



## Großbritannien Ein Markt mit Wachstumspotenzial für Österreich, sowohl im Sommer als auch Winter. Politische und wirtschaftliche Auswirkungen aufgrund Brexit-Entscheidung unsicher.

### Bedeutung für Österreich

- Großbritannien liegt an 4. bzw. 5. Stelle bei Auslandsnächtingen- bzw. -ankünften. Österreich liegt in Großbritannien an 14. Stelle der beliebtesten Urlaubsländer.
- Die schöne Landschaft, Berge und der Wintersport prägen das Bild von Österreich.
- Sehr gute Fluganbindung im Charterbereich (Winter und Sommer) und bei Linienflügen nach Wien. Direkte Fluganbindung in die Bundesländer dennoch ausbaubar.
- Die Hauptferienzeiten sind Mitte Februar, Ende März–Anfang April, Ende Mai–Anfang Juni, Ende Juli–Anfang September, Ende Oktober und Ende Dezember–Anfang Jänner.

### Der britische Gast

- Der britische Urlaubsgast ist mit 39,9 Jahren verhältnismäßig jung. Gäste aus Großbritannien haben ein hohes Bildungsniveau und tendenziell ein hohes Einkommen.
- Die Mehrheit der Österreich-Gäste kommt aus dem Einzugsgebiet von London und aus SO-England. Von Bedeutung sind auch die Ballungszentren Manchester, Birmingham und Liverpool, aber auch Schottland.
- Bei der Urlaubsrecherche ist das Internet die dominierende Quelle. Offline sind insbesondere Freunde/Verwandte, Reiseveranstalter/ Reisebüros sowie Reiseführer und -berichte von Bedeutung. Die Briten sind mittlerweile zu 44 % Selbstplaner. Ein Drittel der Österreich-Interessierten bucht allerdings Pauschalreisen.
- Britische Gäste entscheiden sich früher als andere Gäste für ihre Urlaubsdestination. Rund 60 % der britischen Urlauber in Österreich wissen länger als zwei Monate im Voraus, wo der Urlaub verbracht wird.
- Der Großteil der Gäste reist mit dem Flugzeug an.
- 41 % der britischen Österreich-Affinen unternehmen die Reise mit dem Partner, gefolgt von Familien mit Kindern (14 %).
- Die beliebtesten Urlaubsarten der Briten sind Skiurlaub/Snowboardurlaub (77 %), Winterurlaub im Schnee (36 %), Erholungsurlaub (18 %), Wander-/Bergsteigurlaub oder Besichtigungsreisen/Sightseeing (jeweils 16 %). 12 % buchen einen Städteurlaub und 11 % einen Kultururlaub.

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

- 👍 Geheimtipps.
- 👍 Morning tea, afternoon tea, evening tea.
- 👍 Zahlung mit Kreditkarte.
- 👍 Höflichkeit ist oberstes Gebot.
- 🗨 Schotten, Waliser, Engländer: Herkunft nicht vermischen.
- 🗨 Vordrängen beim Anstellen.

### Marktstrategie Großbritannien 2016–2018

Österreich positioniert sich im Sommer als die Destination für einen sanften Aktiv- und Entdeckungsurlaub im vielfältigen alpenländischen Natur-/Kulturraum. Beim Aktivurlaub steht das Wandern und Radfahren im Fokus, während der Entdeckungsurlaub mit außergewöhnlichen und traditionellen, aber auch überraschenden und unbekanntenen Facetten Österreichs besticht.

Im Winter positioniert sich Österreich als die Destination mit perfekter und hochqualitativer Infrastruktur in authentischer Umgebung und fordert den Marktführer Frankreich mit Kompetenz, Kreativität und Innovation heraus.

### Produkt/Markt/Kombinationen

**Österreich. Rundreisen. Entdeckungen.** Urlaubserlebnisse zum genussvollen Entdecken von alpenländischen Natur- und Kulturschätzen im Sommer. 25 % der Briten sind an einem Urlaub in einer Alpendestination interessiert.

**Sommer Aktiv. Wandern, Radfahren.** Urlaubserlebnisse für bewegungsaktive Paare mit Fokus auf moderate Wander- und Radfahraktivitäten, ergänzt durch Erholung nach dem Sport. 21 % der Briten haben großes Interesse an einem Wanderurlaub, 32 % an einem Radurlaub.

**Winter Aktiv.** Wintersporturlaub und Erholung im Schnee in authentischer Atmosphäre mit perfekter Infrastruktur, Urlaubserlebnissen auf und abseits der Piste und hoher Service- und Beherbergungsqualität. Das Potenzial an Österreich-affinen Wintersporturlaubern beträgt 1,3 Mio. Das gesamte Potenzial an Wiedereinsteigern beträgt 1,2 Mio.



Das Büro der ÖW Großbritannien wurde 1948 eröffnet und befindet sich in Hatton Garden mitten in Farringdon.

Mag. Klaus Ehrenbrandtner, Markt Manager Großbritannien  
 Klaus.Ehrenbrandtner@austria.info, T +44 779 59 01 250, [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)



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

2016	0,92
2015	0,88
2014	0,80

Ø +7,0% p. a.

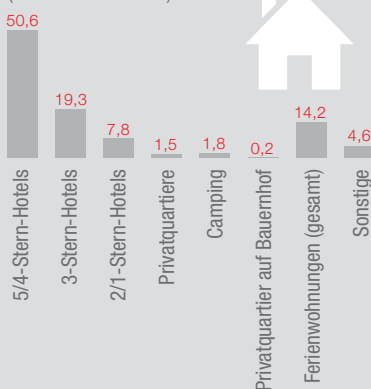


**Nächtigungen (in Mio.)**  
und Ø Entwicklung p. a.

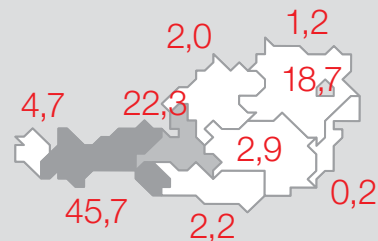
2016	3,70
2015	3,55
2014	3,37

Ø +4,9% p. a.

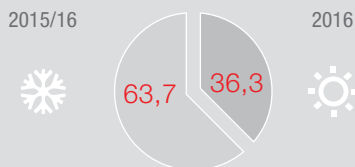
**Unterkunftswahl**  
(nach NÄ 2016 in %)



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



**Verteilung NÄ nach Saison (in %)**

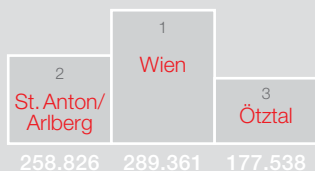


**Entwicklung AN u. NÄ nach Saison**  
(Ø Veränd. 2011–2016 in % p. a.)

+4,9	AN	+5,8
+3,7	NÄ	+3,6

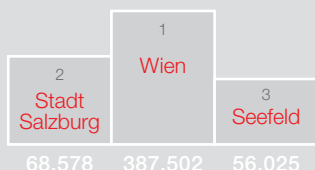
**Top-3-Regionen im Winter**  
(nach NÄ 2015/16)

Ö. gesamt: 2.360.148 Top 3 = 30,7%



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

Ö. gesamt: 1.346.118 Top 3 = 38,0%



**Reiseintensität und Auslandsreisen 2016**

Die Auslandsreiseintensität der Briten liegt bei 67%. Knapp zwei Drittel der Bevölkerung ab 15 Jahren haben also in den letzten drei Jahren Auslandsurlaub gemacht oder planen dies in den nächsten drei Jahren. Absolut entspricht dies 31,5 Mio. Personen. Die fünf beliebtesten Urlaubsländer sind Spanien, Frankreich, Portugal, USA/Kanada und Griechenland. 2016 waren Kurzurlaube in Städten die beliebteste Urlaubsart, gefolgt von Strandurlaube. Aktivurlaub – vor allem im alpenländischen Raum – gewinnt immer mehr an Bedeutung (ca. 25% der Briten).



**Ø Aufenthaltsdauer 2016**

Statistik Austria 4,0 NÄ  
T-Mona 6,7 NÄ

**Tagesausgaben/Kopf in Österreich**

€ 141



**Reiseverkehrseinnahmen in Ö 2015**

€ 639 Mio.  
+6,3%

MARKTDATEN

**Bevölkerung 2016**

65,1 Mio.

**Bevölkerungsentwicklung**  
(Prognose bis 2030)

+9,0%

**Kaufkraft**

**BIP/Kopf 2016**

(in US\$)  
40.412

**BIP nominal 2016**

(in Mrd. US\$)  
2.650

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

2,0	2016
2,4	2015
3,1	2014

**Inflationsrate (in %)**

1,6	2016
1,2	2015
1,5	2014

**Arbeitslosenrate (in %)**

4,9	2016
5,1	2015
6,2	2014