



Winter-Urlauber in Kärnten

Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung Winter 2018-19

Kärnten Werbung GmbH
F.d.l.v.: 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 Winter 2018-2019) 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 Wintersaison 2018/19	4
Gästelstruktur	5
Herkunftsländer & Umgebung	5
Alter und Geschlecht	6
Bildung und Einkommen	6
Beruf	8
Besuchserfahrung	9
Reisebegleitung	10
Vor der Reise: Informations-, Entscheidungs-, Buchungsverhalten	11
Aufmerksamkeit	11
Unterkunftssuche	12
Buchung der Unterkunft	13
Entscheidungsgründe	15
Während der Reise: Reiseverhalten vor Ort	17
Anreisearten	17
Unterkunft	18
Aufenthaltsdauer	19
Urlaubsarten	20
Urlaubsaktivitäten	21
Urlaubsausgaben	23
Zufriedenheit und Image	24
Zufriedenheit und Weiterempfehlung	24
Image	26
Studiendesign	28
Weitere Informationen	29

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Wer sind die Gäste, die im Winter 2018/19 einen Urlaub in Kärnten verbrachten? Wie sehen sie aus und wie verhalten sie sich? Dieser Bericht liefert Antworten.

- **Gästestruktur:** Die überwiegende Mehrheit der Gäste bei dieser Befragung (insgesamt 80%) kommen aus Deutschland, Österreich, Tschechien und Ungarn. Dies entspricht in etwa der statistischen Nächtigungsverteilung, die Abweichungen wurden entsprechend gewichtet. Der Altersschnitt der Befragten liegt bei 48,6 Jahren. 53% der Winterurlauber haben einen akademischen Abschluss. Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person liegt bei € 1.464. Die größte Berufsgruppe sind Angestellte und Beamte mit 40%. 85% der Gäste haben zuvor schon einmal Urlaub in Kärnten gemacht, 15% sind Erstbesucher. Der Stammgästeanteil (kommen fast jedes Jahr oder mehrmals jährlich) liegt bei 54%.
- **Information / Entscheidung / Buchung:** 42% der Gäste sind über das Internet auf Kärnten aufmerksam geworden, 37% durch frühere Besuche. Bei der Unterkunftssuche dominieren Suchmaschine (Google) und Buchungsplattformen (booking.com). 33% haben 1-3 Monate vor dem Reiseantritt gebucht, 21% 4-6 Monate zuvor, 9% kamen ganz spontan. 63% der Urlauber hat direkt bei der Unterkunft gebucht, 17% haben über eine Internet-Plattform reserviert. 46% der Wintergäste haben ihre Unterkunft per Mail, 26% per Online-Buchung reserviert. Die fünf am häufigsten genannten Gründen für Kärnten als Urlaubsziel sind Wintersportangebot (42%), Attraktivität des Skigebietes (36%), Berge (35%), Hotel / Unterkunft (28%) und die Schneesicherheit auf den Pisten (26%).
- **Durchführung der Reise:** 86% 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. 47% nächtigen in Hotels / Gasthöfen, 26% in Ferienwohnungen/-häusern. 65% der Urlauber bleiben zwischen 4 und 7 Nächten am Urlaubsort, 26% nur bis zu Nächte. 67% haben einen Wintersporturlaub verbracht, 25% einen Erholungsurlaub und 18% einen Natururlaub.
- **Aktivitäten:** Die Top-10 Aktivitäten sind Skifahren 66%, Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren 46%, Schwimmen / Baden (in Thermen / Hallenbädern) 36%, Wandern (Winterwandern bzw. in der Vor-/Nachsaison) 35%, Entspannen, nichts tun, 34%, Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 31%, Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 27%, Sehenswürdigkeiten besuchen, 24%, Thermen besuchen, 22%, Après Ski, 18%.
- **Zufriedenheit / Empfehlung:** Die Winterurlauber sind grundsätzlich sehr zufrieden mit den einzelnen Aspekten ihres Aufenthalts. Der „schlechtesten“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,59 (Schlechtwetterangebot). Am meisten begeistert sind sie von der Sicherheit (1,47), Sauberkeit (1,53), Landschaft und Natur (1,54), der Gastfreundschaft (1,63) und dem Wintersportangebot (1,66). Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen finden sich die Öffnungszeiten der Geschäfte (2,49), das Kunst- und Kulturangebot (2,53), die Einkaufsmöglichkeiten (2,58), das Schlechtwetterangebot (2,59) und die (nicht vorhandenen) Flaniermeilen / Fußgängerzonen (2,59). 62% werden einen Aufenthalt in der Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen.
- **Image:** Die Gäste assoziieren die Region, in der sie ihren Urlaub verbringen, am häufigsten mit den Begriffen sportlich-aktiv, gastfreundlich, familienfreundlich, erholsam, gemütlich und naturnahe/ursprünglich. Eigenschaften wie hip und cool, überlaufen, innovativ, exklusiv und luxuriös, teuer oder weltoffen werden dagegen äußerst selten mit einem Aufenthalt in Kärnten in Verbindung gebracht.
- **Ausgaben:** Die Tagesausgaben des Winterurlaubers in Kärnten betragen pro Person im Durchschnitt insgesamt € 154,- (ohne Anreise).

Einleitung

Wer macht im Winter Urlaub in Kärnten? Wie alt sind unsere Gäste und woher stammen sie? Welche Ausbildung haben sie, wie hoch ist ihr Einkommen und welchen Beruf üben sie aus? Wie häufig verbringen sie ihren Urlaub bei uns? In welcher Art von Unterkunft nächtigen sie und wie lange im Vorhinein haben sie gebucht? Wie reisen sie an, wie lange bleiben sie und mit wem verbringen sie ihren Urlaub? Was hat die Gäste dazu bewegt, sich konkret für die Urlaubsdestination Kärnten zu entscheiden? Was unternehmen sie während ihres Aufenthalts? Wieviel geben sie im Urlaub aus? Wie zufrieden sind sie mit dem Angebot und 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 November 2018 und April 2019 Urlaub in Kärnten gemacht haben.

Allgemeines zur Wintersaison 2018/19

Zu Beginn ein paar allgemeine Eckdaten: der Kärntner Tourismus verbuchte in der Wintersaison 2018/19 sowohl bei den Ankünften (-1,8%) als auch bei den Nächtigungen (-0,5%) leichte Verluste zu den Rekordwerten der Vorsaison. Die Ankünfte 2018/19 stellen den zweithöchsten, die Nächtigungen den fünft höchsten jemals erzielten Wert im Winter dar.

Ankünfte und Nächtigungen November 2018 bis April 2019

	Ankünfte	+/- in %	Nächtigungen	+/- in %
Gesamt	927.308	-1,8	3.683.484	-0,5
Inländer	393.915	-3,3	1.376.262	-0,8
Ausländer	533.393	-0,8	2.307.222	-0,3

Die meisten Gäste kamen im Winter 2018/19 aus dem Inland, gefolgt von Deutschland, Italien und Ungarn.

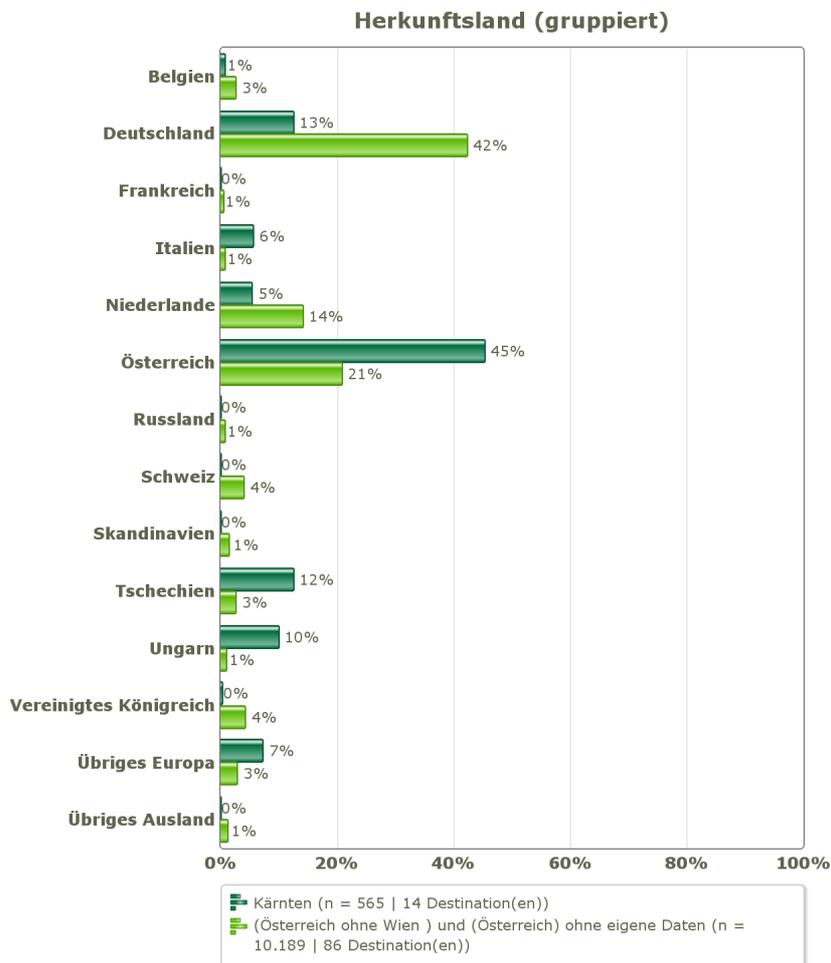
Top 6 Herkunftsmärkte (nach Ankünften) November 2018 bis April 2019

		Ankünfte	+/- in %	Nächtigungen	+/- in %
1	Österreich	393.915	-3,3	1.376.262	-0,8
2	Deutschland	170.262	-3,7	866.064	-1,2
3	Italien	59.123	-10,4	134.368	-11,1
4	Ungarn	58.683	-1,4	258.650	1,2
5	Tschechien	49.630	+1,6	216.108	0,0
6	Niederlande	27.966	-3,6	152.296	-9,8

Vor allem die späte Osterwoche im April (Ostersonntag 21. April 2019) trug einiges zum schwächeren Gesamtergebnis bei. Späte Osterfeiertage sind für Gäste deutlich weniger attraktiv, sodass die Nachfrage in solchen Jahren erfahrungsgemäß geringer ausfällt als in Jahren mit frühen Osterterminen.

Gätestruktur

Herkunftsländer & Umgebung



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

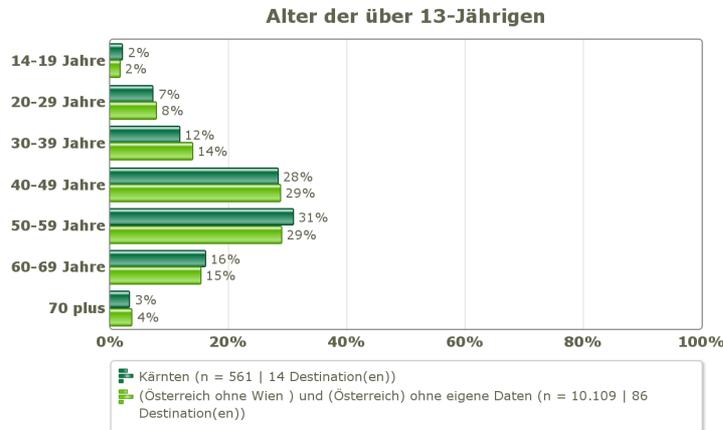
Grafik 1: Herkunftsland. Frage: Wo haben Sie Ihren ständigen Wohnsitz?

Die größte Gästegruppe in der Stichprobe machen mit 45% die österreichischen Urlauber aus. 13% kommen aus Deutschland, 12% aus Tschechien. 10% der Gäste sind aus Ungarn angereist, 6% aus Italien und 5% aus den Niederlanden.

Gefragt nach der Umgebung ihres Wohnsitzes gaben 45% an „Ländliche Umgebung“ (42% Rest-Ö. ohne Wien = Benchmark), 30% „Großstadt“ (27% Benchmark) und 25% „Städtische Umgebung“ (31% Benchmark). Die Kärnten Urlauber im Winter kommen demnach etwas mehr aus Großstädten und „Ländlicher Umgebung“, weniger aus „Städtischer Umgebung“ als im Vergleich zum Benchmark.

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: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

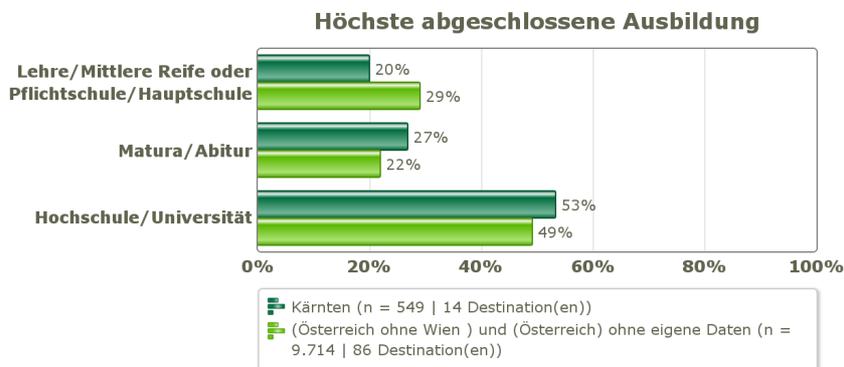
Grafik 2: Alter der Befragten. Frage: Wie alt sind Sie?

Die 50 bis 59-jährigen Gäste sind im Winter am stärksten vertreten: 31% gehören dieser Altersgruppe an. 28% der Winterurlauber sind zwischen 40 und 49 Jahre alt, 16% zwischen 60 und 69 Jahre und 12% zwischen 30 und 39 Jahre. Das Durchschnittsalter der Winterurlauber liegt bei 48,6 Jahre, ganz ähnlich wie im Vergleich zum Benchmark (= Rest-Österreich ohne Wien; 48,1 Jahre).

Das Geschlechterverhältnis zeigt folgendes Bild: 52% der befragten Wintergäste sind weiblich, 48% männlich.

Gut zu wissen: Junge Gäste begeistern sich überdurchschnittlich häufig für Wintersport: der Anteil der 14-29-jährigen Gäste, die ihren Aufenthalt als Wintersporturlaub bezeichnen, liegt bei 87%. Über alle Alterskategorien beträgt dieser Anteil im Schnitt 67%.

Bildung und Einkommen



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

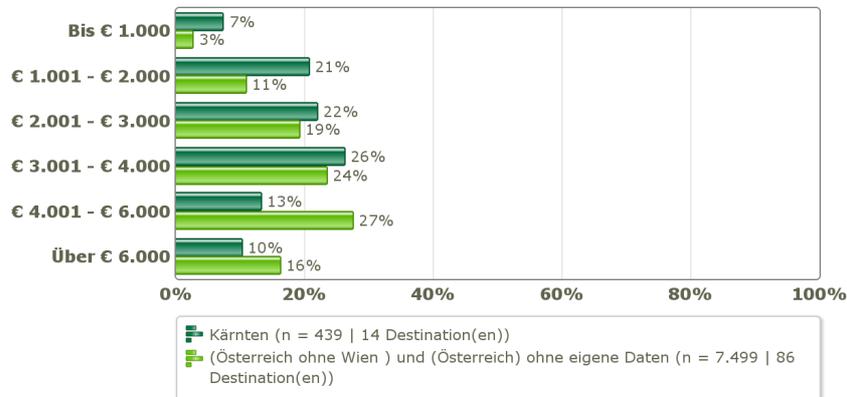
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

20% der Winterurlauber haben einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die mittlere Reife. Maturaniveau haben 27% der Gäste, 53% haben einen akademischen Abschluss.

Monatliches Haushaltsnettoeinkommen



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

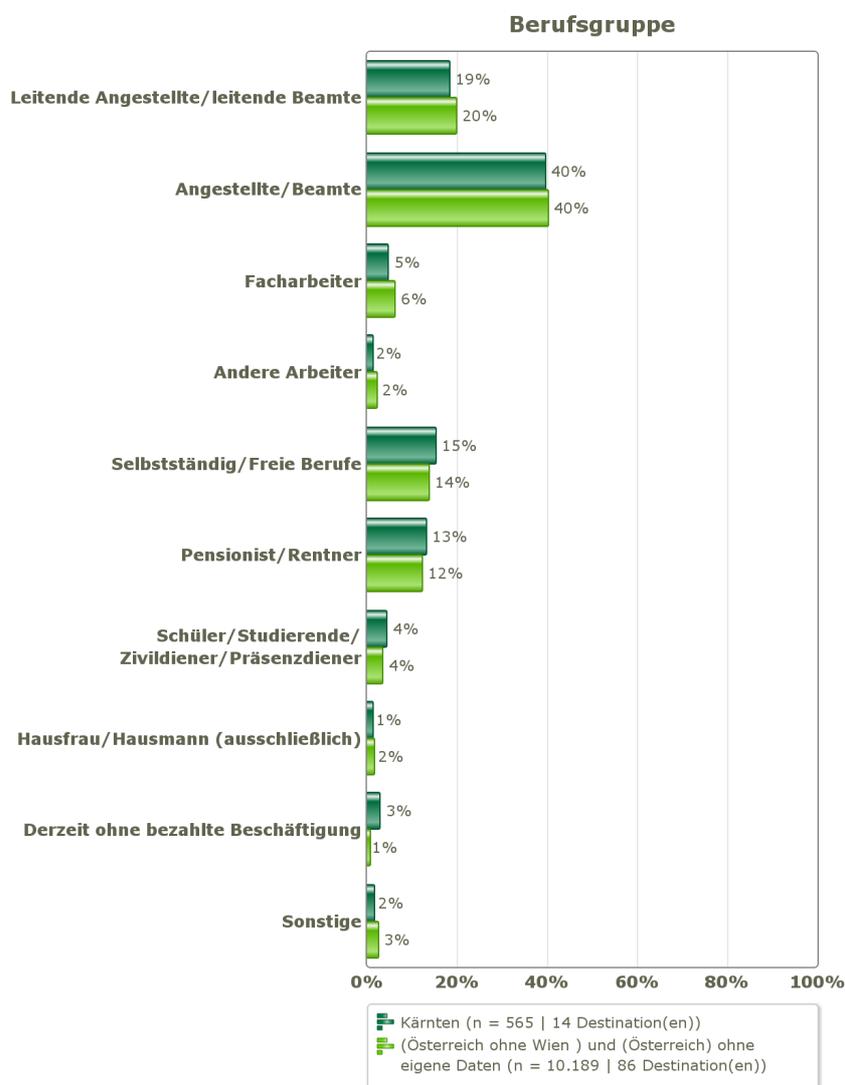
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

26% der Gäste im Winter haben ein durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen zwischen 3.000 und 4.000 Euro. 22% verdienen zwischen 2.000 und 3.000 Euro. Zwischen 1.000 und 2.000 Euro haben 21% der Befragten monatlich zu Verfügung, zwischen 4.000 und 6.000 Euro 13 % und mehr als 6.000 Euro 10%. Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person liegt in Kärnten bei 1.464 Euro, beim Benchmark sind dies 1.728 Euro. Die Kärnten Urlauber sind somit weniger einkommensstark bzw. kaufkräftig. Im Schnitt befinden sich 2,8 Personen im Haushalt.

Beruf



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

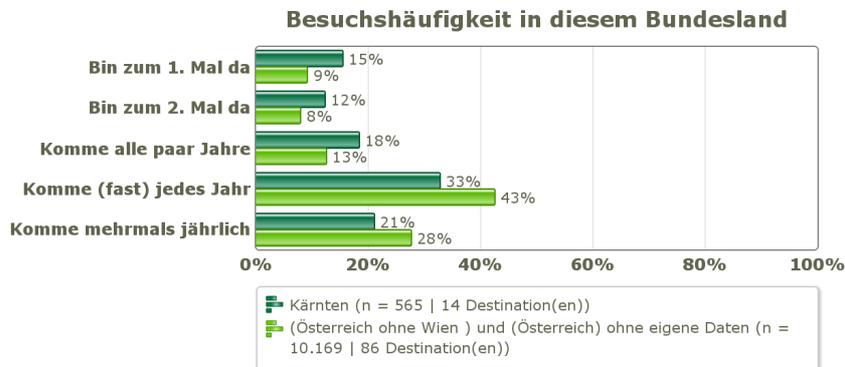
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Die mit Abstand größte Berufsgruppe unter den Winterurlaubern sind Angestellte und Beamte mit einem Anteil von 40%. Leitende Angestellte und leitende Beamte machen 19%, Selbstständige und Freiberufler 15% der Wintergäste aus. 13% der Gäste sind Pensionisten / Rentner. Im Vergleich zum Benchmark sind alle Berufsgruppen in etwa gleich ausgeprägt.

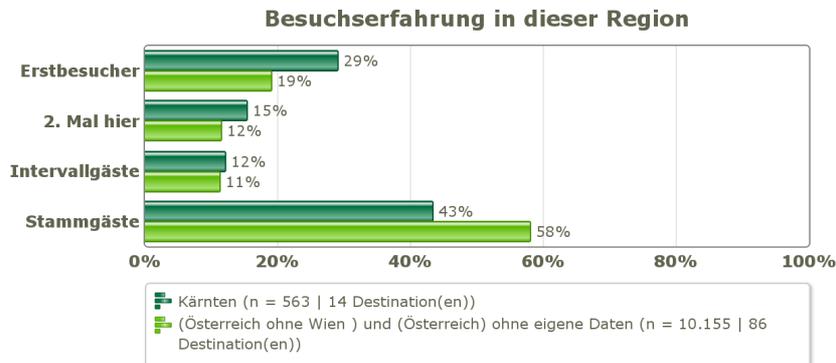
Besuchserfahrung



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

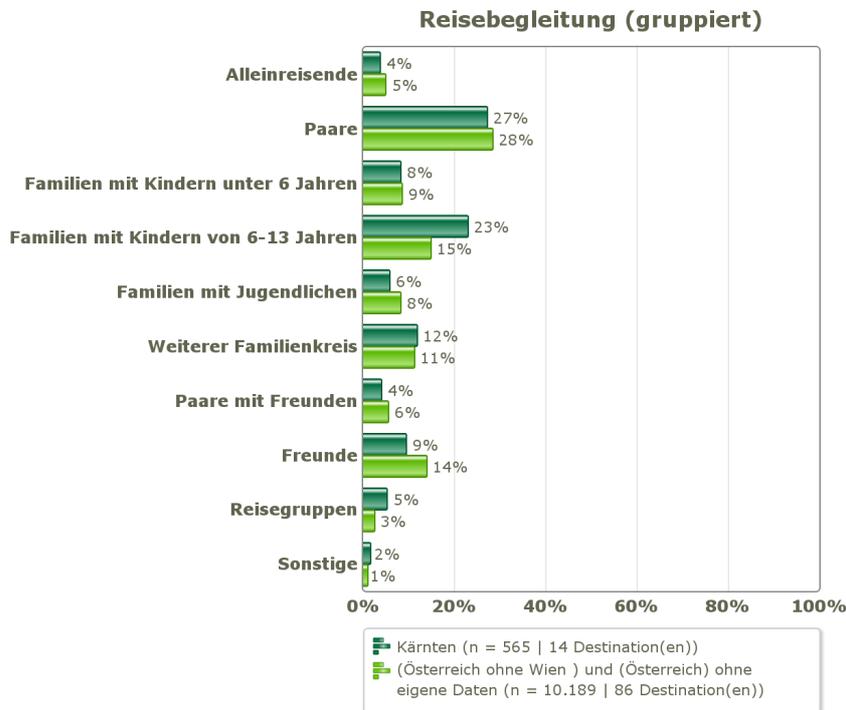
Grafik 6: Besuchserfahrung. Wie oft machen Sie Urlaub in diesem Bundesland / in der Region?

Kärnten als Urlaubsland ist dem überwiegenden Teil der Wintergäste bekannt: lediglich 15% haben zuvor noch nie Urlaub in Kärnten gemacht. 12% der Gäste sind zum zweiten Mal da, 18% kommen alle paar Jahre. Die größte Gruppe (33%) kommt fast jedes Jahr, 21% sogar mehrmals jährlich. Man kann auch sagen 54% der Kärnten Gäste sind Stammgäste, 18% Intervallgäste, 12% das zweite Mal hier und 15% Erstbesucher. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass der Winter-Stammgästeanteil wesentlich geringer, die Erstbesucher und Intervallgäste dafür um einiges höher sind.

Auch bei der Besuchserfahrung bezogen auf die Tourismusregion dasselbe Bild: Kärnten hat mit 43 % zu 58 % einen wesentlich geringeren Stammgäste-Anteil als der Benchmark.

Gut zu wissen: Verglichen mit der Sommersaison (T-MONA Sommer 2018) zeigt sich ein ähnlich hoher Stammgästeanteil in Kärnten (55% Sommer, 54% Winter). Auch der Erstbesucheranteil ist im Sommer (18%) ähnlich hoch wie im Winter (15%).

Reisebegleitung



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

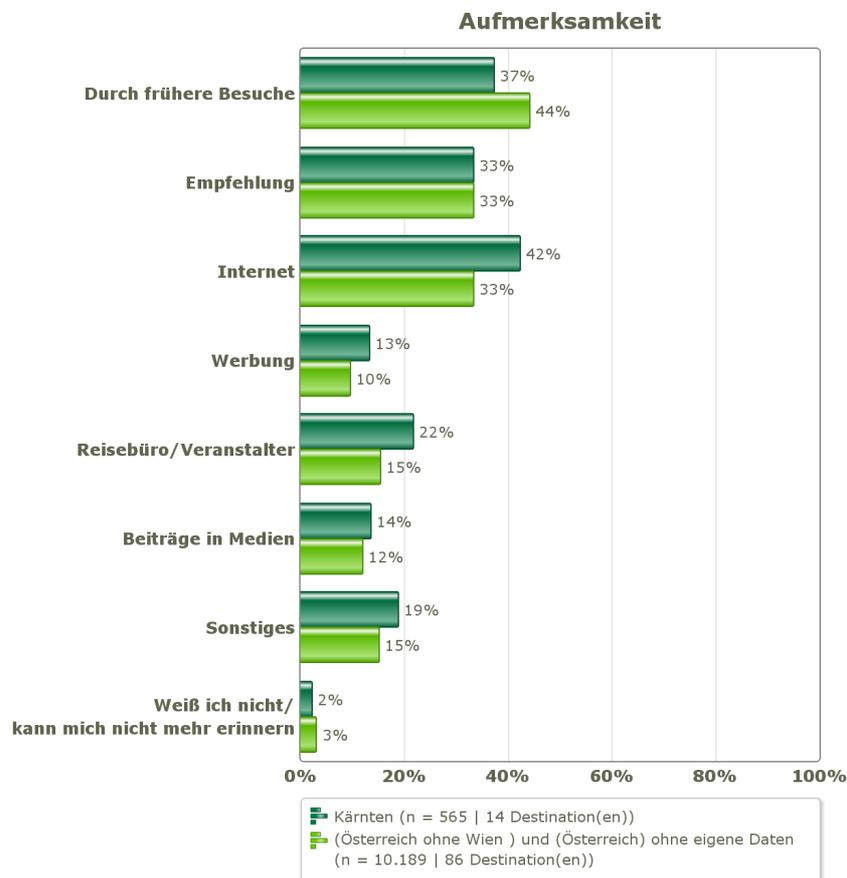
Grafik 7: Reisebegleitung. Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise / Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? Mehrfachantworten möglich.

Die beliebteste Begleitperson der Winterurlauber ist der eigene Partner. Mit ihm haben 27% der Gäste ihren Urlaub verbracht. 31% der Reisenden sind Familien mit Kindern (unter 14 Jahren), 6% Familien mit Jugendlichen, 12% Familienverbände (ältere Kinder, sonstige Verwandte). 9% urlauben mit Freunden, 4% verreisen mit dem Partner und Freunden, 4% verreisen alleine. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten auch im Winter das Familienurlaubsland ist: 49% verreisen in irgendeiner Form als Familie, während dies im Benchmark nur 43% sind. Vor allem die Familie mit Kindern von 6 – 13 Jahren ist in Kärnten besonders stark ausgeprägt. Dafür kommen nach Kärnten etwas weniger Alleinreisende, Paare und Freundesgruppen. Die durchschnittliche Größe der Reisegemeinschaft liegt in Kärnten bei 5,5 Personen (4,6 beim Benchmark).

Gut zu wissen: Verglichen mit der Sommersaison (T-MONA Sommer 2018) sind im Winter wesentlich weniger Paare (27% Winter, 37% Sommer) in Kärnten auf Urlaub. Die Größe der Reisegemeinschaft ist im Winter (5,5 Personen) um einiges höher als im Sommer (3,3 Personen).

Vor der Reise: Informations-, Entscheidungs-, Buchungsverhalten

Aufmerksamkeit



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

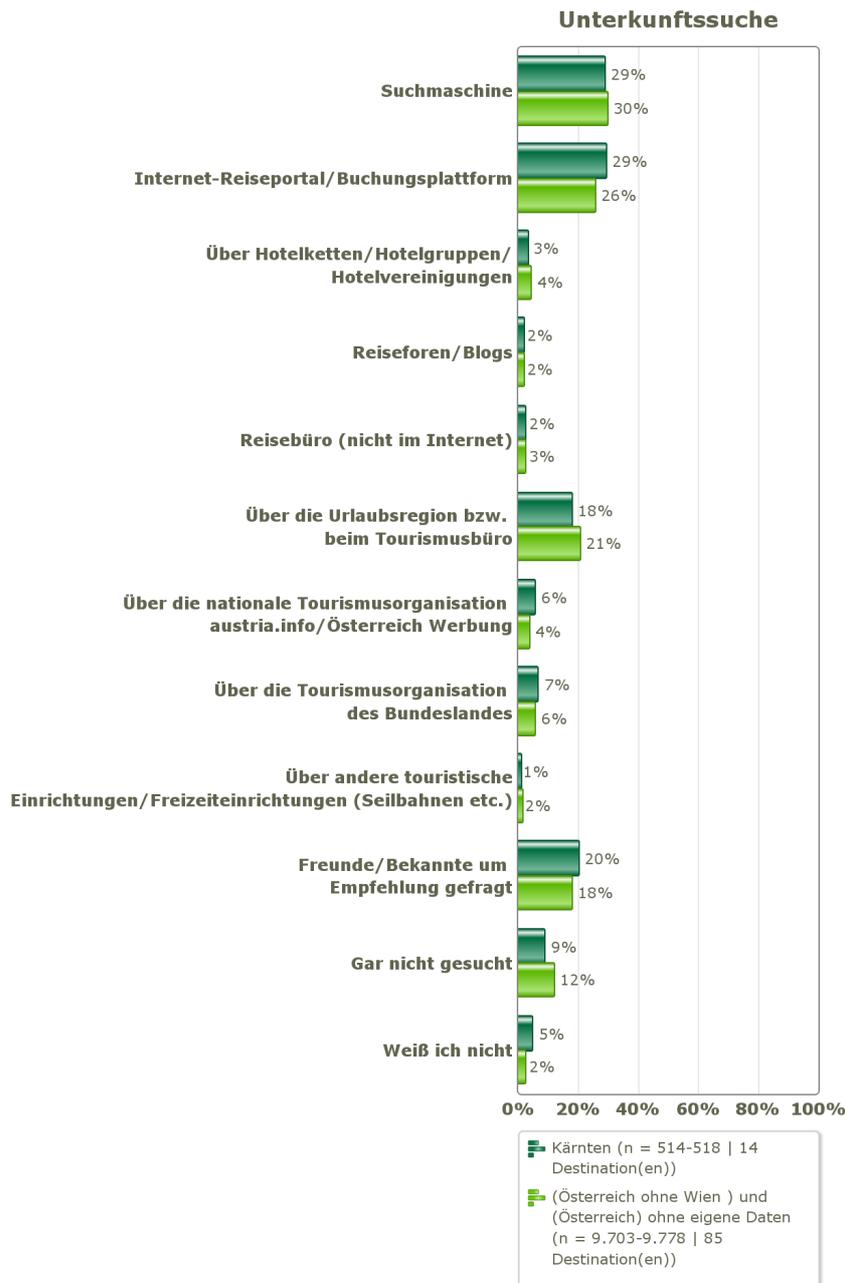
Bei der Frage, wie die Gäste im Vorfeld der Reise auf die Urlaubsregion aufmerksam geworden sind, zeigt sich ein recht hoher Grad an Besuchserfahrung: 37% haben die Destination bereits durch frühere Besuche gekannt. 33% wurde das Reiseziel aus dem persönlichen Umfeld empfohlen. Weitere 42% sind über das Internet aufmerksam geworden, 13% über Werbung, 22% über Reisebüros/Reiseveranstalter und 14% über Beiträge in Medien.

In den Detailauswertungen zeigt sich, dass bei jenen, die über das Internet aufmerksam geworden sind, 23% über eine Suchmaschine (Google etc.), 16% über Reise- und Buchungsportale (booking.com etc.), 7% über Facebook und 6% über Reisforen/Blogs aufmerksam geworden sind. Bei „Werbung“ geben die meisten (7%) gedruckte Prospekte/Broschüren an, bei „Reisebüro/Veranstalter“ sind es wiederum die Reise- und Buchungsportale (tripadvisor, booking.com) mit 16% und bei „Beiträge in den Medien“ werden am öftesten Reiseforen / Blogs (6%) und Reiseführer/Reisezeitschriften (4%) genannt. Unter „Sonstiges“ geben die meisten Newsletter (5%) und Apps von Urlaubsanbietern / Reisezielen (4%) an.

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 häufig gar nicht bewusst erfolgt und dass Übergänge zwischen Werbung und redaktionellem Content gerade online, aber auch im Printbereich zunehmend fließend und für den Konsumenten nicht klar zu unterscheiden sind.

Unterkunftssuche



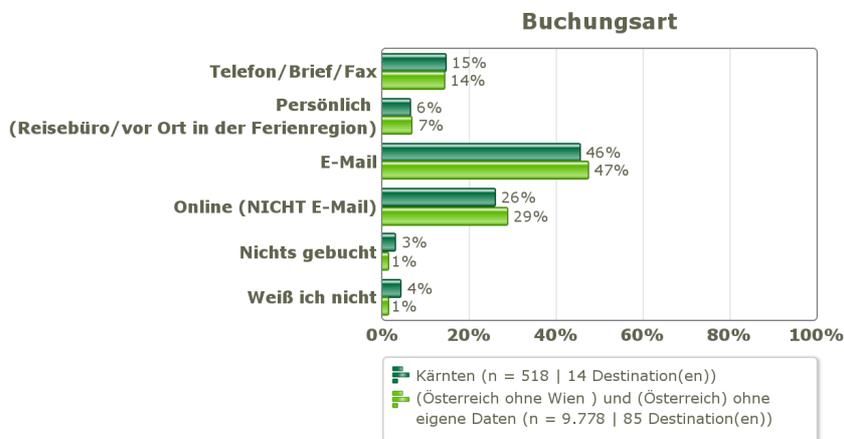
Grafik 9: Unterkunftssuche. Frage: Wie/wo haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft gesucht? Mehrfachantworten möglich

Das Informations- bzw. Suchverhalten im Zuge der Reiseplanung findet zum überwiegenden Teil online statt. Insgesamt 58% der Wintergäste geben an, über die Suchmaschine bzw.

über ein Reiseportal / eine Buchungsplattform im Internet (dominierend: booking.com) nach der Unterkunft gesucht zu haben. 18% haben sich direkt in der Destination erkundigt, 20% im persönlichen Umfeld um eine Empfehlung gebeten. 9% der Gäste haben sich im Vorfeld gar nicht über die Unterkunft informiert.

Gut zu wissen: Mit Ausnahme der Altersgruppe 14-17 Jahre (diese hat die Unterkunft häufig noch nicht selbst ausgewählt) suchen jüngere Gäste häufiger online über die Suchmaschine oder Internetportale nach ihrer Unterkunft. Ältere Gäste erkundigen sich dagegen überdurchschnittlich häufig bei der Touristinfo in der Urlaubsregion/im Urlaubsort.

Buchung der Unterkunft



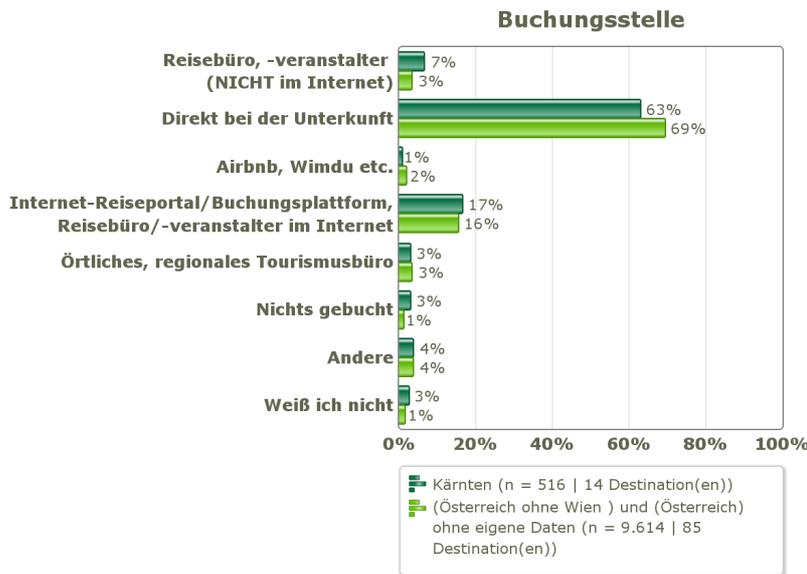
Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Die Buchung per E-Mail ist mit 46% das beliebteste Buchungsmedium. 26% hat über einen anderen Weg als E-Mail online gebucht. In Summe haben also fast drei Viertel der Gäste für die Urlaubsbuchung digitale Kanäle in Anspruch genommen. 15% buchen per Telefon / Brief / Fax und 6% haben die Buchung persönlich, entweder im Reisebüro oder vor Ort, vorgenommen.



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

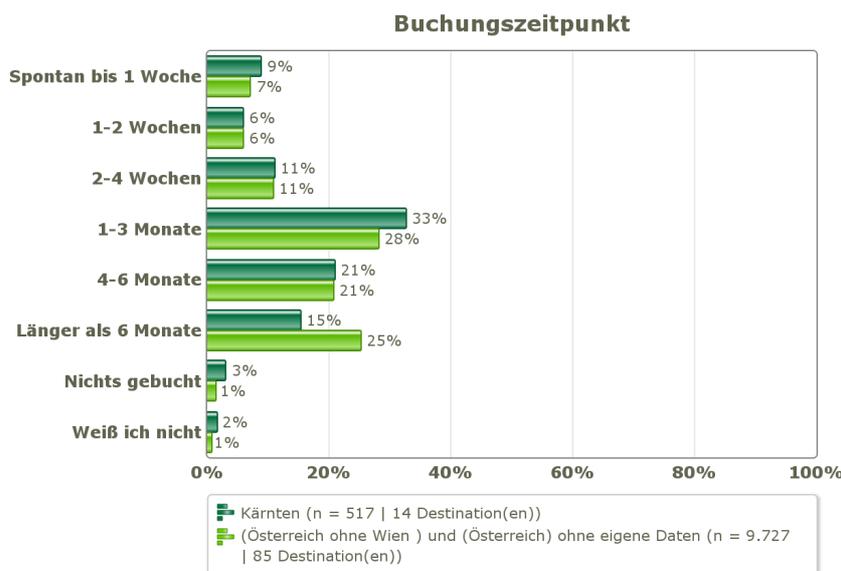
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Die Mehrheit der Gäste im Winter, nämlich 63%, bevorzugt den direkten Weg und bucht gleich über die Unterkunft. Rund ein Fünftel (17%) bucht über ein Reiseportal, eine Buchungsplattform oder einen Reiseveranstalter im Internet. Nur 1% der Winterurlauber in Kärnten nutzen Airbnb oder eine vergleichbare Plattform, 7% buchen über ein Reisebüro/Reiseveranstalter und 3% haben ihre Unterkunft gar nicht vorab gebucht.

Gut zu wissen: Der mit Abstand am häufigsten genutzte Anbieter aus dem Bereich Internet-Reiseportale/Buchungsplattformen ist booking.com mit einem Anteil von rund 63%.



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Der überwiegende Teil, in Summe genau ein Drittel der Gäste, hat die Unterkunft im Winter 1-3 Monate vor der Anreise gebucht. 21% haben 4-6 Monate im Voraus ihr Quartier fixiert und 15% länger als 6 Monate im Voraus. Dieser Kärntner Wert (15%) ist um einiges niedriger als im Vergleich zum Benchmark, das heißt die Kärnten Gäste buchen im Winter spontaner bzw. kurzfristiger als der Benchmark. Die Buchung und somit auch die Entscheidung für einen Urlaub in Kärnten fällt also eher später als in Rest-Österreich. Ganz kurzfristig, innerhalb von 2 Wochen vor der Anreise, haben insgesamt 15% der Winterurlauber gebucht.

Gut zu wissen: Nur etwas weniger Gäste als im Sommer (11% Sommer vs. 9% Winter) warten im Winter die Wetterbedingungen ab und buchen den Urlaub ganz spontan innerhalb einer Woche vor der Anreise. Der Großteil plant bereits länger im Voraus.

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-20 Gründe für Kärnten (in Klammer die % Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

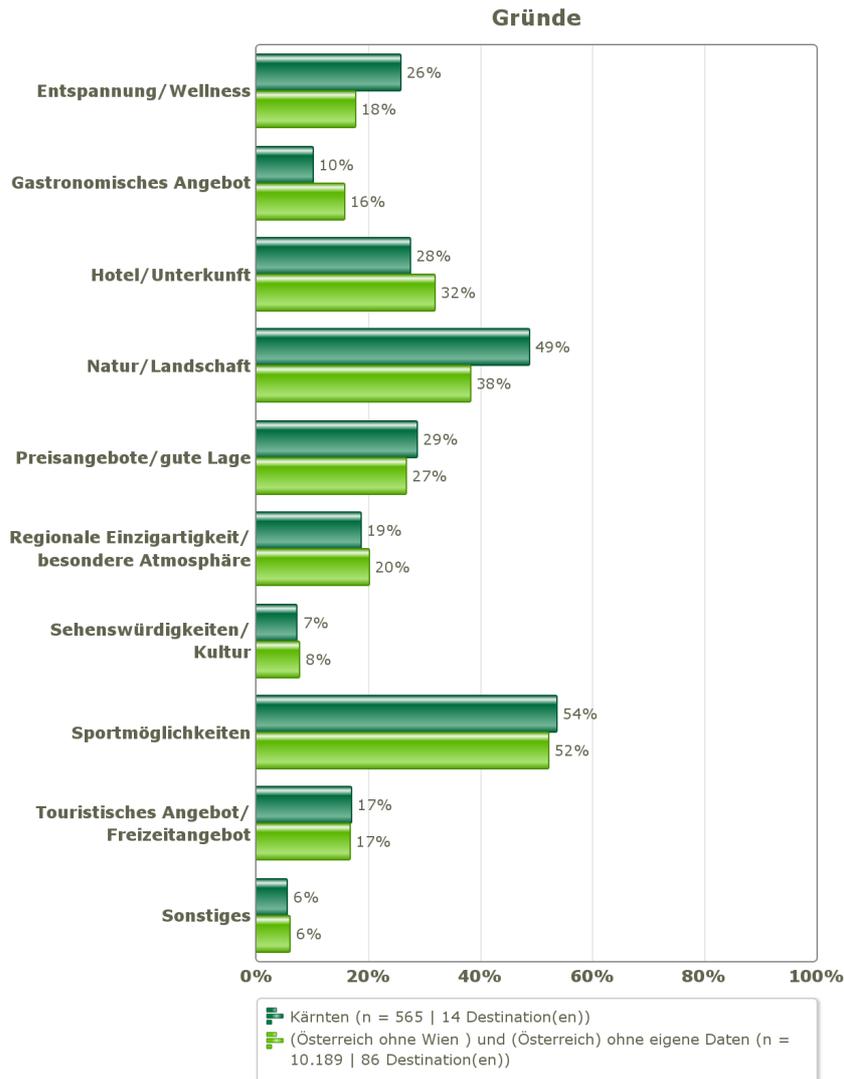
1. Wintersportangebot 42% (42%)
2. Attraktivität des Skigebietes 36% (43%)
3. Berge 35% (29%)
4. Hotel / Unterkunft 28% (32%)
5. Schneesicherheit auf den Pisten 26% (34%)
6. Gute Luft / Klima 23% (17%)
7. Landschaft / Natur 17% (17%)
8. Schnee- / Winterlandschaft 17% (19%)
9. See / Fluss 13% (7%)
10. Preis (günstiges Urlaubsangebot) 13% (14%)
11. Thermen / Erlebnisbäder 12% (8%)
12. Angebot an Wanderwegen 12% (14%)
13. Ruhe / Erholungsmöglichkeiten 11% (8%)
14. Winteraktivitäten abseits der Piste (Winterwandern, Schlittenfahren, etc.) 11% (12%)
15. Gastfreundschaft 11% (12%)
16. Wetterverhältnisse 10% (5%)
17. Ressourcenschonender, verantwortlicher Umgang mit der Umwelt 10% (5%)
18. Spezielles Buchungsangebot / Package 10% (6%)
19. Natur-/Nationalparks 10% (5%)
20. Regionale Speisen / Getränke 9% (15%)

Die ausschlaggebenden Gründe, warum der Gast seine Urlaubsdestination ausgewählt hat, lassen sich im Winter relativ klar umreißen: die angebotenen Sportmöglichkeiten sowie alpine landschaftliche Aspekte stehen an vorderster Stelle der entscheidungsrelevanten Faktoren. 42% bzw. 36% der befragten Wintergäste geben das Wintersportangebot bzw. die Attraktivität des Skigebietes als Grund für die Auswahl des Urlaubsziels an. Für 35% sind die Berge ausschlaggebend, für 28% das Hotel / die Unterkunft, 26% legen Wert auf Schneesicherheit auf den Pisten und für 23% sind die gute Luft / das Klima entscheidungsrelevant.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten in den Top-10 Entscheidungskategorien die Berge und die gute Luft / das Klima ungleich größer ausgeprägt sind. Weiters sind folgende Winterurlaubs-Motive in Kärnten um einiges stärker nachgefragt als beim Benchmark: See / Fluss (13% zu 7%), Thermen / Erlebnisbäder (12% zu 8%), Wetterverhältnisse (10% zu 5%), Spezielle Buchungsangebote / Packages (10% zu 6%), Natur- / Nationalparks (10% zu 5%).

Entscheidungsgründe, die um einiges weniger für Kärnten sprechen sind hingegen: das Hotel / die Unterkunft (28% zu 32%), die Schneesicherheit auf den Pisten (26% zu 34%), Regionale Speisen / Getränke (9% zu 15%), Atmosphäre / Flair (8% zu 12%), die Nähe / gute Erreichbarkeit vom Heimatort (7% zu 11%). Alle anderen angegebenen Motive decken sich in etwa mit dem Österreich Benchmark.

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



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

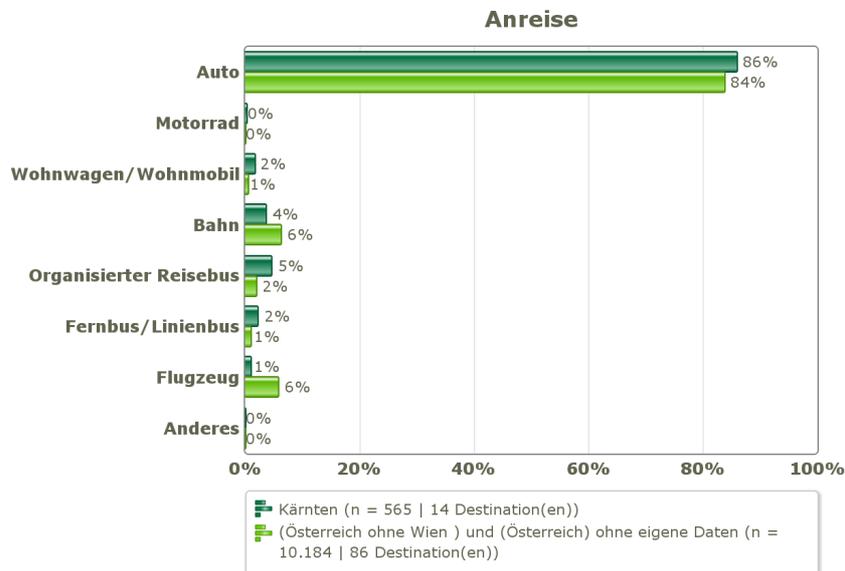
Grafik 13: Entscheidungsgründe – zusammengefasst in Oberkategorien. Frage Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden?

Das Gesamtangebot an Sportmöglichkeiten ist mit 54% der Hauptgrund für einen Winterurlaub in Kärnten. Es folgen die Gründe Natur / Landschaft (49%), Preisangebote / gute Lage (29%), Hotel / Unterkunft (28%) und Entspannung / Wellness (26%).

Gut zu wissen: Für Osteuropäische Urlauber sind die Sportmöglichkeiten und die Attraktivität des Skigebiets wesentlich wichtiger als für Österreichische und Deutsche Gäste.

Während der Reise: Reiseverhalten vor Ort

Anreisearten



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

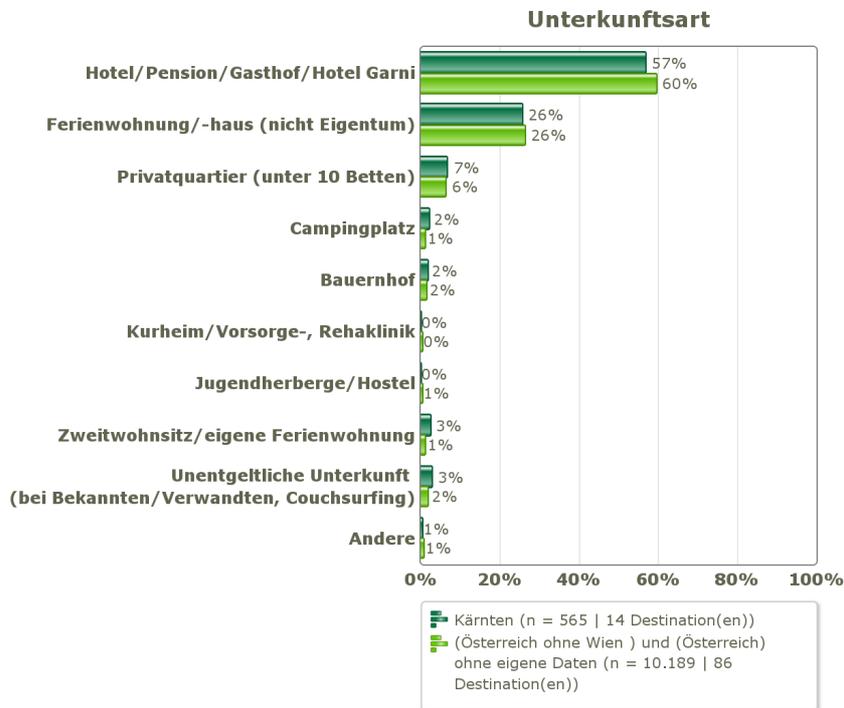
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 14: Anreise. Frage: Welches Verkehrsmittel haben Sie HAUPTSÄCHLICH zur Anreise an Ihren Urlaubsort genutzt?

Der überwiegende Anteil, nämlich 86% der Gäste, ist mit dem Auto in den Winterurlaub gereist. 5% waren mit einem organisierten Reisebus unterwegs, 4% nutzten die Bahn, je 2% den Wohnwagen / das Wohnmobil bzw. den Fernbus / Linienbus und nur 1% das Flugzeug. Vor allem die Anreise mit dem Flugzeug ist in Kärnten weit weniger stark gegeben als in Rest-Österreich (ohne Wien).

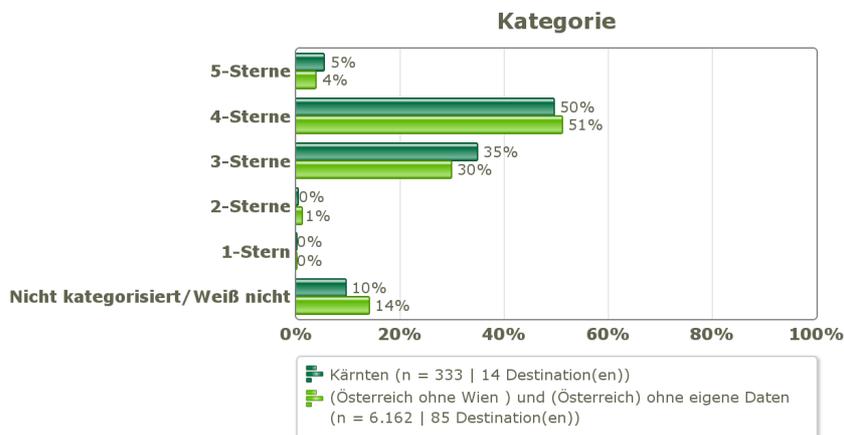
Unterkunft



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Grafik 15: Unterkunftsart. Frage: In welcher Art von Unterkunft haben Sie hauptsächlich übernachtet?



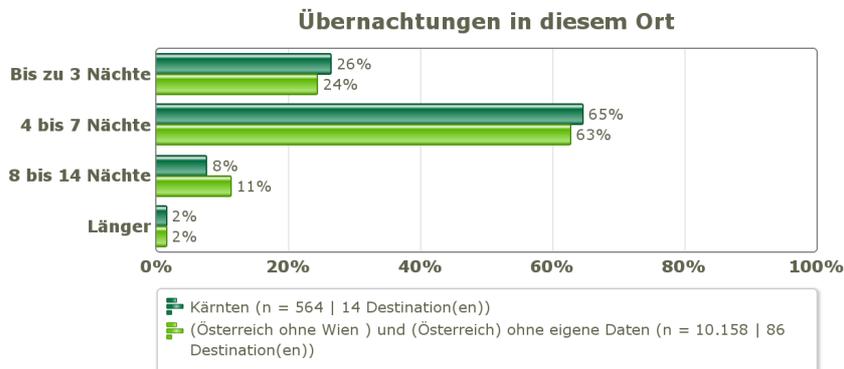
Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Grafik 16: Kategorie. Frage: Welcher Kategorie gehört Ihre Unterkunft an? (Frage wurde nur jenen gestellt, die Hotel/Pension/Gasthof/Hotel Garni bei der Unterkunftsart gewählt haben)

57% der befragten Urlauber haben im Winter in einem Hotel/Pension/Gasthof genächtigt, genau die Hälfte davon in der 4-Sterne Kategorie. 26% nächtigten in einer Ferienwohnung/-haus, 7% in einem Privatquartier. Im Vergleich zum Benchmark ist eigentlich nur auffällig, dass mehr in der 3-Sterne Kategorie übernachteten bzw. auch der Anteil an Übernachtungen am Zweitwohnsitz / der eigenen Ferienwohnung etwas höher ist.

Aufenthaltsdauer



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

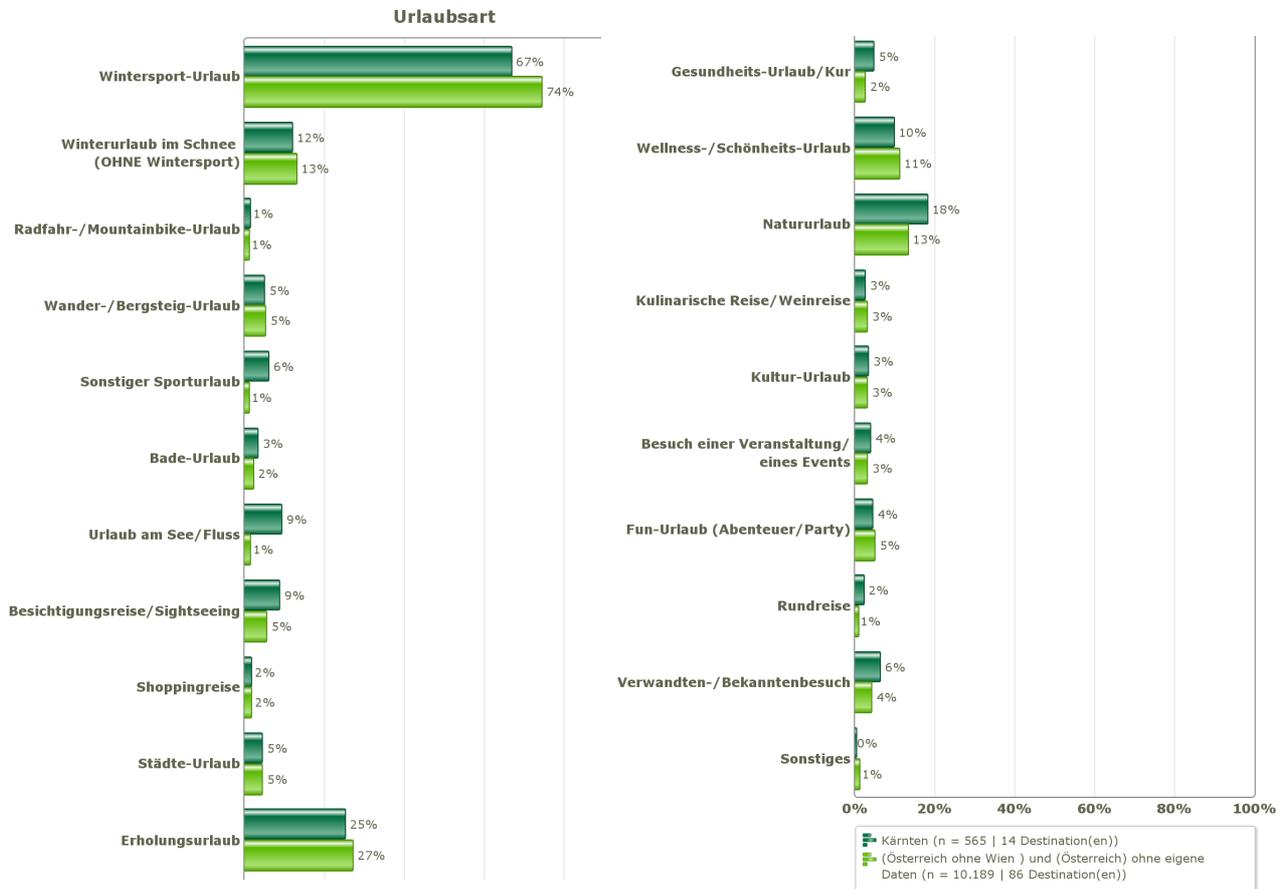
WEBMARK Destinationen

Grafik 17: Aufenthaltsdauer. Frage: Wie oft übernachteten Sie während Ihrer Urlaubsreise?

Im Winter 2018/19 haben 26% der Gäste einen Kurzurlaub mit einem Aufenthalt bis zu 3 Nächten verbracht. Die überwiegende Mehrheit, nämlich 65% haben 4 bis 7 mal im betreffenden Ort genächtigt. Zwischen 8 und 14 Nächte hat der Aufenthalt bei nur 8% der Wintergäste gedauert. Und immerhin 2% haben sich einen Urlaub mit einer Dauer von mehr als zwei Wochen gegönnt. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich kein gravierender Unterschied. Im Schnitt verbringen die Winterurlauber 5,5 Nächte in Kärnten.

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



Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 18: Urlaubsart. Frage: Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen? - Mehrfachantworten möglich

67% der Kärntner Wintergäste – somit die große Mehrheit – bezeichnen ihren Aufenthalt (unter anderem) als Wintersporturlaub. Bereits deutlich dahinter auf Rang zwei liegt der Erholungsurlaub (25%), gefolgt vom Natururlaub mit 18%. 12% der Befragten geben an, einen Winterurlaub im Schnee (ohne Wintersport) zu machen. 10% verbringen einen Wellness- / Schönheitsurlaub, und je 9% eine Besichtigungsreise / Sightseeing bzw. einen Urlaub am See / Fluss.

Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten etwas weniger Wintersport-Urlauber gegeben sind (67% vs. 74%), dafür aber mehr Natururlauber (18% vs. 13%), Besichtigungsurlauber (9% vs. 5%) und Urlauber, die auch im Winter den See in den Mittelpunkt ihres Urlaubs stellen (9% vs. 1%). Alle anderen Urlaubsarten sind ähnlich oft angegeben.

Gut zu wissen: Wintersport ist auch eine Frage des Alters: während 87% der Gäste unter 29 Jahren ihren Aufenthalt als Wintersporturlaub bezeichnen, sind es bei den Gästen über 60 Jahre nur mehr 57%.

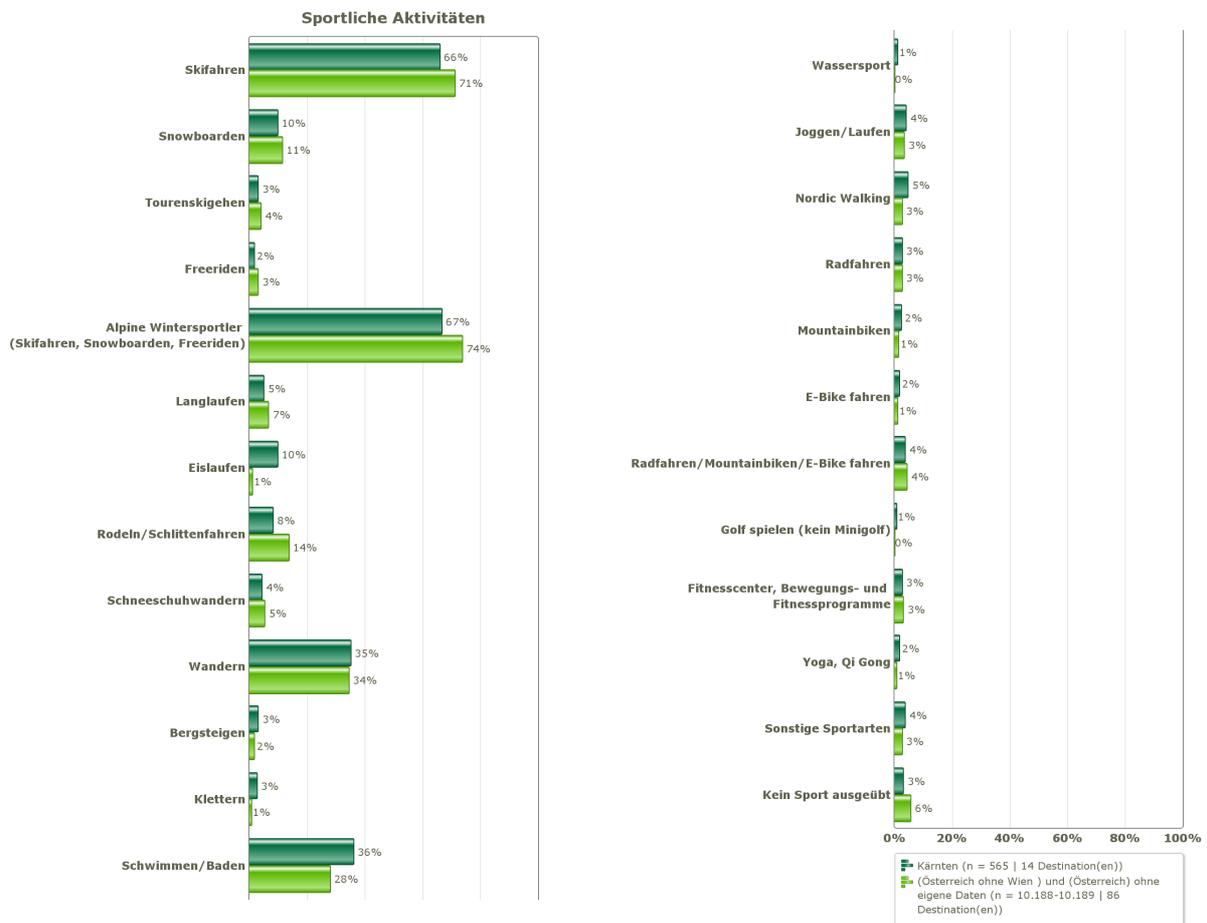
Urlaubsaktivitäten

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. Skifahren 66% (71%)
2. Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren 46% (41%)
3. Schwimmen / Baden (in Thermen / Hallenbädern) 36% (28%)
4. Wandern 35%(34%)
5. Entspannen, nichts tun, 34% (33%)
6. Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 31% (43%)
7. Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 27% (30%)
8. Sehenswürdigkeiten besuchen, 24% (20%)
9. Thermen besuchen, 22% (14%)
10. Après Ski, 18% (34%)

Die beliebteste Aktivität im Winterurlaub in Kärnten ist nach wie vor das Skifahren mit 66%. Dieser Wert geht aber tendenziell zurück, vor 5 Jahren lag er noch bei 71%. In den Top-10 liegt mit „Wandern“ (Winterwandern bzw. in der Vor- und Nachsaison) nur noch eine weitere sportliche Aktivität, die restlichen sind eher den gemütlichen Aktivitäten zuzuordnen.

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

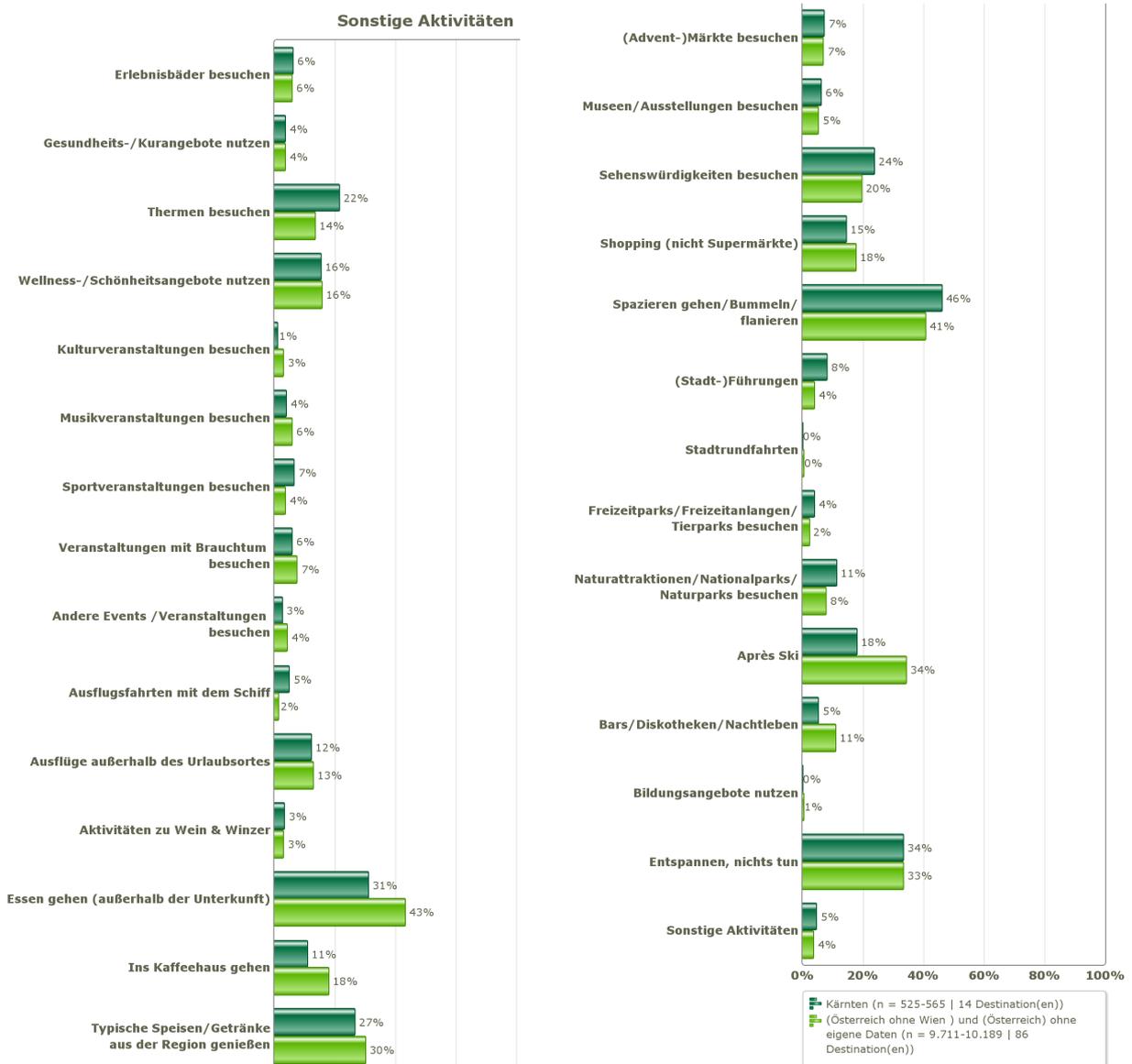


Grafik 19: Urlaubsaktivitäten. Frage: Welche der folgenden sportlichen Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Urlaubes? Mehrfachantworten möglich.

Sportlich wird der Winterurlaub in Kärnten mit 66% vom Skifahren dominiert. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen das Schwimmen / Baden mit 36% bzw. das Wandern (Winterwandern bzw. in der Vor- und Nachsaison) mit 35%. Schon etwas weniger oft werden die Sportarten Snowboarden (10%), Eislaufen (10%), Rodeln/Schlittenfahren (8%) und Langlaufen (5%) genannt. Alle anderen Sportarten (z.B. Schneeschuhwandern, Tourenskigehen, Freeriden) werden von weniger als 5% der Wintergäste gemacht.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten etwas weniger oft Skigefahren wird im Winterurlaub, auch das Rodeln / Schlittenfahren üben weniger aus. Dafür steht wesentlich öfter Eislaufen und Schwimmen/Baden (in Thermen, Hallenbädern, Hotelpools) am Programm. Die restlichen sportlichen Aktivitäten decken sich in etwa mit dem Benchmark.

Gut zu wissen: Die „hardcore“ Wintersportler finden sich vor allem unter den Skifahrern und Snowboardern: für den Großteil derjenigen Gäste, die diese Sportarten im Urlaub ausüben, sind sie auch gleichzeitig Hauptaktivitäten während des Aufenthalts. Andere Wintersportarten wie Rodeln, Schneeschuhwandern, Langlaufen oder Skitourengehen werden dagegen häufig eher begleitend zu anderen Urlaubsaktivitäten ausgeübt.



Grafik 20: Urlaubsaktivitäten. Frage: Welche der folgenden sonstigen Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Urlaubes?

Neben der sportlichen Betätigung unternehmen die Wintergäste auch eine Reihe weiterer Aktivitäten. Am weitesten vorne stehen dabei Spaziergänge bzw. bummeln oder flanieren, das von 46% der Urlauber genannt wurde. 34% der Gäste geben an, (unter anderem) einfach zu entspannen und nichts zu tun, 31% gehen im Urlaub ins Restaurant bzw. essen außerhalb der Unterkunft. 27% genießen typische Speisen und Getränke aus der Region, 24% besuchen Sehenswürdigkeiten, 22% Thermen.

Wesentlich öfter werden in Kärnten Thermen besucht (auch Hoteleigene) bzw. steht auch das Spazieren gehen öfter am Programm. Weniger oft wird außerhalb der Unterkunft gegessen, ins Kaffeehaus gegangen und auch weniger oft wird beim Après Ski gefeiert.

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 erfolgen, ist hier nicht abgebildet.

Urlaubsausgaben

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

Ausgaben pro Person und Tag	Durchschnitt Kärnten	Anteil '0'	Anzahl Gäste	Durchschnitt Benchmark	Anteil '0'	Anzahl Gäste
Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Mietauto, Taxi, Bus, Bahn)	€ 5	49%	558	€ 5	46%	10.000
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 61	6%	558	€ 76	4%	10.000
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 17	28%	558	€ 17	23%	10.000
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 19	17%	558	€ 24	8%	10.000
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	21%	558	€ 14	22%	10.000
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 22	21%	558	€ 26	18%	10.000
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 7	41%	558	€ 8	45%	10.000
Sonstige Ausgaben	€ 10	44%	558	€ 10	42%	10.000
Gesamter Urlaub ohne Anreise	€ 154	0%	558	€ 180	0%	10.000

Tabelle 21: Urlaubsausgaben. Frage: Welche (bisherigen und weiteren) Ausgaben fallen insgesamt für Ihren Urlaub in Kärnten an / Welche Ausgaben sind insgesamt während Ihres Urlaubs angefallen?

Im Winterurlaub 2018/19 geben die Gäste in Kärnten vor Ort durchschnittlich 154,- Euro pro Person und Tag aus. Der größte Anteil davon entfällt mit 78,- Euro auf die Unterkunft (Übernachtung plus sonstige Ausgaben in der Unterkunft). Es ist ersichtlich, dass die Gesamtausgaben in Kärnten um einiges geringer sind als in Rest-Österreich. Hauptverantwortlich dafür sind die geringeren Unterkunftsausgaben.

Gut zu wissen: Im Vergleich die höchsten Pro-Kopf-Ausgaben im Urlaub haben Alleinreisende, Paare und Paare mit Freunden. Erste aufgrund der verhältnismäßig höheren Kosten für die Unterkunft, letztere geben mehr für Kulinarik aus. Dort wiederum sparen Familien mit kleinen Kindern, die im Verhältnis die niedrigsten Pro-Kopf-Tagesausgaben aufweisen.

Zufriedenheit und Image

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	1,66	1,55	0,12
Sicherheit	1,47	1,51	-0,04
Sauberkeit	1,53	1,53	0,00
Landschaft und Natur	1,54	1,43	0,11
Gastfreundschaft	1,63	1,56	0,07
Wintersportangebot	1,66	1,49	0,17
Skigebiet	1,72	1,45	0,27
Service im Hotel/Unterkunft	1,72	1,64	0,08
Hotel/Unterkunft	1,76	1,64	0,12
Anreise	1,77	1,79	-0,02
Beschilderung vor Ort	1,80	1,68	0,12
Service in der Gastronomie	1,84	1,82	0,02
Atmosphäre/Flair	1,84	1,76	0,07
Angebot an typischen Speisen/ Getränken aus der Region	1,85	1,79	0,06
Thermen/Erlebnisbäder	1,88	1,70	0,19
Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	1,90	1,88	0,02
Wetter	1,96	2,07	-0,11
Wellness-/Schönheitsangebote	1,97	1,83	0,14
Wanderwege	2,00	1,76	0,24
Tourismusinformation vor Ort	2,01	1,82	0,19
Vielfalt des touristischen Angebots	2,02	2,01	0,01
Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort	2,03	1,92	0,10
Veranstaltungsangebot	2,04	2,08	-0,04
Verleih von Sportgeräten	2,04	1,73	0,31
Öffnungszeiten Gastronomie	2,05	1,92	0,12
Gastronomisches Angebot	2,09	1,93	0,16
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	2,09	1,94	0,15
Angebot und Betreuung für Kinder	2,10	1,96	0,14
Wintersportangebot abseits der Piste	2,14	2,07	0,07
Öffentlicher WLAN-Zugang	2,14	2,13	0,02
Strandbäder/Bademöglichkeiten	2,14	2,16	-0,02
Seilbahnen & Lifte	2,15	1,77	0,38
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	2,29	2,16	0,12
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	2,29	1,81	0,48

Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	2,29	2,31	-0,02
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,30	2,35	-0,05
Wassersportangebot	2,31	2,22	0,09
Öffnungszeiten der Attraktionen	2,38	2,17	0,21
Après Ski	2,40	2,04	0,36
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,47	2,36	0,12
Öffnungszeiten Geschäfte	2,49	2,22	0,26
Kunst- und Kulturangebot	2,53	2,40	0,13
Einkaufsmöglichkeiten	2,58	2,35	0,24
Schlechtwetterangebot	2,59	2,50	0,08
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,59	2,39	0,21

Zeitraum: 01.11.2018 - 30.04.2019

Benchmark: (Österreich ohne Wien)

Tabelle 22: 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 Winterurlauber durchgehend sehr zufrieden mit ihrem Aufenthalt in Kärnten sind: der „schlechteste“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,59 (Flaniermeilen / Fußgängerzonen).

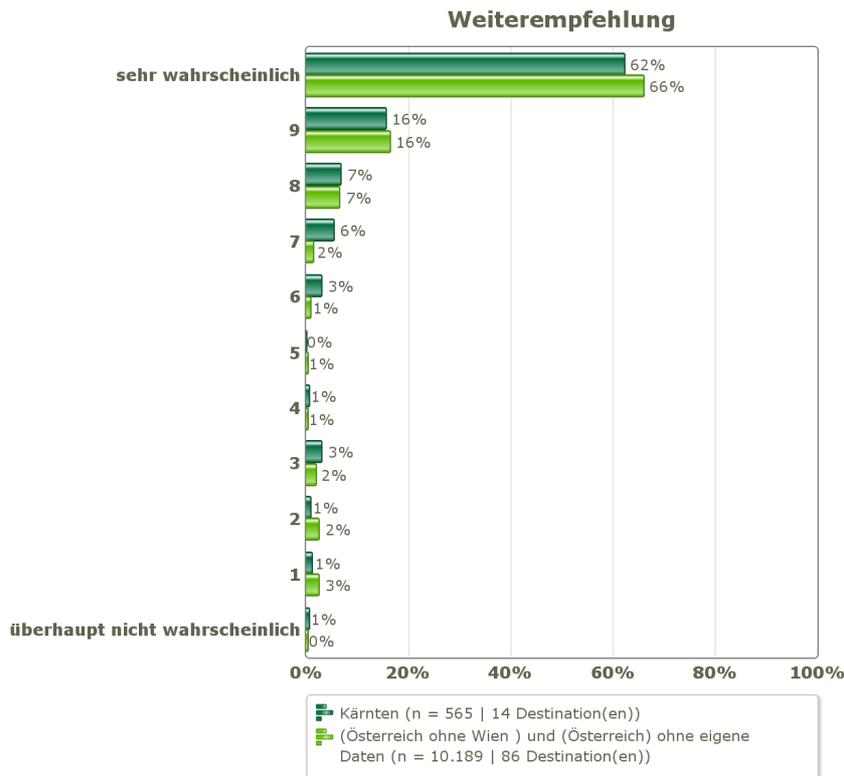
Ganz oben auf der Zufriedenheitsskala sind die Themen zu finden, die auch am entscheidungsrelevantesten für den Gast im Winter sind: am meisten begeistern Sicherheit (1,47), Sauberkeit (1,53), Landschaft & Natur (1,54), Gastfreundschaft (1,63) und das Wintersportangebot die Kärnten-Urlauber. Die Skigebiete und der Service im Hotel / in der Unterkunft überzeugen ebenfalls.

Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen (Werte zwischen 2,40 und 2,59) finden sich das Après Ski Angebot, das Preis-Leistungs-Verhältnis der verschiedenen Attraktionen, die Öffnungszeiten der Geschäfte, das Kunst- und Kulturangebot, die Einkaufsmöglichkeiten, das Schlechtwetterangebot und die Flaniermeilen/Fußgängerzonen.

Im Vergleich zum Benchmark schneidet Kärnten bei folgenden Attributen besser ab (in der o.a. Tabellenspalte +/- in Rot dargestellt): Sicherheit, Anreise, Wetter, Veranstaltungsangebot, Strandbäder/Bademöglichkeiten, Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte, Preis-Leistungs-Verhältnis in der Gastronomie.

Bei allen anderen Attributen wird der Benchmark (Rest-Österreich ohne Wien) besser bewertet, wobei die größten Unterschiede (Abstände von über 0,2 Punkten) beim Angebot von öffentlichen Verkehrsmitteln vor Ort, den Seilbahnen & Liften, beim Après Ski, beim Verleih von Sportgeräten, beim Skigebiet, bei den Öffnungszeiten der Geschäfte, bei den Wanderwegen, den Einkaufsmöglichkeiten, den Öffnungszeiten der Attraktionen und den Flaniermeilen/Fußgängerzonen gesehen wird.

Es ist auch noch anzumerken, dass nicht alle Attribute aufgrund teilweise zu geringer und somit nicht repräsentativer Fallzahlen (z.B. Adventmärkte, Party/Nachtleben) dargestellt werden konnten.



Grafik 23: Weiterempfehlung. Frage: Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie Ihren Freunden, Bekannten, Kollegen einen Aufenthalt in dieser Urlaubsregion weiterempfehlen?

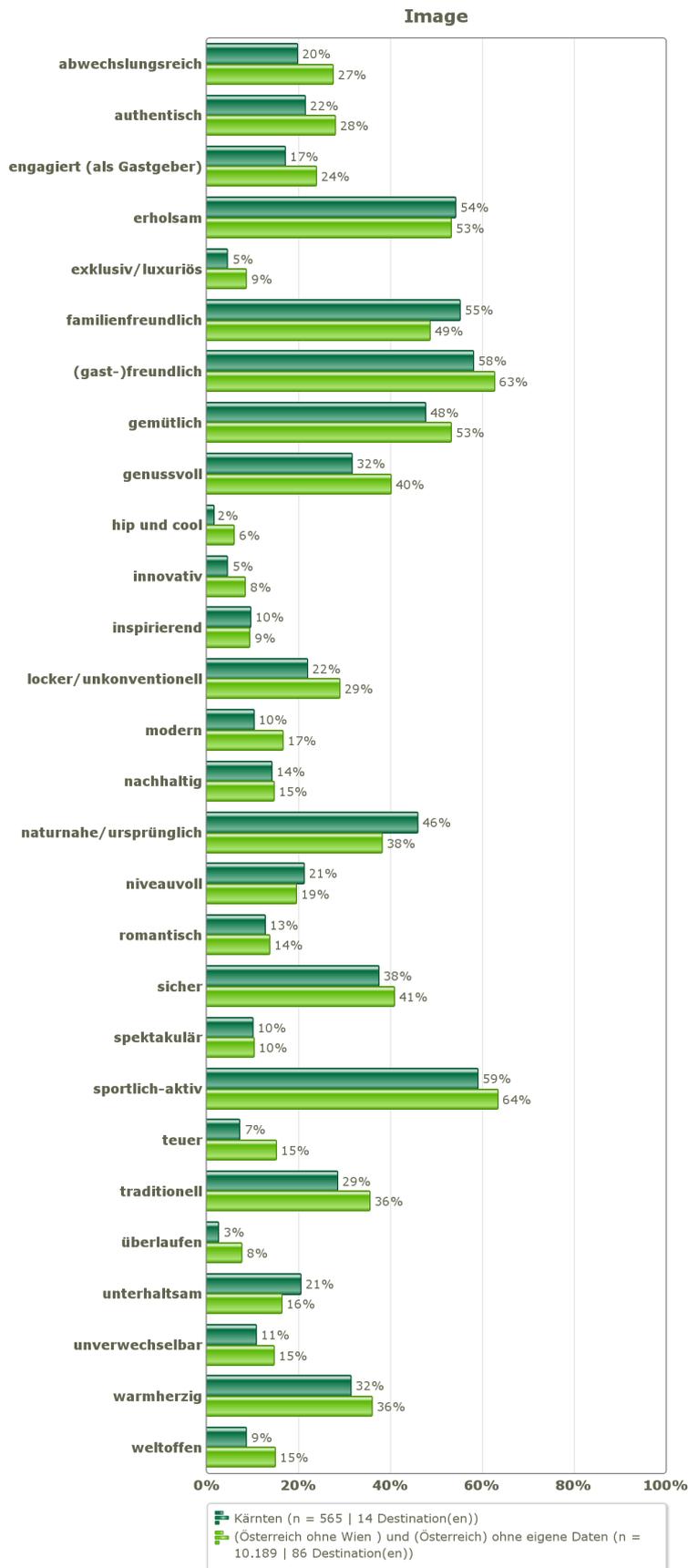
Die grundsätzliche Zufriedenheit mit dem Urlaub spiegelt sich auch in der Weiterempfehlungsabsicht der Wintergäste wider: insgesamt 62% der Urlauber werden ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen einen Aufenthalt in der betreffenden Kärntner Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich hier jedoch eine etwas geringere Weiterempfehlungsabsicht. Das zeigt auch der Net Promoter Score. Dieser liegt für Kärnten bei 68, bei Rest-Österreich ohne Wien bei 73. Interessant ist auch der Vergleich mit den Sommerurlaubern in Kärnten. Die Weiterempfehlungsabsicht und somit auch die Zufriedenheit ist im Sommer etwas höher als im Winter.

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).

Image

Die Frage nach dem Image, also welche Eigenschaften die Urlauber mit Kärnten im Winter verbinden, bringt folgendes Ergebnis: 59% der befragten Gäste bezeichnen Kärnten als sportlich-aktiv, 58% als gastfreundlich. 55% beschreiben ihre Urlaubsregion als familienfreundlich, 54% als erholsam, 48% als gemütlich und 46% als naturnahe/ursprünglich. Eher selten wahrgenommen wird Kärnten als hip und cool, überlaufen, innovativ, exklusiv/luxuriös, teuer und weltoffen. Diese Begriffe werden mit jeweils unter 10% am wenigsten häufig genannt.

Im Vergleich zu Rest-Österreich ohne Wien wird Kärnten stärker mit den Prädikaten erholsam, niveauvoll, unterhaltsam, familienfreundlich, naturnahe/ursprünglich in Verbindung gebracht. Weniger stark hingegen mit genussvoll, teuer, abwechslungsreich, locker/unkonventionell, traditionell, engagiert (als Gastgeber). Alle weiteren Image-Werte für Kärnten und seine Bevölkerung sind im folgenden Chart dargestellt.



Grafik 24: 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 die 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 Auspielung der Befragung über Public WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Standorten in ganz Österreich. Die Umfrage wird darüber hinaus über Social Media Kanäle (v.a. Facebook und Instagram), diverse Printprodukte, Newsletter und andere marktrelevante Kontaktkanäle kommuniziert.

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

Gewichtung

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

Die Gesamtzahl der zwischen November 2018 und April 2019 gesammelten Interviews beläuft sich Österreichweit auf rund 10.000, in Kärnten waren es 565 Interviews. Seit der vorangegangenen Erhebungssaison 2013/14 wurde die Befragungsmethodik grundlegend verändert und auch im Fragebogen inhaltliche Anpassungen vorgenommen, weshalb ein direkter Vergleich mit Befragungsergebnissen aus früheren Jahren methodisch nicht einwandfrei ist und der vorliegende Bericht daher darauf verzichtet.

Weitere Informationen

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 Winterurlauber 2018-2019 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