

IM GESPRÄCH MIT ...



Polina Ivanova

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?

Das Land selbst hat eine große Alpin- und Wintersport-Tradition. Im Land gibt es 700.000 Skifahrer: innen. Diese Zahl wächst ebenso kontinuierlich wie die Wintersport-Infrastruktur im eigenen Land. Wer es sich leisten kann, fährt Ski. Österreich gilt als bestes „Gesamtpaket“ in Verbindung mit Infrastruktur. Frankreich und Italien haben jedoch auch Rumänien als Quellmarkt entdeckt.

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?

Kultur- und Wintersport-Erlebnisse für die jüngere Zielgruppe (bis 40) sowie die Erweiterung und das Vernetzen der B2B-Trade-Community mit österreichischen Partner:innen stehen aktuell besonders im Fokus.

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

Die Hitzevlucht im Sommer bietet eine große Chance! Ein Sommerurlaub in den Alpen wird immer mehr zum Reise-Thema, besonders auch deshalb, weil es sich herumspricht, dass Österreich hierfür eine hoch entwickelte Sport- und Erlebnis-Infrastruktur bietet, die man im eigenen Land nicht findet.

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?

Das Land und seine Wirtschaft entwickeln sich sehr dynamisch und bieten enorme Chancen für Entrepreneur:innen. Unsere Zielgruppe wächst in Rumänien besonders schnell. Und ja, auch die Verwaltung und die öffentliche Hand haben noch viel Luft nach oben.

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?

Die allfällige Meinung und die Stereotypen über Land und Leute, die man in Österreich vorfindet, erstaunen mich. Touristiker:innen mit Rumänien-Kenntnissen sind sehr dünn gesät, trotz der guten Gästezahlen und Marktentwicklung.

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?

Wir wollen das Marktpotential, das Rumänien bietet, noch besser sichtbar machen und das Interesse relevanter österreichischer Regionen für eine konsequente und ganzjährige Marktbearbeitung wecken. Es wird sich sicher lohnen!



Polina Ivanova
Market Representative
Rumänien
polina.ivanova@austria.info

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