

IM GESPRÄCH MIT ...



Carmen Breuss

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Zur Zeit erfüllt sich die Schweizer Bevölkerung noch Reisewünsche an das Meer und die Ferndestinationen. Dies bestätigt auch der Rückgang der Nächtigungen am Heimmarkt selbst. Der Nachholeffekt nach der Pandemie dürfte sich verlangsamen und damit einem attraktiven, qualitativ hochwertigen Österreich-Produkt wieder gute Chancen geben.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Wichtig ist und bleibt in der Schweiz ein guter Marketing-Mix. Die verschiedenen Kanäle müssen optimal kombiniert werden, um den potenziellen Gast über diverse Touchpoints und das ganze Jahr zu erreichen. Immer noch relevant bleiben traditionelle Channels wie Print und individuelle Kontaktaufnahme.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Eine spezifische Ausrichtung des Marketings auf (Themen)-Zielgruppen gewinnt an Bedeutung, ebenso eine fokussierte und nutzerorientierte Aufbereitung der Kommunikationsbotschaften. Nachhaltigkeit und Kulinarik sind wichtige Querschnittsthemen, die immer mitgetragen werden können.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Der Trend zur Individualisierung verstärkt sich in einem ohnehin schon stark von Individualität geprägten Markt zunehmend. Die Gäste erwarten eine persönliche Betreuung und das Eingehen auf ihre Anliegen. Neuerdings kommunizieren sie dies auch selbstbewusster. Dafür sind sie jedoch weiterhin bereit, für Qualität einen entsprechenden Preis zu bezahlen.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Typisch für die Schweiz sind längerfristige Beziehungen - nicht nur im privaten, sondern auch im geschäftlichen Bereich. Das bedeutet, dass Kooperationen für einzelne Projekte schwieriger einzufädeln sind und man sich im Vorfeld überlegen sollte, ob und mit wem man ein Engagement eingehen möchte. Der große Vorteil ist, dass man eine Zusammenarbeit kontinuierlich aufbauen und optimieren kann.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Um im stark umworbenen Markt Schweiz als Marke „Urlaub in Österreich“ sichtbar zu bleiben, setzen wir einerseits auf eine Bündelung der Mittel unter einem gemeinsamen Dach. Andererseits fokussieren wir auf zielgruppenaffine Maßnahmen. Im Interesse des potenziellen Gastes verknüpfen wir Inspiration mit konkreten Tipps und setzen auf die Kommunikation von Leitprodukten.



Carmen Breuss

Head of Markets

Schweiz und Frankreich

carmen.breuss@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Schweiz finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)