

Österreich 
Werbung

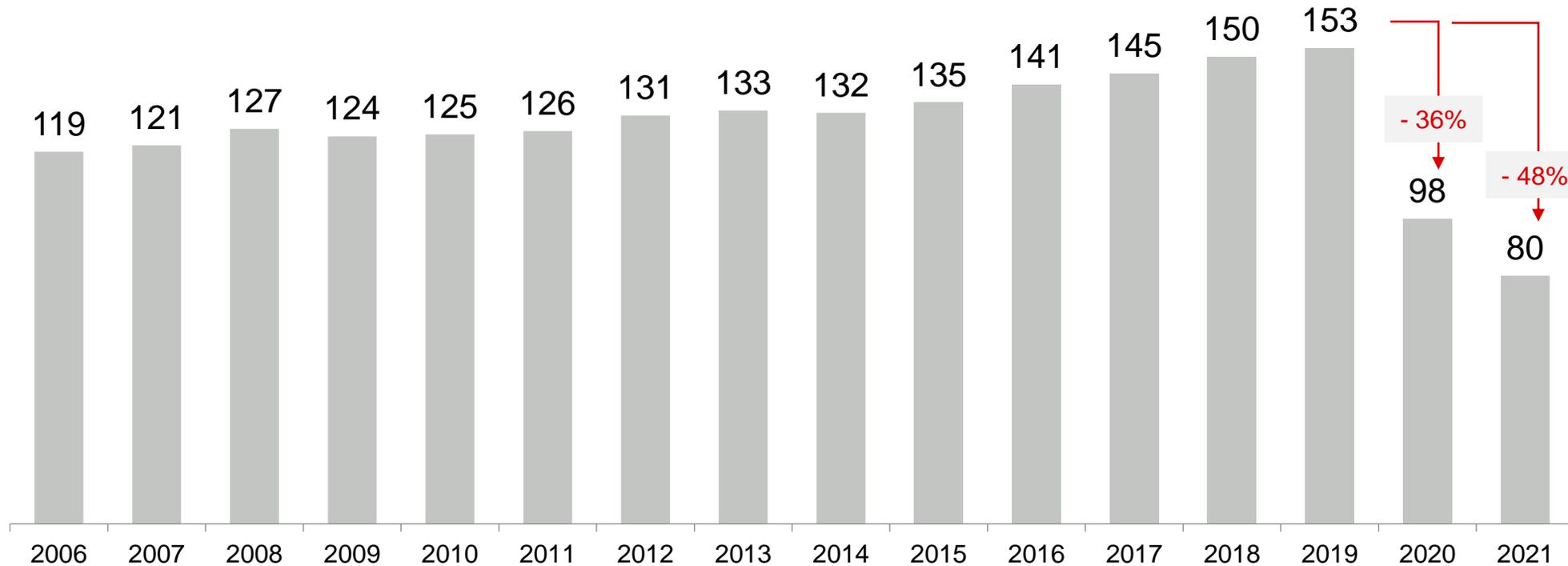
Jahresauftakt 2022 Österreich Werbung

03. Februar
2022

Rückblick und aktuelle Situation

Nächtigungen in Covid-Jahren 2020 -36% und 2021 -48%

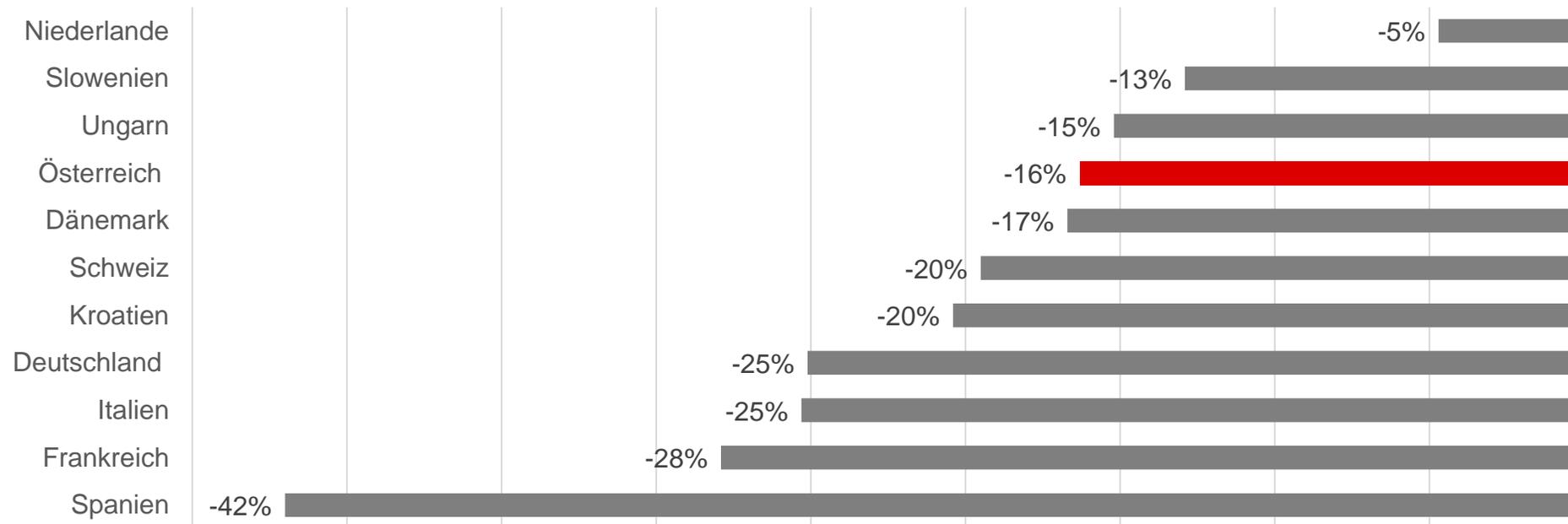
Entwicklung Übernachtungen in Österreich (in Mio.), Prozentänderung 2020/2021 im Vergleich zu 2019



Sommer 2021 nach spätem Start bis auf -16% aufgeholt

- Europaweit liegt Österreich mit dem Sommer-Restart auf Platz 4
- Österreichs Nachbarländer Schweiz, Deutschland, Italien hatten einen schwächeren Sommer-Restart

Entwicklung der Nächtigungen im Sommer (Mai-Okt) 2021 im Vergleich zu 2019 in Österreich und in Benchmarkländern



Quelle: Statistik Austria, Nationale Statistische Bundesämter

Dezemberbilanz 2021 bei -48% Übernachtungen

- Nächtigungen lagen im Dezember bei der Hälfte der Nächtigungen vor Covid
- Touristisch wichtige Nahmärkte entwickelten sich besser
- Vor allem Wintergäste aus den Beneluxstaaten halten Österreich die Treue

Herkunftsländer Nächtigungen

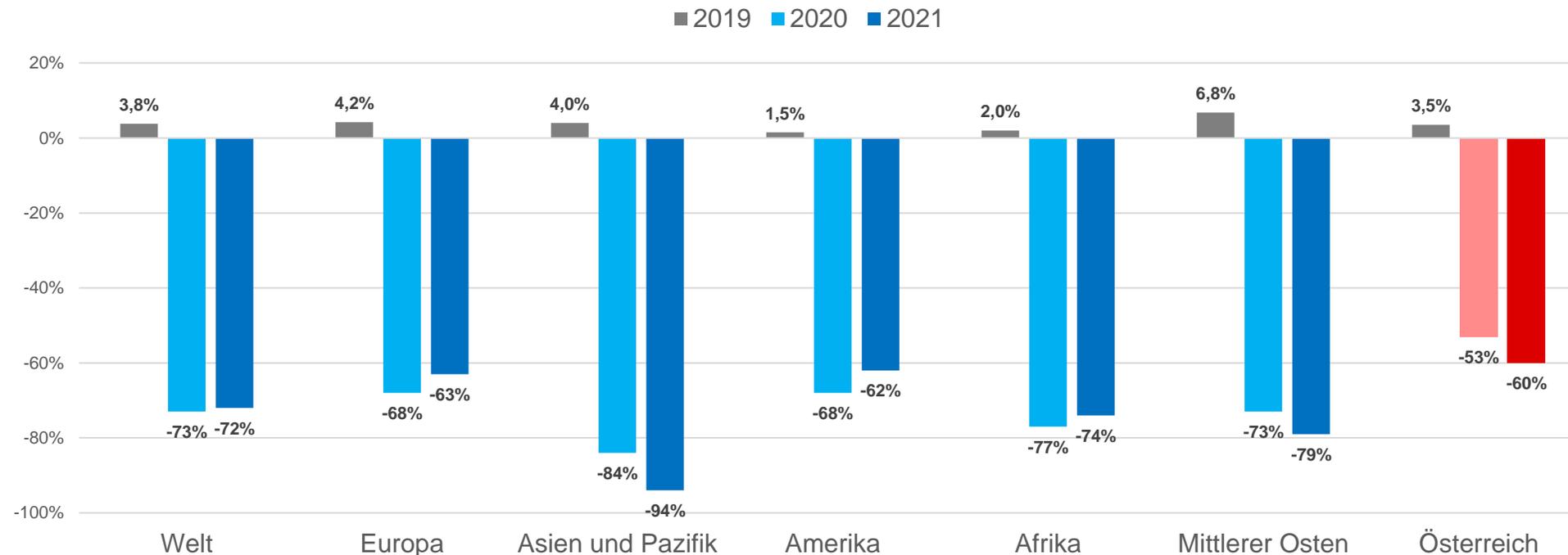
	Dezember 2019	Dezember 2021	% Veränderung
 DE	4,75 Mio.	2,67 Mio.	- 44%
 NL	1,01 Mio.	699 TSD	- 31%
 BE	222 TSD	160 TSD	- 28%
 PL	160 TSD	98 TSD	- 38%

Quelle: Statistik Austria

Weltweit nur langsame Erholung

- Die weltweite Erholung der internationalen Touristenankünfte lässt nach wie vor auf sich warten
- Weltweite Ankünfte gingen von 1,5 Mrd. in 2019 auf 415 Mio. im Jahr 2021 zurück (-72%)
- Entwicklung Ankünfte internationaler Touristen in Österreich trotz ausgefallener Wintersaison 20/21 etwas besser

Entwicklung der internationalen Touristenankünfte (Prozentveränderung; 2020 / 2021 i. Vgl. zu 2019)



Bisherige Bilanz ÖW Kommunikationsaktivitäten – ein Auszug

6,3 Mrd.

Reichweite on- und offline

364 Mio.

Video Views zu 75%
gesehen

140

Pressekonferenzen in
19 Märkten

470 Mio.

Kontakte über unsere
Social Media
Channels

36 Mio.

Page Views
austria.info (20
Länderportale)

2.000 Teilnehmer*
innen, **208** Presse-
und Influencerreisen

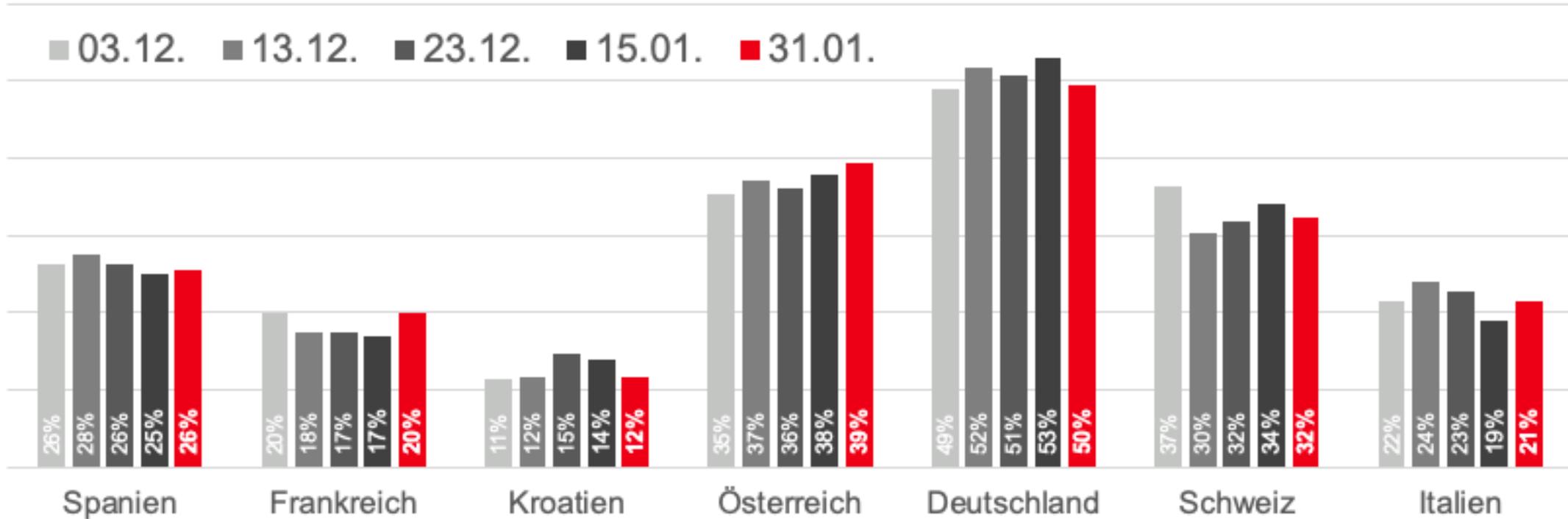
3 Mio. Follower auf
FB, Instagram,
WeChat etc.

5 Mio. Starts, **3
Mio.** Rennkilometer
– Austrian Ski Game

80 b2b Workshops
mit mehr als **10.000**
Teilnehmern

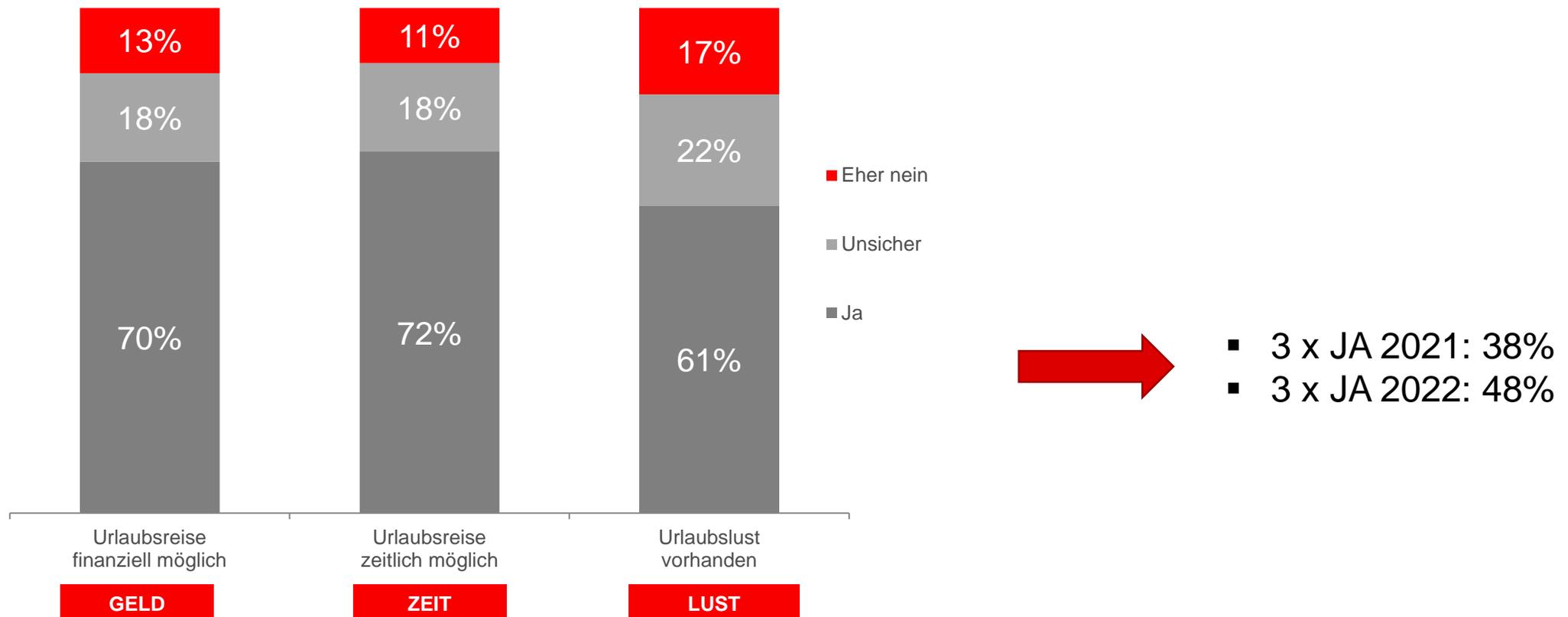
Österreich auf Rang 2 beim Vertrauen

- Vertrauen ist derzeit eine wichtig Währung für Entscheidungen
- Vertrauen in Urlaubsland Österreich bei der Bewältigung der Corona Situation ist sehr hoch und bleibt stabil



Positives Signal: JA zu Urlaub um 10% gegenüber 2021 gestiegen

- Geld, Zeit und Lust auf Urlaub sind bei den Urlaubsplänen 2022 vorhanden
- Steigende Zustimmung in allen drei Bereichen



Ausblick

- Nachfragesituation mit Aufwärtstrend:
 - Suchvolumen nach Unterkünften in Österreich im Jänner höher als 2020 in DE, NL, BE, PL
 - So viel Bewegung und Aktivität bei Buchungen wie die letzten 6 Monate nicht
 - Stornos haben sich im Lauf des Jänner beruhigt
 - Immense Kurzfristigkeit (40% Buchungen für nächste 4-6 Wochen)

- Aktuelle Blitzumfrage aus DE zeigt:
 - 54% planen im Winter noch zu verreisen bzw. überlegen noch
 - Für 43% der Befragten kommt Österreich für diesen Winter in Frage
 - Die Stimmungswerte in Deutschland sind seit Anfang Dezember trotz Omikron, Reisebeschränkungen, etc. sehr stabil

- Buchungen werden realisiert, wenn keine kurzfristigen Einreisbeschränkungen kommen

- Generelle Erholung wird noch einige Jahre in Anspruch nehmen:
 - Aufwärtstrend im Tourismus wird im zweiten Quartal 2022 erwartet (OeNB Prognose 22)
 - Rückkehr auf Niveau 2019 im Ferientourismus 2024 erwartet (UNWTO Schätzung, 19.01.21)
 - Rückkehr auf Niveau 2019 im Städtetourismus & Convention kann 3-5 Jahre länger dauern (Roland Berger Studie, 02.12.21)

Strategie ÖW2026

Strategie ÖW2026

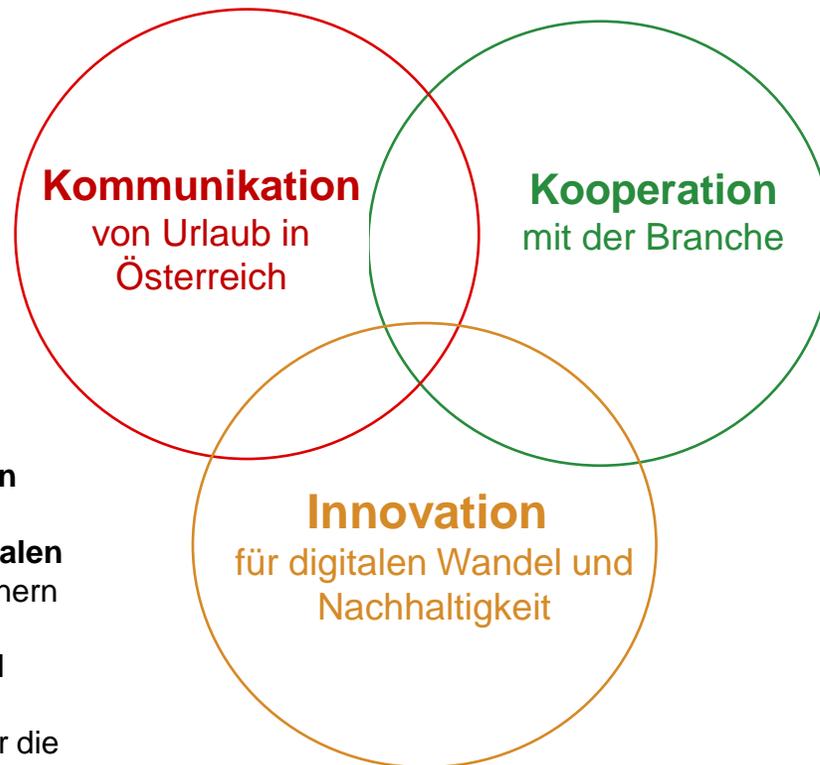
Unternehmenszweck: Wir stiften Nutzen für die Branche

Kommunikation

Wir begeistern Menschen für **Urlaub in Österreich**, indem wir die **hohe Qualität** unseres Urlaubslandes in den **potenzialstärksten Märkten** durch **kontinuierliche Optimierung** unseres Marketings noch **sichtbarer und begehlicher** machen.

Innovation

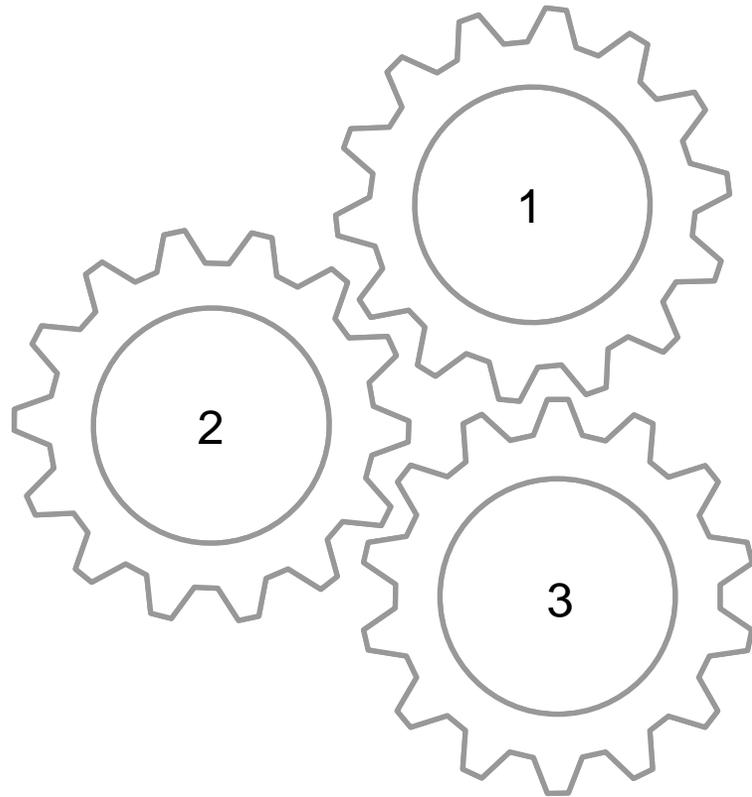
Wir fördern **intern wie extern** den Aufbau nötiger **Kompetenzen für den digitalen Wandel**, entwickeln mit Partnern **digitale und datenbasierte Produkte und Services** und bieten der Branche **Vernetzungsplattformen** für die Gestaltung ihrer Zukunft und der Auseinandersetzung mit Fragen der **Nachhaltigkeit**.



Kooperation

Wir unterstützen **LTOs, Regionen und Betriebe**, indem wir **Inhalte und Mittel bündeln** und der Branche relevantes und handlungsanleitendes **Marktwissen** und werthaltige **Marktzugänge** anbieten.

Konkrete Zielsetzungen bis 2026



1

Kommunikation

Steigerung der Markenstärke in den potentialstärksten Märkten D, CH, IT, UK, CZ, NL bis 2026 um **5%** (Jährliche Abfrage).

2

Kooperation

Steigerung der Partner- und Stakeholderzufriedenheit bis 2026 um **10%** (Jährliche Abfrage).

3

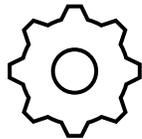
Innovation

Steigerung digitaler Reifegrad um **25%** (Jährliche Abfrage). Erkenntnisse mit Branche geteilt. Innovation Impact Reporting in Erarbeitung.

Arbeitsprogramm 2022

Kommunikationsstrategie 2022

Fortführung der starken internationalen Präsenz der Marke „Urlaub in Österreich“ auch 2022



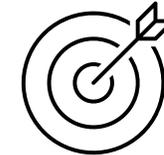
Mechanik

- Awareness-starke branchenübergreifende Kampagnen
- Redaktionell gestaltetes Content-Marketing für Bewegung, Erholung, Inspiration, Kulinarik
- Verknüpfung beider Säulen, always-on
- Neu: Konzept Nachhaltigkeit



Märkte

- Fokus auf derzeit potenzialstarke Nahmärkte
- Fernmärkte wie USA, Asien: permanentes Monitoring, Präsenz, Spezialthemen setzen
- Bei Öffnung bzw. Nachfrageverdichtung: Hochfahren der Kommunikation



Kern

- Qualität
- Bildsprache, Wortwahl, Kanäle, Themen, Zielgruppe

Kommunikationsschwerpunkte – Budgetvolumen 20 Mio. Euro

Content-Marketing



Bewegung & Erholung



Kunst & Kultur



Kulinarik

Kampagnen

Winterliebe

Olympia/ÖSV, Experiences

Rad



Anfang April

Sommer



Ab 4.4.

Städte



Ab 15.4.

Convention



Winter



Nachhaltigkeit



Q1

Q2

Q3

Q4

Kooperationsstrategie 2022

Führen Angebot und Nachfrage zusammen



Betriebe

- Ausbau Betriebsbetreuung
- Neue Produkte und Services
- Integration in Lead-Kampagnen mit Call2action



Convention

- Positionierung als Tagungsland
- Europäische Studie
- Virtuelle Site Inspections
- Messen und Events
- Website Relaunch mit Call2action
- Influencer User-Generated-Content
- Convention Data



Ländern, Regionen, Destinationen

- Marktzugänge
- Marktwissen
- ÖW Market Intelligence Tour
- Studio ab Q2
- ÖTT im Mai

Innovationsstrategie 2022

Digitalen und grünen Wandel umsetzen



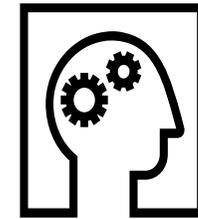
Collaboration

- Datenraum (Architektur, Quellen, Governance, Datenstandards)
- Virtueller Wissens- und Impulsraum (Buchungsprognosen, Trends, Benchmarks, Studien)
- Open Innovation Plattform



Nachhaltigkeit

- Positionierung Österreichs als führende Tourismusdestination im Bereich Nachhaltigkeit
- Erstellung von Studien und Zurverfügungstellung von Best Practices
- Verbesserung CO2-Footprint des Unternehmens



Digitalisierung

- Digitale Reifegradbestimmung ÖW
- Ableitung von Handlungsempfehlungen und internat. Benchmark
- Wissenstransfer in die Branche

Fazit

- **Erholung des Tourismus in Summe wird uns die kommenden Jahre beschäftigen**
- **Aussichten für Österreich auf schnellere Erholung im weltweiten Vergleich sind gut**
- **Strategie ÖW2026 – 3 Eckpfeiler: Nutzen für die Branche stiften**
- **ÖW Schwerpunkte 2022:**
 - Volle kommunikative Kraft für Sommersaison, Städtetourismus & Convention, kommende Wintersaison
 - Intensive Vernetzung Branche und internationales ÖW-Netzwerk
 - Fokus auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!