



nice surprise



MARKETINGPLANUNG AB 2019
PRODUKT-/MARKTSTRATEGIE
LESACHTAL



Erstellt von NLW Tourismus Marketing GmbH, 2019

Saisonzeiten Sommer von Mai bis Oktober. Saisonzeiten Winter von November bis April. Jahresangaben beziehen sich auf die Monatssumme von November (des Vorjahres) bis Oktober des betreffenden Jahres.

Quellen:

- 1) „Märkte und Marktstrategien. Handbuch 2017“, Österreich Werbung, 2017.
- 2) Nächtigungsstatistik Manova

NLW Tourismus Marketing GmbH

Die NLW Tourismus Marketing GmbH versteht sich als Marketing-Dienstleister für die Erlebnisräume **Nassfeld-Pressegger See** (Gailtal & Gitschtal), **Lesachtal** und **Weissen-see**. Das Nassfeld als „TOP-10 Skigebiet“ Österreichs, länderübergreifende Berg-Seeangebote in Österreich & Italien, die weltweit erste „Slow Food Travel“-Destination sowie die naturnahen Erlebnisräume Lesachtal & Weissensee werden von der NLW Tourismus Marketing GmbH vermarktet.

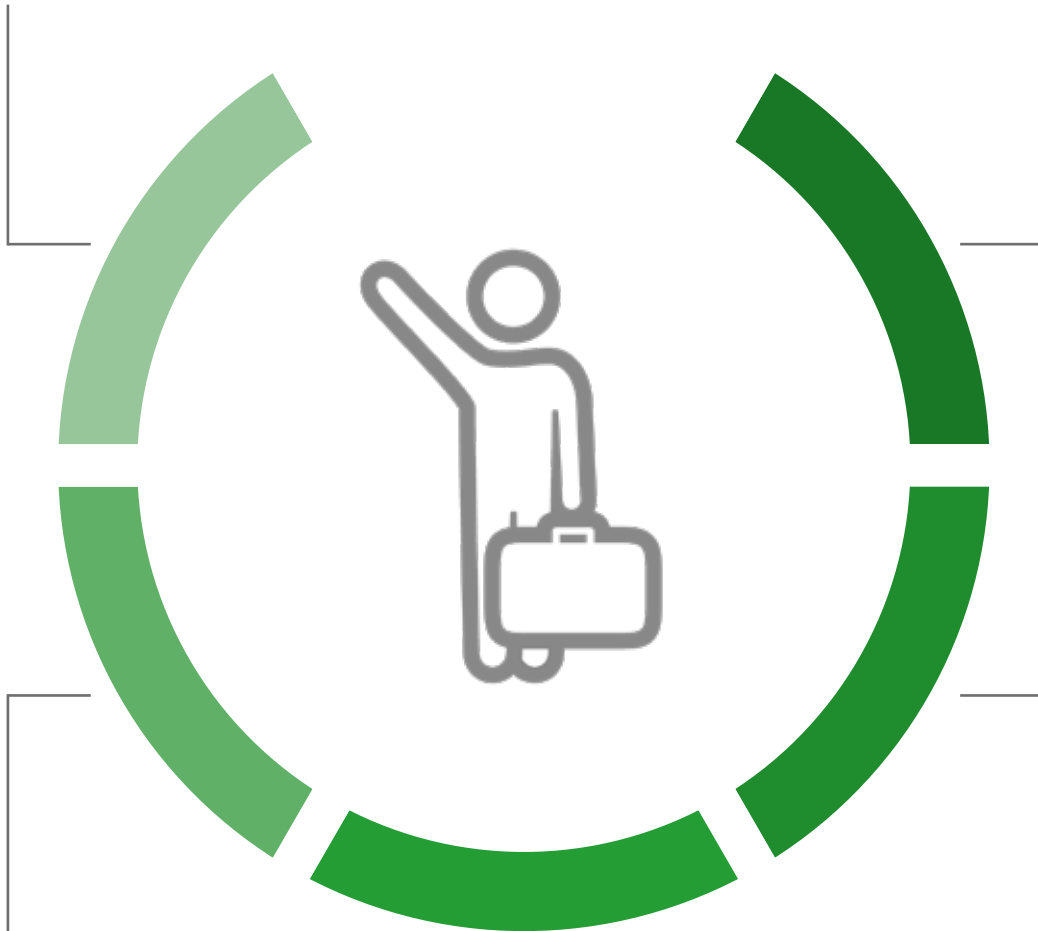
Zu den zentralen Aufgaben gehören erlebnisraumübergreifende Produktentwicklung und Qualitätsmanagement ebenso wie gemeinsame Marketingaktivitäten aller drei Erlebnisräume (subsumiert unter der Marke Kärnten) sowie je nach Markt und Zielgruppe sowie Budgetmöglichkeiten, die Umsetzung zusätzlicher Marketingmaßnahmen für die Erlebnisräume bzw. die touristischen Marken im Einzelnen.

Im Zeitalter der **digitalen Transformation** nehmen wir die neuen Herausforderungen an und fungieren als **digitale Informationsdrehscheibe** für unsere Partner wie Beherbergungsunternehmen, Seilbahnen und Freizeitdienstleister.

Die 5 Phasen der Customer Journey

PHASE 5
Reflexion

PHASE 1
Inspiration



PHASE 4
Erlebnis

PHASE 2
Infosuche

PHASE 3
Buchung

Differenzierung der Kommunikationsinhalte

PHASE 1
Inspiration

WIR WOLLEN DORT SEIN, WO DER
GAST **INSPIRIERT** WERDEN MÖCHTE

PHASE 2
Infosuche

WIR WOLLEN DORT SEIN, WO DER
GAST **INFORMATIONEN** SUCHT

PHASE 3
Buchung

WIR WOLLEN DORT SEIN, WO DER
GAST SEINEN **URLAUB** BUCHT

PHASE 3
Erlebnis

WIR WOLLEN DIE REGION SEIN, IN DER
DER GAST SEINEN **URLAUB** VERBRINGT

PHASE 5
Reflexion

WIR WOLLEN KUNDEN BINDEN UND SIE
ANIMIEREN, UNS ZU **EMPFEHLEN**



WESTEUROPA



Österreich

Bedeutung für Österreich

- Die inländische Nächtigungsentwicklung ist eine Erfolgsgeschichte mit nunmehr 38 Mio. Nächtigungen und einem Plus seit 1990 von fast 10 Mio. bzw. 26%.
- Österreicher verbringen sowohl im Sommer als auch im Winter den Urlaub in anderen österreichischen Regionen.
- Die Top-Bundesländer sind die Steiermark (20%), das Salzburger Land (17%), Kärnten (13%) und Niederösterreich (12%).

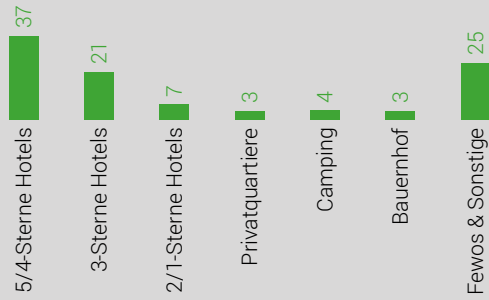
Der österreichische Gast

- Hauptreisezeit im Inland sind Juli, August, Februar, März und Dezember.
- Die **Burgenländer** zieht es primär in die Steiermark und ins Salzburgerland. Die **Kärntner** nächtigen häufig im eigenen Land. Der **Niederösterreicher** nächtigt im Sommer häufig im eigenen Land, in der Stmk oder in Kärnten, im Winter primär im Salzburger Land. Der **Oberösterreicher** nächtigt vor allem im eigenen Land, in der Stmk, Kärnten und gerade im Winter häufig im Salzburger Land. Die **Salzburger** bevorzugen im Winter ihr eigenes Bundesland, im Sommer dagegen auch Kärnten und die Stmk. Der **Steirer** bleibt gerne im eigenen Land oder (im Sommer) im benachbarten Kärnten. Die **Tiroler** bevorzugen Sommer wie Winter ihr eigenes Bundesland, daneben aber auch das Salzburger Land, Kärnten und Wien.
- Die **Vorarlberger** bleiben gerne im eigenen Land oder beim Nachbarn Tirol. Den **Wiener** zieht es im Sommer in die Stmk, nach NÖ oder nach Kärnten. Im Winter primär in das Salzburger Land. Alternativ auch in die Stmk, NÖ und Tirol.
- Für den Inlandsgast stehen im Sommer und im Winter der Erholungsurlaub im Vordergrund. Es werden weniger sportliche Aktivitäten durchgeführt. Überproportional wichtig (im Gegensatz zum Auslandsgast) sind Erholungsurlaub, Wellnessurlaub, Gesundheitsurlaub, Verwandten-/Bekanntensuch und der Badeurlaub / Urlaub am See.
- Die beliebtesten Auslandsdestination sind Italien, Deutschland und Kroatien.

Tourismusdaten Lesachtal

UNTERKUNFTSWAHL

Österreich-Durchschnitt in %



ANKÜNFTE

UND ENTWICKLUNG

2018
2017
2016



NÄCHTIGUNGEN

UND ENTWICKLUNG

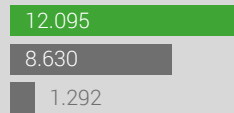
2018
2017
2016



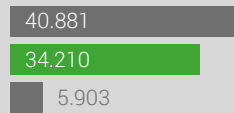
NATIONEN

RANKING NÄ

1. AT
2. DE
3. IT



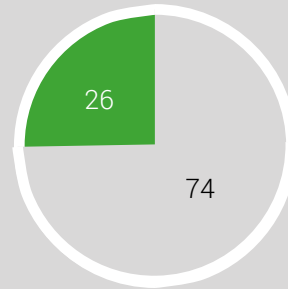
1. DE
2. AT
3. IT



VERTEILUNG NÄ NACH SAISON

in %

2018/19

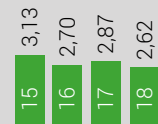
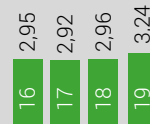


2018



AUFENTHALTSDAUER

Durchschnitt



Deutschland

Bedeutung für Österreich

- Deutschland ist wichtigster Herkunftsmarkt. Österreich liegt auf Platz 5 bei langen Reisen (5+ Tage) nach Deutschland, Spanien, Italien, Türkei und auf Platz 2 bei Kurzreisen
- Österreich steht für schöne Landschaft, gute Wander- und Wintersportmöglichkeiten, regionale Küche, Gastfreundschaft, Sicherheit, politische Lage.
- Anreise - Zug: tgl. 34 direkte Zugverbindungen. Fluganbindung mit: Austrian Airlines, easyJet, Eurowings, Lufthansa, Fly Germania, Peoples Viennaline; Bus: FlixBus, Hellö, Postbus, Eurolines Germany.
- Die Ferien- und Feiertage sind in allen deutschen Bundesländern unterschiedlich. Eine Übersicht ist abrufbar unter www.schulferien.org

Der deutsche Gast

- Durchschnittsalter 44,9 Jahre. 61% haben (mind.) Matura absolviert, meist Angestellte (37%) sowie leitende Angestellte/Selbstständige (28%). 56% verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als € 3.000,-
- 2016 waren die stärksten Herkunftsbundesländer nach Nächtigungen Bayern, gefolgt von NRW und Mitteldeutschland (Hessen, Saarland, Rheinland-Pfalz).
- Hauptinformationsquellen: Internet, Freunde, Bekannte. 59% buchen direkt bei der Unterkunft, 18% im Internet und 8% im Reisebüro. 11% benötigen keine Information.
- 48% der Deutschen entscheiden sich 1-4 Monate, 14% 4-6 Monate vor Reiseantritt für eine Destination. Gründe: Wintersportangebot, Berge, Attraktivität des Skigebietes, Landschaft und Natur, Angebot an Wanderwegen, Schneesicherheit, Ruhe, Gastfreundschaft, gute Erfahrungen, Qualität der Unterkunft.
- Drei von vier Deutschen (76%) reisen mit dem PKW nach Österreich, gefolgt von Bus (14%) und Bahn (7%). Bei Kurzreisen liegen Bahn und Flugzeug gleichauf (13%).
- Es wird hauptsächlich mit Ehemann/-frau, Partner, den Kindern sowie mit Freunden und Bekannten verreist.
- Im Vergleich zu allen Reisen der Deutschen waren die Österreich-Reisen (5+ Tage) deutlich öfter Aktivreisen und Natururlaube. Weniger oft waren sie Ausruhurlaube, Badeurlaube, Sightseeing-Urlaube, Fun-/Partyurlaube, Rundreisen und Besuchsreisen. Die Österreich-Kurzreisen (2-4 Tage) waren vor allem Aktivurlaube (31%) und Städtereisen (30%). Die Aktivurlaube (inkl. Wintersporturlaub) lagen damit deutlich über dem deutschen Schnitt (31% vs. 9%).

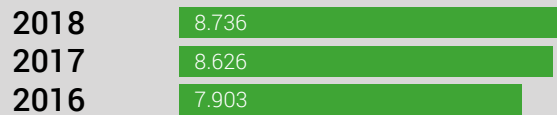
Tourismusdaten Lesachtal

DOS & DON'TS BEIM DEUTSCHEN GAST

- 👍 Deutsche sind weltoffen, reiseerfahren, multioptional und vertraut mit Österreich.
- 👍 Sie legen Wert auf Professionalität, Individualität, Gastgeberqualitäten, Inclusivecards.
- 👍 Deutsche sind preissensibel - Leistungen klar und direkt kommunizieren.
- 👎 Künstliche Geschichten ohne Substanz und standardisierte Angebote schrecken ab.



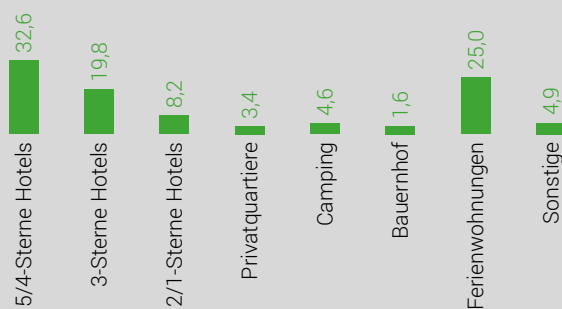
ANKÜNFTE UND ENTWICKLUNG



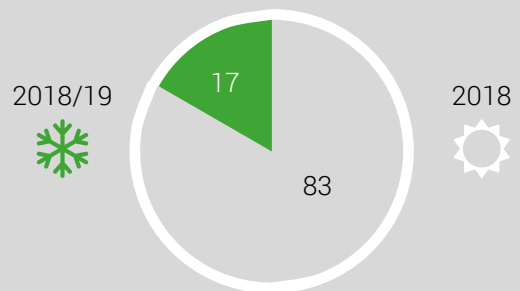
NÄCHTIGUNGEN UND ENTWICKLUNG



UNTERKUNFTSWAHL Österreich-Durchschnitt in %



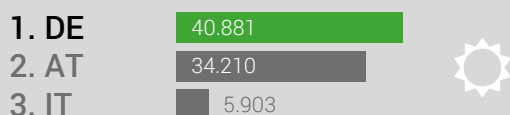
VERTEILUNG NÄ NACH SAISON in %



AUFENTHALTSDAUER Durchschnitt



NATIONEN RANKING NÄ



Italien

Bedeutung für Österreich





- Ranking 5. Platz mit rund 2,9 Mio. Nächtigungen pro Jahr hinter Deutschland, Niederlanden, Schweiz und Großbritannien. Marktanteil 3%.
- Geschätzte Attribute sind nah, grün, sicher, geordnet, harmonisch, geschichtsträchtig und kultiviert. Seit 2015 stieg die Österreich-Affinität bei Auslandsreisenden von 34% auf 45% an.
- Ausgezeichnete Straßenverbindungen, tägliche Zugverbindungen mit Trenitalia/ÖBB, Direktflüge mit Austrian, Volotea, Alitalia, easyJet, Vueling, Ryanair und Eurowings aus den wichtigsten Städten Italiens garantieren eine bequeme, sichere und nachhaltige Anreise.

Der italienische Gast

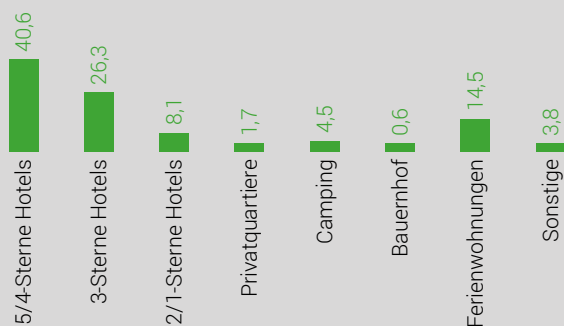
- 55% der Gäste sind zwischen 30 und 49 Jahre alt. 76% der Österreich-Urlauber haben einen höheren Bildungsabschluss. 34% der Gäste sind selbstständig oder in leitenden Funktionen tätig. Der Stammgästeanteil liegt bei 38%, der Anteil an Intervallgästen beträgt 38%.
- Nachfragestärkste Regionen: Friaul-Julisch-Venetien, Venetien, Piemont, Lombardei, Trentino-Südtirol, Emilia Romagna, Toskana, Latium.
- Wichtigste Informationsquellen: Internet, persönliche Empfehlungen, Reisebüro (verliert an Bedeutung), Buchung selbst erfolgt vermehrt via Buchungsplattformen oder direkt bei Unerkunft.
- Reiseentscheidung erfolgt 2-4 Monate vor Abreise, Trend zu kurzfristigeren Buchungen geht leicht zurück.
- Über 70% aller italienischen Gäste reisen mit eigenem PKW nach Österreich. Rest verteilt sich auf Bahn- und Flugreisen sowie Wohnwagen/-mobil.
- Mehrheit der italienischen Gäste (über 90%) sind Individualtouristen, die als Paare (40%) oder mit der Familie/im Familienverbund (34%) nach Österreich kommen.
- Neues entdecken, Kulinarik, Österreich-affine Gäste bevorzugen vor allem Städte- und Rundreisen, Erholungsurlaub in der Natur zusammen mit Familie und Freunden.

Tourismusdaten Lesachtal

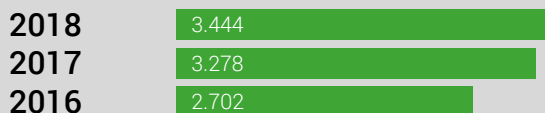
DOS & DON'TS BEIM ITALIENISCHEN GAST

- 
Persönliche Gesten, menschlicher Kontakt, Geduld bei Verspätungen und Programmänderungen werden besonders geschätzt. Mit Verständnis reagieren.
- 
Essen ist "heilig", dazu genügend (Weiß-)Brot und Wasser servieren.
- 
Je südlicher, desto später, Mittagessen zwischen 12:30 und 14:00, Abendessen zwischen 20:00 und 21:00. Flexible Essenzeiten wichtig.
- 
Italiener schlafen gerne in dunklen Zimmern und schlagen die Bettdecke unter den Füßen ein. Federbetten sind oft ein Problem. Bieten Sie zusätzliche Decken an.

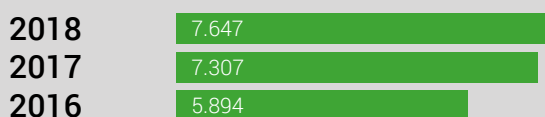
UNTERKUNFTSWAHL Österreich-Durchschnitt in %



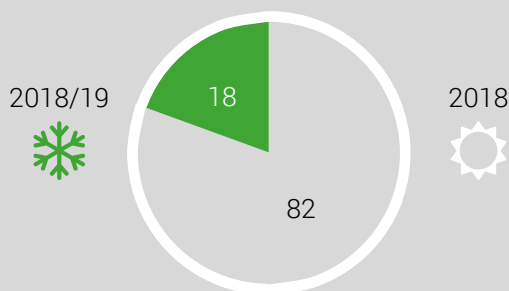
ANKÜNFTE UND ENTWICKLUNG



NÄCHTIGUNGEN UND ENTWICKLUNG



VERTEILUNG NÄ NACH SAISON in %



AUFENTHALTSDAUER Durchschnitt



Niederlande

Bedeutung für Österreich

- Für Niederländer das fünftwichtigste Reiseziel. Österreich mit 55% Marktführer im Segment Wintersport.
- Zweitwichtigster Herkunftsmarkt für Österreich.
- Hohe Sympathiewerte: Österreich gilt als familienfreundlich, gastfreundlich, gemütlich und traditionell.
- Gute PKW-Anreisemöglichkeit. Mehrmals am Tag mit Austrian Airlines, KLM, Transavia und easyJet ab AMS und RTM. Schlechte Zugverbindung, im Winter Sonderzüge (Skigebiete). Keine Nachtzüge mit Schlafwagen mehr.

Der niederländische Gast

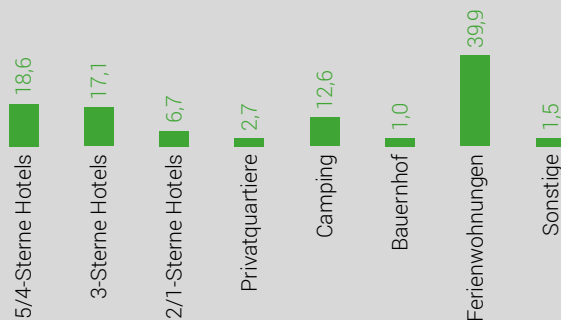
- Durchschnittsalter ist 45,3 Jahre. Meist Hochschul-/Universitätsbildung (45%). Vor allem leitende Angestellte und Selbstständige.
- Die wichtigste Herkunftsregion ist der Ballungsraum Randstad (urbane Gebiete von und um Amsterdam, Den Haag, Rotterdam, Utrecht) mit ungefähr 8 Mio. Einwohnern.
- Internet/E-Mail ist sowohl bei Informationssuche als auch bei der Buchung das meistgenutzte Medium. Gebucht wird meist direkt bei der Unterkunft, über Reiseportale/Buchungsplattformen.
- Der Niederländer befindet sich das ganze Jahr über in der Entscheidungs- bzw. Planungsphase. Gründe für Österreich sind die Natur, die Berge-Seen-Landschaft, die sympathische Lebensart und Gastlichkeit, im Winter das moderne und familiäre Wintersport(erlebnis)-Angebot.
- Anreise: 80% Selbstfahrermarkt.
- Paare und Familien mit Kindern führen mit je 30% das Ranking der Reisebegleitung an. Urlaub mit Freunden oder im größeren Familienverbund/Mehrgenerationenurlaub nehmen an Bedeutung zu.
- Berg- und Seenerlebnisurlaub; Aktivurlaub (Wandern und Radfahren) und Wintersporturlaub sind die wichtigsten und noch wachsenden Urlaubsarten. Die zentralen Urlaubsmotive: Entspannung, Natur erleben/entdecken, Zeit füreinander haben.

Tourismusdaten Lesachtal

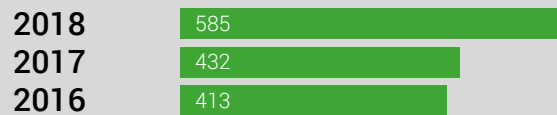
DOS & DON'TS BEIM NIEDERLÄNDISCH. GAST

- 👍 **Niederländer sind reiseerfahren, multioptional und vertraut mit Österreich.**
- 👍 **Sie sind offene und direkte Menschen, die gerne „Insider-Stories“ und Geheimtipps erfahren.**
- 👍 **Lieben Ermäßigungen & Gratisleistungen und sind bereit, für gewisse Extras oder vermehrten Komfort mehr zu bezahlen.**
- 👍 **Viele sprechen Englisch oder Deutsch - Ansprache im Marketing in Landessprache.**
- 👍 **Freier WLAN-Zugang und bargeldlose Bezahlung.**
- 👎 **Generell gilt: Keine Zusatzleistungen verrechnen, die nicht im Vorfeld fixiert wurden.**
- 👎 **Keine Übertreibungen/Superlative in Marketingtexten.**

UNTERKUNFTSWAHL Österreich-Durchschnitt in %



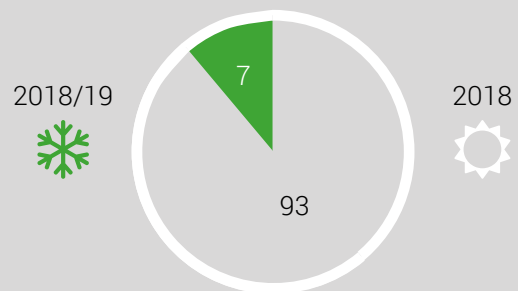
ANKÜNFTE UND ENTWICKLUNG



NÄCHTIGUNGEN UND ENTWICKLUNG



VERTEILUNG NÄ NACH SAISON in %



AUFENTHALTSDAUER Durchschnitt



Schweiz

Bedeutung für Österreich






- Bei Ankünften und Nächtigungen ist die Schweiz das dritt wichtigste ausländische Herkunftsland. Für Schweizer ist Österreich das fünftbeliebteste Urlaubsland.
- Schweizer schätzen Österreich als sympathisches, gemütliches und gastfreundliches Nachbarland. Pluspunkte sind auch: gutes Essen/Trinken, schöne Landschaft, sehenswerte Städte, qualitativ hochwertige Unterkünfte.
- Ca. 150 Direktflüge/Woche ab Zürich, Bern, Basel, Genf und Altenrhein. Direkte Tages- und Nacht-Zugverbindungen ab Zürich nach Wien und Graz.
- Unterschiedliche Ferienzeiten der Kantone. I. d. R. 5 Wochen Sommer, je 2 Wochen Sport-/Frühlings-/Herbst-/Weihnachtsferien.

Der schweizer Gast

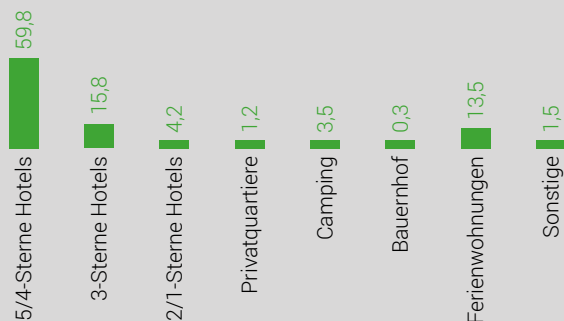
- 63% der Schweizer Gäste sind zwischen 40 und 69 Jahre alt. Sie verfügen über ein vergleichsweise hohes Einkommen.
- 95% der Österreich-Urlauber sind Deutschschweizer. Die stärksten Kantone sind Zürich (27%), Bern (19%) und St. Gallen (10%).
- Informationsquellen: 57% Internet, 21% Bekannte/Verwandte, 13% Prospekte. Gebucht wird zu 55% direkt bei der Unterkunft, zu 24% auf Internet-Reiseportalen/Buchungsplattformen.
- Entscheidung für den Urlaubsort: Ein Drittel innerhalb von 4 Wochen vor Reiseantritt, 28% länger als 4 Monate im Voraus. Im Sommer sind Landschaft/Natur, Berge und Gastfreundschaft, im Winter Berge, Wintersportangebote und Attraktivität des Skigebiets entscheidend.
- Anreise: 78% Auto, 9% Flugzeug, 7% Bahn und 5% Bus.
- Schweizer reisen bevorzugt als Paar (42%), als Familie bzw. im Familienverbund (30%) oder mit Freunden (14%).
- Der aktiven Bewegung in der Natur gehen die meisten Schweizer nach (Wandern, Schwimmen, Skifahren, Spazierengehen), gefolgt vom Genießen regionaler Kulinarik. Ebenfalls gefragt ist der Besuch von Sehenswürdigkeiten. Die beliebtesten Urlaubsarten sind im Sommer Wanderurlaub, Erholungsurlaub und Natururlaub; im Winter Skiurlaub/Snowboardurlaub und Winterurlaub im Schnee.

Tourismusdaten Lesachtal

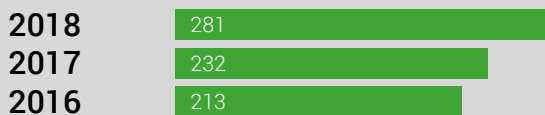
DOS & DON'TS BEIM SCHWEIZER GAST

- 
Persönlicher Kontakt ist wichtig, zeigen Sie sich als Gastgeber. Geschätzt werden individuelle Tipps und Empfehlungen.
- 
Die Qualität muss stimmen. Für einen guten Preis wird ein perfektes Produkt erwartet.
- 
Werden Sie der hohen Erwartung an Gastfreundschaft und an die österreichisch Küche gerecht.
- 
Sprechen Sie Ihren Gast bei der Begrüßung/Verabschiedung mit dem Namen an.
- 
Bearbeiten Sie Anregungen oder Beschwerden aufmerksam.

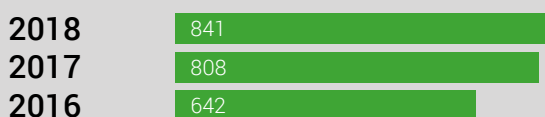
UNTERKUNFTSWAHL Österreich-Durchschnitt in %



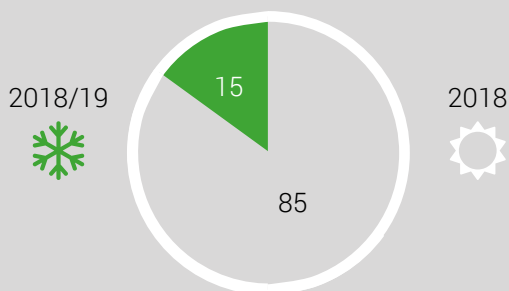
ANKÜNFTE UND ENTWICKLUNG



NÄCHTIGUNGEN UND ENTWICKLUNG



VERTEILUNG NÄ NACH SAISON in %



AUFENTHALTSDAUER Durchschnitt





ZENTRAL- UND OSTEUROPA



Tschechien/Slowakei

Bedeutung für Österreich

- Österreich nimmt bei den Tschechen den 7. Rang im Nationenranking ein. Es ist ihr beliebtestes Wintersporturlaubsland mit starker Dynamik im Kurzurlaubssegment.
- Im Sommer 2016 erstmals über 1 Mio. Übernachtungen.
- Das Image Österreichs ist geprägt von der beeindruckenden Berg- und Seenlandschaft, der guten Infrastruktur und Servicequalität. Urlaub in Österreich bedeutet sportlich-aktiv, erholsam, familien- u. gastfreundlich.
- Die geografische Nähe und gute Erreichbarkeit mit eigenem PKW sind ein wichtiger Faktor.

Der tschechische/slowakische Gast

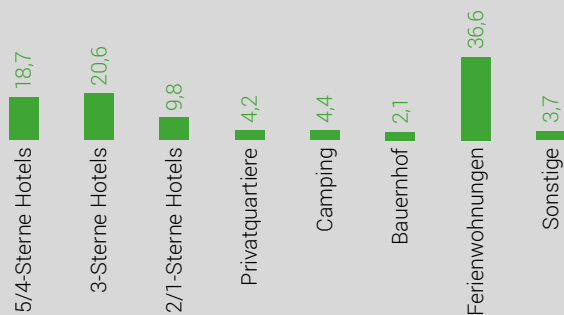
- 42% der Vertreter unserer Hauptzielgruppe, der „Liberal Upper Class“, verfügen über einen Hochschulabschluss, ein Drittel hat Matura. Sie sind Angestellte und Selbstständige und sind im Schnitt um die 40 Jahre alt.
- Wichtigste Herkunftsregion sind Prag und die größeren Städte in Böhmen und Mähren.
- Die Hauptinformationsquellen sind Internet (57%), Bekannte/Verwandte (25%), Reise- und Buchungsportale (11%). 49% buchen direkt bei der Unterkunft.
- Die Urlaubsentscheidung fällt 4 bis 2 Monate vor Urlaubsantritt. Gründe für Österreich sind die Landschaft, Berge, Sportmöglichkeiten rund ums Jahr und Servicequalität.
- 88% reisen mit dem eigenen PKW an.
- Verreist wird mit Familie, Partner bzw. Freunden.
- Die beliebtesten Urlaubsarten sind Ski-/Snowboardurlaub, Rad- und Wander-/Natururlaub. Tschechen verstehen unter Erholung sportlich aktiven Urlaub.

Tourismusdaten Lesachtal

DOS & DON'TS BEIM CZ/SK GAST

- 👍 Wertschätzung durch nette Behandlung.
- 👍 Konversation und kleine Aufmerksamkeiten durch die Gastgeber werden durch Stammgasttreue honoriert.
- 👎 Nicht duzen - wird als arrogant und unhöflich aufgefasst.
- 👎 Vermeiden sollte man Themen zu Politik und eine diskriminierende Behandlung.
- 👎 Der tschechische Gast scheut offene Konflikte, kann aber nachtragend und imageschädigend reagieren.

UNTERKUNFTSWAHL Österreich-Durchschnitt in %



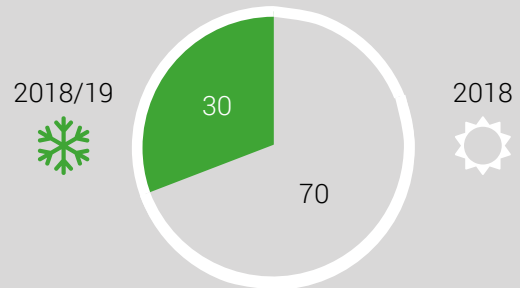
ANKÜNFTE UND ENTWICKLUNG



NÄCHTIGUNGEN UND ENTWICKLUNG



VERTEILUNG NÄ NACH SAISON in %



AUFENTHALTSDAUER Durchschnitt





INFORMATIONEN WIR FREUEN UNS AUF SIE!

Nassfeld-Pressegger See

Info & Servicecenter
Wulfeniaplatz 1
9620 Hermagor, Austria

T +43 (0) 4285 / 8241
M info@nassfeld.at
W www.nassfeld.at

Lesachtal

Tourismusverband
Lesachtal
9653 Liesing 29

T +43 (0) 4716 / 242 12
M info@lesachtal.com
W www.lesachtal.com

Weissensee

Weissensee Information
Techendorf 78
9762 Weissensee, Austria

T +43 (0) 4713 / 2220-0
M info@weissensee.com
W www.weissensee.com

