

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Seilbahnen - Vorarlberg

Optimistischer Blick auf die Wintersaison 2017/18

Österreichs Seilbahnen schaffen starke Angebots-Highlights

- Weltweites Wirtschaftswachstum und günstige Feiertagslage lassen auf neuerliche Steigerungen hoffen
- Österreichs Seilbahnen schaffen starke Angebots-Highlights und bauen auf den Nachwuchs
- ÖW-Winterbewerbung in 20 Märkten mit digitalem Fokus

Der Wintertourismus in Österreich ist eine Erfolgsgeschichte: So konnte in der vergangenen Wintersaison 2016/2017 mit 18,8 Mio. Ankünften (+2,5%) und 68,6 Mio. Nächtigungen (+0,1%) der Höchstwert aus der Vorsaison noch einmal gesteigert werden. „Trotz nicht optimaler Rahmenbedingungen ist es uns gelungen, diesen – wenn auch nur leichten – Anstieg zu verzeichnen“, erklärt Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW), bei einer gemeinsamen Pressekonferenz mit dem Fachverband der Seilbahnen in Wien. Neben Veränderungen im generellen Urlaubsreiseverhalten, wie zum Beispiel dem Trend zu Kurzreisen hat auch die ungünstige Feiertagskonstellation zum Jahresende 2016 und der späte Ostertermin Auswirkung auf das statistische Ergebnis gehabt. „Der große Einsatz der Bergbahnen in den Skigebieten (Stichwort Beschneigung), kreative Angebote abseits der Piste sowie der Boom des Städtetourismus haben jedoch erneut für eine Steigerung gesorgt.“

Für die bevorstehende Wintersaison zeigen sich die Expertinnen und Experten der weltweiten ÖW-Vertretungen optimistisch. „Die wirtschaftliche Situation und damit das Konsumverhalten ist in den meisten Herkunftsmärkten gut – die Nachfrage nach Urlaub in Österreich entsprechend hoch. Die Feiertagslage im Dezember und Jänner ist heuer besser als in der Vorsaison, darüber hinaus ist auch Ostern 2018 früher. Etliche neue Flug- und Fernbus- sowie optimierte Bahnverbindungen sorgen für einen zusätzlichen Turbo. In Kombination mit dem innovativen Winterangebot auf und abseits der Piste und dem ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis ist man seitens der ÖW überzeugt, auch diese Saison viele Winterbegeisterte nach Österreich zu locken. „Dennoch braucht es gemeinsame Anstrengungen sowohl in der Angebotsgestaltung als auch der Kommunikation, um dieses hohe Niveau zu halten und auch mehr Menschen für einen Wintersporturlaub zu begeistern. Insbesondere für Kinder und Jugendliche, aber auch Familien und Wiedereinsteiger wurden zuletzt attraktive Angebote geschnürt – die auch entsprechend angenommen werden“, erklärt Stolba.

Österreichs Seilbahnen schaffen starke Angebots-Highlights und bauen auf den Nachwuchs

Die heimischen Seilbahnunternehmen blicken auf einen erfolgreichen Winter 2016/17 zurück und gehen mit einem Investitionsvolumen von 582 Mio. Euro an den Saisonstart 2017/18. Nach den umfangreichen Seilbahn-Modernisierungen in der vergangenen Saison stehen heuer die Erlebnisse und Angebote für den Gast im Fokus. Ein Großteil der Investitionen (281 Mio. Euro) fließt in dieser Saison in weitere Attraktivierungen bzw. neue Angebote. „Damit schaffen Österreichs Skigebiete nach der umfangreichen Modernisierungsphase in den vergangenen Jahren neue Highlights in Sachen Erlebnis, Unterhaltung, Infrastruktur und Sicherheit und setzen damit wieder neue Maßstäbe im internationalen Vergleich“, so Franz Hörl, Obmann des Fachverbandes der Seilbahnen in der Wirtschaftskammer Österreich.

Dies reicht von neuen Fun- und Familyparks, Funslops, Crossparks und Parallel-Rennstrecken mit Zeitnehmung und Videoaufzeichnung bis hin zu mehr Flächen für Kinderskikurse, günstigere Kinder- und Jugendtarife sowie Familienrabatte. Daneben spielt auch das Thema Digitalisierung eine unverändert wichtige Rolle: Flächendeckendes WLAN-Angebot, Mountain-Apps mit integriertem Ski-Navigationssystem oder Checkpoints für Lawinenerschütterungssuchgeräte (LVS) zur Erhöhung der Sicherheit beim Freeriden: Österreich ist auch hier wieder einen Schritt voraus.

Mit Blick auf das mit 39 Jahren unverändert junge Durchschnittsalter der alpinen Wintersportler ist für den Geschäftsführer des Fachverbandes der Seilbahnen (WKÖ), Erik Wolf, auch die Nachwuchsförderung wieder ein wesentliches Ziel der gesamten Branche. „Darauf achten wir gemeinsam mit den Seilbahnunternehmen. Familien mit Kindern und junge Gäste können aus einer Vielfalt an attraktiven Angeboten wählen. In der kommenden Saison sind die entsprechenden Angebote in vielen Skigebieten noch umfassender und vielseitiger als bisher. Zudem ermöglicht die Branche mit diversen Schulaktionen, dass jährlich zusätzlich über 120.000 Schülerinnen und Schüler auf die heimischen Pisten gebracht werden.“

Winterurlaub in Österreich – für jedermann das passende Angebot

Wintersport ist nach wie vor das wichtigste Standbein für den heimischen Wintertourismus. Österreich hat rund 250 Skigebiete und dabei für jedes Bedürfnis das passende Angebot: Vom größten zusammenhängenden Skigebiet am Arlberg mit Luxus-Chalets direkt am Berg bis zu kleinen günstigen Familienskigebieten findet sich in Österreich alles -- sowohl was das Seilbahn- und Pistenangebot, als auch die Unterkunft und das Programm in der Region abseits der Piste betrifft.

So wird Winterurlaub längst nicht mehr als reiner Skiurlaub wahrgenommen, sondern als „Erholungsurlaub“ und „Urlaub im Schnee“. Immer öfter fahren auch mehrere Generationen einer Familie oder größere Freundeskreise gemeinsam auf Urlaub, die neben dem Skifahren auch alternative Winter-Urlaubsangebote suchen. „Wobei diese zwischenzeitlich nicht nur als Zusatzangebot geschätzt werden. Insbesondere in Deutschland sehen wir Potenzial für den Erholungsurlaub im Winter, der vor allem mit Genuss und Schneefreuden verbunden wird“, so Stolba.

Weltweite Winterbewerbung

Insgesamt kommen diesen Winter in 20 Märkten absatzfördernde Kampagnen zum Einsatz, die vor allem auf Skifahren, aber auch andere Winteraktivitäten für die ganze Familie sowie Stadt/Kultur setzen. Im wichtigsten Herkunftsmarkt Deutschland wirbt die ÖW mit „Winterbeat in Österreich“, deren Herzstück ein digitaler Content-Hub auf der austria.info ist – mit dem Ziel, den Winter mit emotionalen Erlebnissen positiv aufzuladen. Skifahren und Snowboarden stehen dabei im Fokus, vervollständigt wird das Bild durch abwechslungsreiche Wintersportangebote abseits der Pisten. Mit einem täglichen „Yeah!-Moment“ in Szene gesetzt - über Bilder, Videos, Live-Einstiege, flankiert von Infos zu Wetter, Schneehöhen, Anreise - sollen Urlauber für Winter in Österreich begeistert werden. Daneben geht auch die Wintererholungs-Kampagne „Winterzauber“ in Deutschland in die zweite Runde.

„Weitere Marketing-Highlights sind die gemeinsame Vermarktung des hochwertigen Ski Alpin-Urlaubsangebots mit den Partnern Serfaus Fiss Ladis, Zillertal und Kitzbühel im Rahmen der „Top Ski-Kampagne“ in den Niederlanden. Heuer wird der Fokus der Kommunikation verstärkt auf die Themen Ski- und Schneekompetenz, Innovation, Technik, Schnee- und Pistenmanagement gelegt, um Österreichs Stärke, Leadership und Innovationskraft hervorzuheben. Zahlreiche Presseevents, aufmerksamkeitswirksame Out Of Home-Kampagnen in Zentral- und Osteuropa sowie starke Präsenz in den digitalen Kanälen weltweit runden die vielseitige Palette an Marketingmaßnahmen ab.

Weitere Informationen, Charts und Fotos befinden sich zudem im [ÖW-Newsroom](#).

Pressefotos zum Download:



v.l.: Franz Hörll, Obmann des Fachverbandes der Seilbahnen Österreichs, Dr. Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, Dr Erik Wolf, Geschäftsführer des Fachverbandes der Seilbahnen Österreichs



Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung



Franz Hörzl, Obmann des Fachverbands der Seilbahnen Österreichs



Erik Wolf, Geschäftsführer des Fachverbands der Seilbahnen Österreichs

Copyright: ÖW/ Wisser

Rückfragehinweis:

Österreich Werbung

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann

Unternehmenskommunikation

Tel.: (01) 588 66-299

ulrike.rauch-keschmann@austria.info

<http://newsroom.austriatourism.com>

www.austriatourism.com

Fachverband der Seilbahnen Österreichs - Kommunikation

Mag.(FH) Ricarda Rubik

Tel.: +43 1 503 78 02

marketingforum.seilbahnen@wko.at

www.seilbahnen.at

Stand: 14.11.2017