



Spanien stabil, mit stetig wachsender Nachfrage für Österreich.

Bedeutung für Österreich

- Spanien liegt an 16. Stelle der Herkunftsmärkte.
- Spanien zeigt hohe Österreich-Affinität aufgrund gemeinsamer historischer Verbindungen und des enormen Kulturangebots, kombiniert mit intakter Natur. Verbindung von Kultur mit urbanem Erlebnischarakter sowie der Kontrast zwischen historischen und modernen Sehenswürdigkeiten. Kunst- und Kulturangebote sowie Architektur sind entscheidend für eine Österreichreise.
- 18 Flüge täglich verbinden Spanien mit Österreich.
- Ferientermine 2017: 11.09. Nationalfeiertag Kataloniens, 12.10. Spanischer Nationalfeiertag, 01.11. Allerheiligen (Todos los Santos), 06.–08.12. Tag der spanischen Verfassung (Día de la Constitución) und Maria Empfängnis (la „Purísima“), Sommerferien je nach Region 20.06.–14.09.

Der spanische Gast

- Gehobene Bildungsschicht (79% Matura und Hochschulabschluss) und Angestellte, 58% jünger als 40 Jahre.
- Hauptherkunftsregionen: Katalonien-Barcelona und Madrid.
- Informationssuche: Internet, persönliche Empfehlungen. Buchung: Reisebüro, Internetplattformen oder direkt bei Unterkunft.
- Entscheidungszeitpunkt: 1 bis 4 Monate vor Reiseantritt. Aufgrund von problemloser Anreise, kulturellen Interesses und Familienfreundlichkeit fällt die Wahl auf Österreich.
- Anreise: mit Flugzeug, Auto und innerhalb Österreichs mit der Bahn.
- Reisen als Paar oder in Familienverbänden und Freundesgruppen.
- Interesse an Besichtigungsreisen und Städteurlaub mit Aktivitäten wie dem Besuch von Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen; die Gastronomie hat eine wichtige komplementäre Bedeutung.

Dos und Don'ts im Umgang mit spanischen Gästen

- 👍 Sprachadaption der Menükarte und Begrüßungsbriefe sowie Programme.
- 👍 Hinweis auf Internetanschluss und Bedienungsanleitungen auf Spanisch.
- 👍 Einkaufsempfehlungen und Schlechtwetterprogramm anbieten.
- 👍 Kleine Verspätungen und Verzögerungen in Kauf nehmen.
- 👍 Kreditkartenzahlung vor Anreise klären – Spanier zahlen ungern „cash“
- 🗨️ Keine zu frühe Schließung des Restaurants – Spanier essen nicht vor 21 Uhr zu Abend.
- 🗨️ Keine EU-Spanien-Vergleiche anstellen – hier sind sensible Reaktionen zu erwarten.
- 🗨️ Keine negativen Kommentare über Stierkampf und Fußball.
- 🗨️ Spanische Gruppengäste nicht als Gäste dritter Klasse behandeln.
- 🗨️ Gruppen nicht trennen – Hoteleinteilung/Zimmereinteilung im Vorhinein klären.

Marktstrategie Spanien 2016–2018

Österreich positioniert sich weiterhin als Kulturdestination der gehobenen Mittelschicht „Burguesia establecida“. Die Kombination Kultur/Natur soll dem neuen Öko-Bewusstsein der Spanier entsprechen. Österreich wird außerdem als Winterdestination positioniert, in der die Themen Stadt/Kultur und Natur/Bewegung miteinander verbunden werden. Das Ziel ist es, Österreich als Qualitätsdestination zu etablieren, in der Preis und Leistung in Einklang sind. Österreich baut auf seine Image-Stärken in den Bereichen Kultur und Natur und gestaltet überraschende Perspektiven, die dem des traditionellen Bildes gegenüberstehen. Kultur- und Musikreisen mit dem Fokus auf Genuss und Überraschungen, Wintererlebnisse, ergänzt durch Rundreisen und Citybreaks, sind beliebte Produkte der Zielgruppe.

Produkt/Markt/Kombinationen

Klassisches Kulturangebot mit Erlebnissen in Stadt und Land. Aufladen der klassischen Kultur durch überraschende Erlebnisse in Stadt und Natur. Das kulturelle Angebot Österreichs wird erlebnisreich, klassisch und modern vor der Kulisse „Natur“ präsentiert. Das Potenzial beträgt 8 Mio. Interessenten für Kultur/Natur und etwa 2,6 Mio. Winterurlauber.

Österreich. Rundreise. Urbanes Erlebnis, verbunden mit dem ländlichen Aspekt hin zum Erlebnis Natur. Die Zahl der potenziellen Gäste für Rundreisen liegt bei etwa 600.000.

Österreich. Wintergenuss. Erlebnis Wintersport mit der Möglichkeit der Ruhe, mit hohem Komfort (gediegener Luxus) und Genuss der lokalen Gastronomie. Innerhalb der Zielgruppe rund 100.000 potenzielle Gäste.



Das Büro der ÖW Spanien wurde 1957 eröffnet und befindet sich an der Plaza de España in Madrid.

Georg Kapus, Markt Manager Spanien

Georg.Kapus@austria.info, T +34 91 542 68 32, www.austriatourism.com



Ankünfte (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.

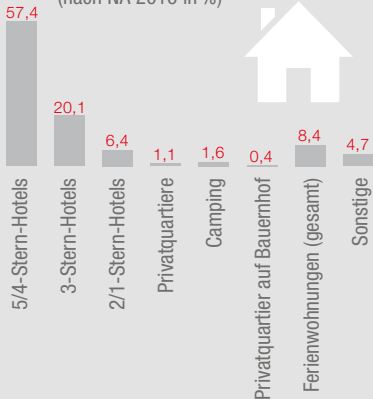
2016	0,36	Ø +8,0% p. a.
2015	0,35	
2014	0,31	



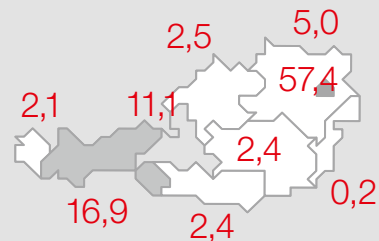
Nächtigungen (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.

2016	0,83	Ø +8,0% p. a.
2015	0,79	
2014	0,71	

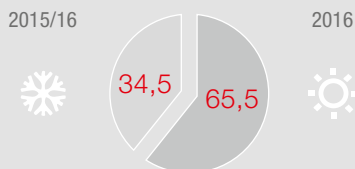
Unterkunftswahl
(nach NÄ 2016 in %)



NÄ nach Bundesländern
(2016 in %)



Verteilung NÄ nach Saison (in %)

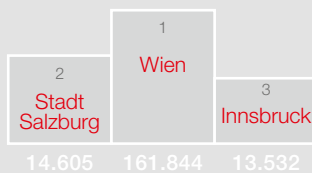


Entwicklung AN u. NÄ nach Saison
(Ø Veränd. 2011–2016 in % p. a.)

+4,9	AN	+1,1
+4,1	NÄ	+1,6

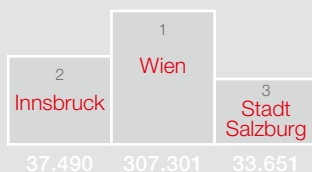
Top-3-Regionen im Winter
(nach NÄ 2015/16)

Ö. gesamt: 284.825 Top 3 = 66,7 %



Top-3-Regionen im Sommer
(nach NÄ 2016)

Ö. gesamt: 539.684 Top 3 = 70,1 %



Reiseintensität
und **Auslandsreisen 2016**

Die Spanier haben 2015 173,9 Mio. Reisen getätigt, was im Vergleich zum Vorjahr 2015 einem Plus von 14,8 % entspricht. Die Zahl der Auslandsreisen mit 16,1 Mio. ist gleich geblieben. Die Auslandsreiseintensität betrug 39,9 % (Bevölkerung ab 15 Jahren), dies bedeutet 0,4 Reisen pro Person.



Ø Aufenthaltsdauer 2016

Statistik Austria T-Mona
2,3 NÄ 6,0 NÄ

Tagesausgaben/Kopf
in Österreich

€ 133



Reiseverkehrseinnahmen in Ö
2015

€ 96 Mio.
+10,3 %

MARKTDATEN

Bevölkerung 2016



Bevölkerungsentwicklung
(Prognose bis 2030)



Kaufkraft

BIP/Kopf 2016 (in US\$) **BIP nominal 2016** (in Mrd. US\$)
36.650 1.502,85

BIP-Entwicklung real (in %)

3,2	2016
3,2	2015
1,4	2014

Inflationsrate (in %)

1,6	2016
-0,4	2015
-0,2	2014

Arbeitslosenrate (in %)

19,9	2016
22,2	2015
24,5	2014