

Impuls BÖTM Tagung



29. September
2021

Agenda

1. Aktuelle Entwicklungen in Österreich und Europa
2. Stimmungsbilder aus den Märkten
3. Tourismusmarketing der Zukunft
4. Tourismusausblick

1. Aktuelle Entwicklungen in Österreich gesamt

- Seit dem Freedom day 19.5.21 holen wir kontinuierlich auf
- Im August haben wir die meisten Übernachtungen jemals in Österreich erreicht

Jahr	Vgl. zu '20	Vgl. zu '19
Jan-Aug	-39%	-56%
Jan-Juli	-54%	-69%
Jan-Juni	-71%	-82%
Jan-Mai	-85%	-90%

Sommer	Vgl. zu '20	Vgl. zu '19
Mai-August	+18%	-21%
Mai-Juli	+20%	-34%
Mai-Juni	+72%	-48%
Mai	+278%	-61%

Monat	Vgl. zu '20	Vgl. zu '19
August	+15%	+2%
Juli	-1%	-18%
Juni	+42%	-40%
Mai	+278%	-61%

Zieldestination	Mai-Juli		
	NÄ % Änderung 2021 zu 2019		
	Gesamt	aus Ausland	aus Inland
Österreich	-33,5	-44,3	-7,9
Deutschland	-39,3	-72,3	-32,3
Bayern	-38,9	-72,4	-30,2
Südtirol	-17,7	-31,4	23,3
Schweiz	-30,5	-71,2	26,4
Slowenien	-32,6	-64,0	67,3
Kroatien	-32,0	-34,6	-10,9
Spanien	-57,5	-74,6	-21,6
Niederlande			
Dänemark	-28,1	-81,5	19,3
Tschechien			
Ungarn	-4,5	-66,3	51,0

Entwicklung Nächtigungen im EU-Vergleich zu 2019 Mai-Juli

- Österreich liegt auf dem 5. Platz
- Auslandsnächtigungen besser als viele europ. Länder
- Inlandsnächtigungen holen auf, aber weiter deutlich zurück

2. Stimmungsbilder aus ÖW Marktbüros – Erwartung für Winter

Deutschland	Mittlerweile rund 80 % der Zielgruppe geimpft.	Hohe Reisebereitschaft, Sorge vor Infektion geringer als Reiselust.
Niederlande	Nachfrage nach Wintersport und Buchungszahlen bei Reiseveranstaltern hervorragend.	Wintermaßnahmen Österreich sehr positiv aufgenommen.
Tschechien	Trend zu Outdoor-Aktivitäten durch Corona wurde noch verstärkt.	Österreich noch "rot" – 6 Tage Selbstisolation.
Schweiz	Österreich liegt nahe und überzeugt mit klaren Schutz-Maßnahmen.	Zielgruppe hat Krise finanziell gut überstanden
UK	Hohe Impfquote/Herdenimmunität im Land.	Regeln für Reiserückkehrer wurden seitens UK gelockert.
USA	Auch hier ist die Zielgruppe nahezu durchgeimpft.	Vorausbuchungen für 2022 sind sehr gut.
VAE	EXPO 2021 in Dubai - ÖW wird mit großem Engagement vor Ort sein.	Sehr gute Flugverbindungen mit guten Auslastungen.
China	Olympische Spiele 2022 in Peking – ÖW mit großem Engagement vor Ort.	China will seine Grenzen Mitte des Jahres 2022 wieder öffnen.

**ÖW REMs
more to come**

3. Tourismusmarketing der Zukunft

Der zentrale Unternehmenszweck des Kommunikationshauses ÖW lautet: **Wir stiften Nutzen für die Branche.**

- **Kommunikation:** Co-created, impactstarke Lead Kampagnen und redaktionelle Arbeit. Fokus auf Bewegtbild – Studio für schnellere, aktuellere Kommunikation. Digital first Strategie & datengetriebener Medieneinsatz.
- **Kooperation:** Nähe von ÖW zu Partnern verstärken. Gemeinsames Themensetting u.a. Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Mehr und inhaltlich aufgewertete Weitergabe von Wissen & Trends aus den Märkten. Stärkere Präsenz der ÖW bei Veranstaltungen. Awareness, Involvement und Call-to-Action.
- **Innovation:** Stärkung der digitalen Kompetenz von Branche und ÖW. Vom digitalen Prototyping zu konkreten Produkten und Services. ÖW als Plattform zum Austausch zur Zukunft des Tourismus. Neueste Trends und Studien sollen Österreich vom Wettbewerb abheben.

4. #winterliebe – erste Neuerungen wurden umgesetzt

- Wiederentflammen der **Liebe** der Gäste & Versprühen der **Liebe** der Gastgeber zum Winter
- **ÖW und LTOs kommunizieren erstmals mit gemeinsamer, klarer und übergreifender Botschaft im Winter**
- Die ganze Branche ist per **Hashtag #Winterliebe** involviert & schafft maximale digitale Aufmerksamkeit weltweit
- Gemeinsames Kampagnendach - **13 Märkte**
- Rund 7 MEUR - **maximale internationale Sichtbarkeit durch Reichweite und Involvement**
- Größtes TV Investment, Kino, Digital, Videokampagnen, Social Media, Marktspezifische Aktivitäten, Austrian Ski Game, Franz Klammer Filmpremieren, Ö3 Promotion Winter
- Erstmals int. Medienoffensive bestehend aus int. **Medien-Kick-Off in 17 Städten** am 14.10. mit 200 Medienvertretern, Winterliebe Presse Experiences, Influencer Events



4. Tourismusausblick

- Wettbewerb wird intensiver
- Ab Frühjahr 2022 „ist die Pandemie überstanden“
- Erfolgsrezept Kooperation: Österreich arbeitet viel enger zusammen als z.B. Deutschland
- 2022 – erste impactstarke gemeinsame Leadkampagne
- Fokus auf Nachhaltigkeit und Digitalisierung
- Themensetting auf Kulinarik und Rad
- Strategische Ausrichtung auf Wertschöpfung = Qualitätstourismus



Danke für die Aufmerksamkeit!

29. September
2021

[#oesterreichbegeistert](#)