen nahmen ehr ab. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person stieg von 2.080 Euro im Sommer 2019 auf 2.156 Euro in 2020, weiter auf 2.237 Euro im Sommer 2021 und zuletzt auf 2.308 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.

Besuchserfahrung

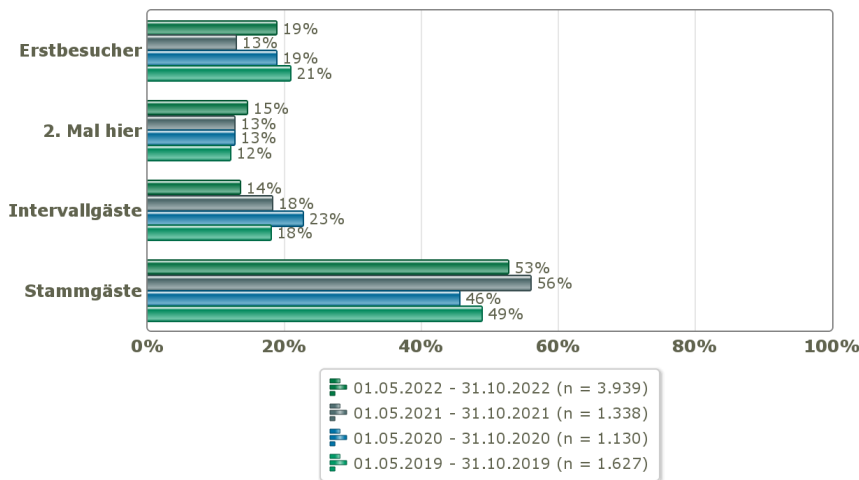


Grafik 5: Besuchserfahrung. Wie oft machen Sie Urlaub in diesem Bundesland?

Kärnten ist dem überwiegenden Teil der Sommergäste als Urlaubsland bekannt: nur 19% haben zuvor noch nie Urlaub in Kärnten gemacht. 15% der Gäste sind zum zweiten Mal da, 14% kommen alle paar Jahre. Die größte Gruppe (36%) kommt fast jedes Jahr, 17% sogar mehrmals jährlich. Man kann auch sagen 53% der Kärnten Gäste sind Stammgäste, 14% Intervallgäste, 15% das zweite Mal hier und eben 19% Erstbesucher. In Kärnten gibt es im Vergleich zum Benchmark im Sommer 2022 mehr Erstbesucher, dafür etwas weniger Stammgäste.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Erstbesucher sind nach einem „Ausreiser“ im Jahr 2021 wieder auf dem Niveau der Jahre zuvor und liegen bei einem Fünftel der Gäste. Der Stammgästeanteil bleibt auf sehr hohem Niveau, die Intervallgäste nahmen tendenziell ab. Siehe nachfolgende Grafik.

Besuchserfahrung in diesem Bundesland im Zeitvergleich



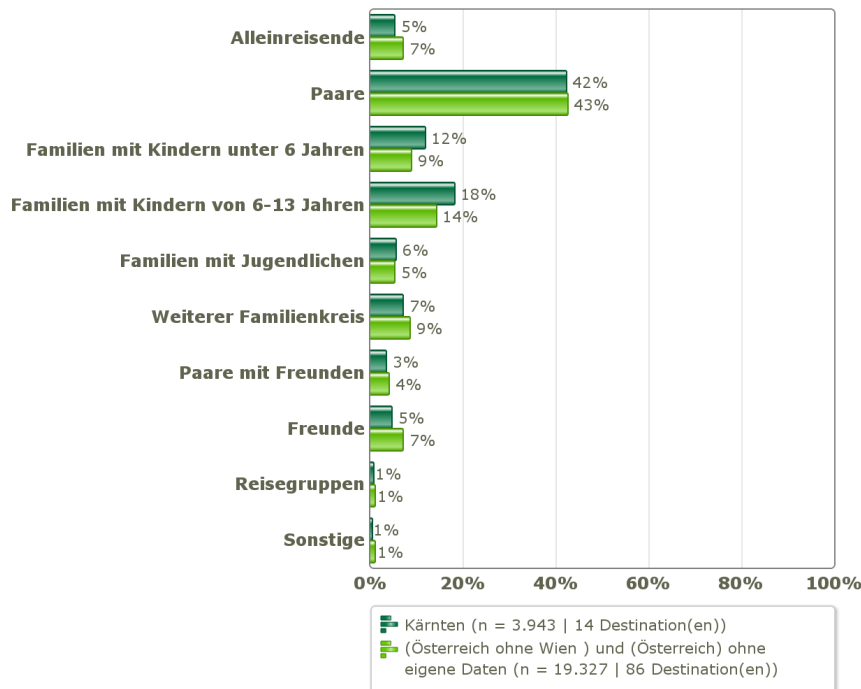
Zeitraum: 01.05. - 31.10.

WEBMARK Destinationen

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

Reisebegleitung

Reisebegleitung (gruppiert)



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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. 30% der Reisenden sind Familien mit Kindern (unter 14 Jahren), 6% Familien mit Jugendlichen, 7% Familienverbände (ältere Kinder, sonstige Verwandte). 5%

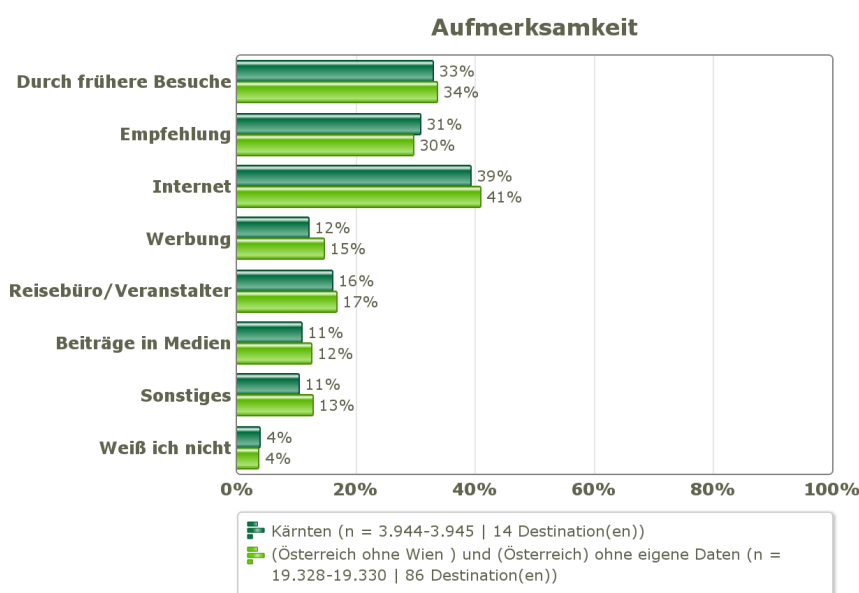
urlauben mit Freunden, 3% verreisen mit dem Partner und Freunden, 5% verreisen alleine. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten im Sommer weiterhin das Familienurlaubsland ist: 43% verreisen in irgendeiner Form als Familie, während dies im Benchmark nur 37% sind. Vor allem die Familie mit Kindern von 6 – 13 Jahren ist in Kärnten besonders stark ausgeprägt. Dafür kommen nach Kärnten etwas weniger Alleinreisende und Freundesgruppen.

Vergleich zu Vorsaisonen: Das Segment der Paare ist wieder etwas gestiegen, das Verreisen mit Freunden ging dafür etwas zurück. Die übrige Reisebegleitung (Familien, Alleinreisende) ist in den letzten drei Jahren 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



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

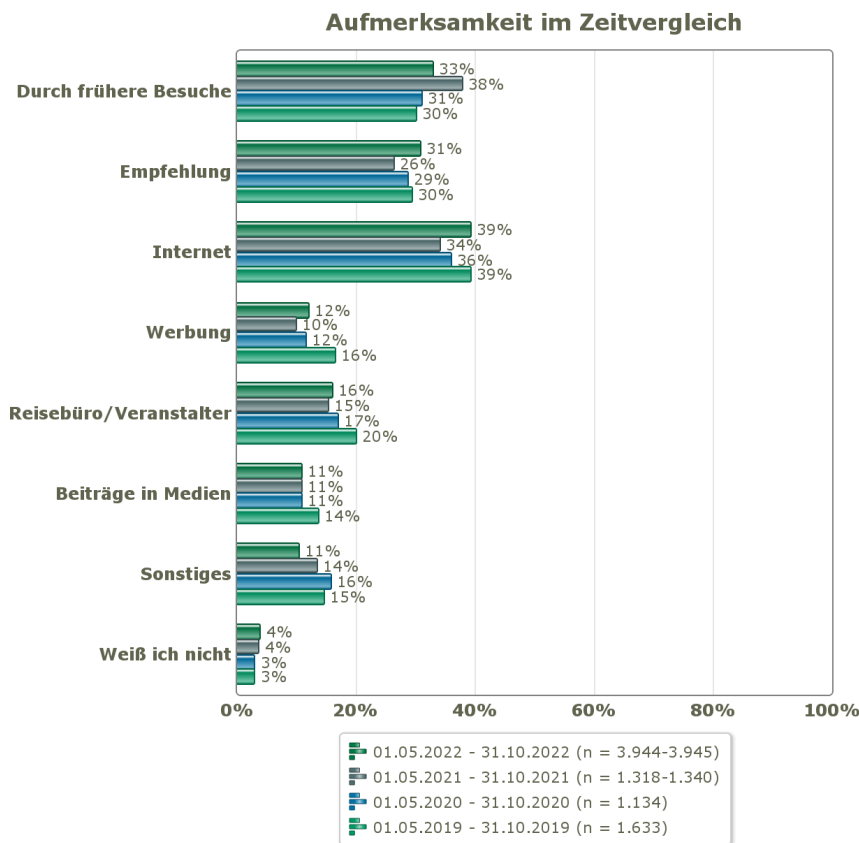
Gewichtung: Gewichtete Daten

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: 33% haben die Destination bereits durch frühere Besuche gekannt. 31% wurde das Reiseziel aus dem persönlichen Umfeld empfohlen. Am meisten, nämlich 39% sind über das Internet aufmerksam geworden, 12% über Werbung, 16% über Reisebüros/Reiseveranstalter und 11% über diverse Beiträge in Medien.

In den Detailauswertungen zeigt sich, dass bei jenen, die über das Internet aufmerksam geworden sind, 25% über eine Suchmaschine (Google etc.), 15% über Reise- und Buchungsportale (booking.com etc.), 11% über offizielle Websites des Reiseziels und 5% über Social Media (Facebook, Instagram, YouTube) kamen. Reisforen/Blogs nannten nur ganz wenige.

Vergleich zu Vorsaisonen (siehe auch nachfolgende Grafik): Die Aufmerksamkeit durch frühere Besuche hat sich kontinuierlich gesteigert, einhergehend mit der Steigerung bei der Stammgästeanzahl. Das heißt, ein Drittel der Gäste, die im Sommer 2022 nach Kärnten kamen, kannten ihr Urlaubsziel bereits und benötigten weniger Informationen darüber. Die Aufmerksamkeits-Bereiche „Empfehlung“ und „Internet“ sind nach bisher rückläufigen Tendenzen wieder auf die Werte aus 2019 gestiegen. Alle anderen Bereiche sind rückläufig: Werbung, Reisebüro-/veranstalter und Beiträge in Medien.



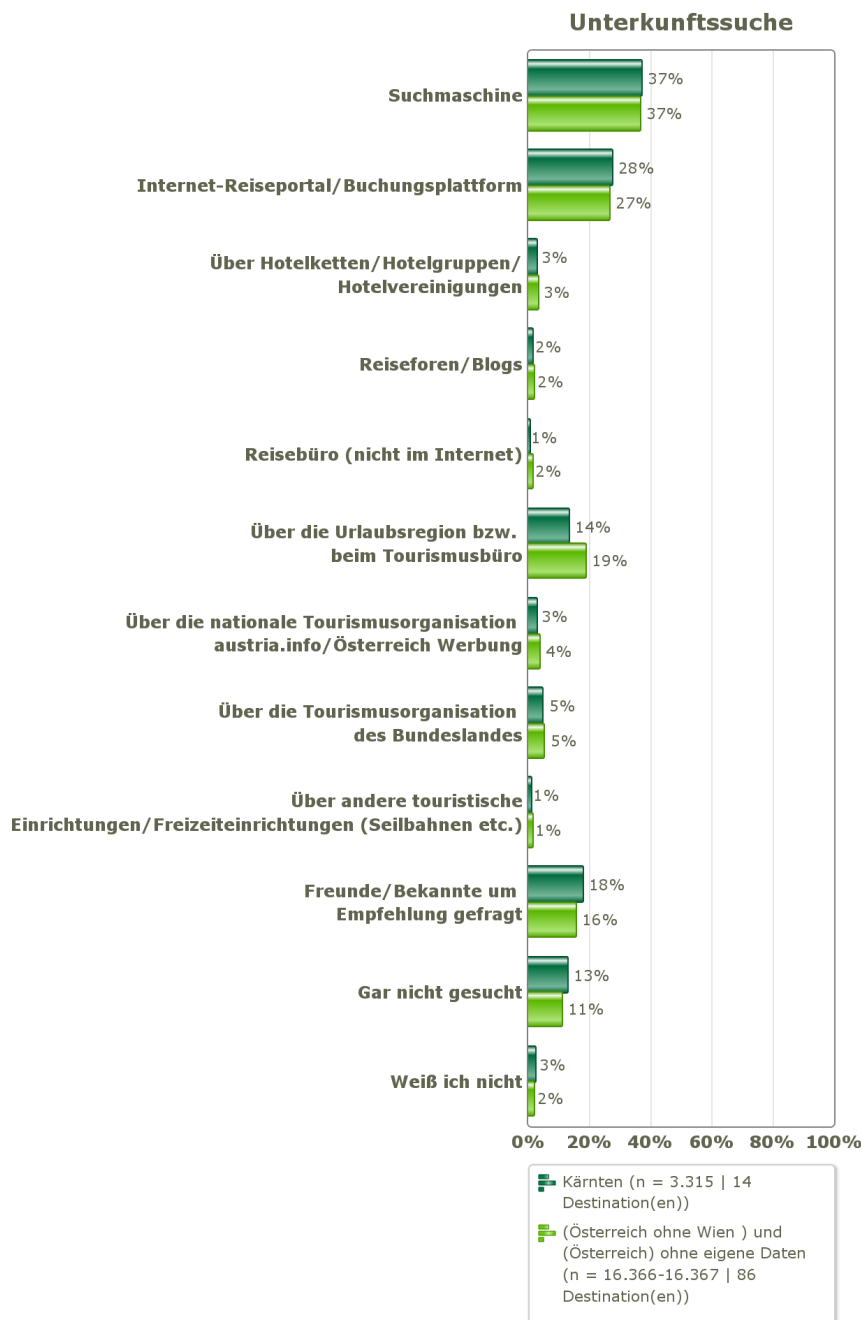
Zeitraum: 01.05. - 31.10.

WEBMARK Destinationen

Grafik 9: Aufmerksamkeit im Zeitvergleich. Frage: *Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion aufmerksam geworden?* Mehrfachantworten möglich.

Gut zu wissen: Bei der Interpretation der Ergebnisse ist zu berücksichtigen, dass es gewisse methodische Herausforderungen birgt, im Rahmen einer Umfrage detaillierte Informations- bzw. Aufmerksamkeitskanäle 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



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

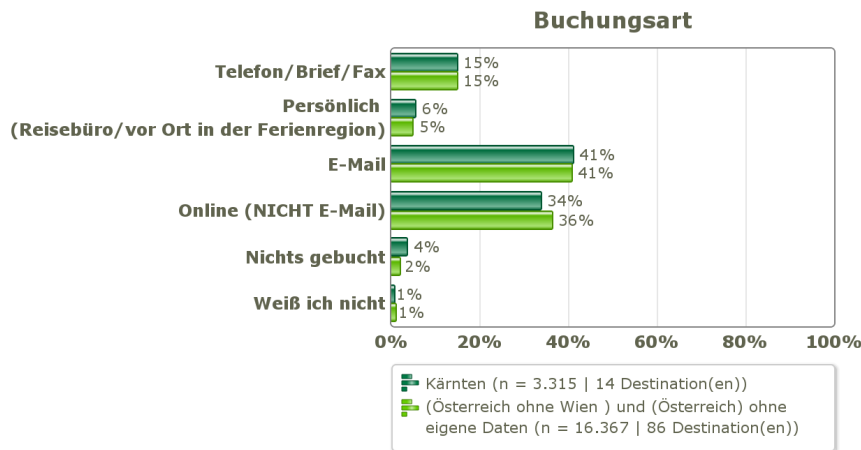
Grafik 10: Unterkunftssuche. Frage: Wie/wo haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft gesucht? Mehrfachantworten möglich

Das Informations- bzw. Suchverhalten im Zuge der Reiseplanung findet zum überwiegenden Teil online statt. 65% der Sommergäste geben an, über die Suchmaschine (37%) bzw. über ein Reiseportal / eine Buchungsplattform im Internet (28%) nach der Unterkunft gesucht zu haben. 14% haben sich direkt in der Destination erkundigt, 18% im persönlichen Umfeld um eine Empfehlung gebeten. 13% der Gäste haben sich im Vorfeld gar nicht über die Unterkunft informiert.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Unterkunftssuche via Suchmaschine nahm wieder zu und liegt mit 37% auf einem Höchstwert in den letzten vier Jahren. Die Unterkunftssuche via Internet

Reiseportale / Buchungsplattformen (vor allem booking.com) nahm wieder etwas ab, die Unterkunftssuche direkt über die Urlaubsregion / Tourismusbüro nahm dafür etwas zu. Jene, die Freunde oder Bekannte gefragt haben, nahmen ebenfalls zu auf einen Höchstwert von 18%, jene, die gar nicht gesucht hatten gingen zurück in den letzten vier Jahren.

Buchung der Unterkunft



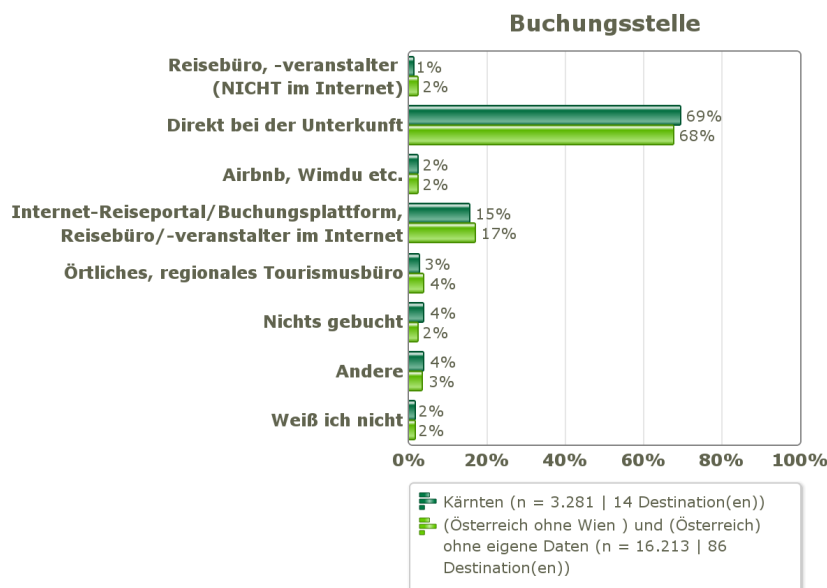
Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 11: Buchungsart. Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Die Buchung per E-Mail ist mit 41% das beliebteste Buchungsmedium. 34% haben über einen anderen Weg als E-Mail online gebucht. In Summe haben also drei Viertel der Gäste für die Urlaubsbuchung digitale Kanäle in Anspruch genommen. 15% buchten per Telefon und 6% haben die Buchung persönlich, entweder im Reisebüro oder vor Ort, vorgenommen.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die telefonische Buchung nahm ab, Online nahm zu.

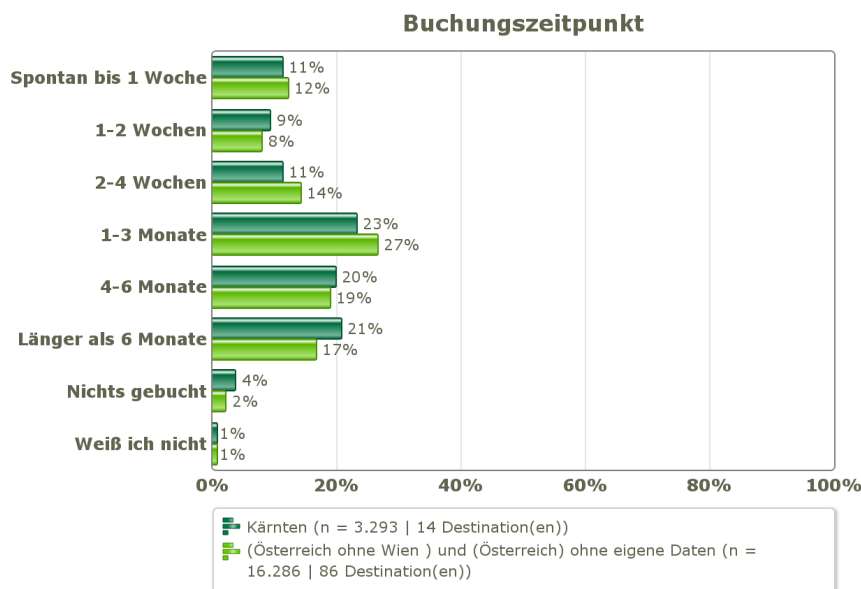


Grafik 12: Buchungsstelle. Frage: Bei wem haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Die Mehrheit der Gäste im Sommer 2022, nämlich 69%, bevorzugt den direkten Weg und bucht gleich über die Unterkunft. 15% buchen über ein Reiseportal, eine Buchungsplattform oder einen Reiseveranstalter im Internet. 2% der Sommerurlauber nutzen Airbnb oder eine vergleichbare Plattform, 3% buchen über ein regionales Tourismusbüro, 1% buchen über ein Reisebüro/Reiseveranstalter und 4% haben ihre Unterkunft gar nicht vorab gebucht.

Vergleich zu Vorsaisonen: Immer mehr buchen direkt bei der Unterkunft (+6% gegenüber 2019), jene über Internet Reiseportale / Buchungsplattformern (vor allem booking.com) gingen zurück. Booking.com wird offenbar vermehrt zur Suche, nicht aber vermehrt zur Buchung verwendet.

Gut zu wissen: Der mit Abstand am häufigsten genutzte Anbieter aus dem Bereich Internet- Reiseportale/Buchungsplattformen ist booking.com.



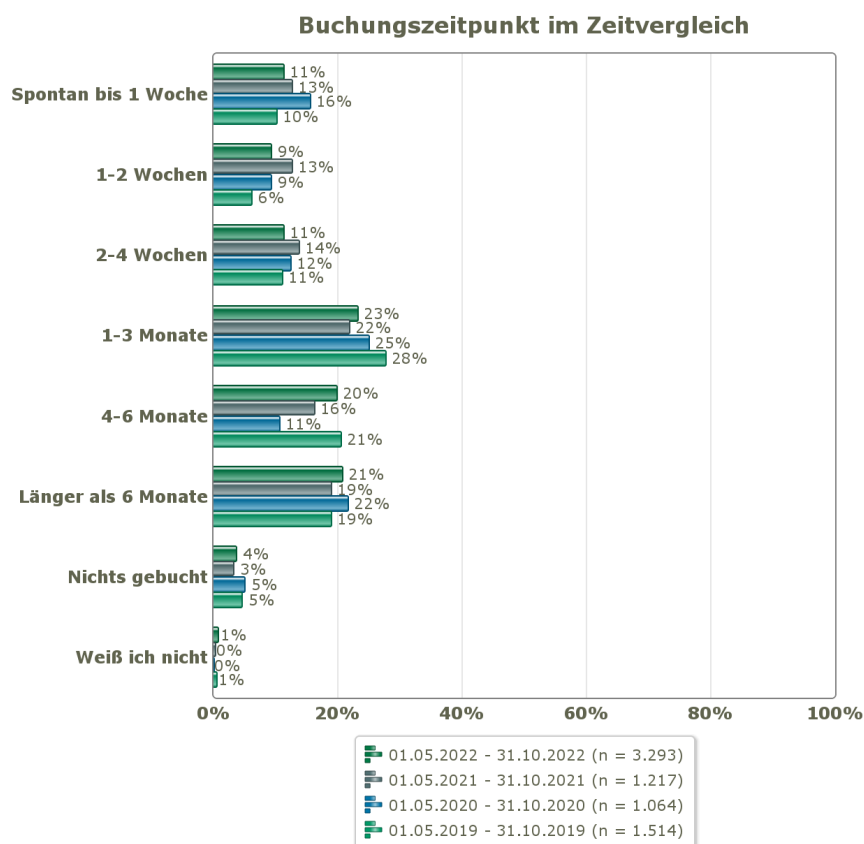
Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 13: Buchungszeitpunkt. Frage: *Wie lange vor der Anreise haben Sie die Reise (zum jetzigen Aufenthaltsort) gebucht?*

Der größte Teil, nämlich 23% hat den Urlaub 1-3 Monate vor der Anreise gebucht. 20% haben 4-6 Monate im Voraus und 21% 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. Zusammengefasst buchen 64% mindestens 1 Monat im Voraus. Kurzfristig, innerhalb von 2 Wochen vor der Anreise, haben 20% der Sommerurlauber gebucht.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die ganz spontanen Buchungen (unter 1 Woche) gingen wieder etwas zurück, jene die 1-2 Wochen vorher bzw. 2-4 Wochen vorher buchten ebenfalls. Die langfristigen Bucher (länger als 6 Monate im Voraus bzw. 4-6 Monate im Voraus) sind wieder auf Vor-Corona Niveau, die mittelfristigen Buchungen (1-3 Monate im Voraus) gingen tendenziell zurück. Hier die Tabelle im Detail:



Zeitraum: 01.05. - 31.10.

WEBMARK Destinationen

Grafik 14: Buchungszeitpunkt im Zeitvergleich. Frage: *Wie lange vor der Anreise haben Sie die Reise (zum jetzigen Aufenthaltsort) gebucht?*

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. Lage 72% (63%)
2. See / Fluss 51% (26%)
3. Preis 45% (47%)
4. Berge 45% (54%)
5. Familiäre Atmosphäre 37% (34%)
6. Angebot an Wanderwegen 30% (44%)
7. Landschaft und Natur 29% (39%)
8. Bewertungen im Internet 25% (24%)
9. Gute Luft / Gesundes Klima 24% (25%)
10. Ausstattung / inkludierten Leistungen 21% (24%)

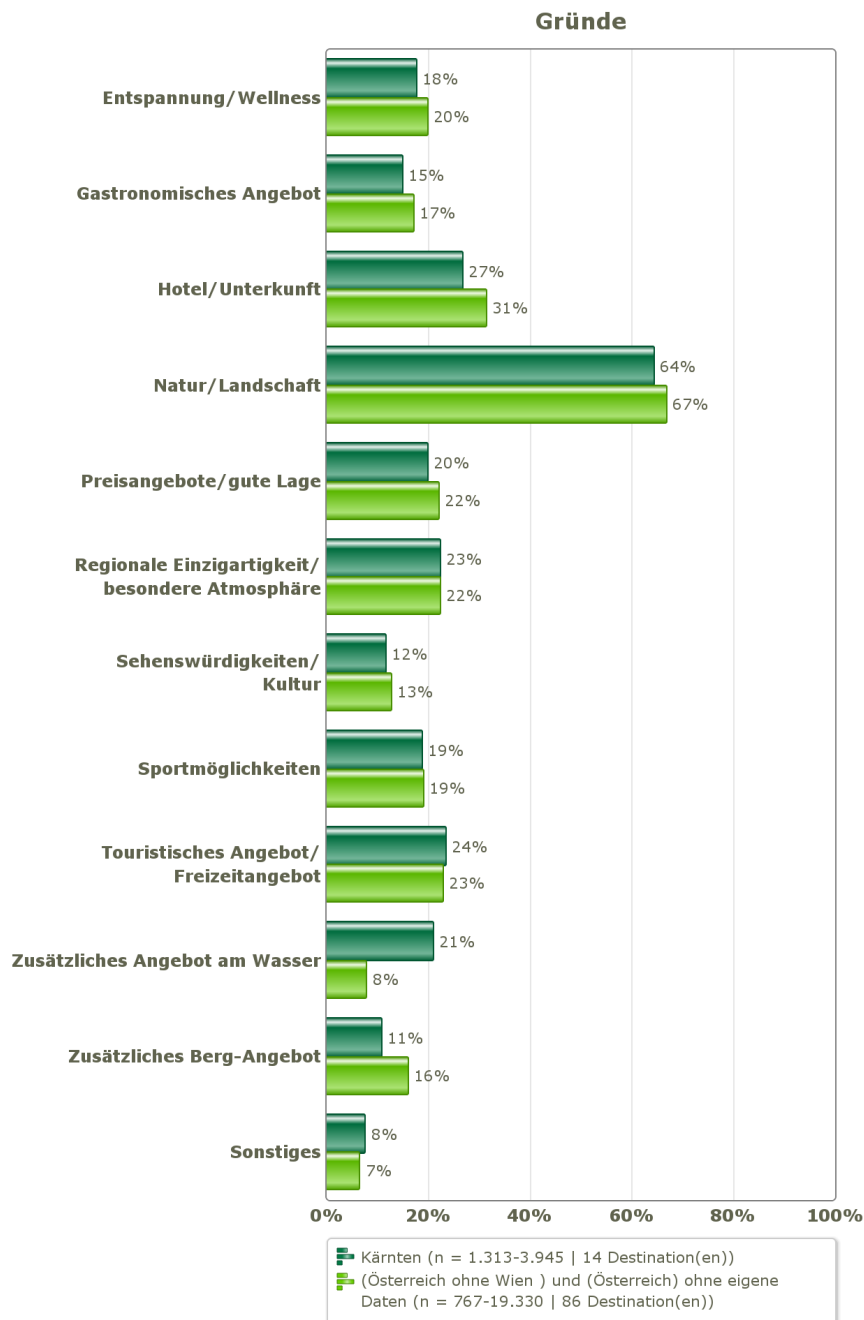
Die ausschlaggebenden Gründe, anhand derer der Gast seine Urlaubsdestination ausgewählt hat, werden im Sommer angeführt von den landschaftlichen und geographischen Gegebenheiten: die Lage Kärntens, die Kärntner Seen und die Berge stehen an vorderster Stelle der entscheidungsrelevanten Faktoren. Es folgen das Preisargument, die familiäre Atmosphäre und das

Angebot an Wanderwegen.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass die Lage Kärntens ein wesentlicher Entscheidungsgrund ist. Auf der Südseite der Alpen mit guter Erreichbarkeit dürfte vor allem bei den Österreichischen und Deutschen Gästen ein starkes Argument sein. Naturgemäß sind auch in Kärnten die „Seen“ (51% zu 26%) als Urlaubsgrund ungleich größer ausgeprägt. Weiters sind unter den Top10 Sommerurlaubs-Motiven in Kärnten die „Familiäre Atmosphäre“ und die „Bewertungen im Internet“ stärker zu finden als beim Benchmark. Entscheidungsgründe aus den Top10, die in Kärnten nicht so ausgeprägt sind wie im Benchmark sind hingegen die Berge (45% zu 54%), das Angebot an Wanderwegen (30% zu 44%), die Landschaft / Natur (29% zu 39%), die gute Luft / das gesunde Klima (24% zu 25%) und die Ausstattung bzw. inkludierten Leistungen (21% zu 24%).

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Lage ist wieder ein ganz entscheidender Grund geworden und erreichte im Sommer 2022 mit 72% den bisherigen Höchstwert (70% in 2019, 68% in 2020, nur 56% in 2021). Das Thema See / Fluss blieb mit rund 50% ziemlich konstant in den letzten vier Jahren. Der Preis ist mit 45% wieder wesentlicher als die zwei Jahre zuvor, wo er nur auf 32 % in 2021 und 39% in 2020 kam und liegt in etwa im Bereich von 2019 (48%). Die Berge sind auch wieder ein stärkeres Motiv, die familiäre Atmosphäre pendelt sich nach einem Ausreiser nach oben im Vorjahr mit 37% wieder am Niveau von 2020 und 2019 ein. Das Angebot an Wanderwegen korreliert mit den Motiv „Berge“, wird von Jahr zu Jahr wichtiger und erreicht mit 30% einen vorläufigen Höhepunkt. Die restlichen Top10 Gründe blieben mehr oder weniger konstant in den letzten vier Jahren.

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



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 15: Entscheidungsgründe in Oberkategorien. Frage Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden?

Das Gesamtangebot an Natur / Landschaft ist mit 64% nach wie vor mit Abstand der Hauptgrund für einen Sommerurlaub in Kärnten. Es folgen die Gründe Hotel / Unterkunft (27%), Touristisches Angebot / Freizeitangebot (24%), Regionale Einzigartigkeit / besondere Atmosphäre (23%), Zusätzliches Angebot am Wasser (21%) und Preisangebote / Gute Lage, mit 20% der Nennungen.

Vergleich zu Vorsaisonen: Das Top-Thema Natur / Landschaft blieb über die Jahre hinweg relativ stabil und ist heuer wieder auf dem Wert von 2019. Am auffälligsten zugenommen hat der Grund „Hotel / Unterkunft“ – eine entsprechende Beherbergungsqualität wird also immer wichtiger. Auch das Touristische Freizeitangebot, das zusätzliche Angebot am Wasser und die Sportmöglichkeiten sind als Entscheidungsgründe ständig gewachsen. Die touristische Infrastruktur ist

somit ein wesentliches Element bei den Urlaubsmotiven. Abgenommen hat lediglich das Interesse am zusätzlichen Berg-Angebot, alle anderen Kategorien blieben in etwa gleich.

Gut zu wissen: Ist 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.

Entscheidungsgründe - Stärken und Schwächen

Nimmt man alle abgefragten Gründe und vergleicht die Angaben mit den anderen Bundesländern außer Wien, so ergeben sich für Kärnten folgende Stärken (Nummer 1 oder 2 von 8 Bundesländern; mindestens 10% Relevanz bei der Anzahl der Nennungen):

- Wetterverhältnisse (1 von 8)
- Strandbäder / Bademöglichkeiten (1 von 8)
- See / Fluss (1 von 8)
- Atmosphäre / Flair (2 von 8)

Folgende Schwächen können definiert werden (Nummer 6, 7 oder 8 von 8 Bundesländern; mindestens 5% Relevanz bei der Anzahl der Nennungen):

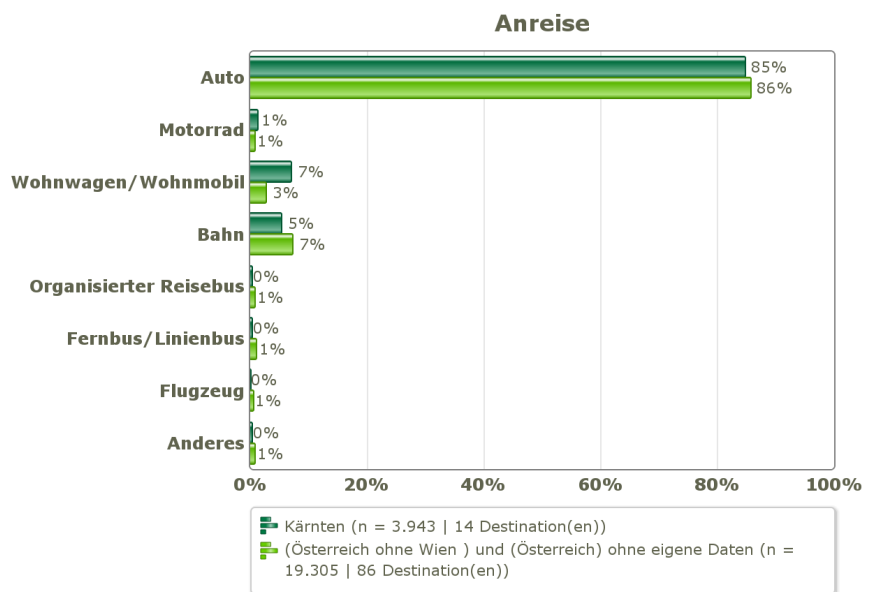
- Vielfalt des gastronomischen Angebotes (6 von 8)
- Ortsbild / Architektur / Bauwerke (8 von 8)
- Panorama / Ausblick (4 von 5)

Alles dazwischen liegenden Entscheidungsgründe haben entweder keine allzu große Relevanz oder können als durchschnittlich bzw. als Chance oder Gefahr gesehen werden.

Durchführung der Reise und Aufenthalt

Dieses Kapitel befasst sich mit dem Ablauf des Urlaubs. Es wird untersucht, welche Transportmittel für die Anreise gewählt werden und wie 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 sie während ihrer Reise unternehmen.

Anreisearten



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

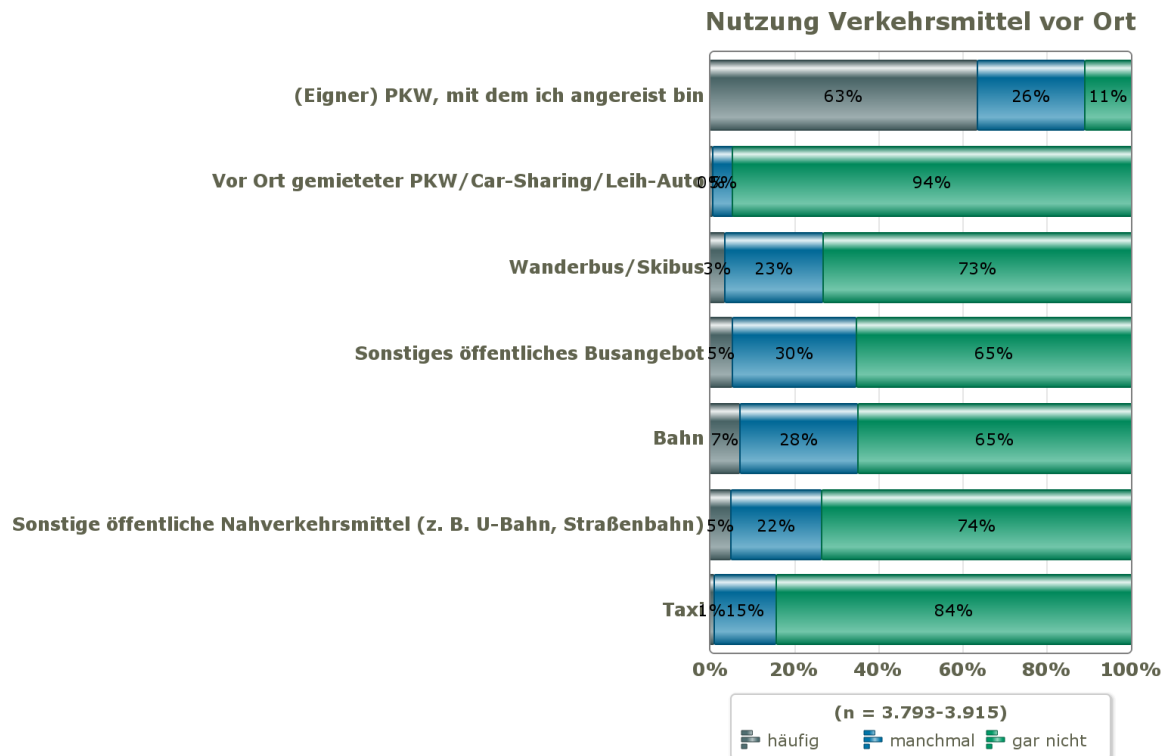
Grafik 16: Anreise. Frage: Welches Verkehrsmittel haben Sie HAUPTSÄCHLICH zur Anreise an Ihren Urlaubsort genutzt?

Der überwiegende Anteil, nämlich 85% der Gäste, ist mit dem Auto in den Sommerurlaub gereist. 7% haben einen Wohnwagen/-mobil als Anreisemittel genutzt, 5% die Bahn und 1% das Motorrad. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten als „Campingland“ besonders stark bei der Anreise mit Wohnwagen/Wohnmobil ist. Bus, Flugzeug oder sonstige Massenbeförderungsmittel spielten bis auf die Bahn auch im Sommer 2022 keine Rolle.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Autoanreise pendelt sich bei rund 85% ein in den letzten vier Jahren, Wohnwagen/Wohnmobil lag immer im Bereich 5-8%, Bahn bei 4-6% und Motorrad bei 2-3%. Die Bahnreise ist nach den Rückgängen in den zwei Corona-Saisonen wieder leicht im Aufschwung.

Verkehrsmittel vor Ort

Mit der Befragung Sommer 2022 wurde auch erstmalig die Nutzung der Verkehrsmittel vor Ort abgefragt. Dabei zeigt sich folgendes Bild:

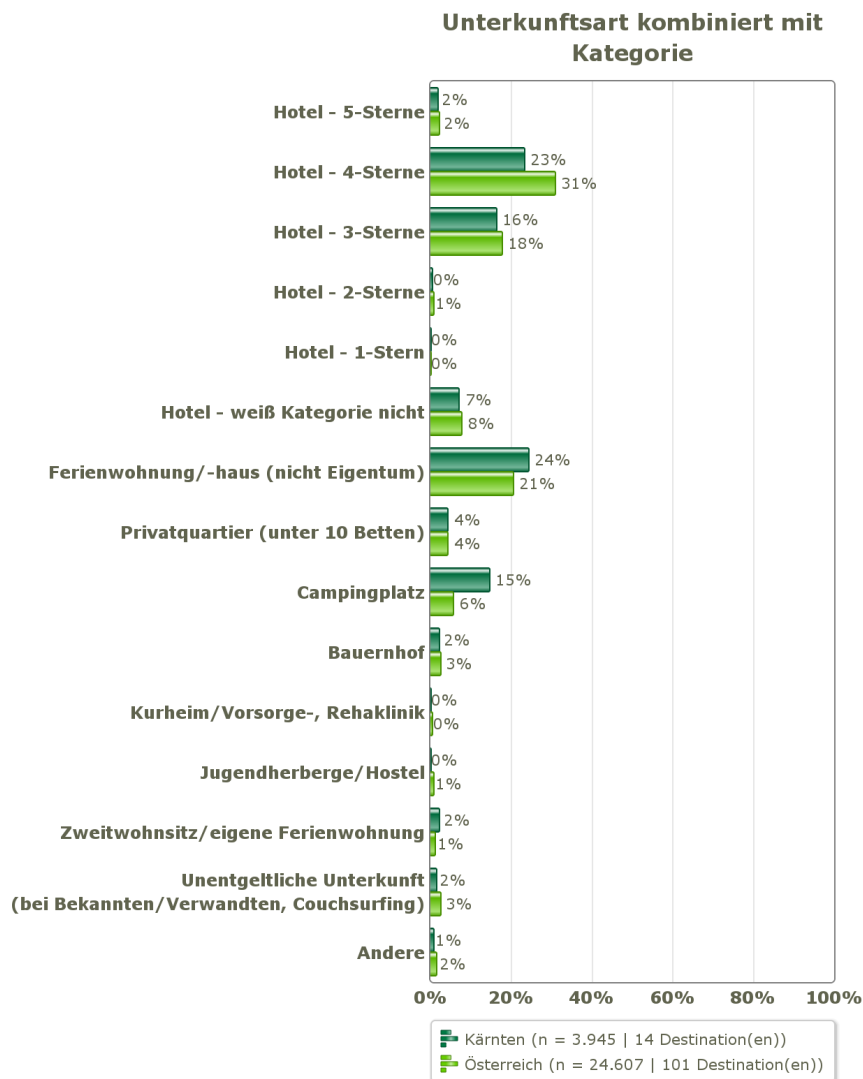


Grafik 17: Nutzung Verkehrsmittel. Frage: Wie häufig nutzen Sie folgende Verkehrsmittel vor Ort zur Mobilität von A nach B (NICHT zur Anreise in den Urlaubsort)?

Von den 85%, die mit dem eigenen Auto angereist sind, nutzen 63% ihren eigenen PKW auch im Urlaub häufig, um von A nach B zu kommen. 26% nutzen ihn manchmal, nur 11% lassen ihr Auto während des gesamten Urlaubs in der Garage oder am Parkplatz stehen. Car-Sharing im Urlaub wird in Kärnten – mangels entsprechendem Angebot – fast gar nicht genutzt, nur 5% machen dies manchmal. Am meisten werden noch die Bahn und das öffentliche Busangebot vor Ort von den Gästen genutzt.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass die Kärntner Urlaubsgäste sehr stark auf ihr eigenes Auto angewiesen sind. 63% nutzen es in Kärnten häufig, nur 54% in Rest-Österreich. Dem gegenüber steht eine wesentlich geringere Nutzung von anderen Transportmöglichkeiten in Kärnten, wie z.B. der Wanderbus (73% nutzen in gar nicht in Kärnten, nur 54% in Rest-Österreich) oder das sonstige öffentliche Busangebot (65% nutzen in gar nicht in Kärnten, 51% in Rest-Österreich). Die Nutzung von Bahn, Taxi oder Car-Sharing deckt sich in etwa mit den Angaben in Rest-Österreich.

Unterkunft



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

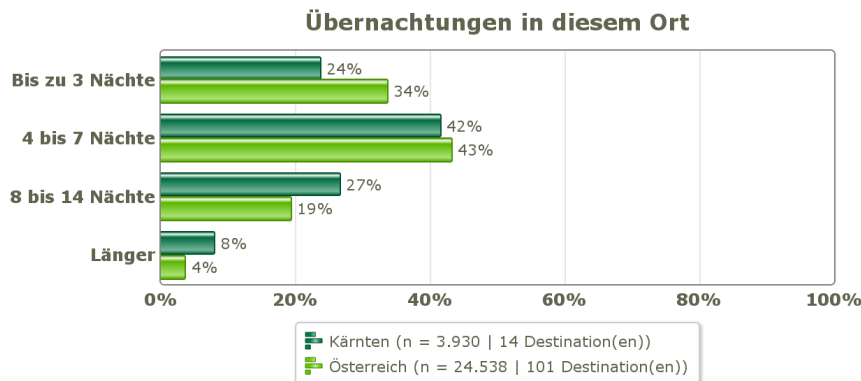
Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 18: 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. 24% haben eine Ferienwohnung/-haus in Anspruch genommen, weitere 16% haben ihren Urlaub in einem 3*-Hotel verbracht. Ihr Zelt oder Wohnmobil auf einen Campingplatz abgestellt haben 15%. Diese vier Kategorien decken 80% aller Unterkunftsarten ab. Im Vergleich zum Benchmark haben die Kärntner Urlaubsgäste vermehrt auf Campingplätzen und in Ferienwohnungen/-häusern geschlafen, weniger oft in der 4* Kategorie.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Unterkunftsart 4*-Hotel ging von 27% in 2019 kontinuierlich zurück auf 23% im Sommer 2022. Camping und Ferienwohnungen /-häuser stiegen hingegen in diesem Zeitraum von 12% in 2019 auf 15% in 2022 (Camping) bzw. von 20% in 2019 auf 24% in 2022 (Ferienwohnungen / -häuser). Alle anderen Kategorien blieben in etwa gleich.

Aufenthaltsdauer



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

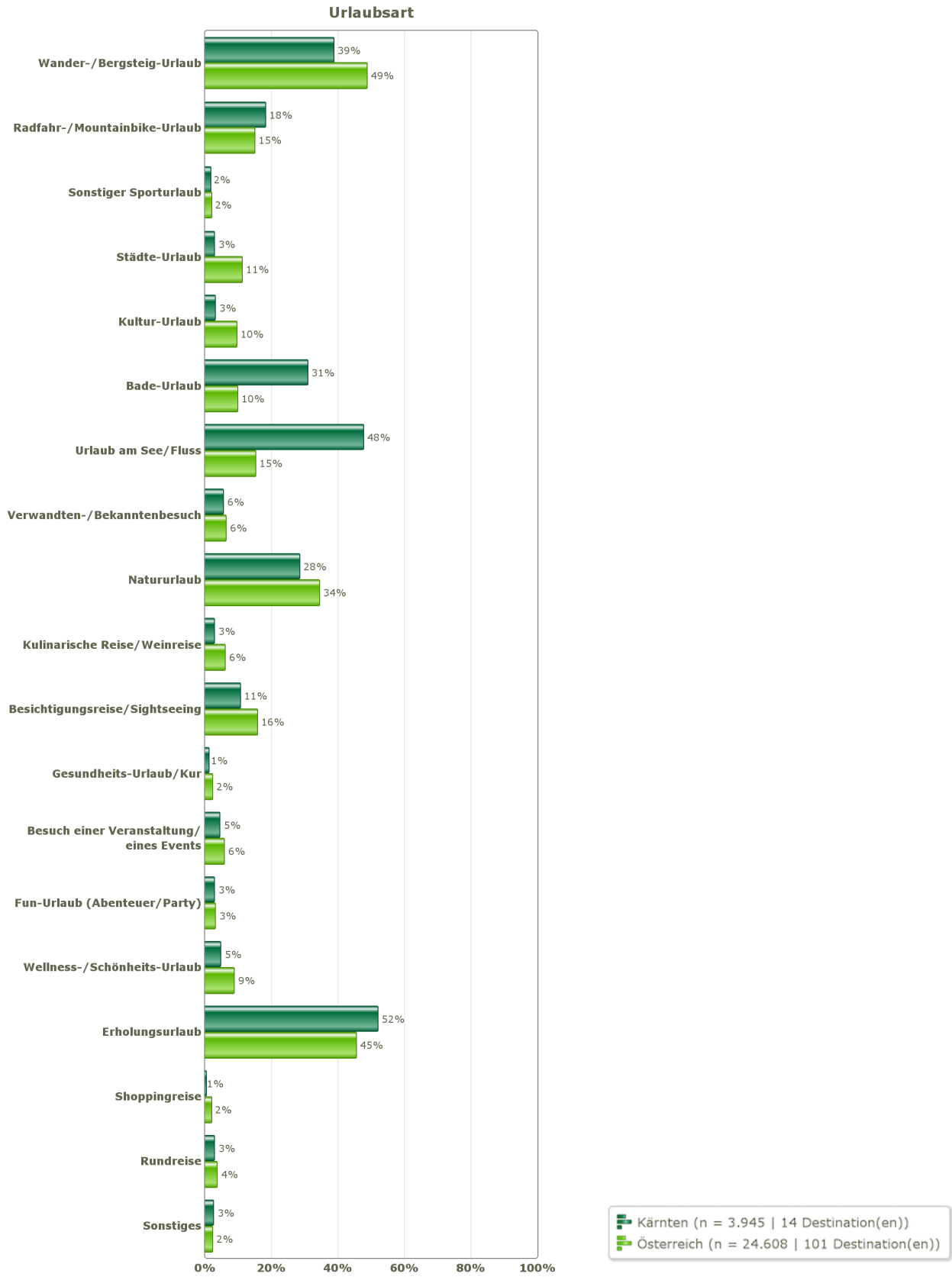
Grafik 19: Aufenthaltsdauer. Frage: Wie oft übernachteten Sie während Ihrer Urlaubsreise?

Im Sommer 2022 haben 24% der Gäste einen Kurzurlaub mit einem Aufenthalt bis zu 3 Nächten verbracht. 42% haben 4- bis 7-mal im betreffenden Ort genächtigt. Zwischen 8 und 14 Nächte hat der Aufenthalt bei 27% der Sommergäste gedauert. Immerhin 8% haben sich einen Urlaub mit einer Dauer von mehr als zwei Wochen gegönnt. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich auch im Sommer 2022 wieder, dass in Kärnten mehr Langurlauber und weniger Kurzurlauber anzutreffen sind. Die durchschnittliche Urlaubsdauer lag in Kärnten bei 7,6 Tagen und war somit deutlich höher als im Benchmark (6,1 Tage).

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Kurzurlaube haben sich auf einem Niveau von ca. 25% eingependelt in den letzten vier Jahren. Ebenfalls kann bei den anderen Kategorien keine wesentliche Änderungen in den vergangenen vier Jahren festgestellt werden, sie decken sich mit den Werten aus der Sommerbefragung 2022.

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

52% der Kärntner Sommergäste bezeichnen ihren Aufenthalt als Erholungsurlaub, 48% als Urlaub am See. Für 39% ist ihr Urlaub ein Wander- / Bergsteigurlaub, für 31% ein Badeurlaub, für 28% ein Natururlaub. 18% machen einen Radfahr- / Mountainbike Urlaub, 11% eine Besichtigungsreise / Sightseeingurlaub und 6% einen Verwandten- / Bekanntenbesuch. Alle anderen Urlaubsarten wie Fun-Urlaub, Städte-Urlaub, Wellness-Urlaub, Kultur-Urlaub oder kulinarische Reise 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-, Natururlaub und Besichtigungsreisen / Sightseeing werden hingegen in Kärnten weniger oft gemacht.

Vergleich zu Vorsaisonen: Wanderurlaub, Radfahr-/MTB-Urlaub und auch der Erholungsurlaub nahmen als Urlaubsart in den letzten drei Jahren tendenziell zu, der Natururlaub, Urlaub am See und auch der Badeurlaub nahmen tendenziell ab. Alle anderen Urlaubsarten blieben mehr oder weniger konstant. Man kann somit sagen, dass der aktive Erholungsurlaub in Kärnten am stärksten nachgefragt ist.

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

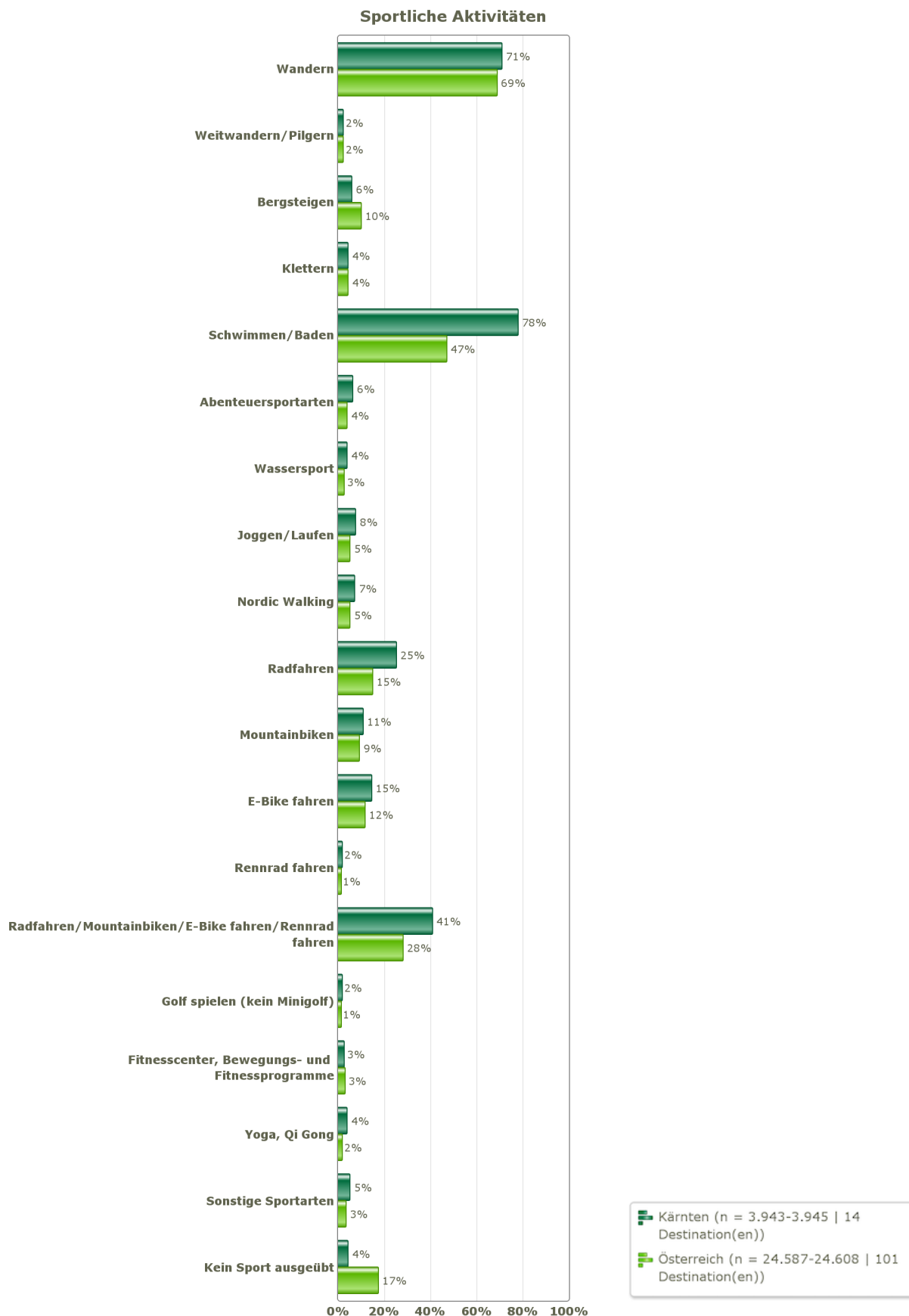
Auf die Frage: *Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)* ergeben sich folgende Top-10 Aktivitäten: (in Klammer die %Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Schwimmen / Baden, 78% (47%)
2. Wandern, 71% (69%)
3. Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren 61% (59%)
4. Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 58% (51%)
5. Sehenswürdigkeiten besuchen, 50% (51%)
6. Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes, 42% (33%)
7. Entspannen, nichts tun, 42% (33%)
8. Radfahren / Mountainbiken / E-Biken / Rennradfahren, 41% (28%)
9. Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 33% (35%)
10. Naturattraktionen / Nationalparks / Naturparks besuchen, 30% (27%)

Die beliebteste Aktivität im Sommerurlaub in Kärnten ist und bleibt Schwimmen / Baden mit 78%, gefolgt von Wandern mit 71%. Auf den Plätzen 3 bis 7 folgen eher gemütliche Aktivitäten, ehe mit 41% das Radfahren als nächste sportliche Aktivität auf Platz acht folgt.

Vergleich zur Vorsaisonen: Radfahren boomt! In den Top-10 gab es vor allem beim Radfahren (alle Arten zusammengefasst) eine markante Steigung von 32% in 2019 auf 41% in 2022. Auch das Wandern konnte wieder zulegen und liegt auf einem Höchststand von 71% in 2022 (68% in 2019). Diese Zahlen bestätigen den Trend zur aktiven Erholung beim Sommerurlaub in Kärnten.

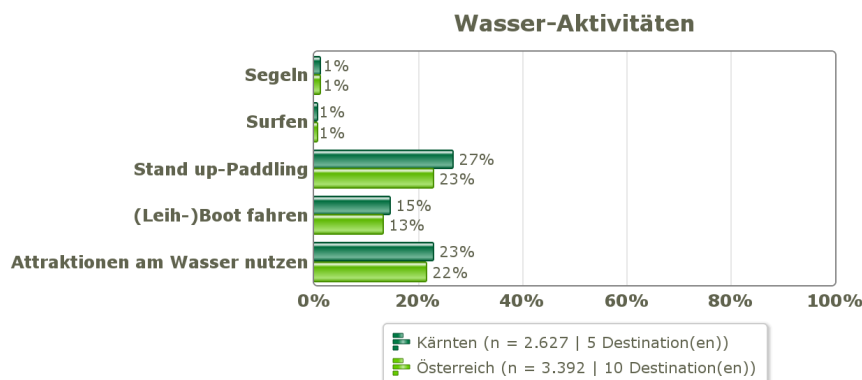
Die Aktivitäten Schwimmen, Spazieren, Essen gehen, Sehenswürdigkeiten und Naturattraktionen besuchen blieben ziemlich gleich, Ausflüge machen und regionale Kulinarik genießen nahmen etwas ab. Im Detail und verglichen mit dem Benchmark ergeben sich die folgenden Ergebnisse:



Grafik 21: 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 erstmals ebenfalls um etwas mehr. An dritter Stelle der sportlichen Aktivitäten kommt das Radfahren mit kumuliert 41%. Sieht man sich das Radfahr-Segment im Detail an, so geben 25 % an, es auf befestigten Radwegen, 11% mit dem MTB und 15% mit dem E-Bike zu machen. Alle Radfahrdisziplinen werden in Kärnten vermehrt ausgeübt als im Benchmark! Ein weiterer Beweis für den Radfahr-Boom bei den Kärnten Urlaubern. Mit einigem Abstand folgen Joggen/Laufen, Nordic Walking, Bergsteigen und diverse Abenteuersportarten in der Reihe der beliebtesten sportlichen Urlaubsaktivitäten.

Vergleich zu Vorsaisonen: Markante Änderungen bei den zwei Top-Urlaubsaktivitäten Schwimmen / Baden und Wandern gab es in den letzten drei Jahren nicht. Schwimmen / Baden stagnierte auf hohem Niveau, das Wandern nahm jedoch ein wenig zu (von 68% in 2019 auf 71% in 2022). Beim Thema Radfahren legte das Mountainbiken (7% in 2019 auf 11% in 2022) und vor allem das E-Biken (9% in 2019 auf 15% in 2022) tendenziell zu, das Radfahren auf befestigten Radwegen blieb tendenziell gleich. Bergsteigen zeigt eine Abwärtstendenz, das Thema Yoga hingegen eine aufsteigende Tendenz. Alle anderen Sportarten blieben relativ konstant in den letzten vier Sommersaisonen.



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Unter jenen, die am Wasser aktiv waren, wurden auch die Wasser-Aktivitäten abgefragt. Die Trendsportart Stand-up-paddeling (SUP) wird wie bereits im Vorjahr am öftesten genannt mit 27%, gefolgt von Attraktionen am Wasser nutzen (z.B. Wasserski, Parasailing) mit 23% und (Leih-)Boot fahren mit 15%. Alle Wasser-Aktivitäten sind in Kärnten verglichen mit dem Benchmark stärker ausgeprägt ist.

Vergleich zur Vorsaisonen: Stand-up-paddeling boomt nach wie vor und stieg von 15% im Sommer 2019 auf 27% im Sommer 2022. (Leih-)Boot fahren und diverse Attraktionen am Wasser nutzen blieben konstant.

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.

Sonstige Aktivitäten



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

Neben sportlicher Betätigung haben die Gäste auch eine Reihe weiterer Aktivitäten unternommen. An erster Stelle steht dabei Spazieren gehen / Bummeln, das von 61% der Urlauber genannt wurde. 58% gehen außerhalb der Unterkunft Essen, 50% besuchen Sehenswürdigkeiten, 42% machen Ausflüge und 42% Entspannen einfach. Im Vergleich zum Benchmark werden in Kärnten diese sonstigen Aktivitäten mit Nennungen über 10% weniger oft ausgeübt: Musikveranstaltungen besuchen, Ins Kaffeehaus gehen, Typische Speisen oder Getränke aus der Region genießen, Museen / Ausstellungen besuchen und Sehenswürdigkeiten besuchen. Wesentlich öfter werden in Kärnten Ausflüge und Schiffsfahrten unternommen, wird außerhalb der Unterkunft gegessen,

werden Märkte und Naturattraktionen besucht. Öfter wird auch das Spazieren gehen / Bummeln angegeben, öfter wird auch einfach entspannt / nichts gemacht und werden Freizeitparks / Freizeitanlagen / Tierparks besucht.

Vergleich zu Vorsaisonen: Tendenziell rückläufig ist eigentlich nur die Aktivität Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes machen. Nach drei Saisonen des Zuwachses ist auch das Genießen von typischen Speisen und Getränken erstmalig rückläufig im Sommer 2022 und liegt mit 33% unter dem Wert von 2019 (34%). Alle anderen sonstigen Aktivitäten sind in der Tendenz ziemlich gleich geblieben in den letzten vier Jahren.

Gut zu wissen: Ab dem Befragungsjahr 2018 lässt sich aus T-MONA durch die Unterscheidung der Urlaubsaktivitäten in Haupt- und Nebenaktivität sehr detailliert ablesen, worauf die Gäste im Urlaub tatsächlich ihren Fokus legen. Diese Auswertung kann separat erfolgen.

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)	€ 6	34%	3.887	€ 8	34%	24.191
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 67	4%	3.887	€ 73	4%	24.191
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 13	27%	3.887	€ 16	28%	24.191
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 23	8%	3.887	€ 25	9%	24.191
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	14%	3.887	€ 16	18%	24.191
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 3	63%	3.887	€ 5	58%	24.191
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 7	36%	3.887	€ 10	38%	24.191
Sonstige Ausgaben	€ 9	38%	3.887	€ 10	42%	24.191
Gesamter Urlaub ohne Anreise	€ 141	0%	3.887	€ 163	0%	24.191

Grafik / Tabelle 24: 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 2022 geben die Gäste in Kärnten vor Ort durchschnittlich € 141,- pro Person und Tag aus. Der größte Anteil davon entfällt mit € 80,- auf die Unterkunft (Übernachtung plus sonstige Ausgaben in der Unterkunft). Es ist ersichtlich, dass die Gesamtausgaben in Kärnten um € 22,- pro Person und Tag niedriger sind als in Rest-Österreich. Hauptverantwortlich dafür sind die geringeren Unterkunftsausgaben.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Gesamtausgaben ohne Anreise gingen im Sommer 2022 zurück auf € 141,-. Nach dem Höchstwert im Sommer 2021 mit € 153,- ist es aber immer noch der zweithöchste Wert in den letzten vier Jahren. Im Jahr 2019 waren es € 137,- und im Jahr 2020 € 133,-. Hauptverantwortlich dafür war der Rückgang bei den Ausgaben für die gebuchten Unterkünften (von € 74,- im Jahr 2021 auf € 67,- im Jahr 2022) und den sonstigen Ausgaben dort.

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	1,53	1,51	0,01
Panorama, Ausblick	1,31	1,29	0,02
Landschaft und Natur	1,34	1,39	-0,05
Wasserqualität	1,34	1,36	-0,01
Sicherheit	1,40	1,42	-0,02
Naturattraktionen	1,42	1,45	-0,03
Sauberkeit	1,46	1,47	-0,01
Wassertemperatur	1,47	1,51	-0,04
Gastfreundschaft	1,50	1,50	-0,00
Service im Hotel/Unterkunft	1,60	1,59	0,02
Wanderwege	1,62	1,52	0,11
Atmosphäre/Flair	1,62	1,60	0,03
Strandbäder/Bademöglichkeiten	1,64	1,80	-0,16
Hotel/Unterkunft	1,64	1,62	0,03
Naturbelassenheit von See/Fluss	1,66	1,67	-0,01
Atmosphäre der Bademöglichkeiten	1,67	1,67	-0,01
Ausflugsfahrten mit dem Schiff	1,67	1,73	-0,06
Gesundheits-/Kurangebote (neu abgefragt)	[1,67]	1,75	-0,09
Beschilderung vor Ort	1,67	1,64	0,03
Anreise	1,67	1,64	0,03
(Stadt-)Führungen	1,68	1,71	-0,03
Bildungsangebot (neu abgefragt)	[1,68]	1,84	-0,16
Wein & Winzer	1,69	1,63	0,06
Öffnungszeiten der Strandbäder	1,70	1,72	-0,02
Freizeitparks/Freizeitanlagen/ Tierparks	1,71	1,65	0,06
Wassersportangebot	1,71	1,96	-0,26
Golfplätze	[1,72]	1,69	0,03
Sonstiges Sportangebot	1,74	1,86	-0,12
Naturbelassenheit der Berge, nicht überlaufen	1,75	1,82	-0,07
Tourismusinformation vor Ort	1,76	1,75	0,01
Kletterangebot	1,77	1,73	0,04

Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	1,79	1,78	0,01
Zugang zum See/Fluss	1,80	1,78	0,02
Angebot an typischen Speisen/ Getränken aus der Region	1,81	1,70	0,10
Uferpromenade	1,82	1,80	0,01
Attraktionen am Berg (Parks, Flying Fox etc.)	1,82	1,78	0,04
Service in der Gastronomie	1,82	1,74	0,08
Abendliches Ambiente am Wasser	1,82	1,80	0,02
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	1,87	1,89	-0,02
Vielfalt des touristischen Angebots	1,87	1,82	0,05
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,87	1,71	0,16
Thermen/Erlebnisbäder	1,89	1,72	0,17
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	1,89	1,77	0,11
Radwege	1,89	1,79	0,10
Betriebszeiten der Lifte/Bergbahnen	1,90	1,88	0,02
Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort	1,90	1,83	0,07
Seilbahnen & Lifte	1,90	1,85	0,06
Wetter	1,91	1,99	-0,08
(Advent-)Märkte	1,92	1,91	0,01
Verleih von Sportgeräten	1,92	2,01	-0,09
Gastronomisches Angebot	1,95	1,85	0,10
Sanitäre Anlagen am See	1,96	1,96	-0,01
Attraktionen in und am Wasser	1,97	1,94	0,03
Gastronomie am Wasser	1,97	1,94	0,03
Öffnungszeiten der Attraktionen	1,98	1,97	0,01
Wellness-/Schönheitsangebote	2,01	1,83	0,18
Mountainbikestrecken	2,03	1,80	0,23
Gastronomie am Berg, Hütten	2,03	1,82	0,21
Öffnungszeiten Geschäfte	2,03	2,14	-0,11
Angebot und Betreuung für Kinder	2,04	1,86	0,18
Öffnungszeiten Gastronomie	2,05	2,04	0,02
Öffentlicher WLAN-Zugang	2,08	1,96	0,12
Veranstaltungsangebot	2,08	1,91	0,16
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,12	2,12	0,00
Einkaufsmöglichkeiten	2,16	2,14	0,02
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	2,16	1,84	0,33
Kunst- und Kulturangebot	2,17	2,00	0,17
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,23	2,17	0,06
Party/Nachtleben	2,27	2,25	0,01
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,30	2,19	0,11
Schlechtwetterangebot	2,54	2,42	0,11

Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022 / Benchmark: Österreich ohne Wien

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

((Zahl)) = zu wenig Daten für eine repräsentative Aussage, Schwankungsbreite ca. 15%

Grafik / Tabelle 25: 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 sehr zufrieden mit ihrem Aufenthalt in Kärnten sind. Mit 1,53 wurde der Gesamteindruck wieder sehr gut bewertet!

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 (1,31), Landschaft und Natur (1,34), Wasserqualität (1,34), Sicherheit (1,40), Naturattraktionen (1,42), Sauberkeit (1,46), Wassertemperatur (1,47) und die Gastfreundschaft (1,50) die Kärnten-Urlauber.

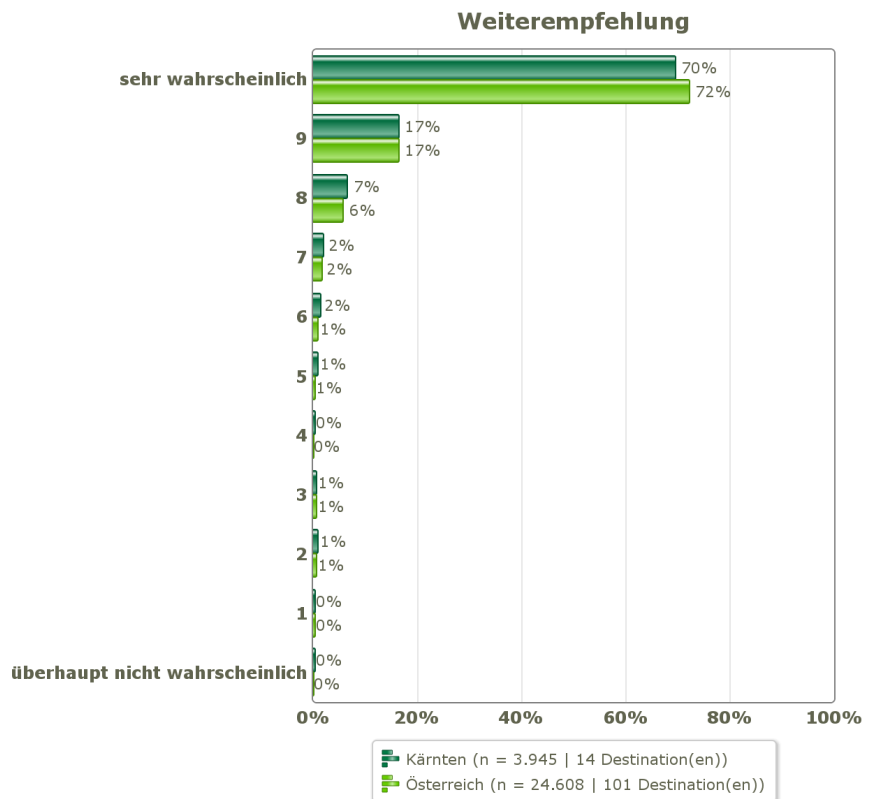
Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen (Werte ab 2) finden sich Wellness-/Schönheitsangebote, Mountainbikestrecken, Gastronomie am Berg/Hütten, Öffnungszeiten Geschäfte, Angebot und Betreuung für Kinder, Öffnungszeiten Gastronomie, Öffentlicher WLAN-Zugang, Veranstaltungsangebot, Flaniermeilen/Fußgängerzonen, Einkaufsmöglichkeiten, Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort, Kunst- und Kulturangebot, Preis-Leistungs-Verhältnis von Attraktionen, Party/Nachtleben, Preis-Leistungs-Verhältnis von Gastronomie und als „ewiges“ Schlusslicht das Schlechtwetterangebot.

Im Vergleich zum Benchmark schneidet Kärnten bei folgenden Attributen wesentlich besser ab (in der o.a. Tabellenspalte +/- in Rot dargestellt; Werte über 0,1): Strandbäder/Bademöglichkeiten, Bildungsangebot, Wassersportangebot und Öffnungszeiten der Geschäfte.

Bei folgenden Attributen wird der Benchmark (Rest-Österreich ohne Wien) besser bewertet als Kärnten (Werte über 0,1). Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort, Mountainbikestrecken, Ortsbild/Stadtbild/Architektur, Wanderwege, Angebot an typischen Speisen/Getränken aus der Region, Thermen/Erlebnisbäder, Sehenswürdigkeiten/Attraktionen, Radwege, Gastronomisches Angebot, Wellness-/Schönheitsangebote, , Gastronomie am Berg / Hütten, Angebot und Betreuung für Kinder, Öffentlicher WLAN-Zugang, Veranstaltungsangebot, , Kunst- und Kulturangebot, Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie, Schlechtwetterangebot.

Vergleich zu Vorsaisonen: Bei folgenden Angaben gab es wesentliche Verbesserungen in den letzten vier Jahren (mehr als 0,10 Punkte zu 2019): Uferpromenaden, Kunst- und Kulturangebot, Märkte, Party/Nachtleben, sonstiges Sportangebot, Hotel/Unterkunft, Wetter, öffentlicher WLAN-Zugang. Bei diesen Angaben gab es eine merkliche Verschlechterung (ebenfalls mehr als 0,10 Punkte): Gastronomie am Berg/Hütten, Thermen/Erlebnisbäder, Wellness-/Schönheitsangebote.

Wie bereits eingangs dieses Kapitels erwähnt, wurde der gesamte, bisherige Aufenthalt wieder sehr gut bewertet, es ist der zweitbeste Wert in den letzten vier Jahren. Einige Bereiche jedoch sind nach sehr guten Bewertungen in den zwei „Corona-Sommer“ 2020 und 2021 wieder auf das Niveau vom letzten Vor-Corona Sommer 2019 zurück gekehrt (z.B. Landschaft und Natur, Atmosphäre/Flair, Ortsbild/Stadtbild/Architektur, Gastfreundschaft, Sicherheit, Sauberkeit, Anreise, Beschilderung vor Ort, Gastronomisches Angebot, Angebot an typischen Speisen/Getränken, Öffnungszeiten Gastronomie, Preis-Leistungsverhältnis Gastronomie, Service in der Gastronomie, MTB-Strecken, Gästekarte, Flaniermeilen, Öffnungszeiten der Geschäfte, Sehenswürdigkeiten/Attraktionen). Dies ist wahrscheinlich einerseits mit einer anderen Gästeschicht als zu Corona-Zeiten zu erklären, andererseits auch mit einem wesentlich höheren Sample im Sommer 2022 als in den Vorjahren. Mit dem höheren Sample ist auch die Datenqualität gestiegen bzw. wurden die Ergebnisse noch aussagekräftiger. Der Sommergast 2022 war jedenfalls kritischer als die Gäste während den beiden Corona Sommer 2020 und 2021.



Zeitraum: 01.05.2022 - 31.10.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 26: 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 70% der Urlauber werden ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen einen Aufenthalt in der betreffenden Kärntner Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich eine etwas geringere Weiterempfehlungsabsicht. Das zeigt auch der Net Promoter Score (NPS). Dieser liegt für Kärnten bei 81, in Rest-Österreich ohne Wien bei 85.

Vergleich zu Vorsaisonen: Die Weiterempfehlungsabsicht stagnierte in den letzten vier Jahren bei jeweils rund 70%. Der Net Promoter Score stieg von 80 in 2019 auf 84 in 2020 und lag bei 83 in 2021. Mit 81 liegt der NPS im Jahr 2022 wieder fast gleich wie 2019.

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 2022 liegt bei 81 und somit auf sehr hohem Niveau.

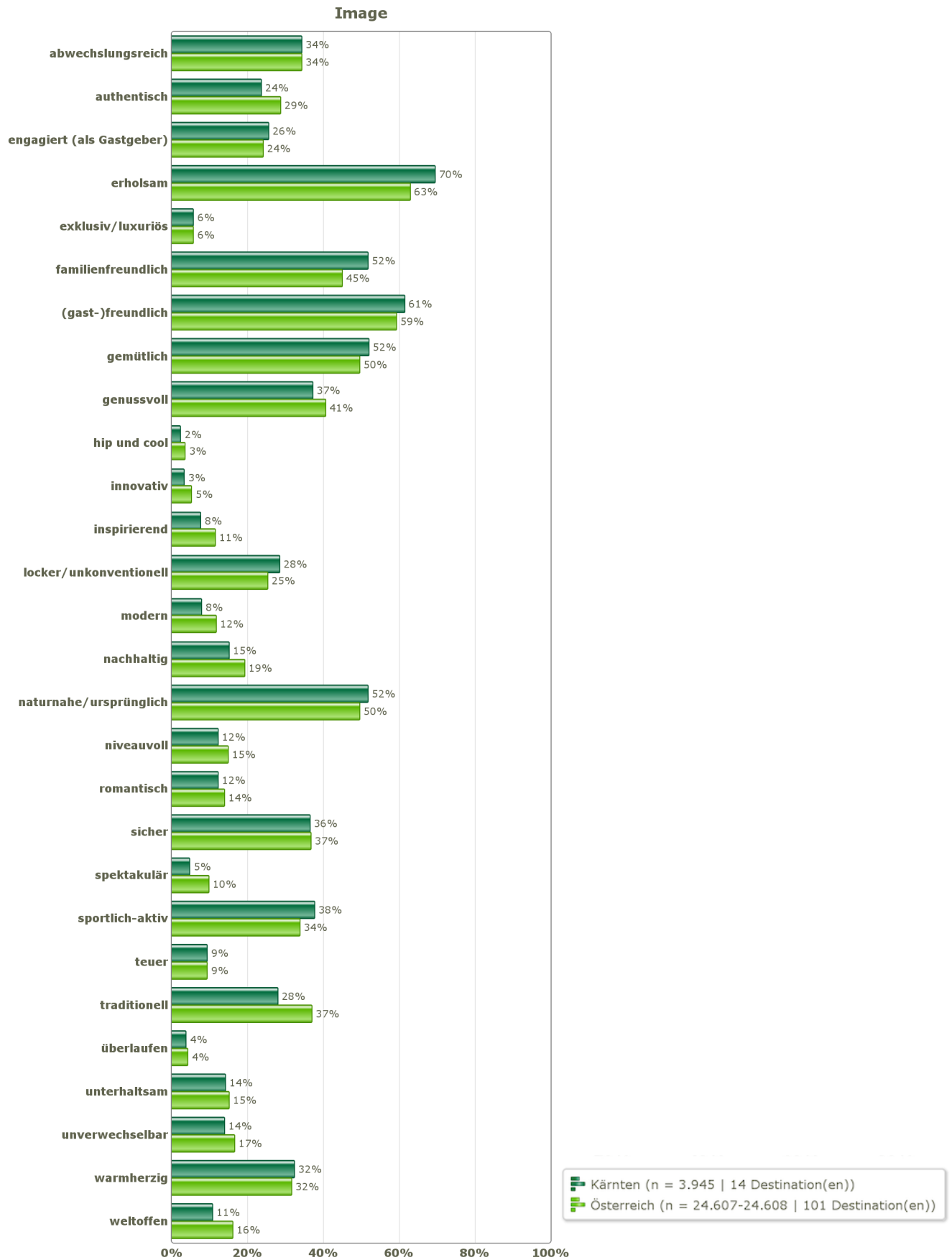
Image

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 52% als familienfreundlich und naturnahe/ursprünglich. 38% bezeichnen Kärnten als sportlich-aktiv, 37% als genussvoll, 36% als sicher, 34% als abwechslungsreich und 32% als warmherzig.

Eher selten wahrgenommen wird Kärnten als hip und cool, innovativ, überlaufen, exklusiv/luxuriös, spektakulär, modern, inspirierend oder teuer. Im Vergleich zu Rest-Österreich ohne Wien wird Kärnten stärker mit den Prädikaten erholsam, sportlich-aktiv, locker und unkonventionell in Verbindung gebracht. Weniger stark hingegen mit authentisch, genussvoll, traditionell, modern, nachhaltig und weltoffen.

Vergleich zu Vorsaisonen: Der einzige Imagewerte der Laufe der letzten vier Jahre tendenziell zugenommen hat (um mehr als 3% zu 2019) war erholsam. Abgenommen haben im gleichen Ausmaß (auch über 3% als zu 2019) die Imagewerte naturnahe/ursprünglich, sicher und traditionell.

Alle abgefragten Image-Werte für Kärnten und seine Bevölkerung sind im folgenden Chart dargestellt:



Grafik 27: Imagewerte. Frage: Welche Eigenschaften passen auf diese Urlaubsregion? (Mehrfachantworten möglich)

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 2022 gesammelten Interviews beläuft sich Österreichweit auf 24.608, in Kärnten waren es 3.945 Interviews. Ein Vergleich mit den Befragungsergebnissen aus den Vorsaisonen 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 2022 in Kärnten dar. Aufgrund der großen Vielzahl an Auswertungsmöglichkeiten sind zahlreiche vertiefende Analysen möglich. Es lassen sich zum Beispiel alle Daten nach Geschlecht, Alter, Urlaubsort, 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