

## Winter-Urlauber in Kärnten

### Ergebnisse der T-MONA Gästebefragung Winter 2021-22



Kärnten Werbung GmbH  
F.d.Dv.: [roland.oberdorfer@kaernten.at](mailto: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 2021-22) genutzt werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Kärnten Werbung erlaubt.

---

## **□ Inhaltsverzeichnis**

<b>Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick .....</b>	<b>3</b>
<b>Einleitung .....</b>	<b>4</b>
Allgemeines zur Wintersaison 2021-22 .....	4
<b>Gätestruktur .....</b>	<b>5</b>
Herkunftsländer & Umgebung .....	5
Alter und Geschlecht.....	6
Bildung und Einkommen .....	7
Besuchserfahrung.....	8
Reisebegleitung .....	9
<b>□ Information / Entscheidung / Buchung .....</b>	<b>9</b>
Aufmerksamkeit .....	10
Unterkunftssuche.....	11
Buchung der Unterkunft .....	12
Entscheidungsgründe.....	13
Entscheidungsgründe Hotel / Unterkunft.....	16
Einfluss durch die Corona-Krise .....	16
<b>Durchführung der Reise und Aufenthalt.....</b>	<b>18</b>
Anreisearten .....	18
Verkehrsmittel vor Ort.....	19
Unterkunft.....	20
Aufenthaltsdauer .....	21
Urlaubsarten .....	22
Urlaubsaktivitäten .....	23
Urlaubsausgaben .....	27
<b>Zufriedenheit und □ Image .....</b>	<b>27</b>
Zufriedenheit und Weiterempfehlung.....	28
□ Image .....	31
<b>Studiendesign .....</b>	<b>33</b>
<b>Ausblick .....</b>	<b>34</b>

---

## Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

Wer sind die Gäste, die im Winter 2021-22 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 61%) kommt aus Österreich, 20% aus den CEE-Ländern, 15% aus Deutschland. Der Altersschnitt der Befragten liegt bei 49,8 Jahren. 47% der Winterurlauber haben einen Hochschul- bzw. Universitätsabschluss. Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person liegt bei 2.278 Euro. 86% der Gäste haben zuvor schon einmal Urlaub in Kärnten gemacht, 14% sind Erstbesucher. Der Stammgästeanteil (kommen fast jedes Jahr oder mehrmals jährlich) liegt bei 51%.
- **Information / Entscheidung / Buchung:** 36% der Gäste sind über das Internet auf Kärnten aufmerksam geworden, 31% über Empfehlungen und 26% durch frühere Besuche. Bei der Unterkunftssuche dominieren Suchmaschinen gefolgt von Empfehlungen und Internet-Buchungsplattformen. 25% haben ganz spontan gebucht, generell bucht der Wintergast viel kurzfristiger als der Sommergast. 80% der Urlauber haben direkt bei der Unterkunft gebucht, 11% über eine Internet-Plattform. 47% der Wintergäste haben ihre Unterkunft per E-Mail, 25% per Online-Buchung reserviert. Die fünf am häufigsten genannten Gründen für Kärnten als Urlaubsziel in diesem Winter sind das Wintersportangebot 44%, die Attraktivität des Skigebietes 34%, die Berge 28%, die Schneesicherheit auf den Pisten 28%, die gute Luft / das Klima 21%.
- **Einfluss durch Corona:** auch in diesem Winter wurde das Thema abgefragt, wenngleich es leider nur Österreich Daten dazu gab: 15% gaben an, dass Corona einen Einfluss auf ihre Urlaubsentscheidung hatte. Für 27% war dies teilweise der Fall, für 59% gar nicht. Trotz Corona konnte den Gästen im Winter 2021-22 ein sehr gutes Urlaubsgefühl vermittelt werden und sie waren auch mit den Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen ziemlich zufrieden.
- **Durchführung der Reise:** 91% der Gäste sind mit dem Auto an den Aufenthaltsort gereist – so viele wie noch nie zuvor. Dieses wird dann auch sehr oft 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. 59% nächtigen in Hotels / Gasthöfen, 21% in Ferienwohnungen/-häusern. 62% der Urlauber bleiben zwischen 4 und 7 Nächten am Urlaubsort, 31% bis zu 3 Nächte. 69% haben einen Wintersport-Urlaub verbracht, 28% einen Erholungsurlaub, 18% einen Natururlaub, 15% einen (Winter-)Wanderurlaub und 14% einen Winterurlaub im Schnee ohne Wintersport (Mehrfachnennungen waren möglich).
- **Aktivitäten:** Die beliebteste Aktivität im Winterurlaub in Kärnten ist alpines Skifahren mit 66%, Auf den Plätzen 2 bis 10 folgen eher gemütliche Aktivitäten, ausgenommen dem (Winter-)Wandern mit 36% auf Platz sechs. Leicht zulegen konnten in den letzten drei Jahren die „sanften“ Wintersportarten Tourenskigehen, Langlaufen, Eislaufen, Rodeln und Schneeschuhwandern.
- **Zufriedenheit / Empfehlung:** Die Winterurlauber sind grundsätzlich sehr zufrieden mit den einzelnen Aspekten ihres Aufenthalts. Der „schlechteste“ Wert auf der 6-stufigen Skala liegt bei 2,48 (Flaniermeilen/Fußgängerzonen). Am meisten begeistert sind sie von Landschaft und Natur (1,36), Sicherheit (1,41), Wintersportangebot (1,43), Sauberkeit (1,45) und den Skigebieten (1,48). Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen finden sich Schlechtwetterangebot, Kunst- und Kulturangebot, Einkaufsmöglichkeiten und eben Flaniermeilen/Fußgängerzonen. 69% werden einen Aufenthalt in der Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen.
- **Ausgaben:** Die Tagesausgaben des Winterurlaubers in Kärnten betragen pro Person im Durchschnitt insgesamt € 177,- (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? 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 unternahmen 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 2021 und April 2022 Urlaub in Kärnten gemacht haben.

## Allgemeines zur Wintersaison 2021-22

Die Wintersaison 2021-22 war nach der Wintersaison 2018-19 wieder die erste nahezu normale Wintersaison, weil sie relativ wenig von der Covid-19 Pandemie beeinflusst war. Die Wintersaison 2019-20 war ja vom Ausbruch der Pandemie im März 2020 gezeichnet und die Wintersaison 2020-21 war überhaupt ein Totalausfall. Covid-19 beeinflusste aber nach wie vor den Kärntner Tourismus, somit blieben die Österreicher (51% der Ankünfte) das mit Abstand relevanteste Herkunftsland. Deutsche (18% der Ankünfte) und Tschechen (6%) folgten auf den Plätzen. Verglichen mit der letzten „vollen“ Wintersaison 2018-19 verzeichnete der Kärntner Tourismus sowohl bei den Ankünften (-32,8%) als auch bei den Übernachtungen (-27,4%) deutliche Rückgänge, das Vorkrisen Niveau konnte somit bei Weitem noch nicht erreicht werden.

**Ankünfte und Nächtigungen November 2021 bis April 2022**

	Ankünfte	+/- zu 2018-19	Nächtigungen	+/- zu 2018-19
<b>Gesamt</b>	<b>623.337</b>	<b>-32,8 %</b>	<b>2.672.969</b>	<b>-27,4 %</b>
Inländer	320.244	-18,7 %	1.236.000	-10,2 %
Ausländer	303.093	-43,2 %	1.436.969	-37,7 %

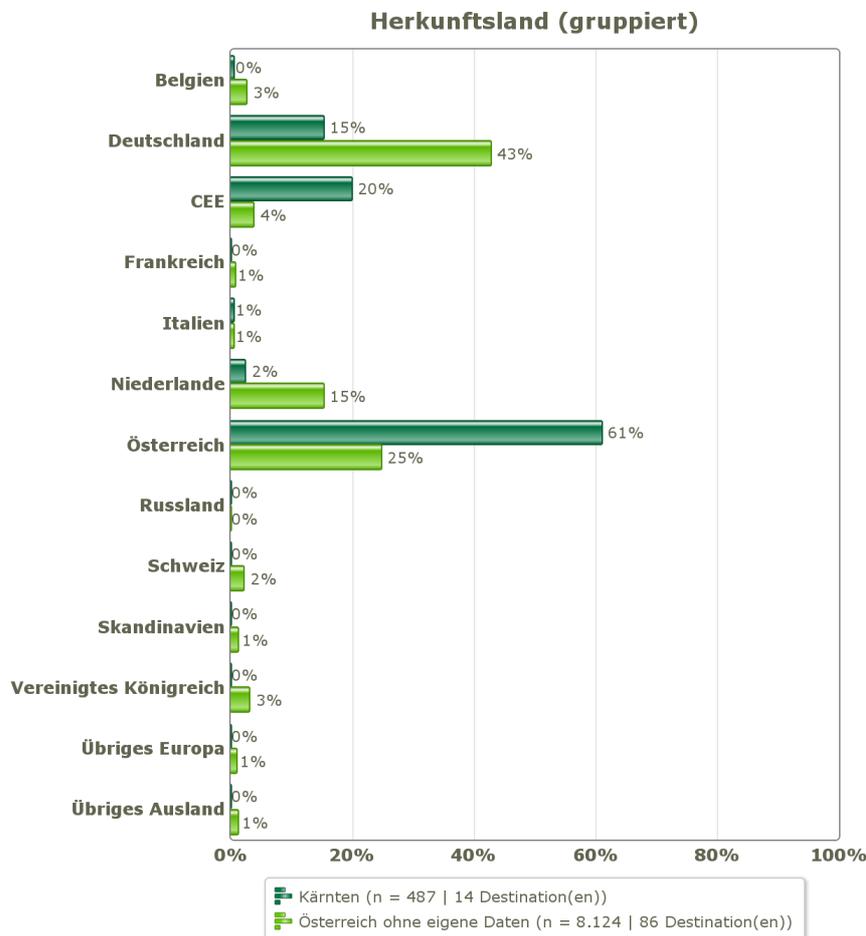
Die meisten Gäste kamen im Winter 2021-22 wieder aus dem Inland, gefolgt von Deutschland und mit großem Abstand die CEE Länder Tschechien, Ungarn und Polen.

**Top 5 Herkunftsmärkte November 2021 bis April 2022**

		Ankünfte	+/- zu 2018-19	Nächtigungen	+/- zu 2018-19
1	Österreich	320.244	-18,7 %	1.236.000	-10,2 %
2	Deutschland	112.882	-33,7 %	568.672	-34,3 %
3	Tschechien	37.638	-24,2 %	166.746	-22,8 %
4	Ungarn	27.962	-52,4 %	129.887	-49,8 %
5	Polen	19.941	-18,7 %	115.735	-11,7 %

## Gästestruktur

### Herkunftsländer & Umgebung



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

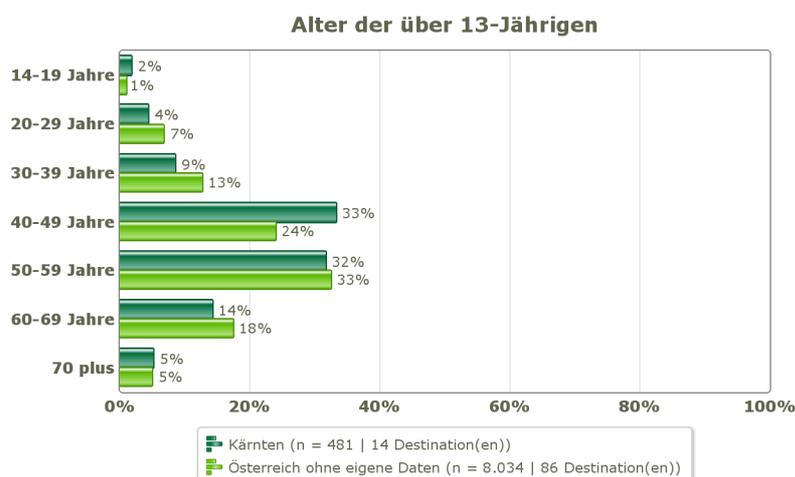
Die aufgrund der Nachwirkungen der Covid-19 Pandemie mit Abstand größte Gästegruppe in der Stichprobe machen 2021-22 mit 61% die österreichischen Urlauber aus. 20% kommen aus den CEE Ländern (vor allem Tschechien, Polen, Ungarn), 15% kommen aus Deutschland. Die restlichen Länder spielen in der diesjährigen Befragung keine Rolle. Sieht man sich die Österreichischen Bundesländer an, so dominieren im Winter Niederösterreich (27%) vor Wien (23%) und Steiermark (21%). Aus Deutschland kamen die meisten aus Bayern (34%), gefolgt von Baden-Württemberg (11%) und Nordrhein-Westfalen (10%).

Gefragt nach der Umgebung ihres Wohnsitzes gaben 36% „Großstadt“ an, 35% „Ländliche Umgebung“ und 30% „Städtische Umgebung“. Im Vergleich zu Rest-Österreich (ohne Wien) sind in Kärnten mehr Gäste aus Großstädten, weniger kommen vom Land

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Österreicher dominieren in der Befragung mit 61%, im Winter 19-20 waren es 41% und im Winter 18-19 45%. Der Anteil der Gäste aus der Stadt / aus städtischer Umgebung ist seit dem Winter 18-19 ständig gewachsen.

**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: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

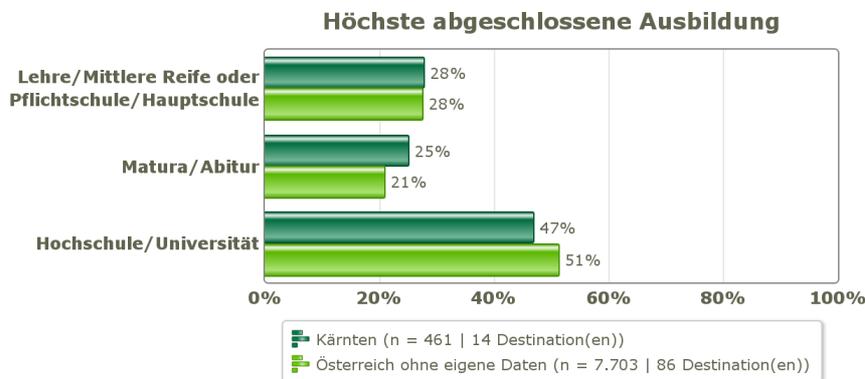
Grafik 2: Alter der Befragten. Frage: Wie alt sind Sie?

Die 40 bis 49-jährigen Gäste sind im Winter 21-22 am stärksten vertreten: 33% gehören dieser Altersgruppe an. 32% der Urlauber sind zwischen 50 und 59 Jahre alt, 14% zwischen 60 und 69 Jahre. Das Durchschnittsalter der Winterurlauber liegt bei 49,8 Jahre, ganz ähnlich wie im Vergleich zum Benchmark (= Rest-Österreich ohne Wien; 49,9 Jahre). Das Geschlechterverhältnis zeigt folgendes Bild: 57% der befragten Wintergäste sind weiblich, 43% männlich.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Gäste bzw. die befragten Personen der 40-49 jährigen nahmen zu, die jüngeren Gäste nahmen tendenziell ab. Kärnten ist im Winter älter geworden.

**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



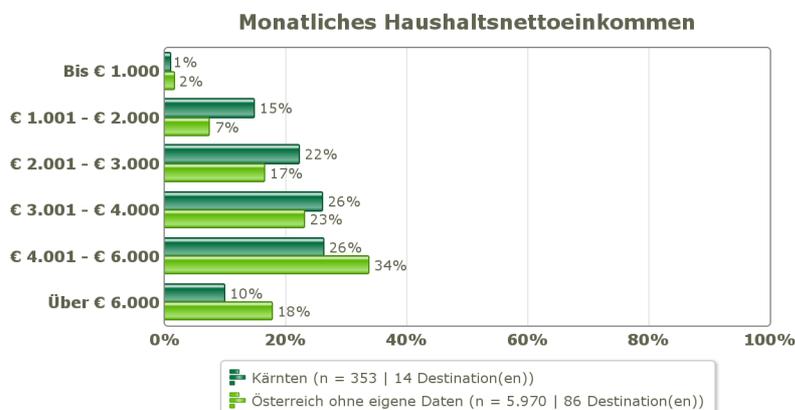
Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

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

47% der Winterurlauber haben einen akademischen Abschluss. 28% einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die mittlere Reife, 25% haben Maturaniveau. Im Vergleich zum Benchmark gibt es in Kärnten etwas weniger Gäste der oberen Bildungsschichten, dafür etwas mehr mit Maturaniveau.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Gäste mit akademischem Abschluss wurden weniger, jene aus unteren Bildungsschichten nahmen zu.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

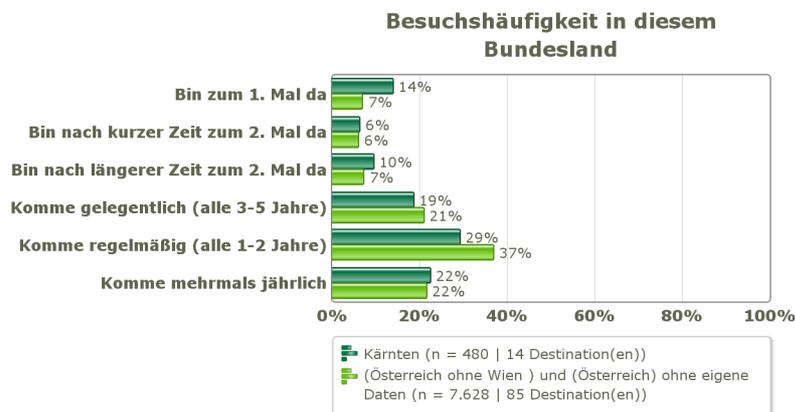
Grafik 4: Einkommen. Frage: Wie hoch Ihr durchschnittliches monatliches Haushaltsnettoeinkommen? Also die Summe der Nettoeinkommen aller in Ihrem Haushalt lebenden Personen?

Je 26% der Gäste haben ein durchschnittliches monatliches Haushaltseinkommen zwischen 3.000 und 4.000 Euro bzw. 4.000 und 6.000 Euro. 22% liegen zwischen 2.000 und 3.000 Euro und 15% zwischen 1.000 und 2.000 Euro. Mehr als 6.000 Euro haben 10% monatlich zur Verfügung. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person liegt in Kärnten bei 2.278 Euro, beim Benchmark sind dies 2.718 Euro. Das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen pro Person liegt in Kärnten bei 1.648 Euro, beim Benchmark sind es 1.962 Euro. Die Kärnten Winterurlauber sind somit weniger einkommensstrak bzw. kaufkräftig. Im Schnitt befinden sich 2,7 Personen im Haushalt.

**Vergleich zu Vorsaisons:** Die Gruppe mit 4.000 – 6.000 Euro Einkommen stieg an in den letzten Jahren, die schwächeren Einkommensgruppen (bis 2.000 Euro) nahmen eher ab. Das durchschnittliche monatliche Äquivalenzeinkommen pro Person stieg von 1.980 Euro im Winter 2018-19 auf 2.278 Euro im Winter 2021-22.

**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



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

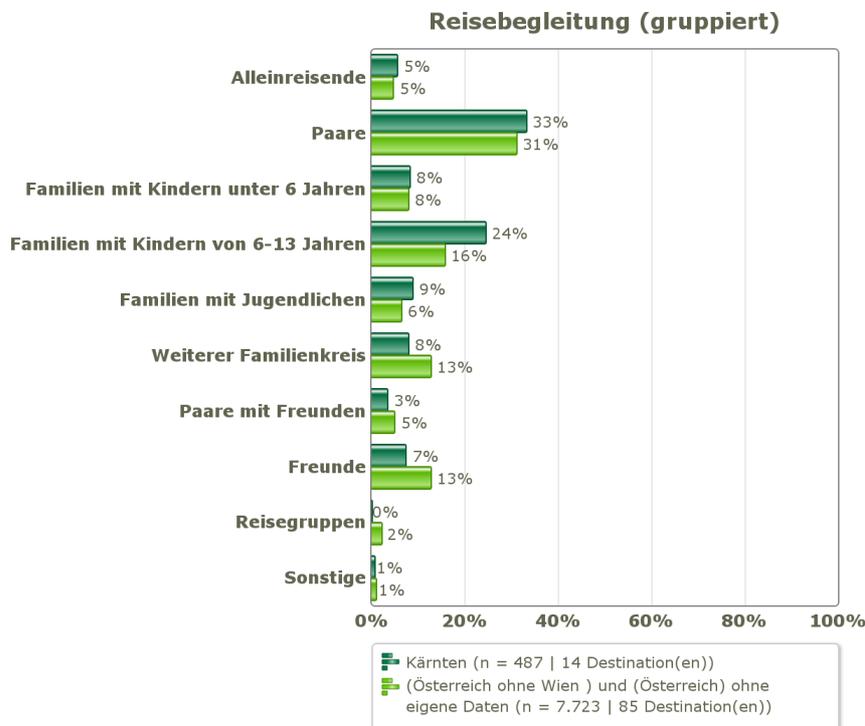
WEBMARK Destinationen

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

Kärnten ist dem überwiegenden Teil der Wintergäste als Urlaubsland bekannt: nur 14% haben zuvor noch nie Urlaub in Kärnten gemacht. 16% der Gäste sind zum zweiten Mal da, 19% kommen alle paar Jahre. Die größte Gruppe (29%) kommt fast jedes Jahr, 22% sogar mehrmals jährlich. Man kann auch sagen 51% der Kärnten Gäste sind Stammgäste, 19% Intervallgäste, 16% das zweite Mal hier und eben 14% Erstbesucher. In Kärnten gibt es im Vergleich zum Benchmark im Winter 2021-22 mehr Erstbesucher, dafür weniger Stammgäste.

**Vergleich zu Vorsaisons:** Hier zeigen sich keine gravierenden Veränderungen, vor allem der Vergleich zum Winter 2018-19 ist nahezu ident.

## Reisebegleitung



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 6: Reisebegleitung. Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise / Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? Mehrfachantworten möglich.

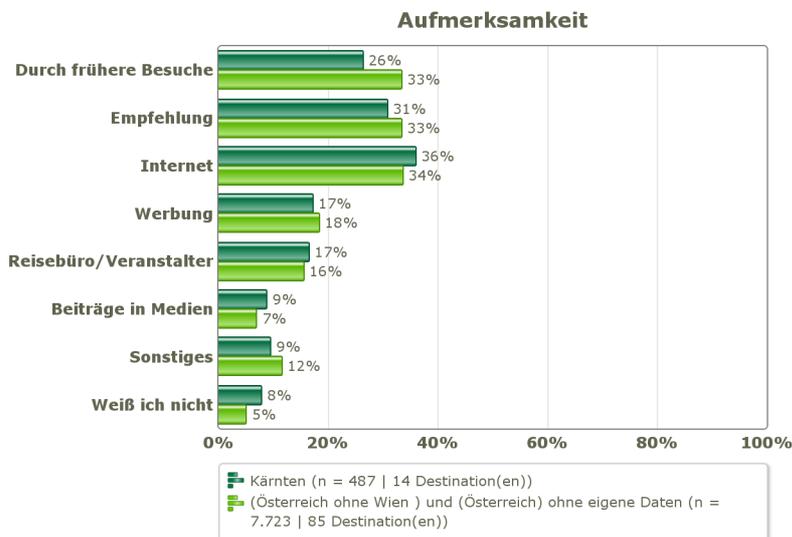
Die beliebteste Begleitperson der Winterurlauber ist der eigene Partner. Mit ihm haben 33% der Gäste ihren Urlaub verbracht. 32% der Reisenden sind Familien mit Kindern (unter 14 Jahren), 9% Familien mit Jugendlichen, 8% Familienverbände (ältere Kinder, sonstige Verwandte). 7% urlauben mit Freunden, 3% verreisen mit dem Partner und Freunden, 5% verreisen alleine. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten auch im Winter weiterhin das Familienurlaubsland ist: 49%, also fast die Hälfte 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 Freundesgruppen und Gäste mit erweitertem Familienkreis.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Das Segment der Reisegruppen ist erwartungsgemäß zurück gegangen, Paar- bzw. Partnerreisen sind hingegen gestiegen. Die übrige Reisebegleitung (Familien, Alleinreisende, Freunde) 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: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 7: Aufmerksamkeitskanäle. Frage: *Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion (für diesen Besuch) aufmerksam geworden?* Mehrfachantworten möglich.

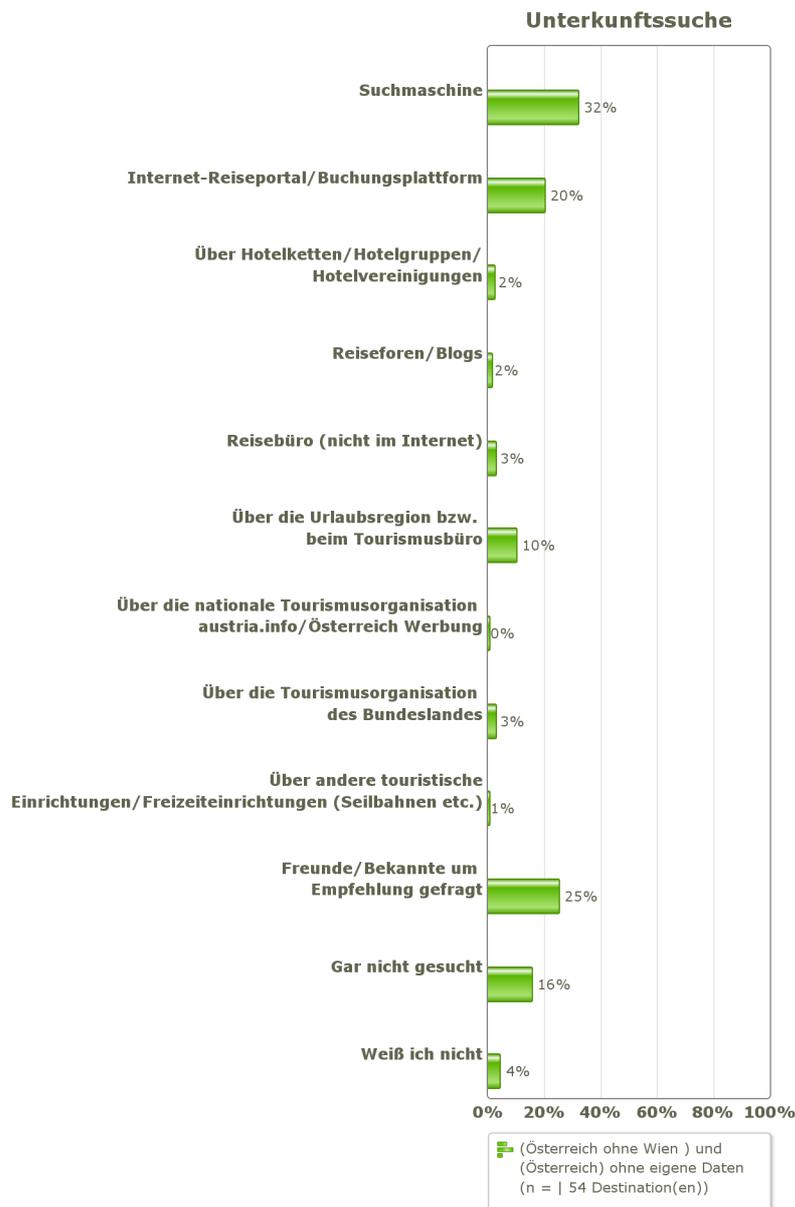
Die Frage, wie die Gäste im Vorfeld der Reise auf die Urlaubsregion aufmerksam geworden sind, spiegelt auch die Besuchserfahrung: Weniger Stammgäste in Kärnten bedeuten auch weniger Aufmerksamkeit durch frühere Besuche (26%). Am meisten, nämlich 36% sind über das Internet aufmerksam geworden, 31% wurde das Reiseziel aus dem persönlichen Umfeld empfohlen. Je 17% sind über Werbung bzw. über Reisebüros/Reiseveranstalter und 9% über diverse Beiträge in Medien aufmerksam geworden.

In der Detailauswertung zeigt sich, dass jene, die über das Internet aufmerksam geworden sind, 25% über eine Suchmaschine (Google etc.), 14% über Reise- und Buchungsportale (booking.com etc.), 7% über Social Media (Facebook, Instagram, YouTube) und 7% über offizielle Websites des Reiseziels kamen.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Aufmerksamkeit durch frühere Besuche ging stark zurück, einhergehend mit der geringeren Stammgästeinzahl im Winter. Das heißt, ein Großteil der Gäste, die im Winter 2021-22 nach Kärnten kamen, kannten ihr Urlaubsziel noch nicht richtig und benötigten viele Informationen darüber. Der Aufmerksamkeits-Bereich Internet ist seit der Saison 2018-19 rückläufig, der Bereich Werbung ist im Gegenzug gestiegen.

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

**Unterkunftssuche**



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

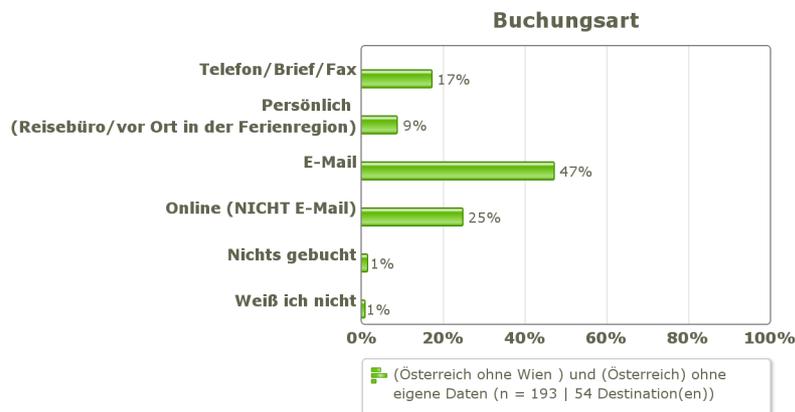
Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 8: Unterkunftssuche. Frage: Wie/wo haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) Ihre Unterkunft gesucht? Mehrfachantworten möglich

**Achtung:** Aufgrund einer falscher Programmierung im online Fragebogen konnten bei dieser und einigen folgenden Fragen keine Kärnten Daten generiert werden. Dargestellt in der obigen Tabelle sind daher nur die Ergebnisse vom Benchmark (Österreich ohne Wien).

Das Informations- bzw. Suchverhalten im Zuge der Reiseplanung findet zum überwiegenden Teil online statt. 52% der Wintergäste geben an, über die Suchmaschine (32%) bzw. über ein Reiseportal / eine Buchungsplattform im Internet (20%) nach der Unterkunft gesucht zu haben. 10% haben sich direkt in der Destination erkundigt, 25% im persönlichen Umfeld um eine Empfehlung gebeten. 16% der Gäste haben sich im Vorfeld gar nicht über die Unterkunft informiert.

## Buchung der Unterkunft



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

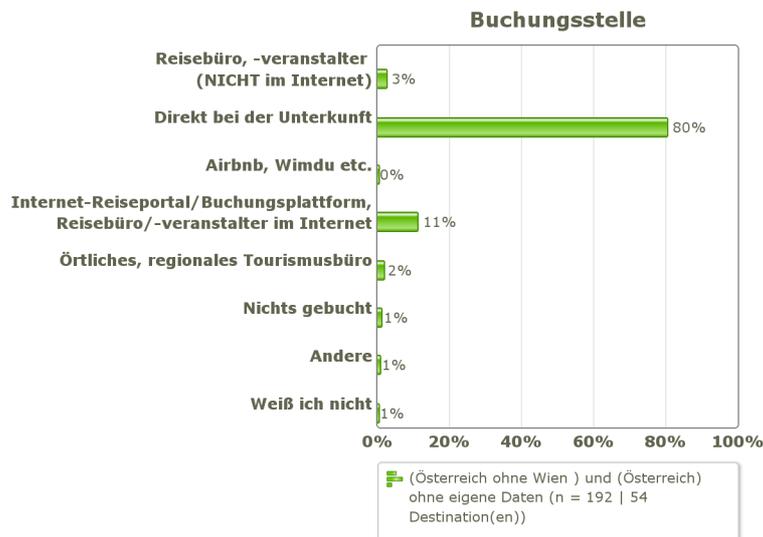
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 9: Buchungsart. Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Auch bei dieser Frage konnten leider keine Kärnten Daten generiert werden. Dargestellt in der obigen Tabelle sind daher nur die Ergebnisse vom Benchmark (Österreich ohne Wien).

Die Buchung per E-Mail ist mit 47% das beliebteste Buchungsmedium in Österreich. 25% haben über einen anderen Weg als E-Mail online gebucht. In Summe haben also 72% der Gäste für die Urlaubsbuchung digitale Kanäle in Anspruch genommen. 17% buchten per Telefon und 9% haben die Buchung persönlich, entweder im Reisebüro oder vor Ort, vorgenommen.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

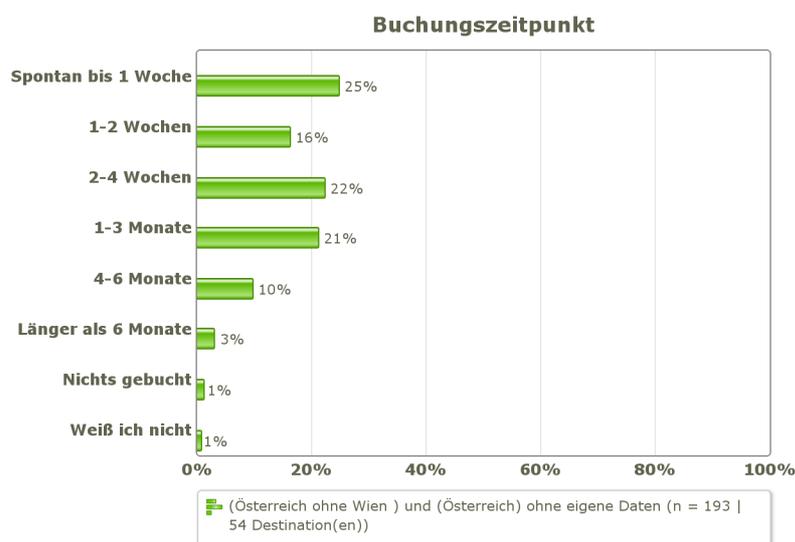
WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 10: Buchungsstelle. Frage: Bei wem haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Auch bei der Frage wo gebucht wurde, konnten leider keine Kärnten Daten generiert werden. Dargestellt in der obigen Tabelle sind wieder nur die Ergebnisse vom Benchmark (Österreich ohne Wien).

Die Mehrheit der Österreich-Gäste im Winter, nämlich 80%, bevorzugt den direkten Weg und bucht gleich über die Unterkunft. 11% buchen über ein Reiseportal, eine Buchungsplattform oder einen Reiseveranstalter im Internet. 2% der Winterurlauber buchen über ein regionales Tourismusbüro, 3% buchen über ein Reisebüro/Reiseveranstalter. Airbnb oder vergleichbare Plattformen werden im Winter fast gar nicht genutzt.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 11: Buchungszeitpunkt. Frage: *Wie lange vor der Anreise haben Sie die Reise (zum jetzigen Aufenthaltsort) gebucht?*

Ebenfalls ohne Kärnten Ergebnisse muss man bei dieser Frage auskommen. Der größte Teil der Wintergäste in Österreich, nämlich 25% hat den Urlaub spontan bis eine Woche vor der Anreise gebucht. 22% haben 2-4 Wochen im Voraus und 21% 1-3 Monate im Voraus ihr Quartier fixiert. Die Buchung und somit auch die Entscheidung für einen Winterurlaub fiel somit ziemlich kurzfristig, viel kurzfristiger als bei einem Sommerurlaub. Nur insgesamt 13% buchen mindestens 4 Monate im Voraus.

## Entscheidungsgründe

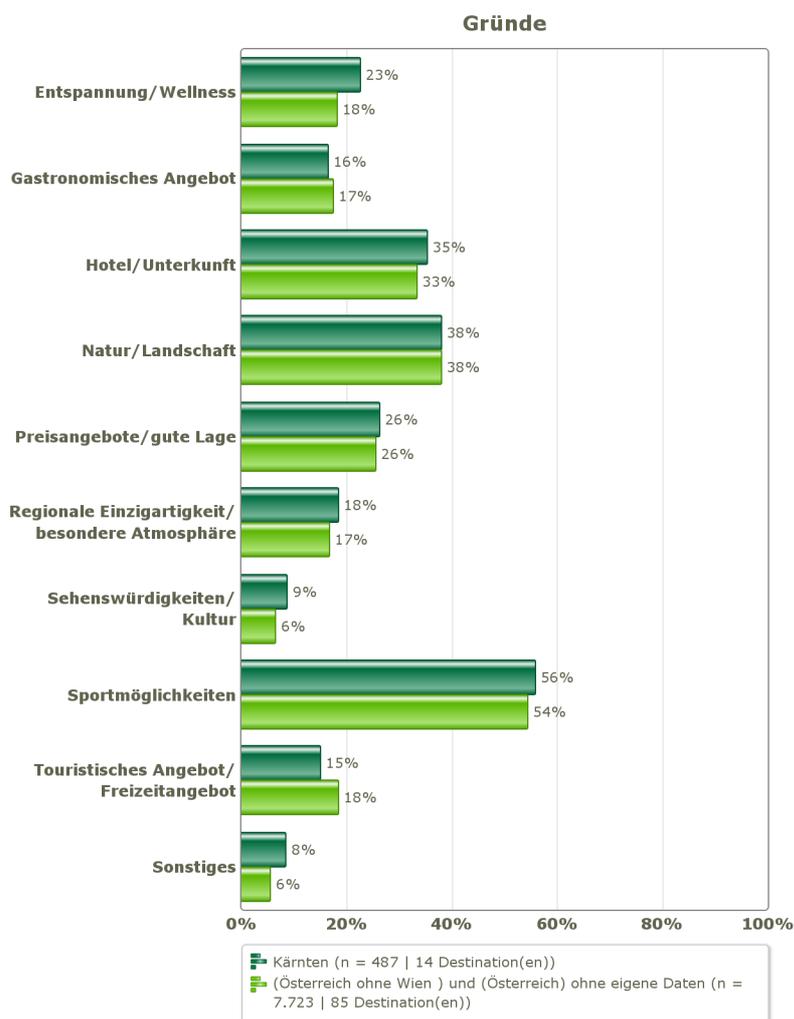
Auf die Frage: „Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden? Bitte geben Sie nur entscheidende Punkte für Ihre Wahl an“ ergeben sich folgende Top-10 Gründe für Kärnten (in Klammer die % Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Wintersportangebot 44% (46%)
2. Attraktivität des Skigebietes 34% (43%)
3. Berge 28% (31%)
4. Schneesicherheit auf den Pisten 28% (34%)
5. Gute Luft / Klima 21% (17%)
6. Landschaft / Natur 18% (17%)
7. See / Fluss 18% (9%)
8. Angebot an Wanderwegen 17% (18%)
9. Regionale Speisen / Getränke 17% (16%)
10. Gastfreundschaft 14% (12%)

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. 44% bzw. 34% der befragten Wintergäste geben das Wintersportangebot bzw. die Attraktivität des Skigebietes als Grund für die Auswahl des Urlaubsziels an. Für 38% sind die Berge ausschlaggebend, 28% legen Wert auf Schneesicherheit auf den Pisten und für 21% sind die gute Luft / das Klima entscheidungsrelevant. Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten in den Top-10 Entscheidungskategorien die gute Luft / das Klima und das Thema See/Fluss ungleich größer ausgeprägt sind. Entscheidungsgründe, die um einiges weniger für Kärnten sprechen sind hingegen die Attraktivität des Skigebietes (34% zu 43%) und die Schneesicherheit auf den Pisten 28% (34%). Alle anderen angegebenen Top-10 Motive decken sich in etwa mit dem Österreich Benchmark.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Folgende der Top10 Gründe für die Destinationsentscheidung gingen zurück: die Attraktivität des Skigebietes (36% im Winter 2018-19, 34% in 2021-22), die Berge (34% im Winter 2018-19, 28% 2021-22) und die gute Luft / das Klima (23% im Winter 2018-19, 21% 2021-22). Diese Gründe nahmen merkbar zu: Schneesicherheit auf den Pisten (25% im Winter 2018-19, 28% in 2021-22), der See/Fluss (13% im Winter 2018-19, 18% 2021-22), das Angebot an Wanderwegen (12% im Winter 2018-19, 17% 2021-22), die regionalen Speisen und Getränke (9% im Winter 2018-19, 17% 2021-22) und die Gastfreundschaft (11% im Winter 2018-19, 14% 2021-22).

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



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

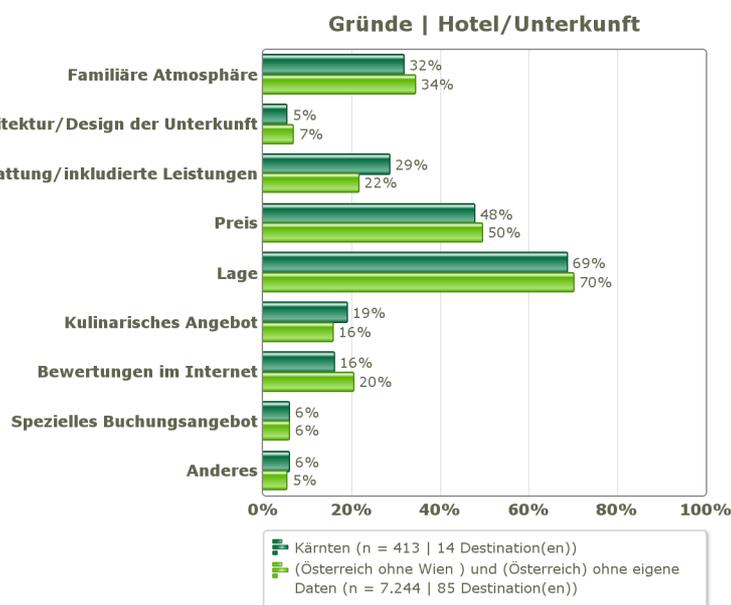
Grafik 12: Entscheidungsgründe in Oberkategorien. Frage: *Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden?*

Das Gesamtangebot an Sportmöglichkeiten ist mit 56% nach wie vor mit Abstand der Hauptgrund für einen Winterurlaub in Kärnten. Es folgen die Gründe Natur/Landschaft (38%), Hotel/Unterkunft (35%), Preisangebote / Gute Lage (26%) und Entspannung/Wellness (23%).

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Am stärksten nahmen die Gründe „Hotel/Unterkunft“ (28% im Winter 2018-19, 35% in 2021-22) und „Gastronomisches Angebot“ (10% im Winter 2018-19, 16% in 2021-22) im Winter 2021-22 zu. Weniger bedeutend geworden ist vor allem das Thema „Natur/Landschaft“ (49% im Winter 2018-19, 38% in 2021-22).

## Entscheidungsgründe Hotel / Unterkunft

Erstmals abgefragt wurden auch die Entscheidungsgründe für das Hotel / die Unterkunft:



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

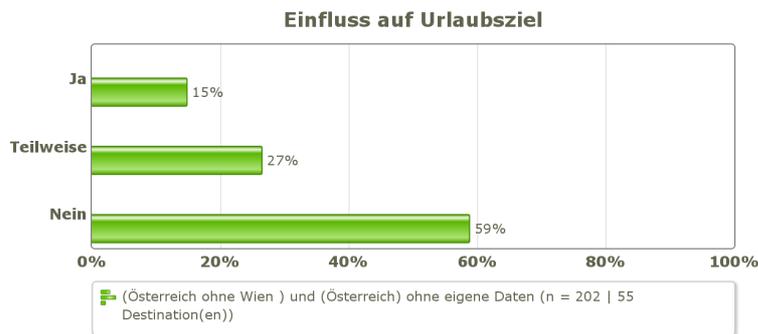
Grafik 13: Entscheidungsgründe Hotel / Unterkunft. Frage: Was waren die entscheidenden Kriterien bei der Auswahl Ihrer Unterkunft?

Für über zwei Drittel der Wintergäste ist die Lage der Unterkunft das Hauptkriterium. Knapp die Hälfte geben den Preis und ein Drittel die familiäre Atmosphäre als Entscheidungsgrund an. Für 29% sind die Ausstattung / die inkludierten Leistungen relevant, 19% schätzen das kulinarische Angebot und für 16% ist die Bewertung im Internet wichtig. Verglichen mit dem Benchmark zeigen sich keine gravierenden Unterschiede, nur die Ausstattung / inkludierten Leistungen und das kulinarische Angebot scheinen für die Kärntner Wintergäste wichtiger zu sein. Dafür sind die Bewertungen im Internet weniger relevant.

Und auf die Frage nach der Anzahl der Besucher der Unterkunft antworteten 60% mit „Erstbesuch“, 40% haben schon zumindest einmal in der Unterkunft gewohnt. Hier ist der Wert der Erstbesucher geringfügig höher als in Rest-Österreich (57%).

## Einfluss durch die Corona-Krise

Auch in der Winterbefragung 2021-22 gab es Zusatzfragen zum Einfluss der Corona-Krise auf das Urlaubsverhalten. Leider auch hier ohne Kärnten Ergebnisse. Hier die wichtigsten Charts und Ergebnisse bezogen auf ganz Österreich (ohne Wien):

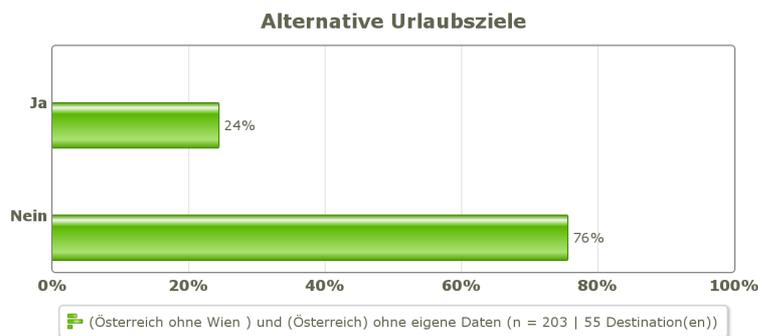


Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 14: Einfluss auf Urlaubsziel. Frage: Hatte Corona einen Einfluss auf Ihre Entscheidung, diesen Urlaub dieses Jahr bei uns zu verbringen?

Nur mehr 15% der Gäste gaben an, dass Corona sehr wohl einen Einfluss auf ihre Destinationsentscheidung hatte. Für 27% war dies teilweise der Fall und für 59% gar nicht. Verglichen mit den zeigt sich, dass der Corona bedingte Einfluss auf die Urlaubsentscheidung weiter zurück ging.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Grafik 15: Einfluss auf Urlaubsziel. Frage: Hatten Sie noch alternative Urlaubsziele für diesen Urlaub in Betracht gezogen?

Abgefragt wurden auch alternative Urlaubsziele. 24% der Österreich-Gäste hatten wegen Corona auch alternative Urlaubsziele in ihren Planungen.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

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

Auf einer Skala von 1 (äußerst begeistert) bis 6 (eher enttäuscht) gaben die Gäste mit 1,56 an, dass es trotz Corona sehr gut gelungen ist, im Winter 2021-22 ein normales Urlaubsgefühl zu vermitteln. Auch dieser Wert hat sich zu den letzten Saisonen gebessert.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

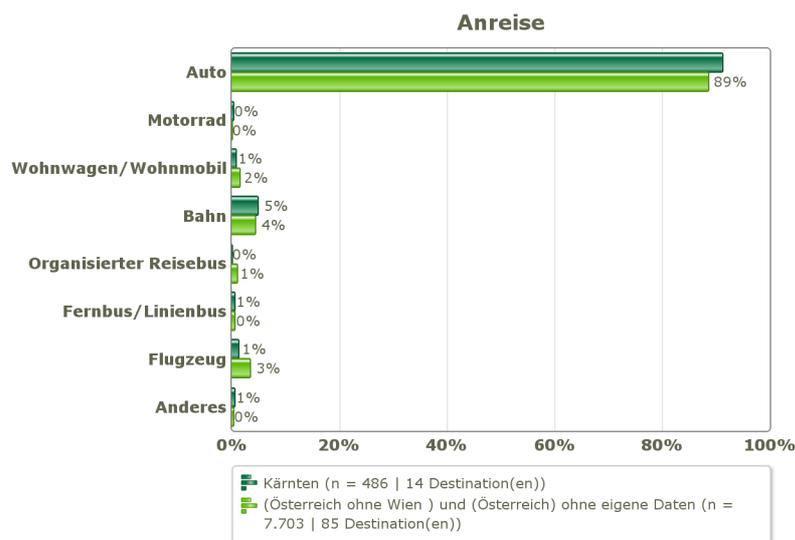
Grafik 17: Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen. Frage: Wie zufrieden waren Sie mit den Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen bei uns?

Auf der gleichen Skala 1 bis 6 wurden die Hygiene- und Sicherheitsvorkehrungen abgefragt. Auch diese Werte waren durchwegs gut und lagen bei 1,41 in der Unterkunft und 1,69 außerhalb der Unterkunft. Die Werte stehen wieder für Rest-Österreich, keine Kärnten Werte verfügbar.

## 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 Wintergast 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 Wintergäste ihren Aufenthalt zuordnen, welchen Urlaubertypen sie angehören und welche Aktivitäten sie während ihrer Reise unternehmen.

### **Anreisearten**



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

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

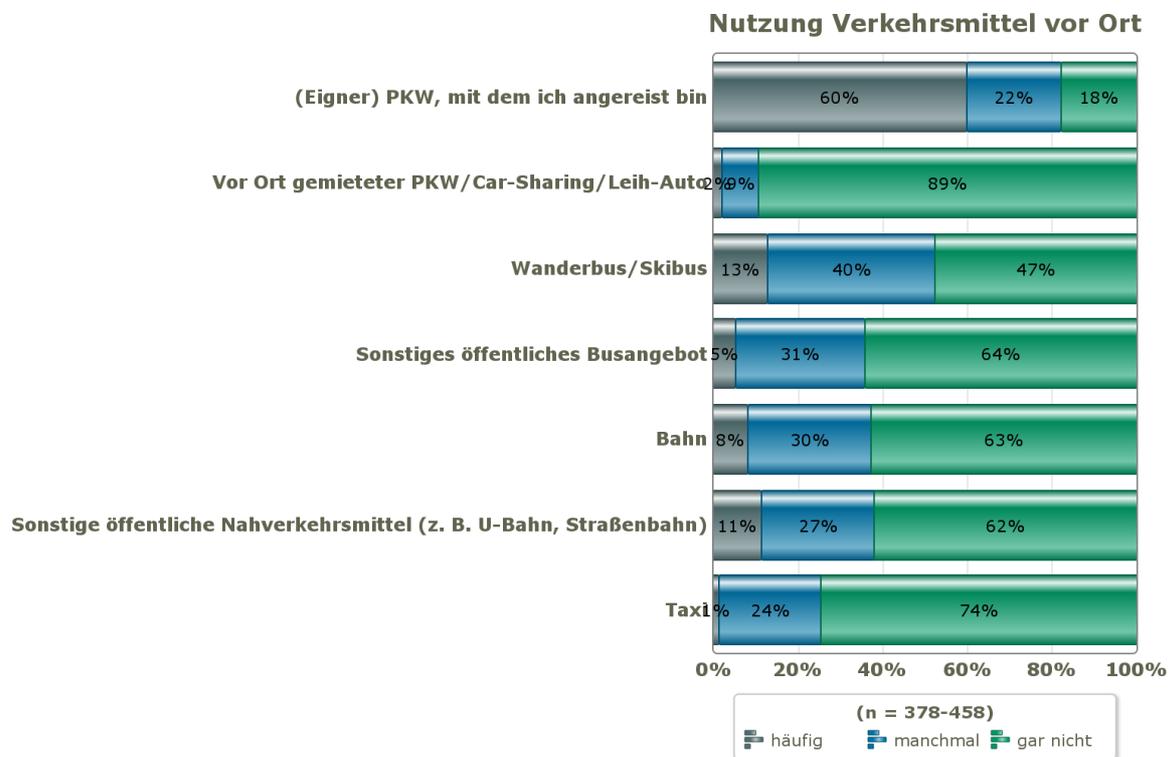
Der überwiegende Anteil, nämlich 91% der Gäste, ist mit dem Auto in den Winterurlaub gereist.

5% haben die Bahn als Anreisemittel genutzt, alle anderen Anreisearten waren verschwindend gering. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass Kärnten etwas mehr Anreisen mit dem PKW hat, dafür weniger mit dem Flugzeug.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Autoanreise nahm zu (von 86% im Winter 2018-19 auf 91% im Winter 2021-22), die Anreisen im organisierten Reisebus nahmen aufgrund der Covid-19 Nachwirkungen stark ab, alle andere Reisarten blieben in etwa gleich.

## Verkehrsmittel vor Ort

Erstmals abgefragt wurde die Nutzung der Verkehrsmittel vor Ort:



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Benchmark: (Österreich ohne Wien ) und (Österreich) ohne eigene Daten  
 Gewichtung: Gewichtete Daten

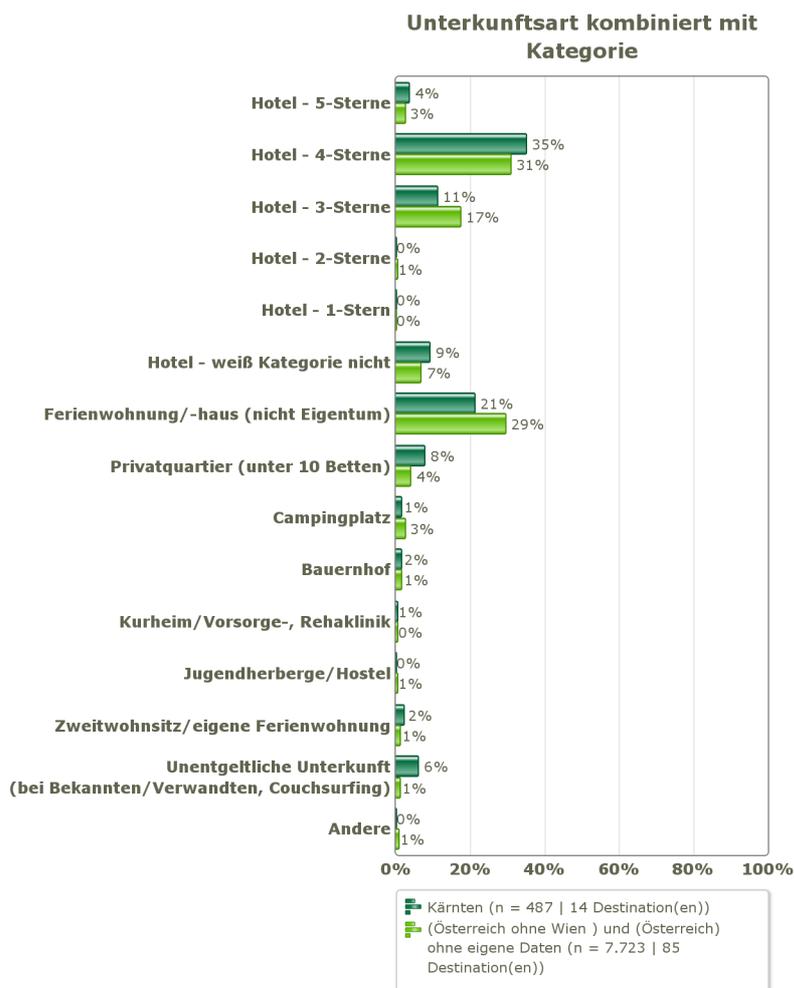
Grafik 19: Verkehrsmittel vor Ort. Frage: Wie oft nutzen Sie folgende Verkehrsmittel vor Ort zur Mobilität von A nach B (NICHT zur Anreise in den Urlaubsort)?

60% der Kärntner Wintergäste nutzen auch im Urlaub häufig ihren eigenen PKW um von einem zum anderen Ort zu kommen, 22% tun es manchmal. Nur 18% lassen den eigenen PKW im Urlaub stehen. Car-Sharing oder Leih-Autos im Urlaub haben sich (mangels Angebot?) noch nicht wirklich durchgesetzt, nur insgesamt 11% machen dies. Der Skibus wird hingegen von über der Hälfte der Gäste zumindest manchmal genutzt, das öffentliche Bus- oder Bahnangebot hingegen von nur rund einem Drittel.

Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich die stärkere Abhängigkeit der Wintergäste vom eigenen PKW in Kärnten. Sind es in Kärnten 60%, die den eigenen PKW häufig nutzen, passiert dies im

Benchmark bei nur 46%. Demzufolge wird auch das Angebot von Wander-/Skibussen in Kärnten mit 53% weniger oft genutzt, 67% machen dies in den restlichen Bundesländern (ohne Wien). Ähnlich verhält es sich mit den öffentlichen Verkehrsmitteln Bahn und Bus, diese werden von den Gästen im Benchmark öfter genutzt.

## Unterkunft



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

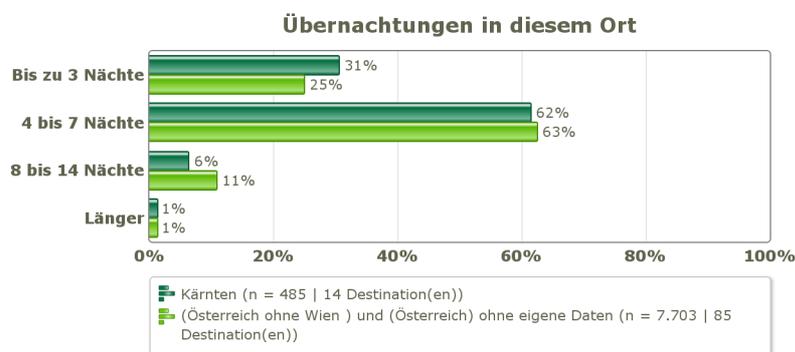
Gewichtung: Gewichtete Daten

Grafik 20: Unterkunftsart. Frage: In welcher Art von Unterkunft haben Sie hauptsächlich übernachtet?

39% der befragten Urlauber haben im Winter in einem Hotel der Kategorie 4/5\* genächtigt. 21% haben eine Ferienwohnung/-haus in Anspruch genommen, weitere 11% haben ihren Urlaub in einem 3\*-Hotel verbracht. Im Vergleich zum Benchmark haben die Kärntner Urlaubsgäste vermehrt in 4\* Hotels und in unentgeltlichen Unterkünften (z.B. bei Verwandte) geschlafen, weniger oft in der 3\* Kategorie oder in Ferienwohnungen/-häusern.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die guten Unterkunftsarten werden immer mehr nachgefragt von den Kärntner Winterurlaubern. Waren in der Wintersaison 2018-19 noch 31% in der 4/5\* Kategorie untergebracht, so sind es in der Wintersaison 2021-22 bereits 39%. Rückläufig sind hingegen die 3\* Hotelkategorie und auch die Ferienwohnungen/-häuser. Alle anderen Kategorien blieben in etwa gleich.

## Aufenthaltsdauer



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

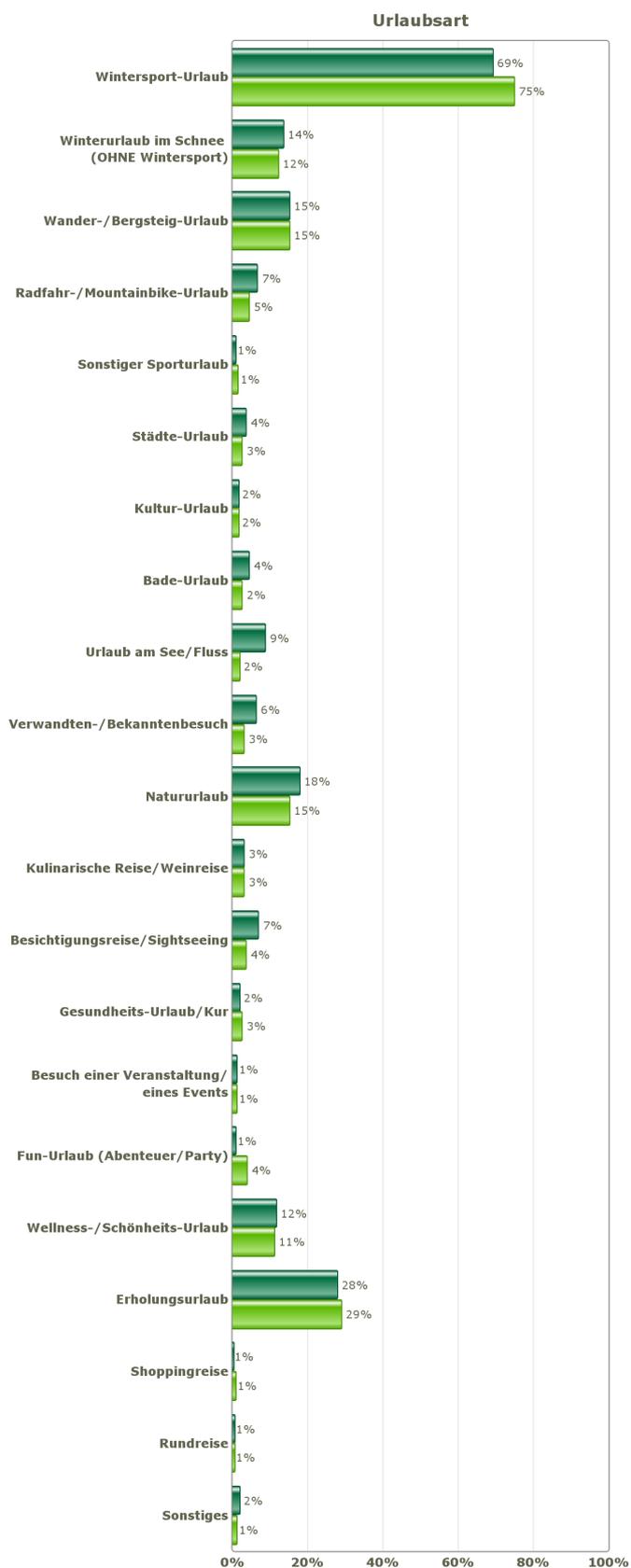
Grafik 21: Aufenthaltsdauer. Frage: Wie oft übernachten Sie während Ihrer Urlaubsreise?

Im Winter 2021-22 haben 31% der Gäste einen Kurzurlaub mit einem Aufenthalt bis zu 3 Nächten verbracht. 62% haben 4- bis 7-mal im betreffenden Ort genächtigt. Zwischen 8 und 14 Nächte hat der Aufenthalt bei 6% der Wintergäste gedauert. Länger als zwei Wochen sind im Winter nur ganz wenige Gäste da (1%). Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten mehr Kurzurlauber und weniger Langurlauber anzutreffen sind.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Kurzurlaube nahmen zu, von 26% im Winter 2018-19 auf 31% im Winter 2021-22. Im Gegenzug nahmen die klassischen 4 bis 7 Tage Urlaube etwas ab. Die durchschnittlichen Übernachtungen lagen im Winter 2021-22 in Kärnten bei 5,3 Tagen. Aufgrund der verstärkten Kurzurlaube ist dieser Wert nun etwas zurück gegangen im Vergleich zu den letzten Saisonen.

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

69% der Kärntner Wintergäste – somit die große Mehrheit – bezeichnen ihren Aufenthalt (unter anderem) als Wintersporturlaub. Bereits deutlich dahinter auf Rang zwei liegt der Erholungsurlaub (28%), gefolgt vom Natururlaub mit 18%. 15% der Befragten geben an, einen Wanderurlaub zu machen, 14% machen einen Winterurlaub im Schnee (ohne Wintersport) und 12% verbringen einen Wellness- / Schönheitsurlaub.

Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten etwas weniger Wintersport-Urlauber gegeben sind (69% vs. 75%), dafür aber mehr Natururlauber (18% vs. 15%). Alle anderen relevanten Urlaubsarten sind ähnlich oft angegeben. Von den im Winter nicht stark vertretenen Urlaubsarten sind die Verwandten- und Bekanntenbesuche in Kärnten wieder öfters angeführt, auch das Thema Urlaub am See spielt bei den Kärntner Winterurlaubern eine bedeutenderer Rolle als in Rest-Österreich.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Es sind keine gravierenden Änderungen ersichtlich. Das Thema „Winterurlaub im Schnee (ohne Wintersport)“ nimmt tendenziell zu, so wie auch die Themen Radfahrurlaub (die Winterauswertung inkludiert auch die Monate März und April), Erholungsurlaub und Wellnessurlaub.

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

### Urlaubsaktivitäten

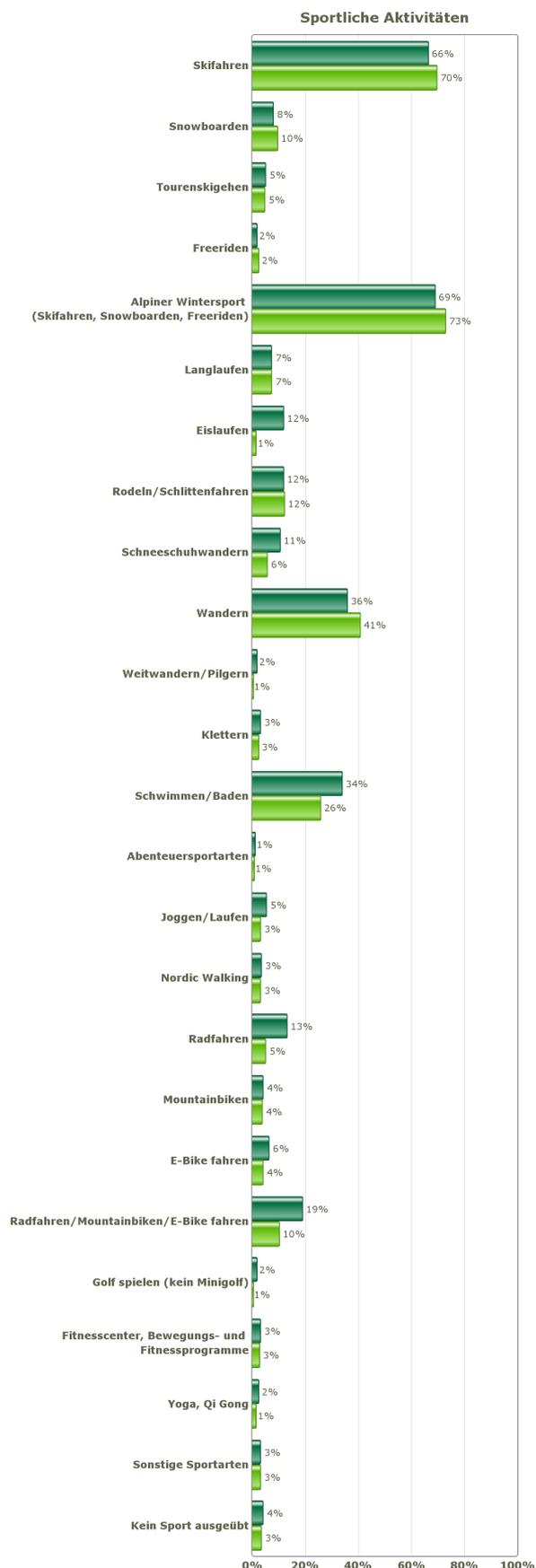
Auf die Frage: *Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)* ergeben sich folgende Top-10: (in Klammer die %Angaben von Rest-Österreich ohne Wien):

1. Alpiner Wintersport (Skifahren, Snowboarden, Freeriden), 69% (73%)
2. Skifahren, 66% (70%)
3. Spazieren gehen / Bummeln / Flanieren, 44% (39%)
4. Essen gehen (außerhalb der Unterkunft), 39% (46%)
5. Entspannen, nichts tun, 37% (32%)
6. Wandern, 36% (41%)
7. Schwimmen / Baden (in Thermen / Hallenbädern), 34% (26%)
8. Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen, 25% (28%)
9. Wellness- / Schönheitsangebote nutzen, 22 % (17%)
10. Sehenswürdigkeiten besuchen, 22% (17%)

Die beliebteste Aktivität im Winterurlaub in Kärnten ist „Alpiner Wintersport“ mit 69%. Das alpine Skifahren dominiert dabei und wurde von 66% der Gäste angegeben. Auf den Plätzen 3 bis 10 folgen eher gemütliche Aktivitäten, ausgenommen dem „Wandern“ mit 36% auf Platz sechs.

**Vergleich zur Vorsaisonen:** In den Top-10 gab es beim Essen gehen, Entspannen und Wellness- / Schönheitsangebote nutzen eine Steigerung in den letzten drei Jahren. Alle anderen Top-10 Aktivitäten blieben nahezu gleich im Verlauf der letzten drei Jahre.

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



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

Nimmt man den Überbegriff „Alpiner Wintersport“ aus, wird der sportliche Winterurlaub in Kärnten mit 66% vom Skifahren dominiert. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Wandern (Winterwandern bzw. Wandern in der Vor- und Nachsaison) mit 36% und Schwimmen / Baden mit 34%. Schon etwas weniger oft werden die Sportarten Radfahren mit 19% (hier sind alle Arten von Radfahren inkludiert), Eislaufen (12%), Rodeln/Schlittenfahren (12%), Schneeschuhwandern (11%), Snowboarden (8%) und Langlaufen (7%) genannt. Alle anderen Sportarten (z.B. Tourenskigehen, Freeriden) werden von weniger als 5% der Wintergäste gemacht.

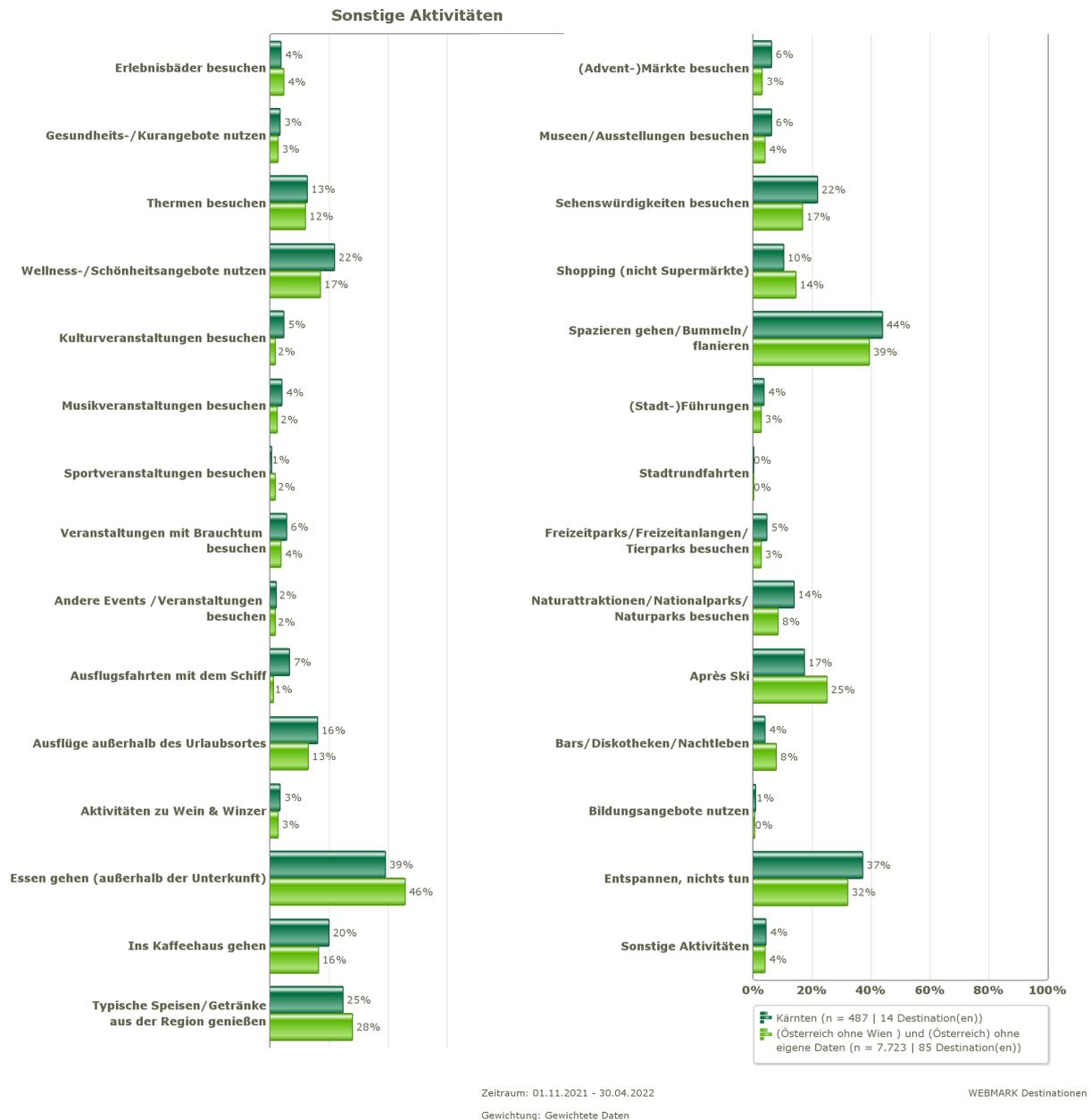
Verglichen mit dem Benchmark zeigt sich, dass in Kärnten etwas weniger oft Skigefahren wird im Winterurlaub, auch das Wandern und Snowboarden üben weniger aus. Dafür steht wesentlich öfter Eislaufen, Schneeschuhwandern, Radfahren und Schwimmen/Baden (in Thermen, Hallenbädern, Hotelpools) am Programm.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

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Markante Änderungen gab es bei der Top-Winterurlaubsaktivität „Alpines Skifahren“ in den letzten drei Jahren nicht, sie blieb auf gleichem Niveau. Leicht zulegen konnten die „sanften“ Wintersportarten Tourenskigehen, Langlaufen, Eislaufen, etwas stärker legten sogar Rodeln / Schlittenfahren und Schneeschuhwandern zu. Das Thema Radfahren legte stark zu, bedingt durch die immer milder werdenden Temperaturen in der Vor- und Nachsaison. Eine fallende Tendenz zeigte bei den Wintersportaktivitäten einzig das Snowboarden.

**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.

Neben der sportlichen Betätigung unternehmen die Wintergäste auch eine Reihe weiterer Aktivitäten. Am weitesten vorne stehen dabei Spaziergänge bzw. bummeln oder flanieren, das von 44% der Urlauber genannt wurde. 39% gehen im Urlaub ins Restaurant bzw. essen außerhalb der Unterkunft, 37% der Gäste geben an, (unter anderem) einfach zu entspannen und nichts zu tun. 25% genießen typische Speisen und Getränke aus der Region und je 21% besuchen Sehenswürdigkeiten bzw. nutzen Wellness- und Schönheitsangebote.

Nennenswert öfter werden in Kärnten Wellness- und Schönheitsangebote genutzt, werden Sehenswürdigkeiten und Naturattraktionen besucht und es wird auch mehr „Entspannt“ und Spazieren gegangen / Flaniert. Weniger oft wird außerhalb der Unterkunft gegessen, werden typische Speisen und Getränke aus der Region genossen und auch weniger oft wird beim Après Ski gefeiert. Hier die Ergebnisse im Detail:



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

**Vergleich zu Vorsaisons:** Tendenziell rückläufig sind diese sonstigen Aktivitäten: Thermen besuchen, Sportveranstaltungen besuchen, Shopping, Führungen. Tendenziell steigend über die letzten drei Jahre sind Wellness- / Schönheitsangebote nutzen, Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes unternehmen, Essen gehen außerhalb der Unterkunft, ins Kaffeehaus gehen, Entspannen / Nichts tun. Alle anderen Aktivitäten blieben ziemlich konstant.

**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 Sommerurlauber für ihren Aufenthalt ausgeben. Die Angaben beziehen sich dabei auf die Ausgaben pro Person und Tag. Folgende Ausgabenkategorien werden gesondert dargestellt:

Ausgaben pro Person und Tag	Durchschnitt Kärnten	Anteil '0'	Anzahl Gäste	Durchschnitt Benchmark	Anteil '0'	Anzahl Gäste
Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Mietauto, Taxi, Bus, Bahn)	€ 5	55%	480	€ 5	49%	7.593
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 76	8%	480	€ 85	3%	7.593
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 20	30%	480	€ 18	26%	7.593
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 21	12%	480	€ 25	9%	7.593
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	27%	480	€ 14	22%	7.593
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 27	24%	480	€ 29	19%	7.593
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 9	42%	480	€ 8	53%	7.593
Sonstige Ausgaben	€ 8	51%	480	€ 9	50%	7.593
<b>Gesamter Urlaub ohne Anreise</b>	<b>€ 177</b>	<b>0%</b>	<b>480</b>	<b>€ 192</b>	<b>0%</b>	<b>7.593</b>

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

Im Winterurlaub 2021-22 geben die Gäste in Kärnten vor Ort durchschnittlich 177,- Euro pro Person und Tag aus. Der größte Anteil davon entfällt mit 96,- Euro auf die Unterkunft (Übernachtung plus sonstige Ausgaben in der Unterkunft). Es ist ersichtlich, dass die Gesamtausgaben in Kärnten höher geringer sind als in Rest-Österreich. Hauptverantwortlich dafür sind die niedrigeren Unterkunftsausgaben.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Gesamtausgaben ohne Anreise erreichten im Winter 2021-22 mit 177,- Euro einen Höchstwert. Sie betragen im Jahr 2018-19 noch 155,- Euro. Hauptverantwortlich für diese Steigerung waren die jährlich höheren Ausgaben für die gebuchten Unterkünfte. Sie stiegen von 62,- Euro im Jahr 2018-19 auf 76,- Euro im Winter 2021-22. Auch die Ausgaben für Seilbahnen stiegen im diesen Zeitraum von 21,- Euro auf 27,- Euro. Alle anderen Kategorien blieben annähernd gleich bzw. stiegen nur leicht.

Verglichen mit dem Sommer sind die Winterausgaben pro Tag um € 24,- höher. Hauptverantwortlich dafür sind die etwas höheren Unterkunftspreise und vor allem die Ausgaben für Seilbahntickets.

## 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 Winterurlaubern 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	+/-
<b>Gesamter (bisheriger) Aufenthalt</b>	<b>1,59</b>	<b>1,53</b>	0,06
Landschaft und Natur	1,36	1,41	-0,05
Sicherheit	1,41	1,51	-0,11
Wintersportangebot	1,43	1,49	-0,06
Sauberkeit	1,45	1,50	-0,05
Skigebiet	1,48	1,49	-0,01
Gastfreundschaft	1,50	1,54	-0,04
Anreise	1,54	1,68	-0,14
Beschilderung vor Ort	1,57	1,62	-0,05
Service im Hotel/Unterkunft	1,59	1,58	0,01
Wanderwege	1,61	1,75	-0,14
Hotel/Unterkunft	1,61	1,63	-0,02
Wetter	1,67	1,91	-0,24
Service in der Gastronomie	1,69	1,79	-0,09
Atmosphäre/Flair	1,72	1,75	-0,03
Angebot typische Speisen / Getränke der Region	1,72	1,82	-0,09
Verleih von Sportgeräten	1,76	1,74	0,02
Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	1,78	1,83	-0,04
Wellness-/Schönheitsangebote	1,80	1,87	-0,07
Seilbahnen & Lifte	1,85	1,75	0,10
Naturattraktionen	[1,86]	1,62	0,24
Tourismusinformation vor Ort	1,87	1,83	0,03
Vielfalt des touristischen Angebots	1,91	1,98	-0,07
Öffentlicher WLAN-Zugang	1,92	2,04	-0,12
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,92	1,94	-0,02
Informationen Angebote / Veranstaltungen vor Ort	1,93	1,93	-0,00
Wintersportangebot abseits der Piste	1,94	2,10	-0,16
Gastronomisches Angebot	1,96	1,93	0,03
Öffnungszeiten Gastronomie	1,96	2,02	-0,06
(Advent-)Märkte	[2,00]	2,06	-0,06
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	2,02	2,14	-0,11
Thermen/Erlebnisbäder	[2,03]	1,82	0,21
Strandbäder/Bademöglichkeiten	2,06	2,09	-0,03
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	2,08	2,16	-0,08
Angebot und Betreuung für Kinder	[2,08]	2,09	-0,01
Öffnungszeiten Geschäfte	2,14	2,11	0,03
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,15	2,29	-0,14
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	2,17	1,86	0,30

Öffnungszeiten der Attraktionen	2,19	2,15	0,04
Après Ski	2,20	2,32	-0,12
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,29	2,31	-0,02
Veranstaltungsangebot	[2,32]	2,28	0,03
Schlechtwetterangebot	2,36	2,49	-0,14
Kunst- und Kulturangebot	2,38	2,47	-0,10
Einkaufsmöglichkeiten	2,42	2,35	0,08
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,48	2,41	0,06
<b>Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022</b>			

Benchmark: Österreich ohne Wien

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

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

Grundsätzlich zeigt sich, dass die Winterurlauber durchgehend sehr zufrieden mit ihrem Aufenthalt in Kärnten sind. Mit 1,59 wurde der Gesamteindruck als sehr gut bewertet!

Ganz oben auf der Zufriedenheitsskala sind die Themen zu finden, die auch am entscheidungsrelevantesten für den Gast im Winter sind: am meisten begeistern die Landschaft und Natur (1,36), die Sicherheit (1,41), das Wintersportangebot (1,43), die Sauberkeit (1,45), das Skigebiet an sich (1,48) und die Gastfreundschaft (1,50) die Kärnten-Urlauber.

Bei der Zufriedenheit auf den hintersten Plätzen (Werte ab 2,20) finden sich das Après Ski Angebot, das Preis-Leistungs-Verhältnis der Attraktionen, das allgemeine Veranstaltungsangebot, das Schlechtwetterangebot, das Kunst- und Kulturangebot, die Einkaufsmöglichkeiten und die Flaniermeilen/Fußgängerzonen.

Im Vergleich zum Benchmark schneidet Kärnten bei folgenden Attributen besser ab (in der o.a. Tabellenspalte +/- in Rot dargestellt, Werte über -0,10): Wetter, Wintersportangebot abseits der Piste, (Winter-)Wanderwege, Anreise, Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie, Schlechtwetterangebot, Après Ski, Öffentlicher WLAN-Zugang, Sehenswürdigkeiten/Attraktionen, Sicherheit, Kunst- und Kulturangebot.

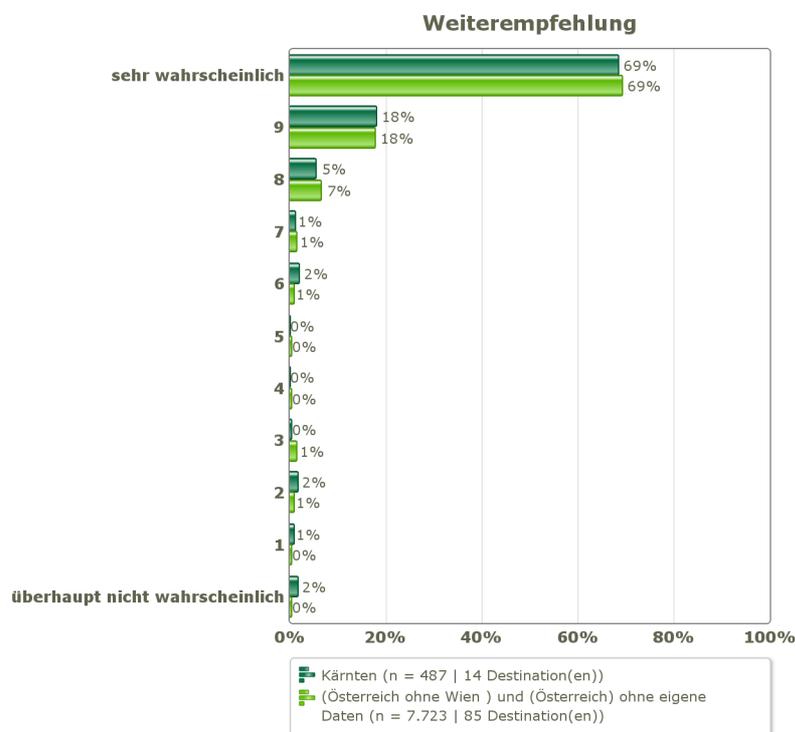
Bei folgenden Attributen wird der Benchmark (Rest-Österreich ohne Wien) besser bewertet als Kärnten (Werte über 0,10): Seilbahnen & Lifte, Thermen/Erlebnisbäder, Naturattraktionen, Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort. Diese Attribute fallen also im Vergleich zum Benchmark besonders ab.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Bei fast allen Attributen gab es Verbesserungen zur letzten aussagekräftigen Umfrage im Winter 2018-19. Bei folgenden Angaben gab es sogar wesentliche Verbesserungen (mehr als 0,1): Landschaft und Natur, Wetter, Atmosphäre/Flair, Ortsbild/Stadtbild/Architektur, Gastfreundschaft, Öffentlicher WLAN-Zugang, Tourismusinfo vor Ort, Anreise, Beschilderung vor Ort, Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort, Gastronomisches Angebot, Angebot an typischen Speisen / Getränken aus der Region, Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie, Service in der Gastronomie, Hotel / Unterkunft, Service im Hotel / Unterkunft, Preis-Leistungsverhältnis der Unterkunft, Seilbahnen und Lifte, Skigebiet, Wintersportangebot, Verleih von Sportgeräten, (Winter-)Wanderwegen, Gästekarte, Einkaufsmöglichkeiten, Öffnungszeiten der Geschäfte, Après

Ski, Schlechtwetterangebot, Kunst- und Kulturangebot, Öffnungszeiten der Attraktionen, Preis-Leistungsverhältnis der Attraktionen, Sehenswürdigkeiten / Attraktionen.

Bei keinem repräsentativen Attribut es eine Verschlechterung zur Befragung 2018-19. Einzig die Thermen/Erlebnisbäder und das Veranstaltungsangebot wurden schlechter bewertet, jedoch bei einer geringen Fallzahl an Befragten.

Wie bereits eingangs dieses Kapitels erwähnt, wurde der gesamte, bisherige Aufenthalt etwas besser bewertet als in den Vorsaisonen und auch generell ist zu sehen, dass sich die allermeisten Bereiche in den vergangenen drei Jahren verbessert haben.



Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Gewichtung: Gewichtete Daten

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

Die Zufriedenheit mit dem Urlaub spiegelt sich auch in der Weiterempfehlungsabsicht der Wintergäste wider: insgesamt 69% der Urlauber werden ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen einen Aufenthalt in der betreffenden Kärntner Region sehr wahrscheinlich weiterempfehlen. Im Vergleich zum Benchmark zeigt sich nur eine minimal geringere Weiterempfehlungsabsicht. Das zeigt auch der Net Promoter Score (NPS). Dieser liegt für Kärnten bei 80, in Rest-Österreich ohne Wien bei 82.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Die Weiterempfehlungsabsicht steigerte sich in den letzten drei Jahren kontinuierlich von 62% sehr wahrscheinlich im Winter 2018-19 auf eben 69% in diesem Jahr. Der Net Promoter Score stieg ebenfalls, von 68 im Winter 2018-19 auf 80.

---

**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 2021 liegt bei 83 und somit auf sehr hohem Niveau.

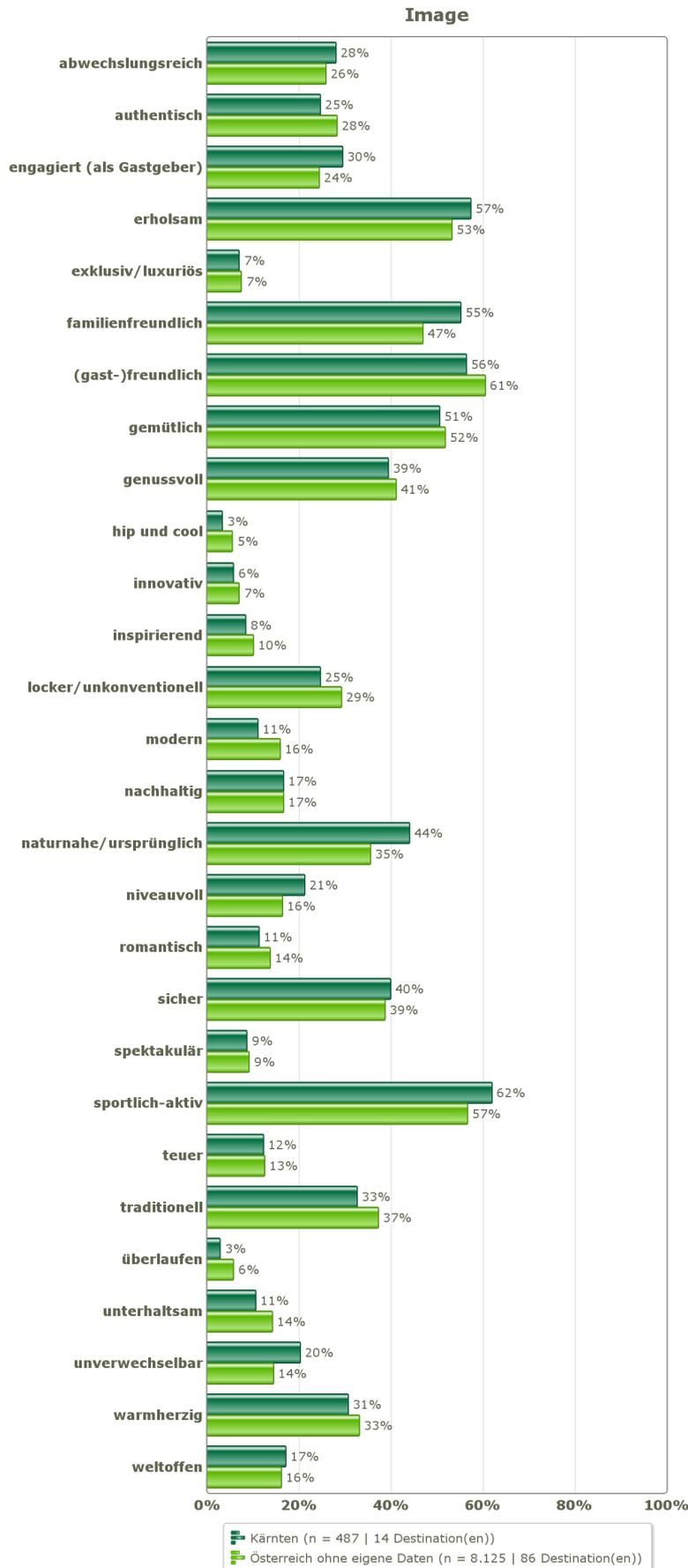
### Image

Die Frage nach dem Image, also welche Eigenschaften die Urlauber mit der betreffenden Region verbinden, zeigt die unten abgebildeten Grafik. Am öftesten genannt wurden folgende Eigenschaften: 62% der befragten Wintergäste bezeichnen Kärnten als sportlich-aktiv, 57% als erholsam, 56% als gastfreundlich, 55% als familienfreundlich und 51% als gemütlich. Eher selten wahrgenommen wird Kärnten im Winter als überlaufen, hip und cool, innovativ, exklusiv/luxuriös und inspirierend.

Im Vergleich zu Rest-Österreich ohne Wien wird Kärnten stärker mit den Prädikaten erholsam, familienfreundlich, naturnahe/ursprünglich, niveauvoll, sportlich-aktiv und unverwechselbar in Verbindung gebracht. Weniger stark hingegen mit gastfreundlich, locker/unkonventionell, traditionell, unterhaltsam.

**Vergleich zu Vorsaisonen:** Folgende Imagewerte nahmen im Laufe der letzten drei Jahre tendenziell zu (um mehr als 3% zu 2018-19): abwechslungsreich, engagiert als Gastgeber, genussvoll, teuer, traditionell, unverwechselbar, weltoffen. Abgenommen hat im gleichen Ausmaß (auch über 3% als zu 2018-19) nur der Imagewert unterhaltsam.

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



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

---

## **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 November 2021 und April 2022 gesammelten Interviews beläuft sich Österreichweit auf 8.647, in Kärnten waren es 493 Interviews. Ein Vergleich mit den Befragungsergebnissen aus der Vorsaison ist mit dieser Befragung möglich. Seit der Erhebungssaison 2013/14 wurde die Befragungsmethodik ja grundlegend verändert und auch im Fragebogen wurden inhaltliche Anpassungen vorgenommen, weshalb ein direkter Vergleich mit Befragungsergebnissen aus der Erhebungssaison 2013/14 und früher methodisch nicht einwandfrei ist. Ab dem Befragungsjahr 2017/18 sind jedoch Vergleiche möglich!

---

## **Ausblick**

Die Gästebefragung T-MONA ist in ihrer Form einmalig und liefert seit Jahren umfangreiches Datenmaterial zu Urlaubern in allen österreichischen Bundesländern. Der vorliegende Bericht stellt einen grundlegenden Überblick zum Winterurlauber 2021-22 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](mailto:info@kaernten.at)  
[www.touris.kaernten.at](http://www.touris.kaernten.at)