



Marktinformation Österreich

Incoming-Tourismus Deutschland



DZT-Österreich/Wien
Stand November 2011

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Inhalt

1.	Landesprofil	3
1.1	Land und Leute	3
1.2	Politik	3
1.3	Wirtschaft	4
1.4	Besonderheiten	5
1.5	Reiseverhalten allgemein	6
2.	Auslandsreisen	6
2.1	Reisevolumen und -zweck	6
2.2	Auslandsreiseintensität	7
2.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	7
2.4	Auslandsreiseziele	8
2.5	Aufenthaltsdauer	8
2.6	Reiseausgaben	9
2.7	Prognose für das Auslandsreisevolumen	9
2.8	Besonderheiten des Marktes Österreich	10
3.	Deutschlandreisen	10
3.1	Reisevolumen und seine Entwicklung	10
3.2	Reisezweck	12
3.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	13
3.4	Zielgebiete	13
3.5	Urlaubsreisen nach Deutschland	14
3.6	Geschäftsreisen nach Deutschland	16
3.7	Reisebüro-/Veranstalterstruktur	16
3.8	Mentalität und Geschäftsgebahren	16
4.	Image, Marktbewertung und Potenzial	17
4.1	Image von Deutschland	17
4.2	Zufriedenheit	18
4.3	Erfolgskontrolle	19
4.4	Prognose	19
5.	DZT-Auslandsvertretung	20
5.1	Sitz	20
5.2	Mitarbeiter	21
5.3	DZT-Zentrale	21
	Quellenverzeichnis (alphabetisch)	22

1. Landesprofil

1.1 Land und Leute

- 83.870 km² Landesfläche
- rund 8 Mio. Einwohner, 100 Einwohner/km²
- Bevölkerungszusammensetzung/Ethnien: 91,1% Österreicher, 4% ehem. Jugoslawen (einschließlich Kroaten, Slowenen, Serben und Bosnier), 1,6% Türken, 0,9% Deutsche, 2,4% Andere oder unbekannt (Volkszählung 2001)
- Sprachen: 88,6% Deutsch (offizielle Landessprache), 2,3% Türkisch, 2,2% Serbisch, 1,6% Kroatisch (offiziell im Burgenland), 5,3% Andere (einschließlich Slowenisch, offiziell in Kärnten; Ungarisch, offiziell im Burgenland) (Volkszählung 2001)
- Größte Städte: Hauptstadt Wien (1.693.000 Einwohner), Graz (293.900 EW), Linz (189.700 EW), Salzburg (149.000 EW), Innsbruck (120.600 EW), Klagenfurt (93.000 EW)
- Zwei Drittel (67%) der österreichischen Bevölkerung leben in Städten.
- Religionen: 73,6% Katholiken, 4,7% Protestanten, 4,2% Muslime, 3,5% Andere, 2% unbekannt, 12% Konfessionslose (Volkszählung 2001)

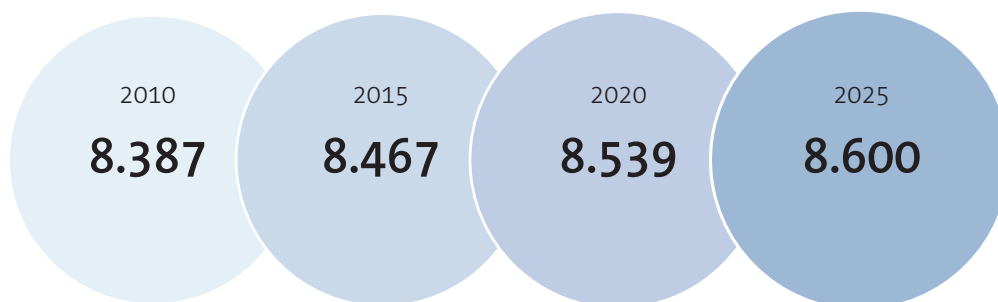
Altersstruktur:

	Österreich	Deutschland
0–14 Jahre	14%	13,3%
15–64 Jahre	67,7%	66,1%
65 Jahre und älter	18,2%	20,6%
Ø Alter	43	44,9

Bevölkerungsprognose:

Entgegen dem europäischen Trend wird die Bevölkerung Österreichs auch in Zukunft wachsen.

Jahr, Bevölkerung in 1000



Quelle: UN Population Division 2011

1.2 Politik

- **Staatsform:** parlamentarisch-demokratische Republik (Bundesrepublik)
- **Staatsoberhaupt:** Bundespräsident Heinz Fischer (seit 2004)
- **Regierungschef:** Bundeskanzler Werner Faymann (seit 2008)
- **Politische Aufteilung:** 9 Bundesländer

1.3 Wirtschaft

Quellen: CIA – The World Factbook / Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, Mai 2011

	2010
BIP	284,0 Mrd. €
BIP pro Kopf	33.909 €
Wachstumsrate BIP	2,5%*
Inflation	2,8%*
Arbeitslosenrate	4,1%*

* Schätzung für das Jahr 2011

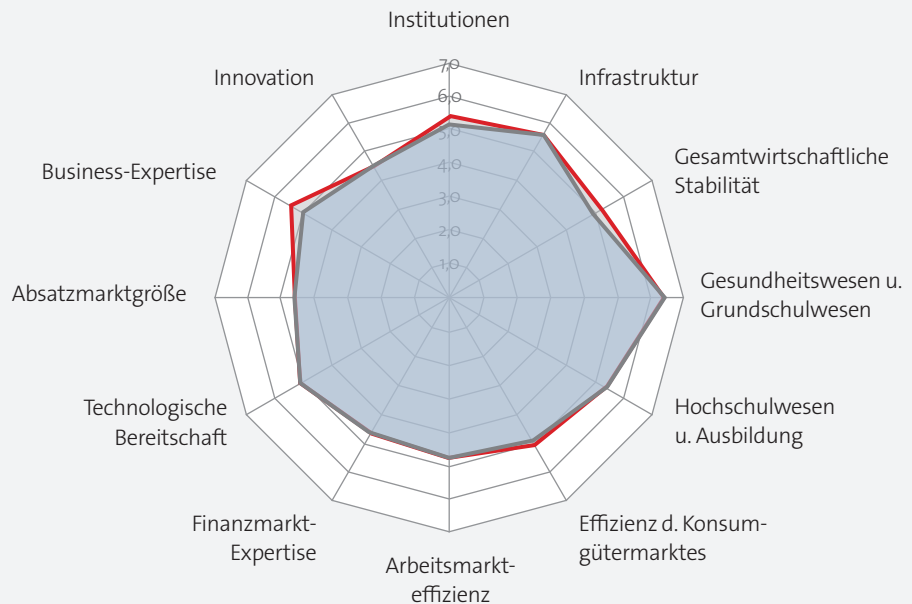
- Anteil der Wirtschaftssektoren am BIP: Dienstleistung 67%, Industrie 27,5%, Landwirtschaft 5,5%
- Wichtigste Import- und Exporthandelspartner: Deutschland, Italien, Schweiz, Frankreich, Tschechische Republik, China (Import), USA (Export), Ungarn (Export), Großbritannien (Export)
- Währung: Euro

The Global Competitiveness Index (GCI)

Quelle: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2010–2011

Der GCI vergleicht die Wettbewerbsfähigkeit von 139 Ländern anhand von 12 wirtschaftlichen Merkmalen (s. Diagramm). Aufgrund der Werte werden die Länder in folgende 5 Gruppen unterteilt:

- 1 Factor-driven
- 1–2 Transition
- 2 Efficiency-driven
- 2–3 Transition
- 3 **Innovation-driven**



Österreich belegt den 18. Platz innerhalb des GCI und gehört zur Gruppe der am höchsten entwickelten Länder der Kategorie „Innovation-driven“, wie auch z.B. Australien, Deutschland, Frankreich, Italien, Japan und Spanien. Ergebnisse Österreichs im Vergleich zum Durchschnittswert der Gruppe „Innovation-driven“:

- Durchschnittliche Werte in so gut wie allen Bereichen
- Überdurchschnittliche Werte in den Bereichen Business-Expertise (Rang 6), Institutionen (15) und Gesamtwirtschaftliche Stabilität (24)

Einkommen, Verteilung, Entwicklung, Ausgaben

Quellen: OECD 2005, Factbook 2010, UNDP Human Development Report 2009

Verfügbares Einkommen: Das Bruttojahreseinkommen pro Kopf in Österreich liegt mit umgerechnet 37.256 US-Dollar über dem OECD-Durchschnitt, das Nettojahreseinkommen der Österreicher beträgt umgerechnet 31.449 US-Dollar.

Einkommensverteilung: Als Indikator für die ungleiche Verteilung von Einkommen dient der Gini-Koeffizient. Österreich belegt hier mit einem Koeffizienten von 0,27 den 4. Rang. Im OECD-Durchschnitt liegt dieser Wert bei 0,31, damit ist die Einkommensverteilung in Österreich ausgeglichener als im Durchschnitt.

HDI (Human Development Index): Der HDI gibt den Entwicklungsstand unter Berücksichtigung des BSP, der Lebenserwartung und der Bildungsmöglichkeiten für die Bürger eines Landes an. Österreich gehört zu den Ländern der Kategorie „Very High Human Development“ und liegt mit einem HDI-Wert von 0,955 weltweit an 14. Stelle

Die durchschnittlichen Jahresausgaben der Österreicher für Erholung und Kultur liegen pro Kopf bei umgerechnet 2.431 US-Dollar, für Restaurants und Hotels haben sie umgerechnet 2.246 US-Dollar ausgegeben. Der OECD-Durchschnitt liegt im Vergleich bei 1.795 und 1.373 US-Dollar.

1.4 Besonderheiten

Mitgliedschaft in internationalen Organisationen

Für Österreich war die Mitgliedschaft in internationalen Organisationen nach 1945 von großer Bedeutung: Das Land war Gründungsmitglied der OEEC (1948, seit 1961 OECD) und trat 1955 der UNO bei, 1956 wurde es in den Europarat aufgenommen, 1995 folgte der Beitritt zur EU. Je nach Interessenlage verstand Österreich sich als Brücke zu Mittel- und Osteuropa oder als östlichster Mitgliedsstaat der EU. Als „immerwährend neutraler“ Staat übernahm es eine aktive Rolle in der internationalen Staatengemeinschaft, etablierte sich als Sitz von internationalen Organisationen (z.B. UNO-Unterorganisationen) und als Tagungsort wichtiger internationaler Konferenzen.

Medienzugang

Quellen: Eurostat 2010, OECD Factbook 2010

70% der österreichischen Haushalte haben einen Internetzugang, 75,9% besitzen einen PC, und auf 100 Einwohner kommen 170,4 Telefone. 78% aller Österreicher ab 14 Jahren nutzen bereits das Internet.¹ Gemessen am europäischen Durchschnitt liegt Österreich damit in der oberen Hälfte.

Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung

Quelle: Internet World Stats, www.internetworldstats.com, Stand 2011

Internetnutzung

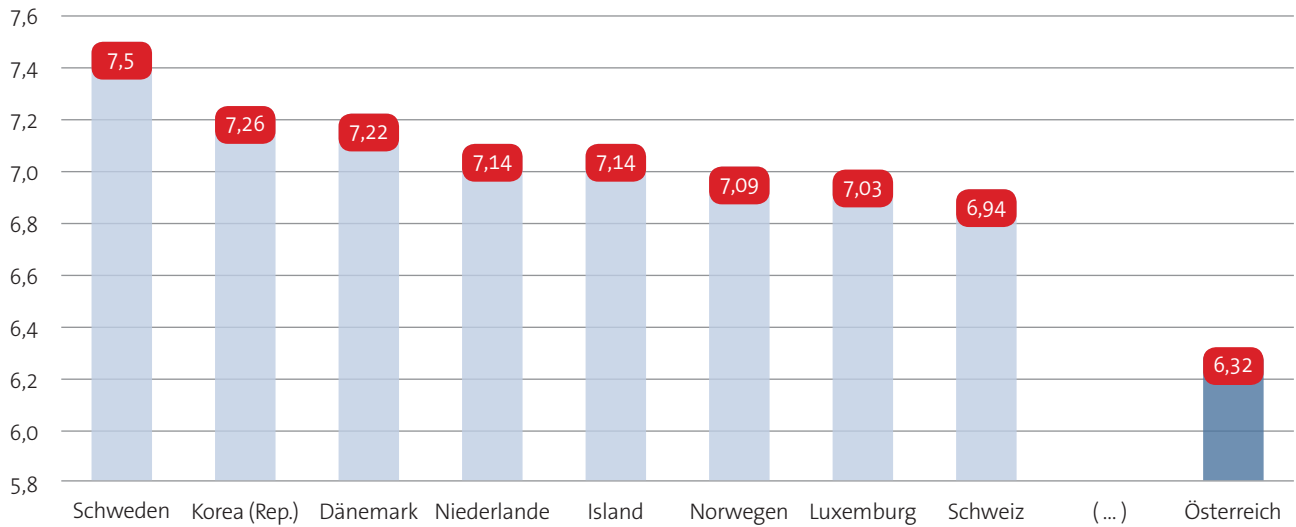


Im ICT Development Index (IDI), einem Instrument für das weltweite Benchmarking der Kommunikationsinfrastruktur einzelner Länder, liegt Österreich auf dem 20. Rang.

¹ GfK Online-Monitor 2011 – Internetmarkt in Österreich

ICT Development Index (IDI)

Quelle: International Telecommunication Union, The ICT Development Index 2009



1.5 Reiseverhalten allgemein

Quelle: EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011

Für das Jahr 2011 plante ein unterdurchschnittlicher Anteil der Österreicher (32,2%), seinen Haupturlaub im eigenen Land (Domestic) zu verbringen. Im Vergleich zum Vorjahr (23,7%) ist der Domestic-Anteil stark gestiegen. Länder mit geringen Domestic-Anteilen sind die Beneluxstaaten und Großbritannien, hier überwiegen traditionell Urlaubsreisen ins Ausland.

2. Auslandsreisen

2.1 Reisevolumen und -zweck

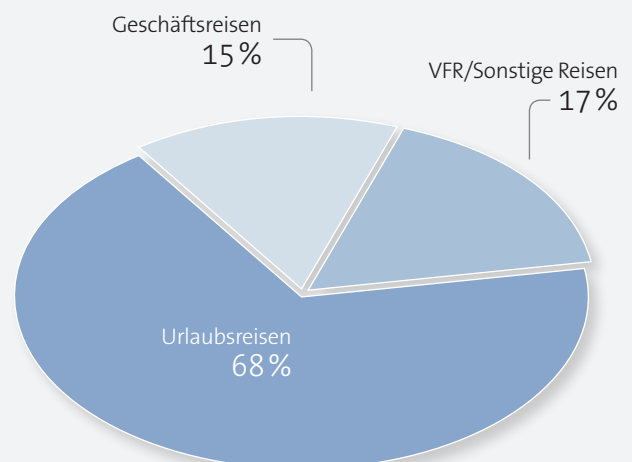
Im Jahr 2010 unternahmen die Österreicher insgesamt rund 12,9 Mio. Auslandsreisen. Davon entfielen 68% bzw. 8,8 Mio. auf Urlaubsreisen, 15% bzw. 2,0 Mio. auf Geschäftsreisen und 17% bzw. 2,1 Mio. auf VFR und sonstige Reisen.

Kurzreisen von 1 bis 3 Nächten hatten mit einer Zahl von 4,8 Mio. einen Anteil von 37% an allen Auslandsreisen der Österreicher. Auf längere Reisen von 4 Nächten und mehr entfielen 63% ihrer Auslandsreisen, dies entspricht einem absoluten Wert von 8,2 Mio.

Bei den Urlaubsreisen der Österreicher ins Ausland waren 28% Kurzurlaube (1–3 Nächte) und 72% längere Urlaubsreisen (4 Nächte und mehr).

Reisezweck aller Auslandsreisen der Österreicher 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International, nur eine Antwort möglich

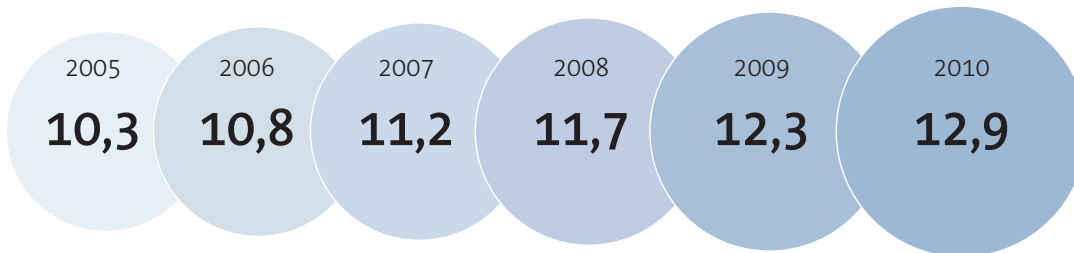


Im Vergleich zum Reisejahr 2009 haben die Österreicher 2010 mehr Urlaubsreisen (+0,5 Mio.) ins Ausland unternommen. Gesunken ist die Zahl der Reisen zu Verwandten und Bekannten und sonstiger Reisen (-0,3 Mio.), während Geschäftsreisen ins Ausland einen Anstieg verzeichneten (+0,4 Mio.).

Die Entwicklung der Zahl der Auslandsreisen der Österreicher

Quelle: World Travel Monitor 2005–2010

Anzahl der Auslandsreisen der Österreicher (in Mio.)



2.2 Auslandsreiseintensität

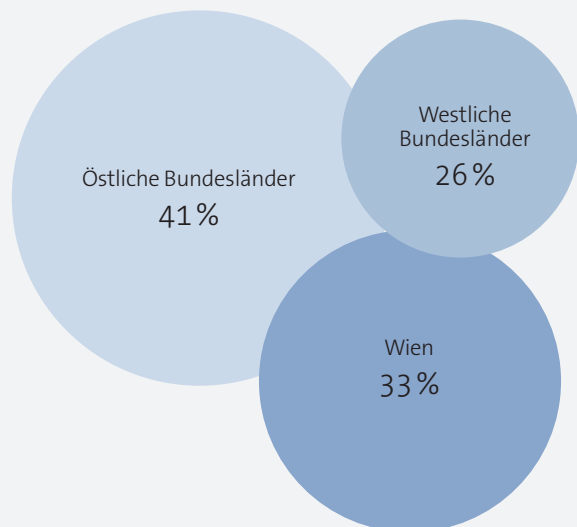
Im Reisejahr 2010 haben die Österreicher 12,9 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen. Im Durchschnitt waren das pro Monat rund 1,08 Mio. Auslandsreisen. Dies entspricht einer sehr hohen Auslandsreiseintensität von 183% bei der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

2.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Die Quellmärkte für die Auslandsreisen der Österreicher 2010 waren Wien mit 33%, die östlichen Bundesländer (Niederösterreich, Burgenland, Steiermark und Kärnten) mit 40% und die westlichen Bundesländer (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg) mit 26% aller Auslandsreisen.

Wichtigste Quellmärkte für Auslandsreisen der Österreicher 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

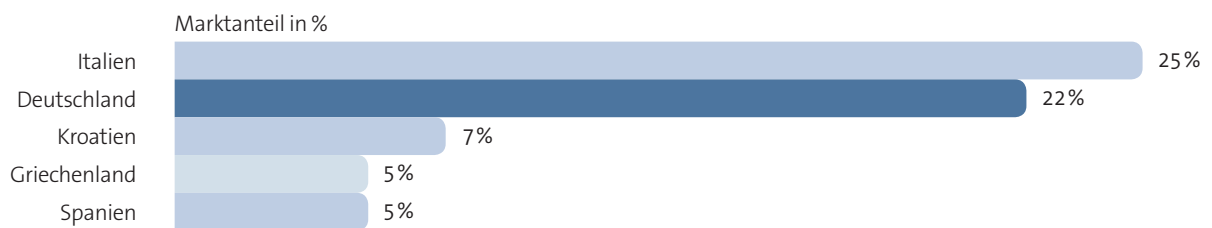


2.4 Auslandsreiseziele

Deutschland lag im Jahr 2010 in der Rangfolge der Auslandsreiseziele der Österreicher auf Platz 2. Insgesamt 2,8 Mio. Reisen führten für mindestens eine Nacht oder länger nach Deutschland. Dies entspricht einem Marktanteil von 22%. Rang 1 der Auslandsreiseziele der Österreicher belegte Italien mit 3,2 Mio. Reisen, was einem Marktanteil von 25% entspricht. Auf Rang 3 folgte Kroatien mit 0,9 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 7%, auf Rang 4 Griechenland mit 0,7 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 5%. Platz 5 belegte Spanien mit 0,6 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 5%.

Die Hauptreiseziele der Österreicher bei ihren Auslandsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International. Mehrere Antworten möglich, d.h., eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben.



Bei den Urlaubsreisen der Österreicher ins Ausland war die Reihenfolge ähnlich. Italien und Deutschland waren auch hier die beiden wichtigsten Ziele. Italien belegte Platz 1 mit einem Marktanteil von 31%, Deutschland folgte auf Platz 2 mit 14%. Kroatien lag mit 10% Marktanteil auf Rang 3, Griechenland folgte mit einem Marktanteil von 7% auf Platz 4 und Spanien mit 5% auf Rang 5.

Die Geschäftsreisen der Österreicher ins Ausland konzentrierten sich 2010 noch stärker als bei den Urlaubsreisen auf wenige Destinationen: Allein 40,9% dieser Reisen führten nach Deutschland, dem Italien (mit 8,1%) auf Platz 2 folgt; die Schweiz/Liechtenstein (6,0%), die Tschechische Republik (3,8%) und Ungarn (2%) nehmen hier die weiteren Plätze ein.

Die Geschäftsreiseziele der Österreicher bei ihren Auslandsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: Statistik Austria, 2011



2.5 Aufenthaltsdauer

Im Jahr 2010 verbrachten die Österreicher auf ihren Auslandsreisen durchschnittlich 6,4 Nächte, was eine Verkürzung der Aufenthaltsdauer von über 2 Nächten im Vergleich zu 2009 bedeutet. Differenziert man die Aufenthaltsdauer bei den Auslandsreisen der Österreicher 2010 nach Reisearten, so ergibt sich folgende Aufteilung: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Österreicher bei ihren Urlaubsreisen im Ausland lag bei insgesamt 6,4 Nächten. Verwandten- und Bekanntenbesuche im Ausland dauerten durchschnittlich 6,7 Nächte und Geschäftsreisen mit Übernachtung im Ausland 4,0 Nächte.

2.6 Reiseausgaben

Österreicher gaben für ihre 12,9 Mio. Auslandsreisen 2010 insgesamt rund 8,5 Mrd. Euro aus. Das entspricht einer Reiseausgabe von 664 Euro pro Auslandsreise bzw. von 102 Euro pro Nacht im Ausland. Diese Angaben enthalten sowohl die Kosten der Hin- und Rückreise als auch alle weiteren Ausgaben, die vor Reiseantritt zu Hause oder am Zielort getätigt wurden.

2.7 Prognose für das Auslandsreisevolumen

Im Januar 2010 führte die IPK International im Auftrag der DZT eine touristische Marktforschungsstudie in 18 europäischen Märkten durch.

In der Studie „Impact of the Financial and Economic Crisis on European Travel Behavior“ wurde der Einfluss der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die einzelnen Märkte untersucht. Er äußerte sich in Österreich folgendermaßen:

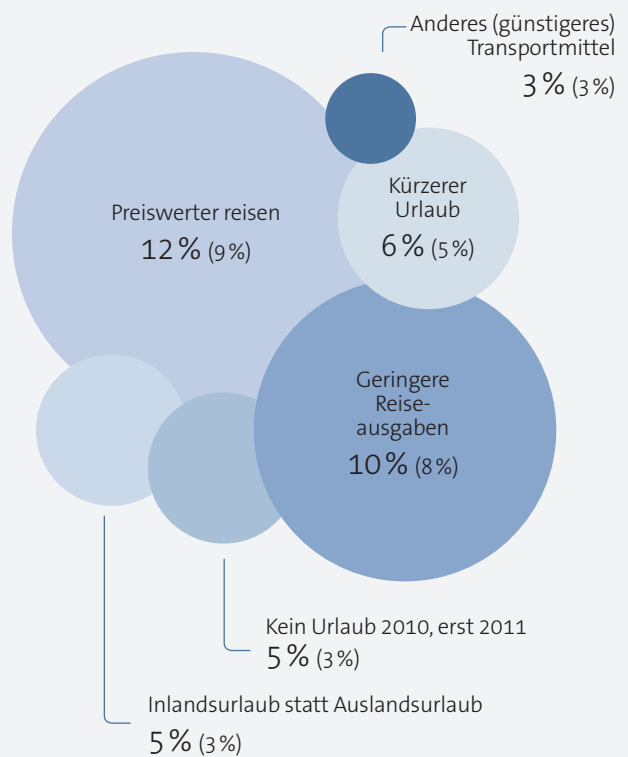
- Die große Mehrheit von 75% der befragten österreichischen Auslandsreisenden gab an, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise keinen Einfluss auf ihr Reiseverhalten habe.
- Lediglich 25% sagten, dass die Krise Einfluss auf ihr Reiseverhalten nehme. Damit ist Österreich im europäischen Vergleich ein sehr „krisenresistenter“ Markt.
- Nur 5% der Österreicher mit Auslandsreiseerfahrung wollten aufgrund der wirtschaftlichen Lage 2010 auf eine Urlaubsreise verzichten.
- Weitere 20% wollen ihr Reise- und Urlaubsverhalten ändern, am häufigsten durch preiswerteres Reisen (12%).
- 5% der Befragten zogen aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise Inlandsurlaub dem Auslandurlaub vor, und 3% wollten zu einem anderen bzw. günstigeren Transportmittel wechseln.
- In der jüngsten Ausgabe der Untersuchung vom September 2011 gaben 28% der Befragten an, dass die Krise ihr Reiseverhalten beeinflusse.

Laut der aktuellen Bevölkerungsprognose 2010 von Statistik Austria wird sich die altersstrukturelle Zusammensetzung der in Österreich lebenden Bevölkerung deutlich verändern: Der Anteil der unter 15-jährigen Personen wird in den nächsten Jahren weiter absinken, ihr Anteil wird bis 2050 von 15% auf 13% zurückgehen. Die Bevölkerung im Alter von über 60 Jahren wird hingegen zahlen- und anteilmäßig stark an Gewicht gewinnen. Derzeit sind noch 23% der Bevölkerung über 60 Jahre alt, 2050 werden es nach der Prognose 34% sein.

Von allen Altersgruppen verfügen die reifen Konsumenten über 50 zurzeit über die meisten finanziellen Mittel. Sie können im Schnitt über 200 Euro mehr ausgeben als Jüngere. Sie wollen ihr Leben genießen und stellen nach den 14- bis 34-Jährigen den höchsten Anteil an der Zielgruppe der Genussfreudigen. Innerhalb der letzten 10 Jahre hat auch eine Altersverschiebung in Hinsicht auf bestimmte Interessen stattgefunden: Zeigten noch Mitte der 1990er

Reaktionen auf die Finanz- und Wirtschaftskrise (Österreicher mit Auslandsreiseerfahrung)

Quelle: Repräsentative Bevölkerungsumfrage 2009–2010, DZT / IPK International, Mehrfachnennungen; Werte in Klammern 2009



Jahre die 45- bis 59-Jährigen das stärkste Interesse an Kultur wie Opernaufführungen usw., sind dies heute die 55- bis 69-Jährigen. Hingegen verdoppelte sich der Anteil der Best Ager, die sich für Pop- und Schlagerkonzerte begeistern lassen. Auch das Internet haben sie längst erobert, jeder zweite Best Ager zählt zu den Usern, Tendenz steigend. Außerdem liegt Sport, wie Wandern, Schwimmen und Tanzen, bei der Hälfte aller über 50-Jährigen im Trend. Während bei jüngeren Jahrgängen Aktivferien mit dem besonderen Schwerpunkt Abenteuerreisen angesagt sind, bevorzugen die Best Ager immer mehr das unabhängige, individuelle Reisen im Komfort- bis hin zum Luxussegment. Das wachsende Gesundheitsbewusstsein in dieser Altersgruppe führt zu einer stärkeren Nachfrage nach Wellness- und aktiven Erlebnisreisen. Ebenso nimmt das Interesse an Kulturreisen weiter zu. Generell wird ein dynamisches Wachstum der Kurz- und der Städtereisen mit Zielen in Europa prognostiziert.

2.8 Besonderheiten des Marktes Österreich

Im Gegensatz zu fast allen sonstigen Quellmärkten gibt es bei Österreichern keine Sprachbarriere. Dadurch können sie insbesondere im gesamten Spektrum des Kulturtourismus das Angebot uneingeschränkt nutzen. Die Gleichsprachigkeit hat auch Auswirkungen auf das Buchungsverhalten. Österreicher setzen bei Reisen ins benachbarte Deutschland in ausgeprägtem Maße auf Individualreisen.

Neben dem Hauptsegment Städte- und Kulturreisen gibt es eine starke Nachfrage nach Reisen zu Freizeit- und Themenparks, Rundreisen, Radwandern und Wellness, als Zielregion steht das deutsche Küstenland im Vordergrund.

3. Deutschlandreisen

3.1 Reisevolumen und seine Entwicklung

3.1.1 Entwicklung Ankunftsahlen

Im Jahr 2010 waren in Beherbergungsstätten (ohne Camping) 1.355.222 und auf Campingplätzen 32.461 Ankünfte von Österreichern zu verzeichnen. Insgesamt registrierte das Statistische Bundesamt für das Jahr 2010 aus Österreich 1.387.683 Ankünfte in Beherbergungsstätten mit mehr als 9 Betten und auf Campingplätzen.

Entwicklung der Ankünfte der Österreicher in Deutschland 2001–2010, in Mio.

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2002–2011, ohne Camping

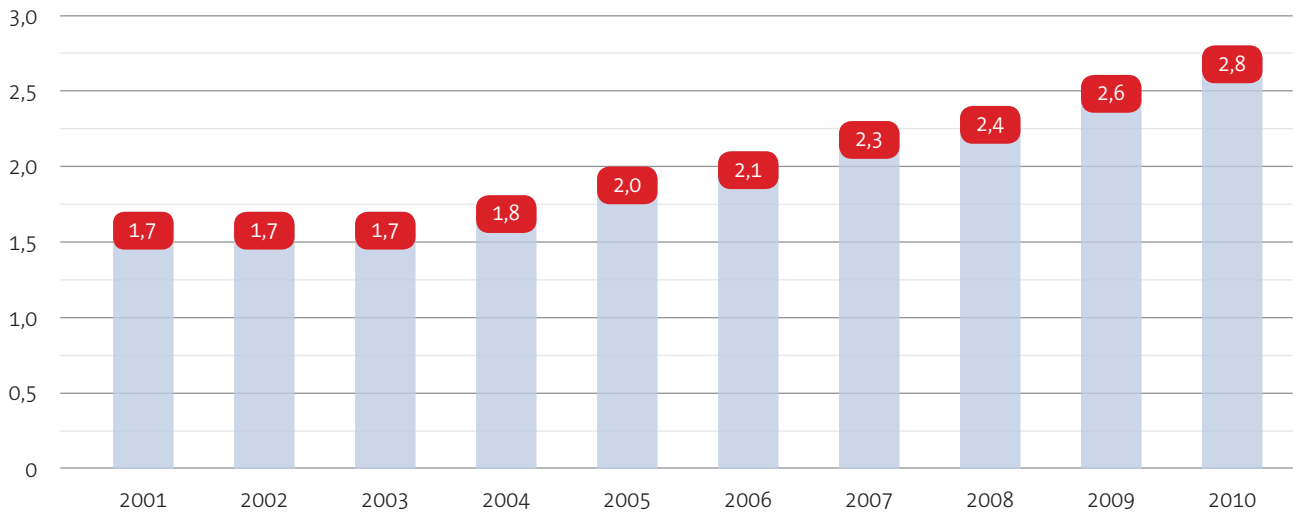


3.1.2 Entwicklung Übernachtungszahlen

Im Jahr 2010 wurden in Beherbergungsstätten ab 9 Betten (ohne Camping) 2.761.958 und auf Campingplätzen 76.821 Übernachtungen aus Österreich gezählt; dies ergibt eine Gesamtzahl von 2.838.779 Übernachtungen in Beherbergungsstätten und auf Campingplätzen in Deutschland. In der Rangfolge der wichtigsten ausländischen Quellmärkte für Deutschland steht Österreich an sechster Stelle, nach den Niederlanden, den USA, der Schweiz, Großbritannien und Italien.

Entwicklung der Übernachtungszahlen der Östreicher in Deutschland 2001–2010, in Mio.

Quelle: Statistisches Bundesamt 2002–2011, ohne Camping



Auch für das Jahr 2010 wurden wieder positive Wachstumsraten vermerkt (+10,3% inkl. Camping), die mit dazu beigetragen haben, die negative Entwicklung der Jahre 2001 und 2002 auszugleichen. Die Veränderungsrate von 2001 auf 2010 beträgt 65%. Das durchschnittliche Wachstum in diesem Zeitraum liegt bei 5,1%. Für das Jahr 2010 konnte ein Übernachtungsplus (ohne Camping) von 10,7% generiert werden.

Wachstum der Übernachtungszahlen der Östreicher in Deutschland 2001–2010, in %

Quelle: Statistisches Bundesamt 2002–2011, ohne Camping

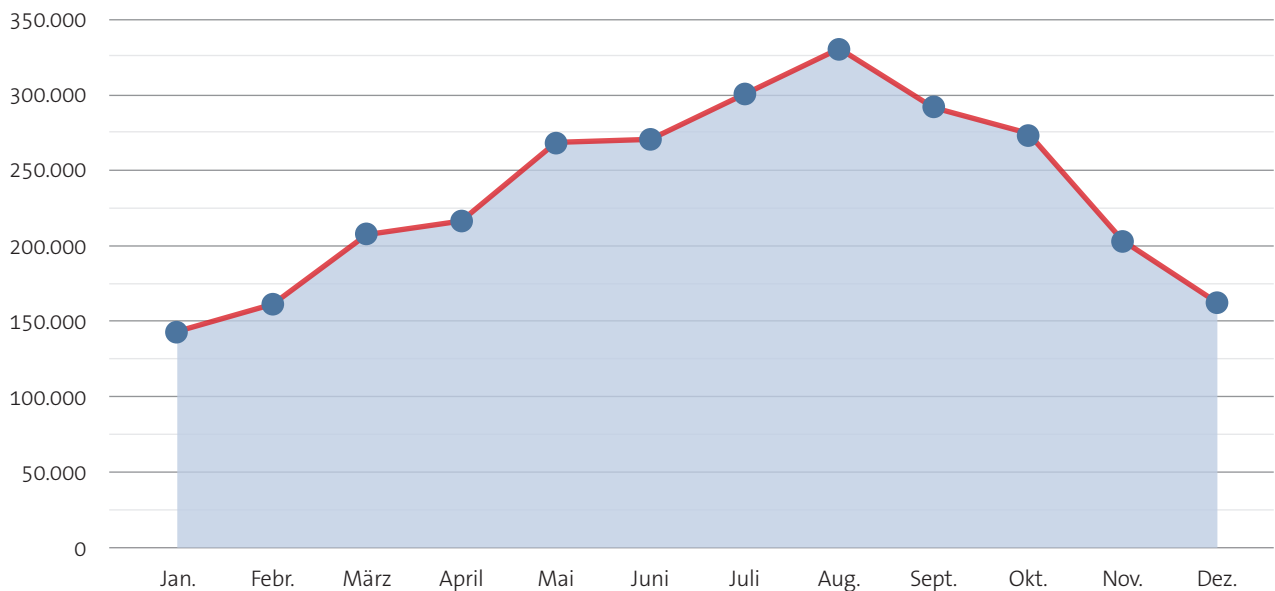


3.1.3 Saisonale Entwicklung Übernachtungszahlen

Bei den insgesamt 2,8 Mio. Deutschlandreisen der Österreicher im Jahr 2010 wählten 40% von ihnen unabhängig vom Reisezweck den Zeitraum Mai bis August, 29% reisten zwischen September und Dezember und 31% zwischen Januar und April.

Monatliche Entwicklung der Übernachtungen aus Österreich in Deutschland 2010

Quelle: Statistisches Bundesamt – Monatsberichte 2010



Für ihre Urlaubsreise nach Deutschland im Jahr 2010 (insgesamt 1,2 Mio.) wählten 50% der Österreicher den Zeitraum Mai bis August, 23% machten zwischen September und Dezember und 27% zwischen Januar und April in Deutschland Urlaub.

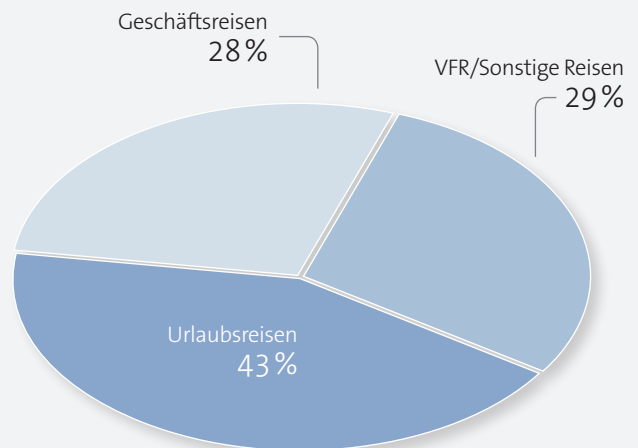
3.2 Reisezweck

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

Die Österreicher unternahmen im Reisejahr 2010 2,795 Mio. Deutschlandreisen.

Davon waren 43% (1,204 Mio. Reisen) Urlaubsreisen, 28% Geschäftsreisen (795.000) und 29% Verwandten- und Bekanntenbesuche sowie sonstige Reisen (797.000).

Reisezweck der österreichischen Deutschlandreisen 2010, Anteil in %



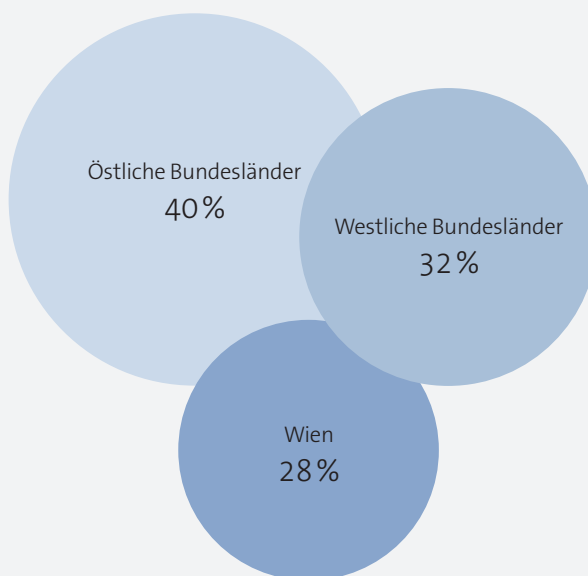
3.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Hauptquellmarkt für die Deutschlandreisen der Österreicher 2010 waren (unabhängig vom Reisezweck) mit 40% die östlichen Bundesländer (Niederösterreich, Burgenland, Steiermark und Kärnten).

32% der Deutschlandreisenden stammten aus den westlichen Bundesländern (Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg), aus Wien und dem Umkreis kamen 28%.

Herkunftsregionen der österreichischen Deutschlandreisenden 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

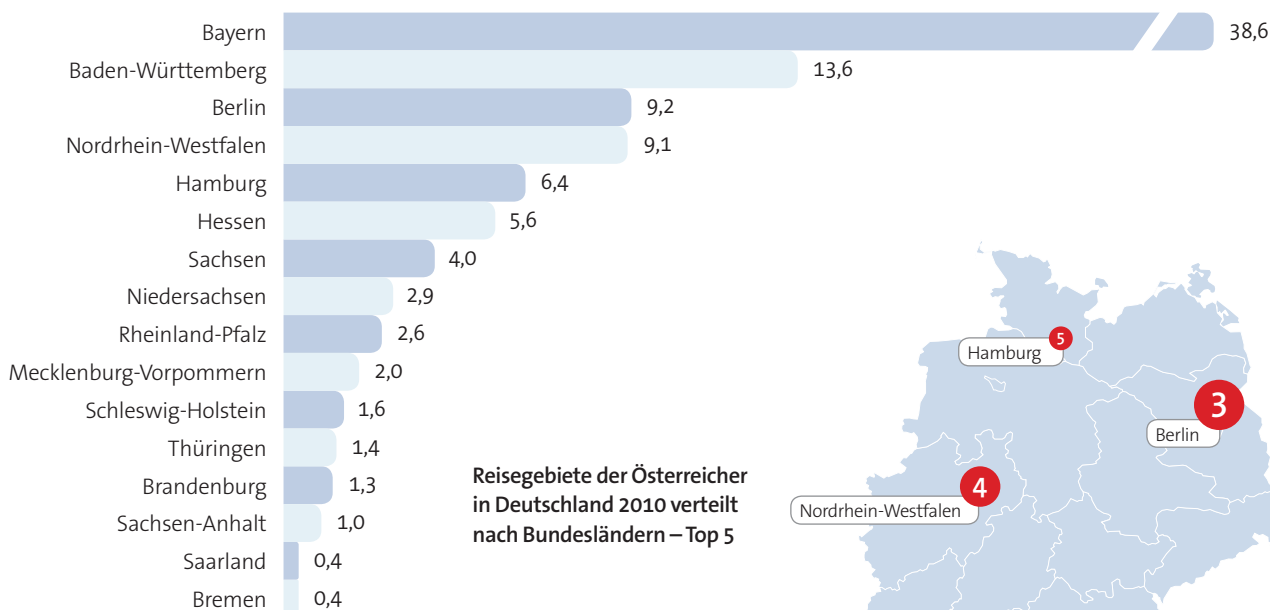


3.4 Zielgebiete

Die Übernachtungen der Österreicher in Deutschland verteilen sich wie folgt:

Reisegebiete der Österreicher in Deutschland 2010 verteilt nach Bundesländern, Anteil in %

Quelle: Statistische Landesämter 2011, eigene Berechnungen



Magic Cities

Von den 2.838.779 Übernachtungen der Österreicher in Deutschland entfielen 2010 1.063.964 Übernachtungen (= 37,5%) auf die Magic Cities. Die Rangfolge der Magic Cities mit ihren Übernachtungszahlen war dabei die folgende:

München 268.787, **Berlin** 261.436, **Hamburg** 180.931, **Frankfurt** 65.693, **Köln** 55.630, **Nürnberg** 53.757, **Dresden** 49.255, **Düsseldorf** 46.751, **Stuttgart** 42.051, **Leipzig** 23.691 und **Hannover** 15.982.

Weitere bei Österreichern 2010 beliebte deutsche Gemeinden waren **Erding** mit 46.491 Übernachtungen, **Rust** (28.520), **Bad Füssing** (22.889), **Regensburg** (21.592), **Passau** (20.032), **Günzburg** (15.890), **Bad Waldsee** (15.778), **Bad Griesbach im Rottal** (14.427), **Isny im Allgäu** (13.253) und **Essen** mit 12.977 Übernachtungen.

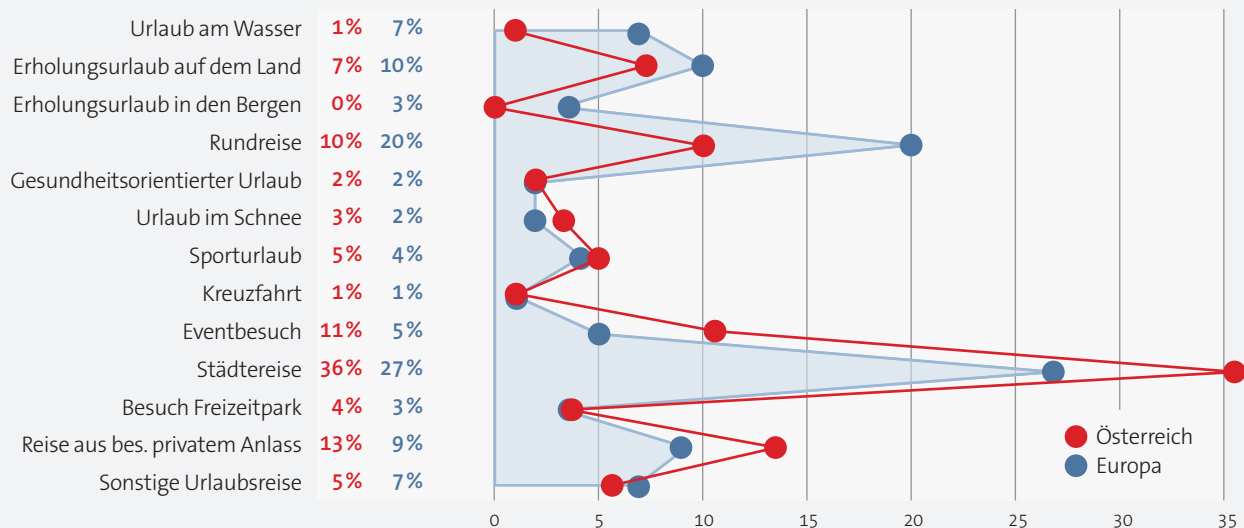
3.5 Urlaubsreisen nach Deutschland

3.5.1 Urlaubsart

Von den 1,2 Mio. Urlaubsreisen der Österreicher nach Deutschland entfielen 52% auf sogenannte Anschaureisen (20% Rundreisen, 32% Städte- und Eventreisen) und 20% auf Urlaube in den Feriengebieten (Urlaub am Wasser, auf dem Land und in den Bergen), 9% ihrer Deutschlandurlaube waren Reisen zu spezifischen privaten Anlässen. Im Vergleich des Urlaubsverhaltens der Österreicher mit dem der Europäer insgesamt ist hervorzuheben, dass bei ihnen 2010 der Anteil der Städtereisen, der Anteil der Reisen aus einem besonderen privaten Anlass und der Anteil der Sporturlaube größer war.

Anteil Urlaubsarten in Deutschland, in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.5.2 Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei den Urlaubsreisen der Österreicher in Deutschland betrug 5,6 Nächte. 46% der von den Österreichern unternommenen Urlaubsreisen nach Deutschland waren Kurzreisen (maximal 3 Nächte) und 54% längere Reisen (mindestens 4 Nächte).

3.5.3 Buchungsverhalten und Reiseorganisation

Bei etwas mehr als drei Viertel (78%) aller Urlaubsreisen nach Deutschland buchten oder reservierten die Österreicher Leistungen im Voraus (Unterkunft, Transport). Keine Leistungen im Voraus gebucht wurden von ihnen bei 22% ihrer Urlaubsreisen. Am häufigsten wurde im Internet (63% aller Urlaubsreisen) vorgebucht, gefolgt von der Direktbuchung bei Hotels bzw. einer anderen Unterkunft (16%) und bei den Verkehrsträgern (9%). Die Unterkunft war mit 83% mit Abstand die am häufigsten vorab gebuchte Leistung. Platz 2 und 3 belegen Flug und Veranstaltungstickets mit 38% bzw. 26%. Mehr als drei Viertel (79%) aller österreichischen Deutschlandurlauber nutzten das Internet im Zusammenhang mit ihrer Reise. 16% hatten sich im Netz nur informiert, während die Mehrheit (63%) auch online gebucht hatte.

3.5.4 Transportmittel

Hauptverkehrsmittel der Österreicher für Urlaubsreisen nach Deutschland war 2010 mit einem Anteil von 52% der Pkw (einschließlich Privat-Pkw und Mietwagen); das Flugzeug kam hier auf einen Anteil von 25%. 17% der Österreicher nutzten auf ihren Urlaubsreisen nach Deutschland die Bahn, 1% den Bus, 1% das Wohnmobil und 1% das Motorrad., 18% der fliegenden Urlauber aus Österreich erwarben ein traditionelles, 82% verwendeten dagegen ein Billigflugticket.

3.5.5 Unterkunftsarten

In der Kategorie der bezahlten Unterkünfte (73%) war für Österreicher das Hotel die wichtigste Unterkunftsform mit einem Anteil von 59%. Bevorzugt wurden von ihnen First-Class-Hotels, die bei 36% aller Urlaubsreisen genutzt wurden. Mittelklassehotels kamen hier auf einen Anteil von 20%, Budget-Hotels auf einen Anteil von 3%. Das Ferienhaus/Die Ferienwohnung nutzten Österreicher in 6% der Fälle als Unterkunft für den Urlaub. In Pensionen übernachteten 2%, als Camper (Zelt, Caravan, Wohnwagen) verbrachten 3% von ihnen ihre Ferien in Deutschland. In Privatunterkünften bei Freunden, Bekannten und Verwandten und in eigenen unbezahlten Unterkünften verbrachten 26% der Österreicher ihre Urlaubsreise.

3.5.6 Reiseausgaben

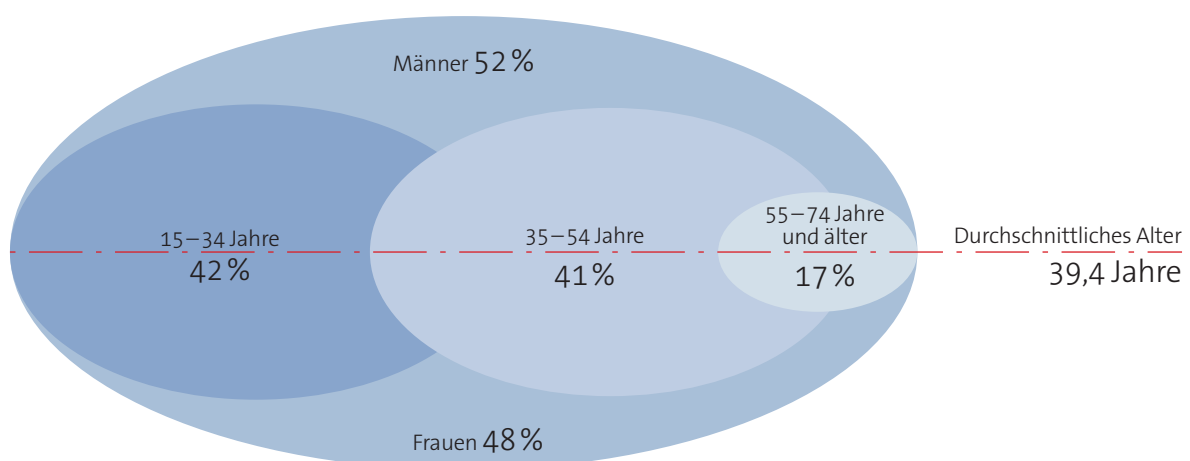
Im Jahr 2010 gaben Österreicher pro Urlaubsreise durchschnittlich 387 Euro aus. Das entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 83 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen ihrer Deutschlandurlaubsreisen betrug 0,5 Mrd. Euro, bei allen Reisen nach Deutschland lag es bei 1,1 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben, wie für Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

3.5.7 Altersstruktur

Österreicher, die 2010 ihren Urlaub in Deutschland verbrachten, waren im Durchschnitt 39,4 Jahre alt. 52% waren Männer und 48% Frauen. 29% hatten Kinder unter 15 Jahren mit im Urlaub.

Altersstruktur der Österreicher bei deutschen Urlaubsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.6 Geschäftsreisen nach Deutschland

3.6.1 Art der Geschäftsreisen

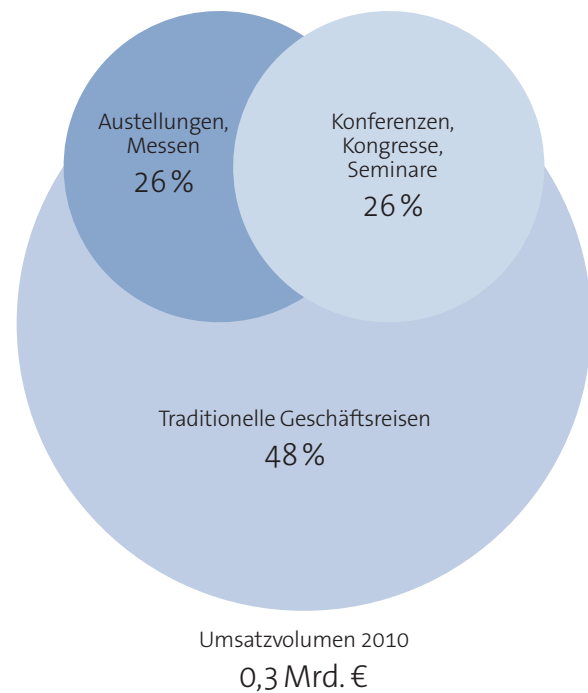
Von den 795.000 Geschäftsreisen der Österreicher nach Deutschland waren 48 % traditionelle Geschäftsreisen, wozu Kundenbesuche oder Besuche einer Niederlassung zählen, und 52 % promotable Geschäftsreisen, worunter Kongresse / Konferenzen / Seminare sowie Messe- / Ausstellungsbesuche und Incentive-Reisen fallen. Incentive-Reisen wurden 2010 von den Österreichern nach Deutschland kaum unternommen (> 1%).

3.6.2 Reiseausgaben

Im Jahr 2010 gaben die Österreicher pro Geschäftsreise im Durchschnitt 405 Euro aus. Dies entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 153 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen für Deutschlandgeschäftsreisen der Österreicher betrug im Jahre 2010 0,3 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben, wie für Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

Art der Geschäftsreisen der Österreicher 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.7 Reisebüro-/Veranstalterstruktur

Das Reiseland Deutschland ist in Österreich sehr gut vermarktet. Auch im Businessreisebereich ist Deutschland gut platziert.

Die österreichischen Reiseveranstalter mit Deutschlandprogrammen gliedern sich in Veranstalter für Bahnreisen, Busreisen, Musik- und Kulturreisen, Erlebnisreisen, individuelle Reisen, z.B. Städtereisen, Schiffs- und Hausbootreisen, Städtereisen, Flugreisen, Aktivreisen, Wellnessreisen, Gruppen- und Incentive-Reisen und saisonale Reiseprogramme.

Insgesamt verfügt die DZT über eine Datenbank mit knapp 3.600 Branchenadressen, die sowohl die 360 Reiseveranstalter als auch Reisebüros und Reisemittler sowie MICE-Veranstalter umfasst.

68 Reiseveranstalter bieten mehr als 786 verschiedene Reiseprogramme nach Deutschland an.

MICE-Reisen (Geschäfts-, Kongress-, Messe- und Incentive-Reisen) aus Österreich besitzen einen hohen Stellenwert im Reiseverkehr nach Deutschland.

Die DZT-Österreich organisiert auf Bestellung und nach Absprache mit interessierten Partnern exklusive Mailingaktionen, die sich an die Kontakte aus den o.g. Adressdateien (die größtenteils auch Angaben zu Kontaktpersonen enthalten) richten.

3.8 Mentalität und Geschäftsgebaren

Im gesellschaftlichen und geschäftlichen Umgang zeichnen sich die Österreicher besonders durch sehr höfliche Umgangsformen aus. Höflichkeit in Verbindung mit Freundlichkeit und Liebenswürdigkeit gilt als positives Verhalten; wer es an den Tag legt, wird oft als „charmant“ bezeichnet. Für die mittlere und besonders die ältere Generation der Österreicher ist im Umgang miteinander wie z.B. auch in der Geschäftskorrespondenz aufgrund einer langen Tradition die Nennung des akademischen Titels noch immer von großer Bedeutung. In Österreich gibt es keine einheitlichen Geschäftszeiten.

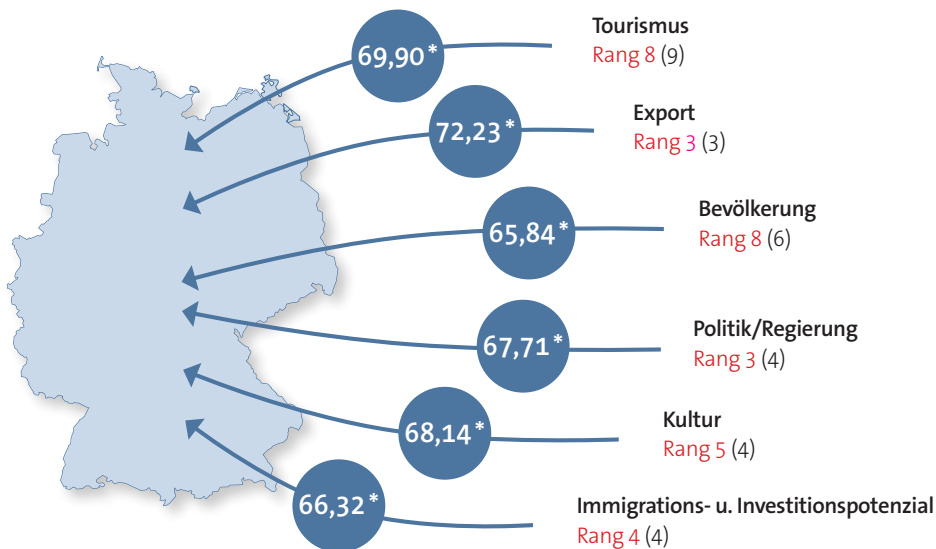
4. Image, Marktbewertung und Potenzial

4.1 Image von Deutschland

Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report, Oktober 2011

In der Umfrage zum Anholt-GfK Roper Nation Brands Index (NBI) 2011¹, einer Imagestudie über 50 Länder, liegt Deutschland im zweiten Jahr in Folge auf Gesamtplatz 2. Tourismus ist einer von 6 wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen:

Gesamtranking
2009: Deutschland Rang 3
2010: Deutschland Rang 2
2011: Deutschland Rang 2



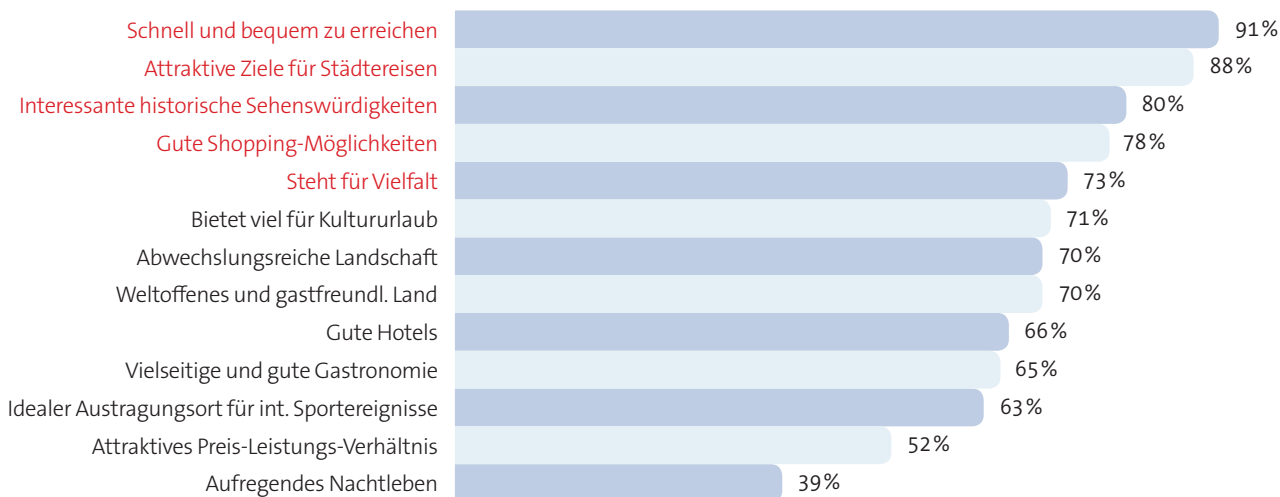
* max. 100 Punkte, Werte 2010 in Klammern

In der von der DZT in Auftrag gegebenen Imageanalyse im Rahmen des World Travel Monitor zeigen sich die zentralen Stärken aus österreichischer Sicht:

- Schnell und bequem zu erreichen (91% Zustimmung)
- Attraktive Ziele im Städtetourismus (88%)
- Interessante historische Sehenswürdigkeiten (80%)
- Gute Shopping-Möglichkeiten (78%)
- Steht für Vielfalt (73%)

Deutschland-Image in Österreich*, Zustimmung in %

Quelle: Sonderfrage im Rahmen des World Travel Monitor 2008, IPK International *Österreicher mit Auslandsreiseerfahrung (2007)



Weiterhin zeigt sich, dass das Deutschlandimage in Österreich im Vergleich zur Sicht aus anderen europäischen Märkten überdurchschnittlich gut ist.

¹ Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report (Online-Befragung in den 20 international wichtigsten Ländern, je Land rund 1.000 Befragte, Imagebewertung von 50 Ländern aus allen Kontinenten)

4.2 Zufriedenheit

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, DZT/ERV 2011

Generell waren im Zeitraum Januar 2008 bis April 2011 österreichische Gäste mit ihrem Aufenthalt in Deutschland zufrieden. Besonders gute Bewertungen erhielten die Gastronomie (26 % „äußerst Begeisterte“, 64 % „Begeisterte“) sowie die Vielfalt und Qualität der Angebote (23 % „äußerst Begeisterte“, 66 % „Begeisterte“).

In der Befragung äußerten sich 29 % „äußerst begeistert“ und 66 % „begeistert“ und würden einen Aufenthalt in Deutschland weiterempfehlen.

Generelle Zufriedenheit	Bewertung Österreich	Bewertung alle Herkunftsmärkte
Gesamtzufriedenheit	1,77	1,78
Vielfalt und Qualität des Angebots	1,89	1,87
Unterkunft	1,90	1,81
Gastronomie	1,84	1,87
Öffnungszeiten	1,92	2,03
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,10	2,22
Wetter	2,15	2,31
Weiterempfehlung	1,79	1,82

Skala: 1 = „Äußerst begeistert“ bis 6 = „Eher enttäuscht“; X = nicht repräsentativ aufgrund geringer Fallzahlen

Auch mit den Angeboten am Aufenthaltsort waren Österreicher fast ausnahmslos zufrieden. Vor allem gefielen die Freundlichkeit der Bevölkerung (42 % zeigten sich „äußerst begeistert“, 46 % waren begeistert“) und die Atmosphäre vor Ort (38 % „äußerst Begeisterte“, 51 % „Begeisterte“).

Zufriedenheit mit der Destination	Bewertung Österreich	Bewertung alle Herkunftsmärkte
Landschaft/Natur	1,77	1,77
Spazier-/Wanderwege/ Fußgängerzonen	1,89	1,97
Atmosphäre/Flair	1,75	1,76
Orts-/Stadtbild	1,89	1,85
Beschilderung Region/Stadt	1,86	2,06
Tourismusinfo	1,99	2,07
Freundlichkeit Bevölkerung	1,71	1,81
Architektur/Bauwerke	2,04	1,96
Parks/Grünraum	1,79	1,83
Verkehrsanbindung	2,02	2,14
Öffentliche Verkehrsmittel	2,14	2,12
Radwege/MTB-Strecken	1,88	2,18

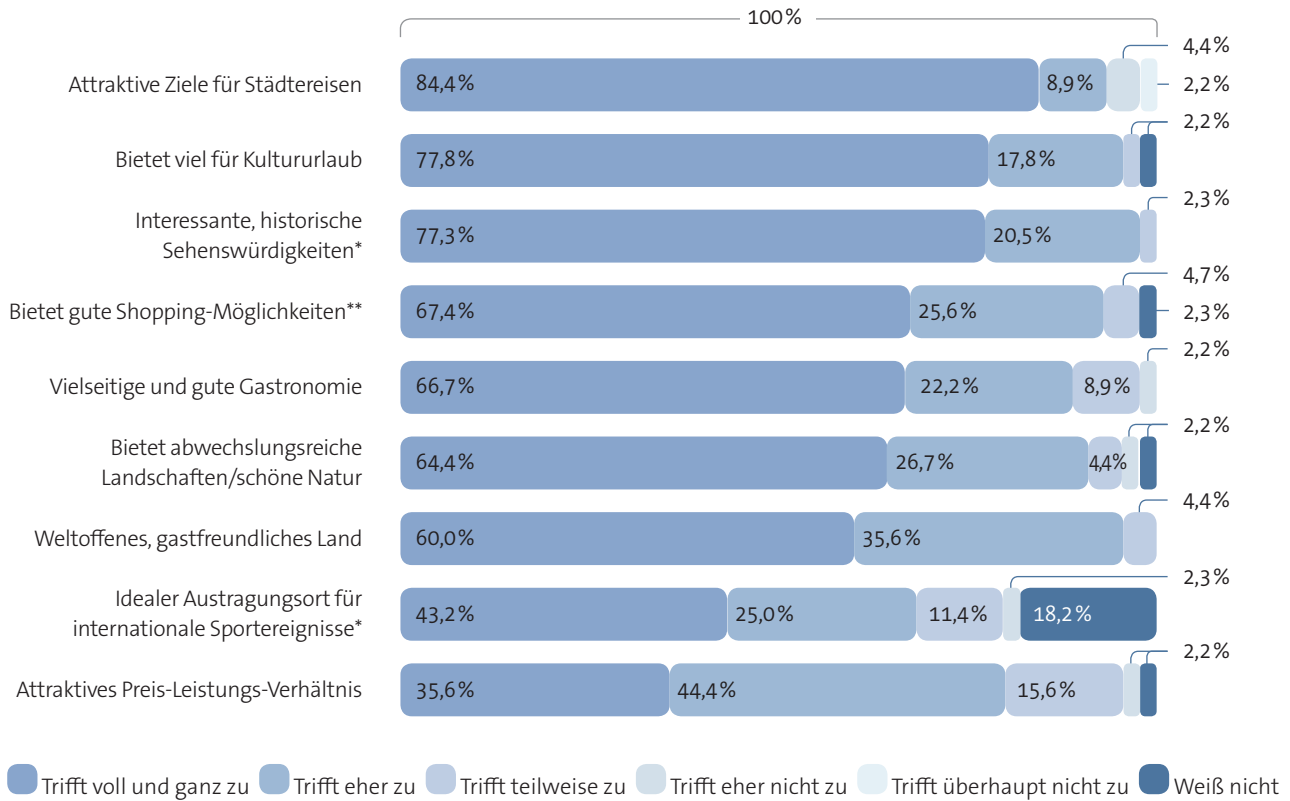
Skala: 1 = „Äußerst begeistert“ bis 6 = „Eher enttäuscht“; X = nicht repräsentativ aufgrund geringer Fallzahlen

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus wurde 2007 von der ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V) aufgelegt. Im Rahmen des Projekts werden in- und ausländische Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) zu ihrem Reiseverhalten befragt.

4.3 Erfolgskontrolle

Quelle: DZT-Befragung 2010, n = 45; * n = 44; ** n = 43

Attraktive Ziele für Städtereisen werden von den meisten österreichischen Teilnehmern mit dem ReiseLand Deutschland assoziiert, auch Kultur und historische Sehenswürdigkeiten stehen bei ihnen in der Wahrnehmung ganz oben.



4.4 Prognose

Österreich ist wichtigster Quellmarkt für Deutschland im Regionalmanagement Südosteuropa. Deutschland ist für Österreicher als Nahdestination ohne Sprachbarriere mit einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis und attraktiven, innovativen Urlaubsangeboten eine beliebte Destination. Neben den traditionellen Zielgebieten in Süddeutschland entdecken sie zunehmend die ihnen noch weniger bekannten, sich von der Angebotsstruktur in Österreich wesentlich unterscheidenden Regionen in Nord- und Ostdeutschland für sich. Die österreichischen Reiseveranstalter halten ein umfassendes Deutschlandangebot vor und sind für neue themen- und eventbezogene Ideen bzw. Programmvorschläge immer sehr offen. Sehr beliebt sind Kultur- und Städtereisen, Aktiv- und Familienaufenthalte in den Regionen. Ferien- und Freizeitparks in Deutschland erfreuen sich großer Beliebtheit. Durch die ständige Erweiterung der Transportangebote, vor allem im Low-Cost-Bereich, ist Deutschland in den vergangenen Jahren für Österreicher immer besser erreichbar und attraktiver geworden, besonders gilt dies für den Städtetourismus und für die jüngere Bevölkerung. In den kommenden Jahren kommt es nun darauf an, dieses hohe Niveau zu halten bzw. weiter zu steigern.

Österreich gehörte zu den wenigen krisenresistenten Ländern in Europa, die von der internationalen Finanz- und Wirtschaftskrise 2008/2009 weniger betroffen waren. Zwar werden wahrscheinlich österreichische Banken durch die Refinanzierung der ausgelegten Devisenkredite in Osteuropa, vor allem in Ungarn, in den Jahren 2011/2012 massive Verluste verbuchen müssen, dennoch wird die österreichische Wirtschaft größtenteils von den Auswirkungen der europäischen Schulden- und Finanzkrise verschont bleiben.

Die Auslandsvertretung der DZT hat sich das Ziel gesetzt, auch neue Zielgruppen mit neuen Produkten für das Reise-land Deutschland anzusprechen. Ein Schwerpunkt wird hier auf der Zielgruppe junge Generation liegen. Im Rahmen des Themenjahrs 2013 und als Vorbereitung dafür werden zahlreiche Aktionen, auch mit Partnern aus Deutschland, umgesetzt. Davon verspricht sich die DZT-Österreich den Aufbau einer neuen, breit angelegten und an Deutschlandreisen langfristig interessierten Zielgruppe, deren Vertreter später auch für Angebote an Singles oder Familien ansprechbar bleiben werden. Als Ergebnis ihrer weiteren kunden- und partnerorientierten Marketingtätigkeit erwartet die DZT auch in den nächsten Jahren eine Steigerung der Deutschlandreisen.

Von der DZT wurde für das Jahr 2020 ein Übernachtungsvolumen zwischen 2,9 und 4,5 Mio. prognostiziert.

5. DZT-Auslandsvertretung

5.1 Sitz

Das Büro der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. in Wien liegt seit dem 01.05.2009 in der Mariahilfer Straße 54 in der Wiener Innenstadt. Es ist für den Besucherservice geschlossen.

Für unsere Kunden sind wir natürlich weiterhin über E-Mail und Telefon erreichbar – während der Geschäftszeiten direkt, außerhalb der Geschäftszeiten mittels eines Voice-Response-Systems. Außerdem können alle Kunden den österreichischen Internetauftritt unter www.germany.travel nutzen.

Für deutsche Partner stehen wir während unserer Geschäftszeiten jederzeit gern zur Verfügung.

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Auslandsvertretung für Österreich
Mariahilfer Str. 54
1070 Wien, Österreich

Büroleitung:

Tel.: +43 1 513 2792-10
Fax: +43 1 513 2792-50
laszlo.dernovics@germany.travel

Information:

Tel.: +43 1 513 2792
Fax: +43 1 513 2792-22
office-austria@germany.travel
www.germany.travel

5.2 Mitarbeiter

Leiter der Auslandsvertretung

Laszlo Dernovics

Tel.: +43 1 513 2792-10

laszlo.dernovics@germany.travel

Marketingmanagerin

Daniela Weihbrecht

Tel.: +43 1 513 2792-12

daniela.weihbrecht@germany.travel

Managerin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Ulrike Frauscher

Tel.: +43 1 513 2792-11

ulrike.frauscher@germany.travel

Managerin Vertrieb

Alexandra Pfaff und Anna Kopprasch

Tel.: +43 1 513 2792-16/13

alexandra.pfaff@germany.travel

anna.kopprasch@germany.travel

Manager Online-Marketing und Kundenservice

Lars Dehne

Tel.: +43 1 513 2792-17

lars.dehne@germany.travel

Managerin Finanzen

Svea Strahl

Tel.: +43 1 513 2792-15

svea.strahl@germany.travel

5.3 DZT-Zentrale

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.

Norbert Tödter

Leiter strategische Unternehmensplanung / Marktforschung,

Partnermanagement und Themenjahre

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt am Main

Deutschland

Tel.: +49 69 97464-0

Fax: +49 69 751903

info@germany.travel

Quellenverzeichnis (alphabetisch)

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, G IV 1, 2011
- Anholt-GfK Roper Nation Brands Index Report (NBI), 2011
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Tourismus in Bayern G IV 1, 2011
- CIA – The World Factbook 2011
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), World Travel Monitor (WTM) 2010, IPK International, 2011
- DZT, Special Report – Impact of the Current Financial and Economic Crisis on European Travel Behavior, IPK International, 2011
- DZT, Image von Deutschland in europäischen Nachbarländern, IPK International, 2008
- DZT/Europäische Reiseversicherung AG (ERV), Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2011
- EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011
- Eurostat 2010
- Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, 2011
- GfK Online-Monitor 2011 – Internetmarkt in Österreich
- Hessisches Statistisches Landesamt, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Geschäftsbereich Statistik, Statistische Berichte G IV, 2011
- International Telecommunication Union (ITU), The ICT Development Index 2009
- Internet World Stats, www.internetworldstats.com, 2011
- Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Factbook 2010, 2010
- Statistik Austria, Urlaubs- und Geschäftsreisen 2010, Ergebnisse aus den vierteljährlichen Befragungen, Wien 2011
- Statistik Austria, Bevölkerungsprognose 2010, Wien 2010
- Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1
- Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Tourismus in M-V G IV, 2011
- Statistisches Amt Saarland, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Bundesamt, Fachserie 6, Reihe 7.1, Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, 2002–2011
- Statistisches Bundesamt, Tourismus in Zahlen, 2010–2011
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Bremen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistische Berichte G IV, 2011
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Statistische Berichte G IV, 2011
- Thüringer Landesamt für Statistik, Statistischer Bericht G IV, 2011
- United Nations Development Programme (UNDP), UN Population Division, 2010
- World Economic Forum, The Global Competitiveness Report (GCI), 2010–2011

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

www.deutschland-extranet.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland 



Weitere Informationen über unsere Märkte, finden Sie in der Rubrik „Über uns“ auf www.germany.travel



Gefördert durch:

