



Tschechien

Tschechien hält seine Position als stärkster CEE-Herkunftsmarkt.

Bedeutung für Österreich

- Österreich nimmt bei den Tschechen den 7. Rang im Nationenranking ein. Es ist ihr beliebtestes Wintersporturlandsland mit starker Dynamik im Kurzurlaubssegment.
- Im Sommer 2016 erstmals über 1 Mio. Übernachtungen.
- Das Image Österreichs ist geprägt von der beeindruckenden Berg- und Seenlandschaft, der guten Infrastruktur und Servicequalität. Urlaub in Österreich bedeutet sportlich-aktiv, erholsam, familien- u. gastfreundlich.
- Die geografische Nähe und gute Erreichbarkeit mit eigenem PKW sind ein wichtiger Faktor.
- Ferientermine 2017/18: 05.07., 06.07., 28.09., 28.10., 17.11. 2017. Sommer vom 01.07.–31.08., Herbst 26.–27.10., Weihnachten 23.12.2017–03.01.2018. Die Frühlingferien fallen nach Regionen gestaffelt in den Februar und März 2018.

Der tschechische Gast

- 42 % der Vertreter unserer Hauptzielgruppe, der „Liberal Upper Class“, verfügen über einen Hochschulabschluss, ein Drittel hat Matura. Sie sind Angestellte und Selbstständige und sind im Schnitt um die 40 Jahre alt.
- Wichtigste Herkunftsregionen sind Prag und die größeren Städte in Böhmen und Mähren.
- Die Hauptinformationsquellen sind Internet (57 %), Bekannte/Verwandte (25 %), Reise- und Buchungsportale (11 %). 49 % buchen direkt bei der Unterkunft.
- Die Urlaubsentscheidung fällt 4 bis 2 Monate vor Urlaubsantritt. Gründe für Österreich sind die Landschaft, Berge, Sportmöglichkeiten rund ums Jahr und die Servicequalität.
- 88 % reisen mit dem eigenen PKW an.
- Verreist wird mit Familie, Partner bzw. Freunden.
- Die beliebtesten Urlaubsarten sind Ski-/Snowboardurlaub, Rad- und Wander-/Natururlaub. Tschechen verstehen unter Erholung sportlich aktiven Urlaub.

Dos und Don'ts im Umgang mit tschechischen Gästen

- 👍 Wertschätzung durch nette Behandlung.
- 👍 Konversation und kleine Aufmerksamkeiten durch die Gastgeber werden durch Stammgasttreue honoriert.
- 👎 Nicht duzen – wird als arrogant und unhöflich aufgefasst.
- 👎 Vermeiden sollte man Themen zu Politik und eine diskriminierende Behandlung.
- 👎 Der tschechische Gast scheut offene Konflikte, kann aber nachtragend und imageschädigend reagieren.

Marktstrategie Tschechien 2016–2018

Österreich ist im Winter mit 55 % Marktführer bei den tschechischen Winterurlaubern. Dieses Präferenzziel, „erste Wahl“ zu sein, gilt es innerhalb unserer Zielgruppe der „Liberal Upper Class“ zu festigen. Die Abgrenzung zu den Mitbewerbern erfolgt durch die hervorragende Winterkompetenz und die engagierte Servicequalität der österreichischen Gastgeber. Dafür nutzen wir verstärkt Online und Social Media sowie Print und Out-of-Home-Kommunikationskanäle. Um die Relevanz für einen Sommerurlaub in Österreich zu steigern, muss das Synergiepotenzial bestehender Winterpartner für die Bewerbung der Kurz- und Sommerurlaube in Österreich besser genutzt werden.

Produkt/Markt/Kombinationen

Skifahren Plus. Kernkompetenz rund um das Skifahren/Snowboarden, Qualität der Infrastruktur, Gastgeberqualität, Kulinarik und Wellnessangebote, gepaart mit der für Österreich typischen Bergdorfatmosphäre und dem alpinen Baustil, die eine gemütliche Atmosphäre vermitteln. Vor Weihnachten sind die Adventmärkte in Wien und den nahegelegenen Städten/Regionen beliebt. Potenzial: 2 Mio. aktive Alpinskifahrer.

Sommer in Österreich. Sportlich aktiver Urlaub in intakter Natur (Wandern, Radfahren, Baden) mit perfekter Infrastruktur, regionaler Kulinarik und perfekter Gastgeberqualität, dazu die Sommercards zur Entdeckung kultureller Sehenswürdigkeiten. Potenzial: ca. 3,5 Mio. Sommerurlauber.



Das Büro der ÖW Tschechien wurde vor 25 Jahren eröffnet und befindet sich im Zentrum der Prager Innenstadt.

Mag. Franca-Maria Kobenter, Markt Managerin Tschechien
Franca.Kobenter@austria.info, T +420 222 212 057, www.austriatourism.com



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

2016	0,81
2015	0,71
2014	0,66

Ø +10,6% p. a.

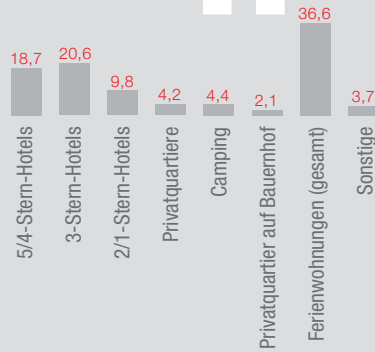


Nächtigungen (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.

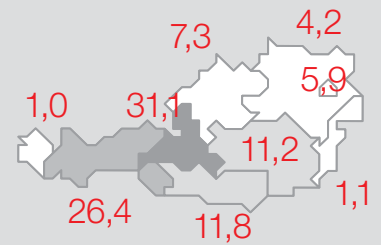
2016	2,68
2015	2,38
2014	2,22

Ø +9,9% p. a.

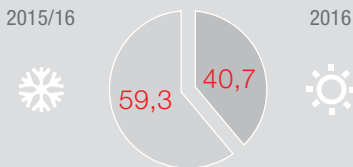
Unterkunftswahl
(nach NÄ 2016 in %)



NÄ nach Bundesländern
(2016 in %)



Verteilung NÄ nach Saison (in %)



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

+4,2	AN	+8,2
+3,4	NÄ	+8,3

Ø Aufenthaltsdauer 2016

Statistik Austria	3,3 NÄ
T-Mona	5,7 NÄ

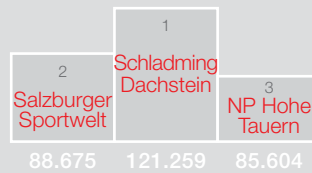
Tagesausgaben/Kopf in Österreich

€ 105

Reiseverkehrseinnahmen in Ö 2015: € 343 Mio. +14,0%

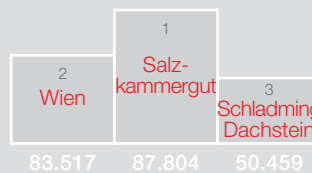
Top-3-Regionen im Winter
(nach NÄ 2015/16)

Ö. gesamt: 1.580.862 Top 3 = 18,7%



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

Ö. gesamt: 1.084.453 Top 3 = 20,5%



Reiseintensität und Auslandsreisen 2016

2015 unternahmen die Tschechen insgesamt 28,7 Mio. Reisen, davon 11,3 Mio. Reisen mit mehr als 4 Übernachtungen; von den Langzeitaufenthalten gingen 4,2 Mio. ins Ausland und 7,08 Mio. der Langzeiturlaube wurden im eigenen Land verbracht. Tschechische Urlauber generierten 2015 insgesamt 52 Mio. Übernachtungen, davon 32,3 Mio. im Ausland.

MARKTDATEN

Bevölkerung 2016

10,5 Mio.

Bevölkerungsentwicklung
(Prognose bis 2030)

+3,6%

Kaufkraft

BIP/Kopf 2016 (in US\$)

34.073

BIP nominal 2016 (in Mrd. US\$)

192,7

BIP-Entwicklung real (in %)

2,4	2016
4,6	2015
2,7	2014

Inflationsrate (in %)

0,6	2016
0,3	2015
0,4	2014

Arbeitslosenrate (in %)

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