



Erste Ergebnisse Eigenstudie Tourismuspotential Österreich

MANOVA GmbH

Rettet der Heimmarkt Österreichs Tourismus?

Eine aktuelle Studie der MANOVA GmbH untersucht das touristische Potential am Heimmarkt im Detail

Viel Geld für wenig Erfolgsaussicht?

Trotz der zunehmenden Grenzöffnungen ruht bei vielen heimischen Tourismusdestinationen die Hoffnung auf der Nachfrage durch die ÖsterreicherInnen. Daher ist der Heimmarkt Österreich – ausgestattet mit Sonderbudgets – auch so umworben wie noch nie. Zahlt sich dieses Werben um den österreichischen Gast aber auch wirklich aus bzw. wo liegen die Potentiale für den heimischen Tourismus? MANOVA als Data Intelligence Unternehmen im Tourismus in Österreich hat die Potentiale für den (Post?-) Corona-Sommer 2020 untersucht. Auf Basis von 2.318 repräsentativ online befragten ÖsterreicherInnen zwischen 18 und 70 Jahren zeigt sich dabei die eine oder andere Überraschung.

Exkurs: Zahlenvergleich 2019 als Qualitätsmerkmal

Aktuell liest man unterschiedliche Informationen und Befragungen. Für MANOVA als führenden Anbieter ist es immer wichtig, der Branche korrekte und verlässliche Informationen zu liefern. Aus diesem Grund wurde in dieser Studie ein sehr großes Sample verwendet und die Ergebnisse vorhandenen Zahlen gegenübergestellt. Dies dient einerseits der Plausibilisierung der erhobenen Daten und andererseits ermöglicht erst der Vergleich zur Vergangenheit eine korrekte und wertvolle Interpretation der neuen Ergebnisse.

Studiendesign

Untersuchungsziel: Auswirkungen der Corona-Krise auf das Sommer-Urlaubsverhalten (Mai bis Oktober) auf Basis der Gegenüberstellung des Urlaubsverhaltens 2019 und des geplanten Verhaltens 2020.

Erhebungszeitraum: 7.5. bis 19.5.2020

Erhebungsmethode: Bevölkerungsrepräsentative Online-Befragung unter 18-70-Jährigen Österreichern

Stichprobengröße: n = 2.318

Repräsentativ nach: Alter, Geschlecht, Bildung, Bundesland

Bevölkerungsgröße: Laut Statistik Austria umfasst die österreichische Bevölkerung 2019 rund 6,2 Mio. Einwohner im Alter zwischen 18 und 70 Jahren. Ein gewisser Anteil mit Migrationshintergrund wurde reduziert. Die Basis für die Berechnungen bilden damit rund 5,5 Mio. Einwohner zwischen 18 und 70 Jahren.

Quellen zu Validierung und Hochrechnung: Zur externen Validierung der Studienergebnisse wurden diverse Quellen herangezogen:

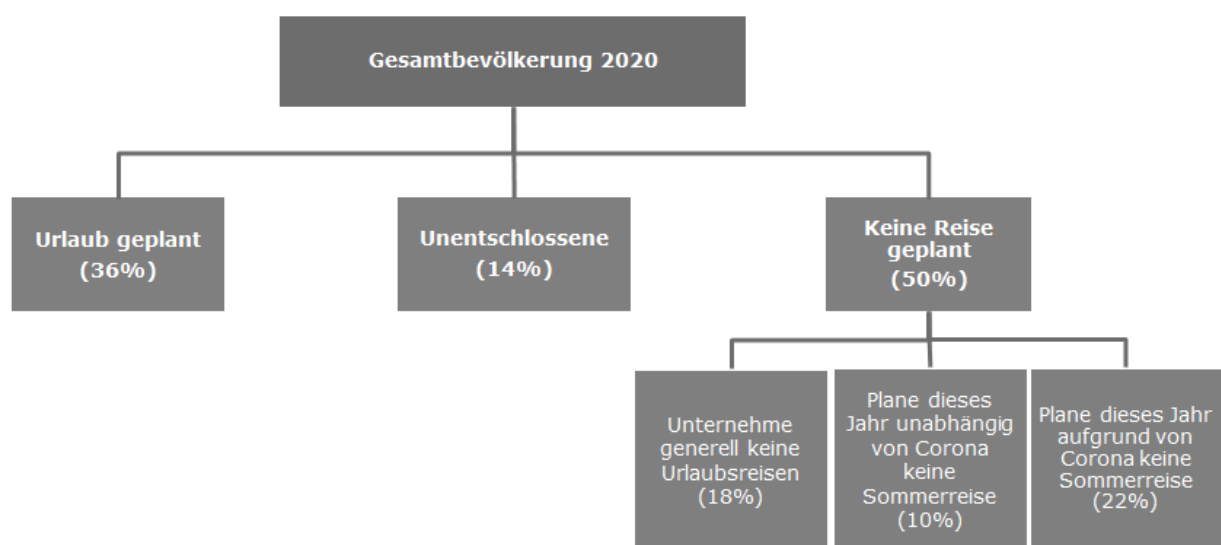
- Statistik Austria, Nächtigungsstatistik Österreich, verarbeitet durch WEBMARK Statistik-Tools, 2019.
- STATcube – Statistische Datenbank von STATISTIK AUSTRIA, Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung, 2. und 3. Quartal 2019.
- https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bevoelkerung/bevoelkerungsstruktur/bevoelkerung_nach_alter_geschlecht/index.html
- STATcube – Statistische Datenbank von STATISTIK AUSTRIA, Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung Jahresdaten, Jahr nach Migrationshintergrund (Ebene +1) nach Personen in Tausend und Alter, 2019.

Studie deckt Großteil der heimischen Urlauber und Urlaubsnächtigungen ab

2019 haben die Befragten auf Basis dieser Studie hochgerechnet rund 17 Mio. Übernachtungen in Österreich im Zeitraum Mai-Oktober 2019 getätigt. Dabei wurden die drei längsten Urlaube der Befragten im Sommer 2019 genau erfasst, der Rest nur mehr vom Gesamtnächtigungsvolumen. Diese genaue Erfassung deckt damit 95% der gesamten Sommernächtigungen der Befragten ab. Für rund 3,5 Mio. Übernachtungen steht kein Zielland zur Verfügung – anzunehmen ist dabei als Viert- und Fünfturlaub ein hoher Anteil Österreichs. Die Nächtigungsstatistik weist 2019 für den österreichischen Markt rund 23 Mio. Übernachtungen aus. Ein knappes Zehntel davon sind laut den Erhebungen der Statistik Austria Geschäftsreisende. Der fehlende Rest sind die oben genannten Kurzreisen sowie Reisen der älteren Bevölkerung. Jedenfalls bildet die Untersuchung damit 80-90% der Übernachtungen ohne Businessgäste ab und ermöglicht eine sehr genaue Analyse des österreichischen Binnentourismus. Außerdem dienen die Zahlen 2019 als Anker und können mit den Plänen 2020 verglichen werden, um auf mögliche Gewinne und Verluste zu schließen.

Nur jeder zweite Österreicher will 2020 im Sommer verreisen!

Nur jeder Zweite plant im Sommer 2020 (Mai bis Oktober) tatsächlich zu verreisen. Das klingt zunächst einmal schockierender als es tatsächlich ist, denn 18% unternehmen ohnehin nie Urlaubsreisen und weitere (wechselnde) 10% der Bevölkerung verzichten Jahr für Jahr auf einen Sommerurlaub – unabhängig von einer Krise. Dazu kommen nun im Krisenjahr 2020 noch 22% der ÖsterreicherInnen, die auf den Urlaub aufgrund von Corona verzichten wollen. Mit diesem reduzierten Volumen von Urlaubsnächten auf einen Ersatz der fehlenden Nächtigungen von ausländischen TouristInnen durch den Heimmarkt zu hoffen, scheint damit völlig illusorisch. Denn diese zeichneten zuletzt für knapp 56 Mio. Sommerübernachtungen verantwortlich.



Quelle: MANOVA: Sommer-Urlaubsstudie Corona 2020

Das gesundheitliche Risiko ist dabei wesentlich, aber nicht das entscheidendste Element: nicht einmal jeder Zweite (45%) gibt dieses Risiko als Grund für den Verzicht auf den Urlaub an – die Liste wird von der generell herrschenden Unsicherheit hinsichtlich Urlaubsmöglichkeiten und -gestaltung angeführt (61%); danach folgen auf ungefähr dem Niveau der gesundheitlichen Sorgen ein mangelndes Urlaubsgefühl (47%) sowie die Sorge um ein eingeschränktes Urlaubsangebot vor Ort (36%). Wirtschaftliche Gründe treffen auf jeden fünften coronabedingten Urlaubsverzichter zu. Bereits verbrauchte Urlaubstage aufgrund von Corona spielen dabei eine geringere, aber auch eine Rolle (8%).

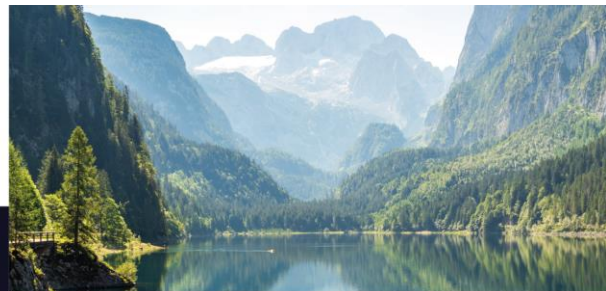
Werben um die potentiellen Gäste: Unentschlossene und Unsichere

Ist damit der Kampf um den österreichischen Gast etwa sinnlos? Zur Beantwortung dieser Frage muss man einen viel genaueren Blick auf die Daten werfen, denn die entscheidende Frage ist, wie viel Potential noch am Markt ist, das man für Buchungen gewinnen kann. So gibt es beispielsweise in etwa ein Volumen von 8,5 Mio. Übernachtungen von ca. 760.000 Personen, die hinsichtlich ihrer Urlaubsplanung noch völlig unentschlossen sind. Der Großteil davon will sich später mit dem Thema Urlaub beschäftigen und fällt wohl unter die Kategorie notorische Kurzfristbücher – denn die meisten davon würden aktuell auch bei einem

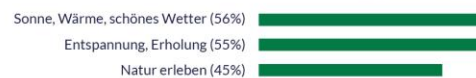
interessanten Angebot nur kurzfristig buchen. Kommt für die Unentschlossenen Österreich grundsätzlich in Frage und besteht damit eine Chance für den heimischen Tourismus? Ja, für 90% der Unentschlossenen kommt Österreich prinzipiell in Frage – dennoch liegt einiges an Überzeugungsarbeit vor den Tourismuswerbenden, denn die Mehrheit präferiert Urlaub am Meer und Badeurlaub. Die Chancen für Österreichs Tourismus hängen bei dieser Gruppe wohl auch stark von den Regelungen rund ums Reisen ab. Und vom Erfolg der (Werbe-) Bemühungen um das Potential. Dabei sollte die Sicherheit nicht allzu sehr im Mittelpunkt der Kommunikation stehen, denn an erster Stelle stehen auch für den Sommer 2020 die typischen Urlaubswünsche Sonne, Natur und Entspannung – weit vor Sicherheit (28%).

Unentschlossene (14% der Bevölkerung)

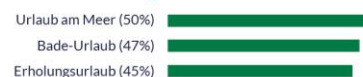
Personen:	760.000
Durchschnittlich geplante Übernachtungen:	11,2
Übernachtungsvolumen:	8,5 Mio.



Top 3 Motive für den Urlaub 2020



Top 3 Urlaubsarten



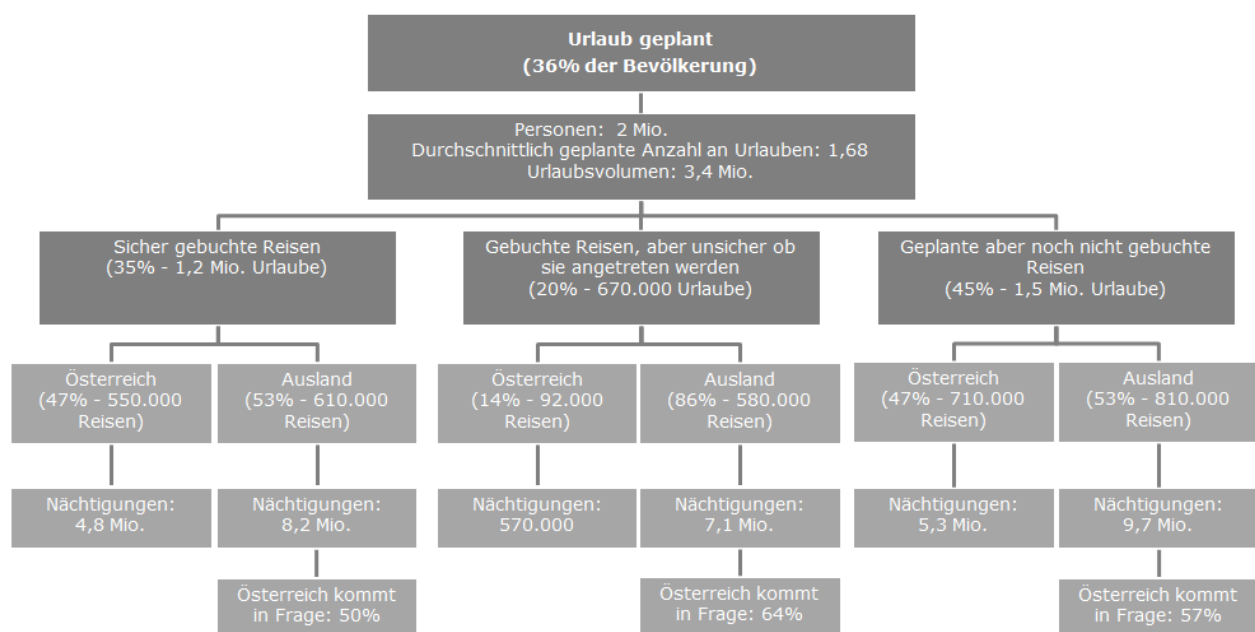
Quelle: MANOVA: Sommer-Urlaubsstudie Corona 2020

Mögliche Sicherheitsmaßnahmen spalten die Bevölkerung

Erschwerend kommt in der Kommunikation dazu, dass sich die Österreicher hinsichtlich der Sicherheitsmaßnahmen im Urlaub nicht einig sind. Während die einen sich möglichst hohe hygienische Sicherheitsvorkehrungen in Unterkünften, Gastronomie sowie Besucherlenkung und ähnliche Maßnahmen wünschen (29%), wollen die anderen möglichst wenige spürbaren Maßnahmen und einen möglichst „normalen“ Urlaub verbringen (50%). Weitere 21% sind diesbezüglich eher unentschieden. Informationen über die getroffenen Sicherheitsvorkehrungen ihres Reiseziels/ihrer Gastgeber wünscht sich aber die deutliche Mehrheit der Befragten, nämlich 68%. Damit wollen die Kunden über die Sicherheitsvorkehrungen informiert werden, auch wenn diese Informationen eher nicht kaufentscheidend sind: Hygiene als echter Hygienefaktor – Kunden gewinnen darüber eher nicht, aber mangelnde Information könnte sich auch rächen.

Rund 2 Mio. Urlaube bereits gebucht, etwas mehr als ein Drittel in Österreich

Gebucht waren zum Zeitpunkt der Erhebung bereits etwa 2,2 Mio. Urlaube (berücksichtigt man nur die ersten drei Urlaube wie 2019 1,9 Mio.), etwa 35% davon in Österreich. Dabei liegen die Steiermark und Kärnten praktisch gleichauf und bei den ausländischen Zielen liegt Italien (21%) knapp vor Kroatien (19%) – allerdings ist bei Italien ein deutlich höherer Anteil noch unsicher, ob er die Reise antritt. Umgerechnet sind das für die Nächtigungsbilanz etwa 6 Mio. fix gebuchte Übernachtungen in Österreich und wegen der längeren Aufenthaltsdauer etwa 15-16 Mio. Übernachtungen im Ausland.



Quelle: MANOVA: Sommer-Urlaubsstudie Corona 2020

Corona könnte Markt noch ‚drehen‘!

Während bei den österreichischen Zielen die Buchenden nur zu etwa 10% unsicher sind, ob sie den Urlaub antreten, sind das bei den ausländischen Zielen doch knapp die Hälfte – das sind über 7 Mio. Übernachtungen! Um das Potential für die österreichischen Destinationen auszuloten, wurden nämlich alle geplanten und gebuchten Urlaube danach gefragt, ob ersatzweise auch ein Urlaub in Österreich in Frage kommt, falls die Reise ins geplante Land nicht nach Wunsch erfolgen kann. Den höchsten Wert weisen interessanterweise jene auf, die bereits im Ausland gebucht haben, aber unsicher sind – hier meinen fast 2 von 3, dass auch Österreich in Frage kommt, wenn es mit dem ausländischen Ziel nicht klappt.

Halten oder verdoppeln?

Zählt man nun alle gebuchten und potentiell Reisenden nach Österreich zusammen, erhält man ein Potential von rund 32 Mio. Übernachtungen. Das wäre dann trotz des Verzichts von 22% der österreichischen Bevölkerung auf Urlaube eine Verdoppelung gegenüber 2019. Dies wäre allerdings nur dann machbar, wenn die Reisen ins Ausland alle nicht zustande kommen! Nimmt man nur die bisher fix geplanten Österreich-Reisen, landet man nur bei einem Drittel davon. Schafft man es noch die Hälfte der bisher Unentschlossenen für Österreich zu gewinnen, kommt man in etwa auf oder knapp unter das Vorjahresniveau.



Zielgerichtetes Marketing benötigt

Zahlt sich damit der immense Werbeeinsatz am Heimmarkt wirklich aus? Das kann wohl erst nach dem Sommer schlüssig beantwortet werden. Gelingt es den Tourismuswerbern die Unsicheren und Unentschlossenen punktgenau zu umwerben, wäre mit einer Verdoppelung des Volumens ein Riesenschritt getan. Notwendig dazu ist sicherlich eine sehr genaue Analyse, welche Themen, Motive und Zielgruppen anzusprechen sind. Dazu sind in der Studie noch etliche Informationen enthalten. Allein die klassischen Österreich-Motive sprechen wohl mehr die Österreich-Fans an. Das Vorjahresniveau der Nächtigungen zu halten wäre in Summe schon als erster Erfolgsmaßstab anzusetzen. Das sollte mit den aktuell laufenden Bemühungen dann jedenfalls gelingen. Je mehr in Richtung Verdoppelung des Niveaus Österreichs Tourismus kommt, desto erfolgreicher war man schlussendlich. Die Reisebedingungen werden dabei wohl auch eine wesentliche Rolle spielen. Und wie sehr sich die ÖsterreicherInnen daran halten, dass sie die heimische Wirtschaft unterstützen – denn immerhin stimmen 68% zu, dass es ihnen wichtig ist, die österreichische Wirtschaft zu unterstützen und den Urlaub dieses Jahr in Österreich zu verbringen.

MANOVA GmbH

Klaus Grabler
Heike Molnar
Iris Zehrer