



## Australien Australier gelten als Reisefanatiker, sowohl innerhalb des eigenen Kontinents als auch international. Jede sechste Auslandsreise führt nach Europa.

### Bedeutung für Österreich

- Nach fünf Rekordjahren 2016 leichte Rückgänge wegen Terrorangst in Europa. An 25. Stelle der Auslandsnchtigungen. Markterholung für 2017 erwartet.
- Urlaub in Österreich steht für ein einzigartiges Kulturangebot (vor allem klassische Musik), imperiale Geschichte, gelebte Traditionen und Winterkompetenz.
- Erreichbarkeit Österreichs durch gute Flugverbindungen. Stetige Kapazitätenerweiterungen der Fluglinien.
- Ferientermine 2017/18: Herbstferien (je nach Bundesstaat) zwischen 01.04.–30.04., Winterferien zwischen 24.06.–24.07., Frühjahrsferien zwischen 16.09.–15.10., Sommerferien zwischen 09.12.2017–06.02.2018, Australia Day 26.01., ANZAC Day 25.04., Queen's Birthday 13.06., Labour Day 03.10.

### Der australische Gast

- Mehr als die Hälfte besitzt eine Tertiärbildung; ein Drittel arbeitet in gehobenen Positionen; knapp die Hälfte bezieht ein Jahreseinkommen von über EUR 56.000. Über 20 % sind zwischen 50 und 59 Jahre alt, 16 % zwischen 40 und 49 Jahre.
- Herkunftsregionen: Ostküste Australiens mit Bundesstaaten New South Wales (Sydney), Victoria (Melbourne) und Queensland (Brisbane); sowie Perth an der Westküste.
- Das Internet spielt bei der Urlaubsplanung und Buchung eine wichtige Rolle, besonders bei Inlandsreisen und in benachbarte Regionen.
- Das Reisebüro punktet vor allem bei komplexen Reiserouten, Ferndestinationen (wie Europa) oder im Luxusreisesegment. Gerade bei Auslandsreisen wird noch häufig ein Mix von Reisebüro und Internet verwendet.
- Aufgrund der Distanz planen Australier eine Europareise bis zu 12 Monate im Voraus. Der Australier will auf einer Europareise das erleben, was er nicht im eigenen Land hat: Kultur, historische Bauten, gelebte Traditionen, Berge, Winterzauber – genau das bietet ihm Österreich.
- Individualreisen sind die beliebteste Reiseform; Gruppenreisen werden von Erstreisenden oder für Nischenprodukte gebucht; im Trend liegen kleine Gruppenreisen im gehobenen Segment.
- Urlaubsinteressen: Städtereisen (Musik und Kultur), Donaukreuzfahrten, Wintersporturlaube.

### Dos und Don'ts im Umgang mit australischen Gästen

- 👍 Englischkenntnisse werden vorausgesetzt.
- 👍 Zimmer sollten mit Satelliten-TV zum Empfang englischer Nachrichten ausgestattet sein.
- 👍 Tee-/Kaffeekocher gilt als Standard.
- 👍 Gratis-WLAN am Urlaubsort, auch außerhalb der Unterkunft gefragt.
- 👍 Gratis-Leitungswasser in Restaurants wird erwartet.
- 👍 Rauchverbot im öffentlichen Raum und in Restaurants.
- 👍 Liberale Ladenöffnungszeiten (Sonntag/Feiertag) gewöhnt.
- 👍 Generelle Kreditkartenakzeptanz auch bei kleinen Beträgen wird vorausgesetzt.

### Marktstrategie Australien 2016–2018

Österreich wird als „Must Do“-Destination im Rahmen einer Europareise positioniert. Der Fokus liegt auf dem einzigartigen Reiseerlebnis von gelebten Traditionen, über imperiale Geschichte und klassische Kultur zu herausragenden Naturerlebnissen und regionaler Kulinarik. Ziel ist es, die Aufenthaltsdauer in Österreich durch Zweit- und Drittdestinationen im Reiseplan zu verlängern. Hierbei steht die B2C-Kommunikation im Vordergrund. Es gilt, die digitalen Kanäle verstärkt zu nutzen. Ein Fokus auf strategische Pressearbeit ist ebenso unerlässlich. Die Zusammenarbeit im B2B-Bereich fokussiert sich auf das Luxus-Segment.

### Produkt/Markt/Kombinationen

**Best of Austria. Rundreisen & Entdeckungen.** Städte und Regionen, die ein typisch österreichisches Erlebnis garantieren. Die Verbindung von Stadt- und Naturerlebnissen macht den Urlaub besonders reizvoll. Das Entdecken der imperialen Geschichte sowie das Eintauchen in die Kultur sind wichtige Merkmale, ebenso wie die regionale Kulinarik, das Sportangebot und die Herzlichkeit der Gastgeber.

**Skifahren Plus.** Wintersportregionen, die sowohl ein ausgezeichnetes Ski-/Snowboardangebot bieten als auch ein unverfälschtes dörfliches Ortsbild aufweisen. Regionale Küche, gelebtes Brauchtum und die persönliche Betreuung durch den Gastgeber machen den Urlaub zu einem unvergesslichen Erlebnis.



Das Büro der ÖW Australien wurde 1991 eröffnet und befindet sich im Stadtzentrum von Sydney.

Mag. Astrid Mulholland-Licht, Markt Managerin Australien  
Astrid.Mulholland-Licht@austria.info, T +61 2 9299-3621, [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)



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

2016	0,14
2015	0,15
2014	0,14

Ø +1,3% p. a.

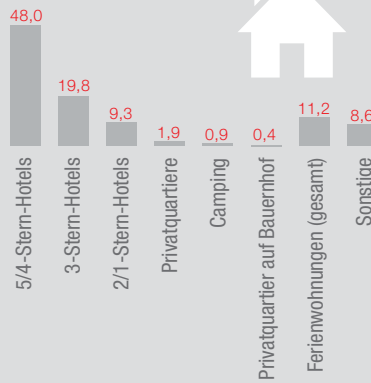


**Nächtigungen (in Mio.)**  
und Ø Entwicklung p. a.

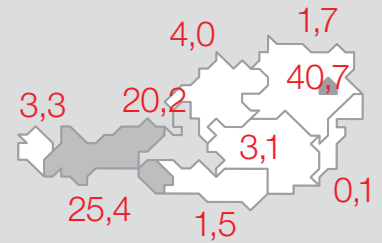
2016	0,36
2015	0,38
2014	0,35

Ø +0,7% p. a.

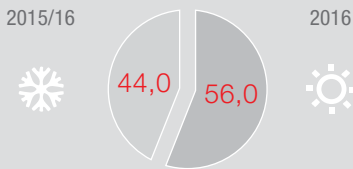
**Unterkunftswahl**  
(nach NÄ 2016 in %)



**NÄ nach Bundesländern**  
(2016 in %)



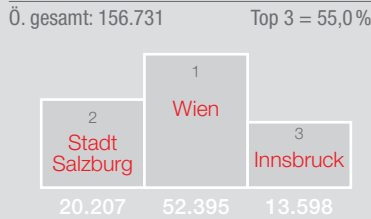
**Verteilung NÄ nach Saison (in %)**



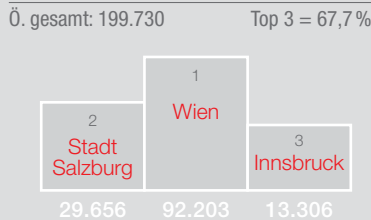
**Entwicklung AN u. NÄ nach Saison**  
(Ø Veränd. 2011–2016 in % p. a.)

+7,8	AN	+0,7
+7,3	NÄ	+1,2

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



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



**Reiseintensität**  
und **Auslandsreisen 2016**

Hohe Reiseintensität, oft mehrmals pro Jahr, sowohl In- als auch Auslandsreisen. In den letzten 10 Jahren hat sich das Auslandsreisevolumen verdoppelt. Unternahmen 2006 4,9 Mio. Australier eine Auslandsreise, waren es 2016 9,9 Mio., ein Rekordergebnis. Eine extrem hohe Anzahl, bedenkt man, dass eine Auslandsreise eine Flugreise von mindestens drei Stunden oder eine Kreuzfahrt erfordert. Die beliebteste Region war das benachbarte Asien mit 4,7 Mio. Reisen bzw. 47 % Marktanteil, gefolgt von Ozeanien/Neuseeland mit 2,0 Mio. Reisen (20 %) sowie Europa an dritter Stelle mit 1,6 Mio. Reisen bzw. 16 % Marktanteil.

**Ø Aufenthaltsdauer 2016**

Statistik Austria  
**2,5 NÄ**

Reiseverkehrseinnahmen in Ö 2015  
**€ 75 Mio.**  
+13,6%

MARKTDATEN

**Bevölkerung 2016**



**Bevölkerungsentwicklung**  
(Prognose bis 2061)



**Kaufkraft**

<b>BIP/Kopf 2016</b> (in US\$)	<b>BIP nominal 2016</b> (in Mrd. US\$)
52.061	1.251,3

**BIP-Entwicklung real (in %)**

2,4	2016
2,8	2015
2,3	2014

**Inflationsrate (in %)**

1,5	2016
1,7	2015
1,7	2014

**Arbeitslosenrate (in %)**

5,7	2016
5,8	2015
6,2	2014