Erstelldatum: September/Oktober 2014 / Version: 1

Der Oberösterreich-Gast im Winter

Ergebnisse der Gästebefragung
Tourismus Monitor Austria 2013/14

Oberösterreich Tourismus
Daniela Koll, BA
Tourismusentwicklung und Marktforschung
Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria
Tel.: +43 732 72 77-122
Fax: +43 732 72 77-9122
E-Mail: daniela.koll@lto.at
www.oberoesterreich-tourismus.at

www.oberoesterreich.at

FÜR DIE VIELEN SEITEN IN MIR.

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Einleitung 3

2. Management Summary 4

3. Gästestruktur 6
   3.1. Alter und Geschlecht 6
   3.2. Bildung und Beruf 6
   3.3. Monatliches Einkommen 8
   3.4. Reisebegleitung 8
   3.5. Besuchserfahrung 9

4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt 10
   4.1. Informationsquellen 10
   4.2. Entscheidungsprozess 10
   4.3. Buchung 11
   4.4. Anreiseverkehrsmittel 12
   4.5. Gründe für die Destinationsentscheidung 13
      4.5.1. Die wichtigsten Entscheidungsgründe 13
      4.5.2. Entscheidungsgründe nach Kategorien 14
   4.6. Urlaubsart 16
   4.7. Urlaubsaktivitäten 17
      4.7.1. Beliebteste Urlaubsaktivitäten 17
      4.7.2. Weitere Aktivitäten 18
      4.7.3. Aktivitäten im städtischen Gebiet 19
   4.8. Ausgaben 19

5. Image, Zufriedenheit und Weiterempfehlung 20
   5.1. Image 20
   5.2. Zufriedenheit 21
      5.2.1. Generell 21
      5.2.2. Zufriedenheit nach Kategorien 22
   5.3. Weiterempfehlung 23

Oberösterreich Tourismus hat das ausschließliche Werknutzungsrecht an den Inhalten der gegenständlichen Dokumentation. Jede Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen, schriftlich zu erteilenden Zustimmung des Oberösterreich Tourismus. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Oberösterreich Tourismus reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben in der gegenständlichen Unterlage trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Autors bzw. des Oberösterreich Tourismus ausgeschlossen ist.

1. Einleitung

Der Tourismus Monitor Austria (kurz: T-MONA) – die österreichweite Gästebefragung von Urlaubsgästen – wurde 2004 von der Österreich Werbung (ÖW), den neun Landes-Tourismusorganisationen (LTO), dem Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft (BMWFW) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) ins Leben gerufen. Die methodische Begleitung und technische Umsetzung erfolgt seit Beginn durch die Manova GmbH in Wien.

T-MONA zählt europaweit zu den größten und effektivsten Gästebefragungen. Mit den umfangreichen Analysemöglichkeiten ist die T-MONA Urlauberbefragung eine der umfassendsten Informationsquellen zum Thema Gästeverhalten und Gästezufriedenheit in Österreich. Ein wesentlicher Vorteil der Methode ist der Einsatz eines standardisierten Fragebogens, mit dessen Hilfe Vergleichsdaten zu den anderen Bundesländern und Regionen gewonnen werden können. Es werden begleitete Selbstausfüller verwendet, die die Befragten eigenständig ausfüllen.

Im November 2013 startete die T-MONA Urlauberbefragung in seine fünfte Befragungswelle. Im laufenden Erhebungsjahr, November 2013 bis Oktober 2014, beteiligen sich zusätzlich zur Österreich Werbung und den neun Landestourismusorganisationen weitere 33 Regionen am Befragungsprozess. In Oberösterreich nehmen die Markendestinationen Salzkammergut, Pyhrn-Priel, Donau Oberösterreich sowie das Mühlviertel teil. Insgesamt wurden in der Wintersaison 2013/2014 16.600 Interviews durchgeführt, davon rund 1.300 in Oberösterreich.

Der nachfolgende Bericht beinhaltet die Ergebnisse des Oberösterreich-Gastes im Winter 2013/2014 (November 2013 bis April 2014). Das Ergebnis ist repräsentativ für den Nächtigungsgast in Oberösterreich.

2. Management Summary

Alter und Geschlecht	Das Durchschnittsalter des Oberösterreich-Winter-Gastes liegt bei 43,5 Jahren. Am größten ist die Gruppe der 40-49-Jährigen mit 27%, gefolgt von den 30-39-Jährigen mit 24%. Der Frauenanteil liegt bei 58%, der Männeranteil bei 42%.
Bildung und Beruf	44% der Gäste verfügen über Lehre/Mittlere Reife/Pflichtschul-abschluss, 43% über die Matura. Ein weitaus kleinerer Teil von 13% hat die Hochschule/Universität abgeschlossen. Bei den Berufsgruppen sind Angestellte/Beamte mit einem Drittel am häufigsten vertreten. Auf dem zweiten Platz befinden sich leitende Angestellte/Beamte mit 14%.
Monatliches Einkommen	Das durchschnittliche monatliche Einkommen der Oberösterreich-Winter-Gäste beträgt 1.635 Euro.
Reisebegleitung	Über ein Drittel (36%) der Oberösterreich-Winter-Gäste reist als Paar, ein Fünftel (19%) der Gäste ist alleine unterwegs. Familien mit jungen Kindern (unter 14 Jahren) sind mit 17% die drittgrößte Gruppe.
Besuchserfahrung	Ein Drittel der Oberösterreich-Gäste zählt zu den Stammgästen, 35% gehören zu den Intervallgästen. Zum zweiten Mal waren 22% der Gäste in Oberösterreich und zum ersten Mal 10%. Das heißt, dass der Gesamtwert der Wiederbesucher bei 90% liegt.
Informations-quellen	Das Internet ist mit 44% die wichtigste Informationsquelle über den Urlaub. Auch die offline Informationssuche über Bekannte/Verwandte (17%) und Prospekte (12%) nimmt einen wichtigen Stellenwert ein. 26% der Gäste informieren sich gar nicht über den Urlaub.
Entscheidung	Die Entscheidung für den Urlaubsort trifft der größte Teil der Oberösterreich-Winter-Urlauber (23%) ein bis zwei Monate vor Abreise. Spontan treffen 17% der Gäste ihre Entscheidung für den Urlaubsort.
Buchung	Der Großteil (62%) der Gäste bucht direkt bei der Unterkunft. Damit liegt diese Buchungsstelle eindeutig auf Platz eins. 18% der Gäste haben vor ihrem Urlaub nichts gebucht. Am liebsten buchen die Oberösterreich-Gäste via E-Mail (37%). Telefon/Brief/Fax folgen mit 19%.

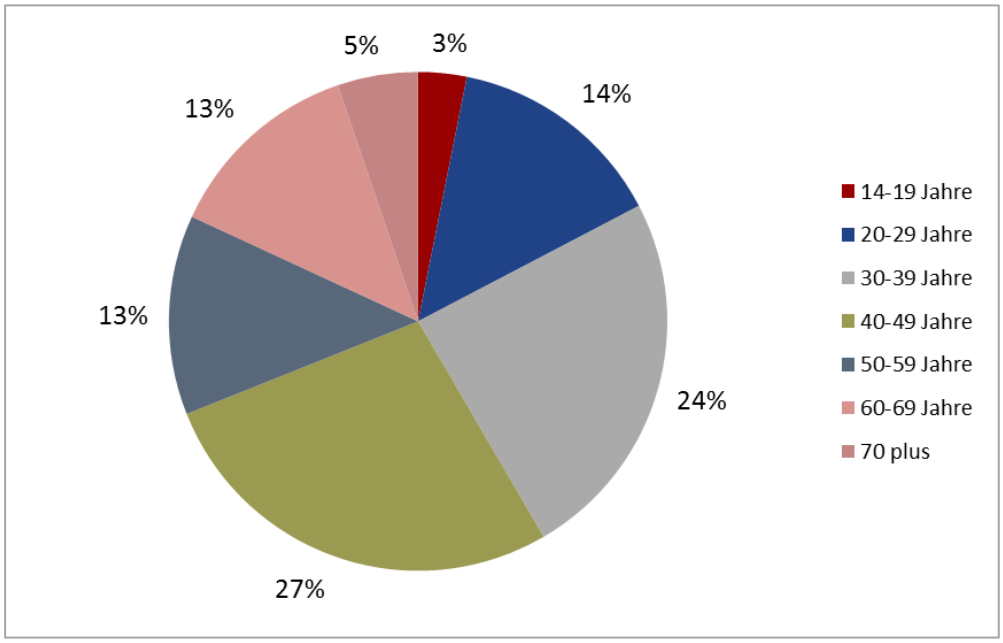
Anreise	Der Großteil der Österreich-Winter-Gäste (85%) reist mit dem Auto an. Mit Abstand folgen Bahn (11%), Bus (2%) und Flugzeug (2%).
Gründe für die Destinations-entscheidung	Im schneearmen Winter 2013/14 waren die Wellness-/Gesundheits-angebote mit 39% der entscheidende Grund für die Destinationswahl. Landschaft und Natur (34%), Ruhe (31%) und die Qualität des Hotels/der Unterkunft (30%) spielen ebenfalls eine große Rolle.
Urlaubsart	Der Erholungsurlaub liegt mit 40% nach wie vor auf Platz eins der Urlaubsarten. Ein Viertel der Gäste macht einen Wellness-/Schönheitsurlaub. Ski-/Snowboardurlaub (17%) und Gesundheitsurlaub/Kur (16%) liegen auf Platz drei und vier.
Urlaubsaktivitäten	Das Spazierengehen ist mit 42% die beliebteste Urlaubsaktivität der Oberösterreich-Winter-Gäste. 31% der Gäste gehen im Urlaub Schwimmen/Baden und 28% besuchen ein Restaurant. Das Skifahren wird von einem Viertel ausgeübt. Genauso viele Gäste besuchen Sehenswürdigkeiten während ihres Aufenthaltes.
Ausgaben	Die durchschnittlichen Urlaubsausgaben der Oberösterreich-Winter-Gäste betragen 147 Euro pro Person und Tag.
Image	Die Winter-Gäste schreiben Oberösterreich ausgezeichnete Eigenschaften zu. Vor allem die Begriffe „gastfreundlich“ (52%), „erholsam“ (50%) und „gemütlich“ (43%) werden mit Oberösterreich assoziiert. Negativ behaftete Eigenschaften wie „überlaufen“ und „teuer“ werden nur von 1% bzw. 5% der Gäste genannt.
Zufriedenheit	33% der Winter-Gäste haben ihre Gesamtzufriedenheit mit der besten Note bewertet. Der Gesamtzufriedenheitswert beträgt somit 1,81.
Weiterempfehlung	Insgesamt werden 91% der Oberösterreich-Gäste die Destination sehr sicher bzw. sicher ihren Freunden und Bekannten empfehlen.

3. Gästestruktur

3.1. Alter und Geschlecht

Das Durchschnittsalter des Oberösterreich-Winter-Gastes liegt bei 43,5 Jahren (Österreich-Schnitt: 42,1 Jahre). Bei der letzten Befragung im Winter 2011/12 lag der Schnitt bei 41,6 Jahren, das heißt, dass es eine leichte Altersverschiebung nach oben gibt. Während die Altersgruppe der 60-69-Jährigen von 9 auf 13% gewachsen ist, hat sich die Gruppen der 20-29-Jährigen und der 50-59-Jährigen verkleinert.

Abbildung 1: **Alter**



Frage: Alter ……. Jahre

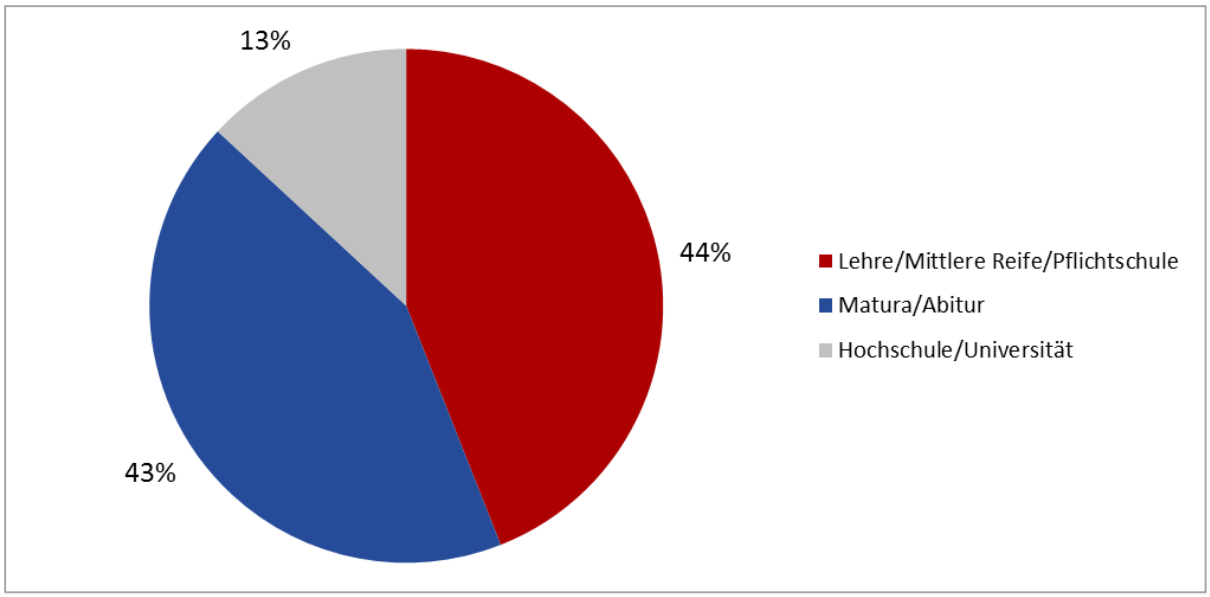
Der Frauenanteil unter den Oberösterreich-Winter-Gästen liegt bei 58%, der Männeranteil bei 42%. Im Winter 2011/12 war das Verhältnis mit 51:49 ausgewogener. Auch der Österreich-Durchschnitt liegt bei 51:49.

3.2. Bildung und Beruf

Der Großteil der Oberösterreich-Gäste verfügt über einen Lehrabschluss/die Mittlere Reife/einen Pflichtschulabschluss (44%) oder über die Matura/das Abitur (43%). 13% haben die Hochschule/Universität abgeschlossen. Im Vergleich zum Winter 2011/12 ist der Anteil der Gäste mit Matura/Abitur gewachsen (von 38% auf 43%).

Betrachtet man die Gäste österreichweit, so ist der Akademiker-Anteil mit 36% deutlich höher als in Oberösterreich. In die mittlere und die niedrige Bildungskategorie fällt jeweils ein Drittel (32% bzw. 31%) der Österreich-Gäste.

Abbildung 2: **Ausbildung**

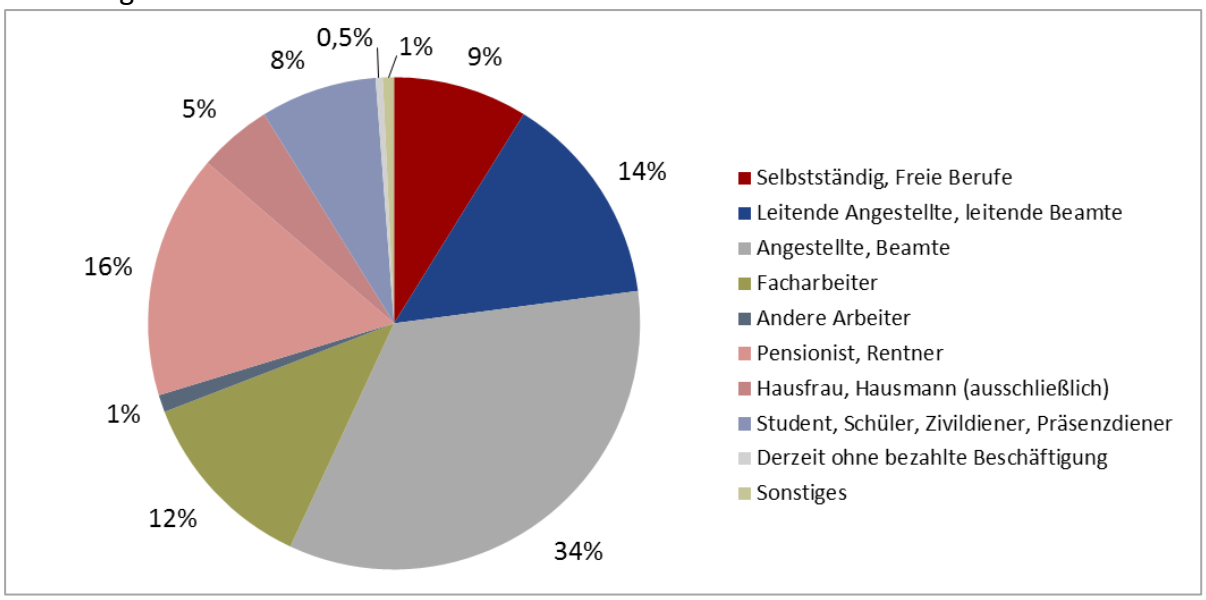


Frage: Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?

In Bezug auf die Berufsgruppen sind Angestellte/Beamte am häufigsten unter den Oberösterreich-Winter-Gästen vertreten – sie machen ein Drittel aller Urlauber aus. Auf dem zweiten Platz befinden sich leitende Angestellte/Beamte mit 14%.

Der Anteil der Facharbeiter ist im Vergleich zur vorigen Befragungswelle rückläufig (von 22 auf 12% gesunken), die Gruppe der Pensionisten/Rentner ist gewachsen (von 11 auf 16%).

Abbildung 3: **Beruf**



Frage: Bitte geben Sie Ihre Berufsgruppe an.

3.3. Monatliches Einkommen

Das durchschnittliche monatliche Nettoeinkommen pro Person beträgt 1.635 Euro (Winter 2011/12: 1.479 Euro). Der Österreich-Schnitt ist um etwa 330 Euro höher.

3.4. Reisebegleitung

Über ein Drittel (36%) der Oberösterreich-Winter-Gäste reist als Paar (2011/12: 39%). Ein Fünftel der Gäste ist alleine unterwegs (2011/12: 28%). Die Familien mit jungen Kindern (unter 14 Jahren) befinden sich mit 17% auf Platz 3. Im Vergleich zum Winter 2011/12 ist der Anteil dieser Gästegruppe am stärksten gewachsen (von 9 auf 17%).

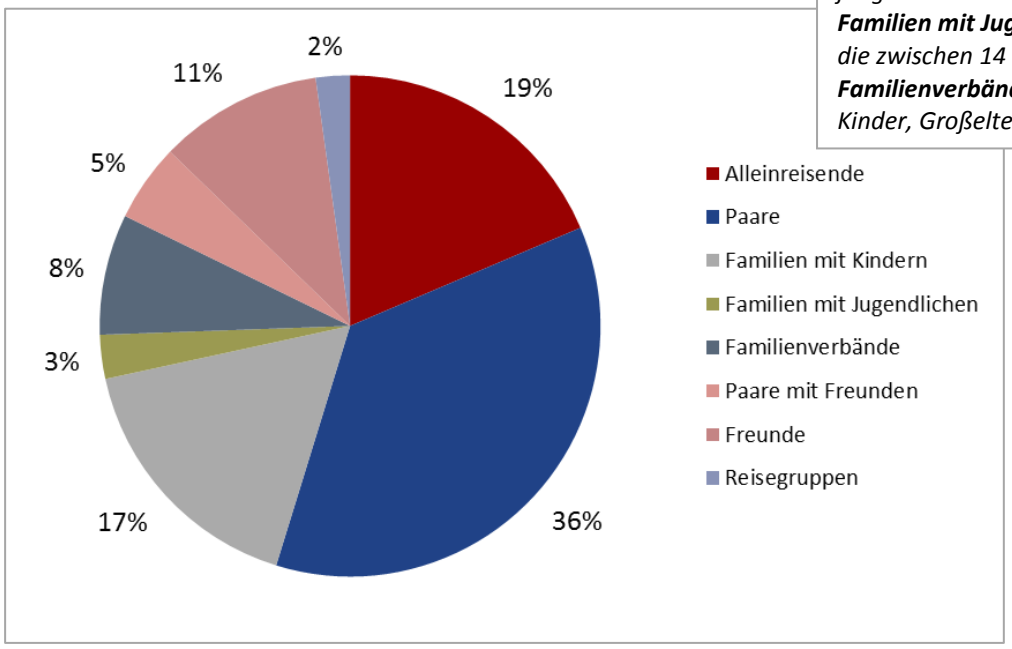
Verglichen mit dem Österreich-Schnitt zeigt sich, dass in Oberösterreich der Anteil der Alleinreisenden und der Paare besonders hoch ist.

Alleinreisende:	Oberösterreich 19%	Österreich 7%
Paare:	Oberösterreich 36%	Österreich 30%

Der Anteil der restlichen Gruppen ist geringer als im Österreich-Schnitt

Familien mit Kindern *beinhalten Kinder, die jünger als 14 sind.*
Familien mit Jugendlichen *beinhalten Kinder, die zwischen 14 und 18 Jahren sind.*
Familienverbände *beinhalten z.B. ältere Kinder, Großeltern, Tanten und Onkel etc.*

Abbildung 4: Reisebegleitung

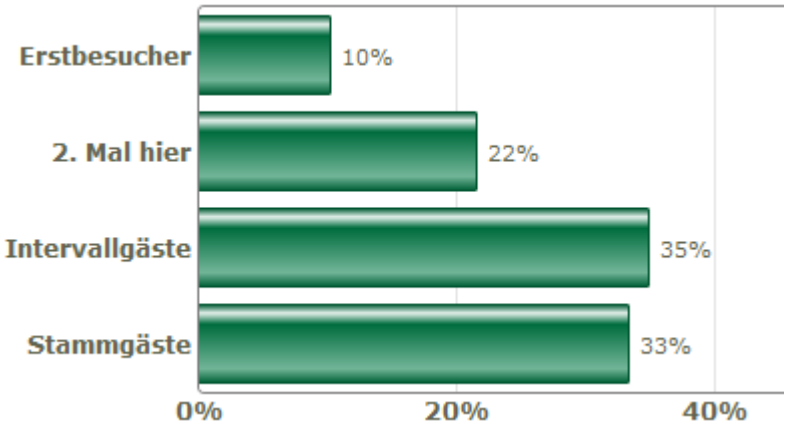


Frage: Mit wem reisen Sie? (Mehrfachantworten möglich)

3.5. Besuchserfahrung

35% der Oberösterreich-Winter-Gäste zählen zu den Intervallgästen, fast genauso viele sind Stammgäste in Oberösterreich. Österreichweit ist der Stammgästeanteil höher und der Intervallgästeanteil niedriger. Mehr als ein Fünftel war zum zweiten Mal in Oberösterreich, 10% sind Erstbesucher. Der Gesamtwert der Wiederbesucher liegt somit bei 90%. Österreichweit liegt dieser Wert bei 87%.

Abbildung 5: **Besuchserfahrung in Oberösterreich**



Stammgäste: *waren bereits 2x oder öfter im Bundesland und verbringen (fast) jedes Jahr einen Urlaub in Oberösterreich*
Intervallgäste: *waren bereits 2x oder öfter im Bundesland, kommen aber nicht so regelmäßig wie die Stammgäste*

Frage: Wenn Sie diesen Aufenthalt nicht mitzählen, wie oft waren Sie schon im Rahmen eines Urlaubes in diesem Bundesland?

4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt

4.1. Informationsquellen

Die Quellen, über die sich die Gäste über ihren Urlaub informieren, haben sich seit der letzten Befragung 2011/12 kaum verändert. Lediglich die Verwandten/Bekannten, Prospekte und das Internet haben minimal dazugewonnen. Mehr als ein Viertel (26%) der Gäste informiert sich gar nicht über den Urlaub, was auf den hohen Stammgästeanteil zurückzuführen ist. Österreichweit informieren sich nur 13% gar nicht.

Bedeutende Unterschiede zum Österreich-Schnitt gibt es auch bei der Information bei Bekannten/Verwandten und bei Internet-Reiseportalen/Buchungsplattformen. Diese Informationsquellen verwenden Oberösterreich-Gäste seltener als der durchschnittliche Österreich-Gast.

Tabelle 1: **Informationsquellen**

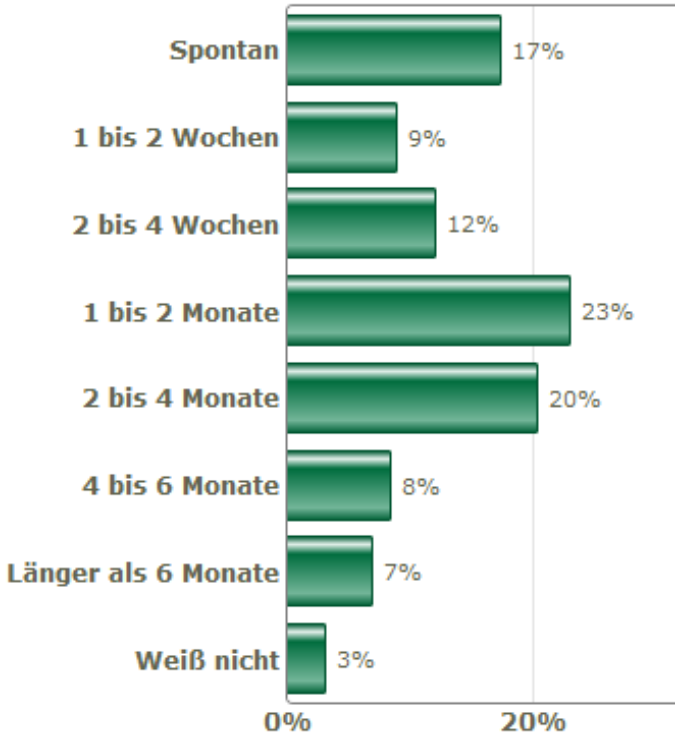
Informationsart	OÖ	*Ö-Schnitt*
Über das Internet	44%	*46%*
Gar nicht informiert	26%	*13%*
Bei Bekannten/Verwandten	17%	*25%*
Prospekte	12%	*9%*
Bei der Unterkunft	7%	*7%*
Auf Internet-Reiseportalen, Buchungsplattformen	5%	*13%*
Berichte oder Werbung in Medien	5%	*4%*
Tourismusinformation in der Urlaubsregion	3%	*4%*
Im Reisebüro	2%	*4%*
Reiseliteratur/Reiseführer	2%	*3%*
Andere Informationsquelle	2%	*4%*
Kataloge der Reiseveranstalter	1%	*2%*
Auf Social Websites	1%	*3%*
Messebesuch	0%	*1%*

Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) sich über diesen Urlaub informiert?

4.2. Entscheidung

Die konkrete Entscheidung für den Urlaubsort trifft die größte Gruppe der Oberösterreich-Winter-Urlauber (23%) ein bis zwei Monate vor Abreise. Die zweitgrößte Gruppe, ein Fünftel der Gäste, entscheidet sich 2 bis 4 Monate vor der Abreise. Spontan treffen 17% der Gäste ihre Entscheidung für den Urlaubsort.

Abbildung 6: **Entscheidungszeitpunkt für den Urlaubsort**

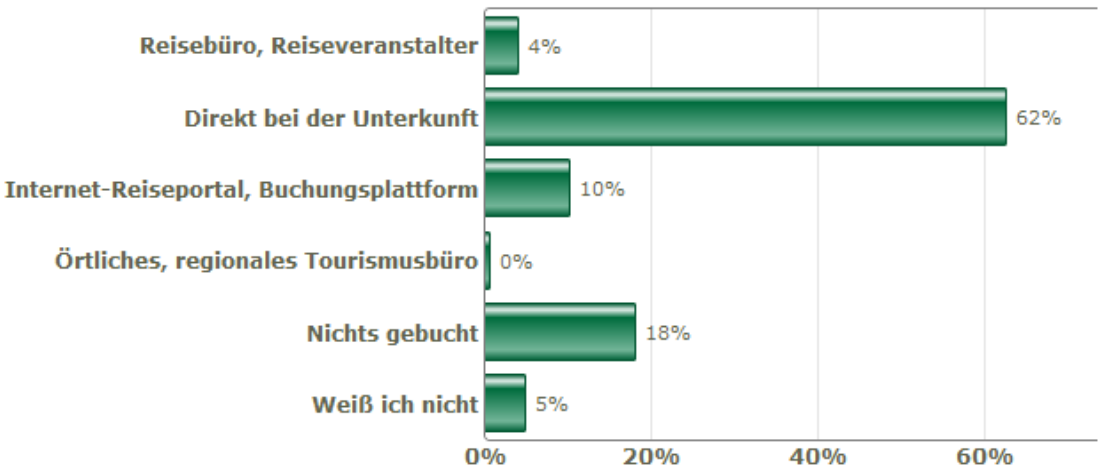


Frage: Wie lange vor der Abreise haben Sie sich für den jetzigen Urlaubsort entschieden?

4.3. Buchung

Der Großteil (62%) der Oberösterreich-Winter-Gäste bucht direkt bei der Unterkunft. Damit liegt diese Buchungsstelle eindeutig auf Platz eins. 18% der Gäste haben vor ihrem Urlaub nichts gebucht. Mit großem Abstand folgen Internet-Reiseportale und Buchungsplattformen sowie Reisebüro und Reiseveranstalter.

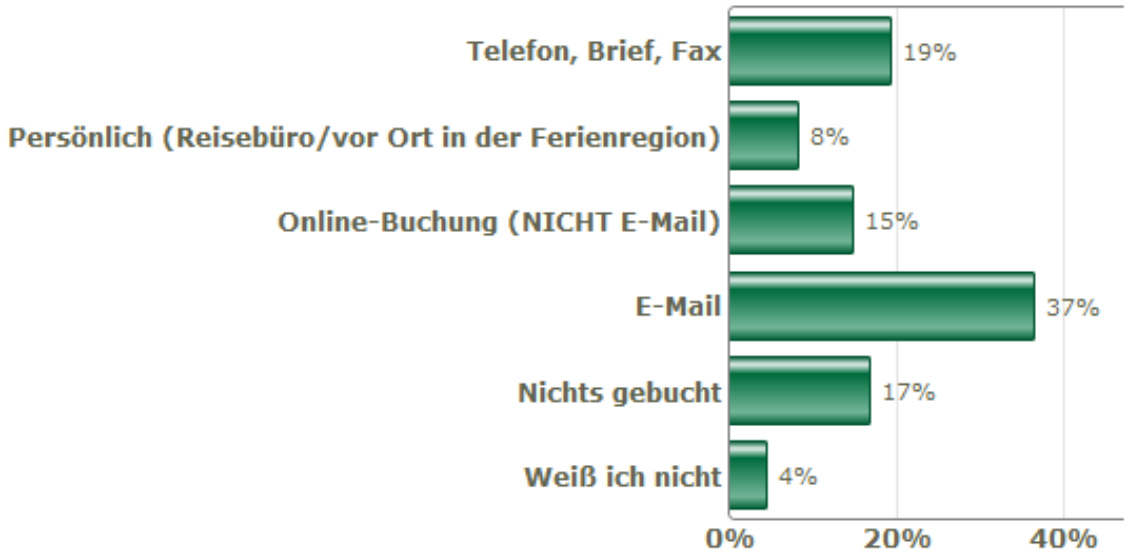
Abbildung 7: **Buchungsstelle**



Frage: Wo haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

Bei der Buchungsart überholt das E-Mail das Telefon. Eine Buchung via Mail wurde von 37% vorgenommen (Winter 2011/12: 15%), via Telefon von nur 19% (Winter 2011/12: 36%). 17% der Gäste buchen vor ihrer Anreise gar keine Unterkunft.

Abbildung 8: **Buchungsart**



Frage: Wie haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Unterkunft gebucht?

4.4. Anreiseverkehrsmittel

Der Großteil der Oberösterreich-Winter-Gäste (85%) reist mit dem Auto an. Mit großem Abstand folgen Bahn (11%), Bus (2%) und Flugzeug (2%). Im Vergleich zu 2011/12 haben Bus und Bahn als Anreiseverkehrsmittel verloren – das Auto hat dazugewonnen.

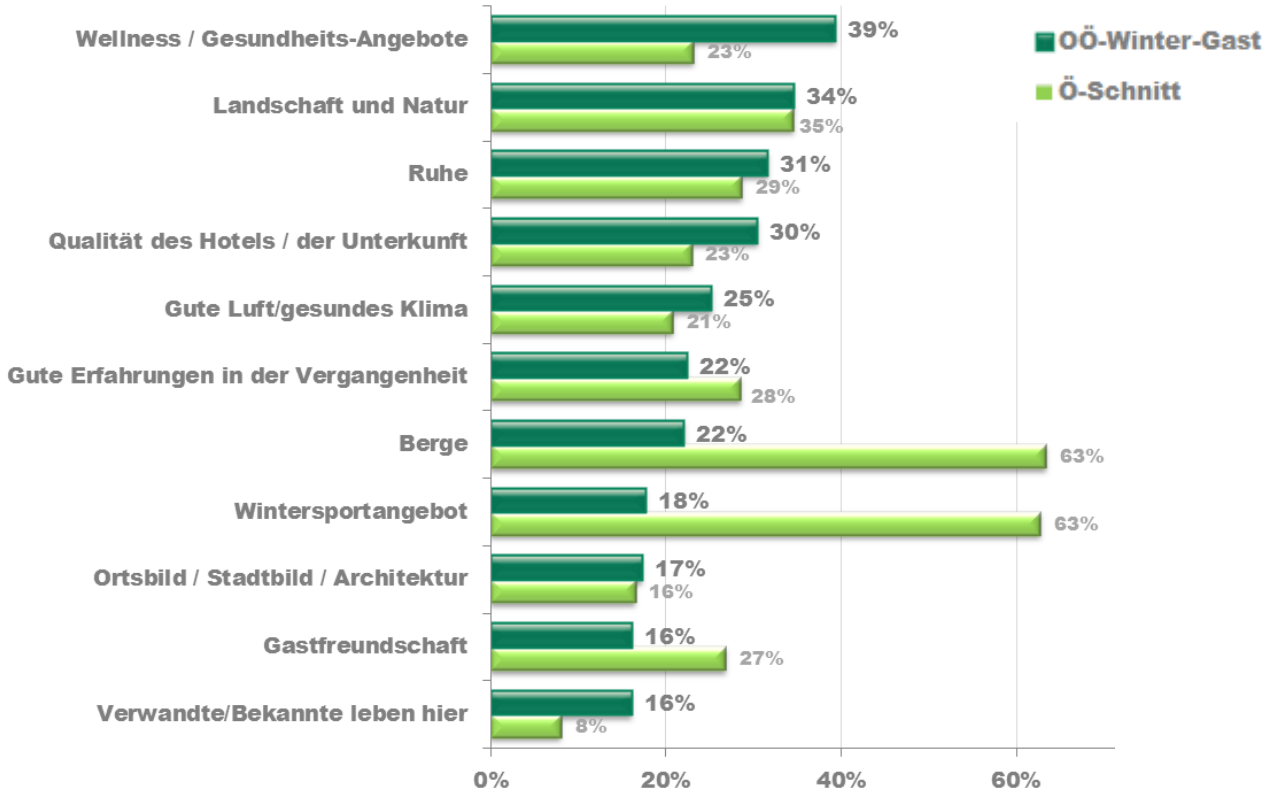
4.5. Gründe für die Destinationsentscheidung

4.5.1. Die wichtigsten Entscheidungsgründe

Im schneearmen Winter 2013/14 waren die Wellness-/Gesundheitsangebote mit 39% der entscheidende Grund für die Destinationswahl. Landschaft und Natur (34%), die Ruhe (31%) und die Qualität des Hotels/der Unterkunft (30%) spielen ebenfalls eine wichtige Rolle. Ein Viertel der Gäste kommt aufgrund der guten Luft/des gesunden Klimas nach Oberösterreich.

Im Österreich-Vergleich zeigt sich, dass die Themen Wellness und Gesundheit sowie die Qualität der Unterkunft die Entscheidung der Oberösterreich-Gäste verhältnismäßig stark beeinflussen. Im Gegensatz dazu haben Berge, das Wintersportangebot und die Gastfreundschaft einen geringeren Stellenwert bei der Destinationsentscheidung als im Österreich-Schnitt.

Abbildung 9: **Wichtigste Gründe für die Destinationsentscheidung im Österreich-Vergleich**



Frage: Was waren die entscheidenden Punkte diese Region als Reiseziel zu wählen? (Mehrfachantworten möglich)

4.5.2. Entscheidungsgründe nach Kategorien

Die Gründe für die Destinationswahl sind vielfältig. Zu den wichtigsten Entscheidungsgründen für Oberösterreich gehören die **natürlichen Gegebenheiten**. Drei der fünf abgefragten natürlichen Gegebenheiten finden sich in den Top 10 aller Entscheidungsgründe.

Tabelle 2: **Entscheidungsgründe – Natürliche Gegebenheiten**

Gründe | Natürliche Gegebenheiten		
Landschaft und Natur	34%	→ Wichtigste Gründe
Gute Luft, gesundes Klima	25%	→ Wichtigste Gründe
Berge	22%	→ Wichtigste Gründe
Seen	10%	
Wetterverhältnisse	2%	

Bei den **Angeboten** ist die Qualität des Hotels/der Unterkunft (30%) eindeutig der wichtigste Entscheidungsgrund. Mit Abstand folgen das Wintersportangebot (18%) und regionale Speisen/Getränke (12%).

Tabelle 3: **Entscheidungsgründe – Angebote**

Gründe | Angebote		
Qualität des Hotels/der Unterkunft	30%	→ Wichtigste Gründe
Wintersportangebot	18%	→ Wichtigste Gründe
Regionale Speisen/Getränke	12%	
Vielfalt und Qualität des gastronomischen Angebots	8%	
Spezielles Buchungsangebot/Package	8%	
Vielfalt und Qualität des Angebots	8%	
Preis (günstiges Urlaubsangebot)	6%	
Angebot an Wander-, Radwegen, Mountainbikestrecken	6%	
Einkaufsmöglichkeiten	3%	
Angebote und Betreuung für Kinder	3%	
Ressourcenschonender, verantwortlicher Umgang mit der Umwelt in der Region	2%	
Sonstiges Sportangebot	2%	
Spezielles Ski-/Snowboardangebot (Snowpark, Free-Ride etc.)	1%	

Die Kategorie „**Kultur**“ beinhaltet vier Gründe, bei denen Ortsbild/Stadtbild/Architektur mit 17% an erster Stelle liegt.

Tabelle 4: **Entscheidungsgründe – Kultur**

Gründe | Kultur		
Ortsbild, Stadtbild, Architektur	17%	→ Wichtigste Gründe
Veranstaltungs-/ Unterhaltungsangebot	9%	
Kunst-/ Kulturangebot	8%	
Party, Nachtleben	5%	

In der Rubrik **Wellness & Erholung** wurden zwei Gründe abgefragt. Diese zählen zu den Top 10 Entscheidungsgründen für Oberösterreich.

Tabelle 5: **Gründe – Wellness & Erholung**

Gründe | Wellness & Erholung		
Wellness- und Gesundheitsangebote	39%	→ Wichtigste Gründe
Ruhe	31%	→ Wichtigste Gründe

Mehr als ein Fünftel (22%) der Winter-Gäste entscheidet sich aufgrund von guten Erfahrungen in der Vergangenheit für Oberösterreich als Urlaubsdestination. Jeweils 16% geben an, dass die Gastfreundschaft und Verwandte/Bekannte, die hier leben, ein Grund für die Destinationsentscheidung sind. 15% kommen wegen Atmosphäre/Flair und jeweils 12% wegen der Empfehlungen von Freunden, Verwandten und Bekannten sowie aufgrund der guten Erreichbarkeit/Nähe.

Tabelle 6: **Andere Gründe für die Destinationsentscheidung**

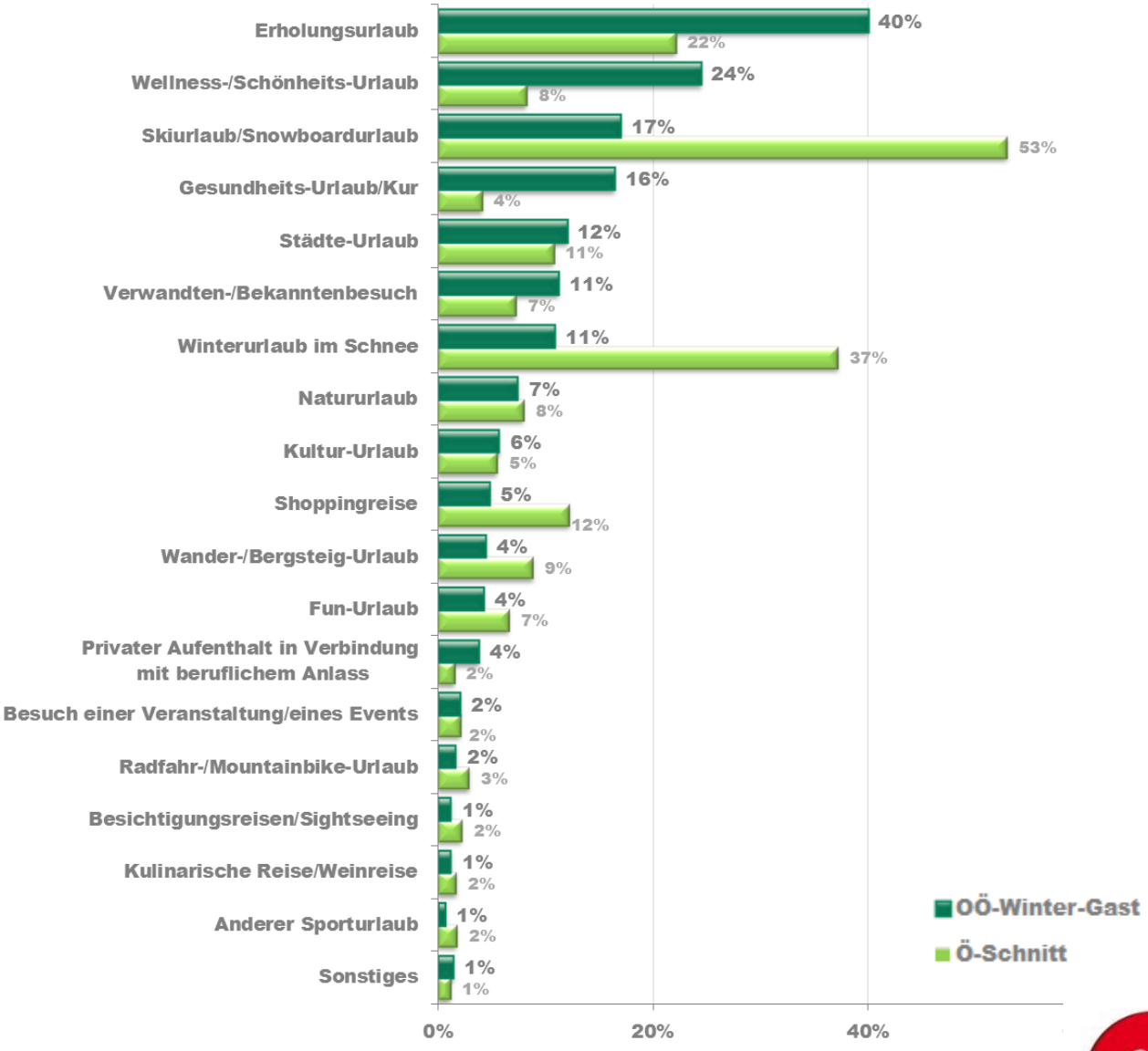
Andere Gründe		
Gute Erfahrungen in der Vergangenheit	22%	→ Wichtigste Gründe
Gastfreundschaft	16%	→ Wichtigste Gründe
Verwandte, Bekannte leben hier	16%	→ Wichtigste Gründe
Atmosphäre, Flair	15%	
Empfehlungen von Freunden, Verwandten, Bekannten	12%	
Gute Erreichbarkeit, Nähe	12%	
Tradition/Geschichte der Region/Stadt	10%	
Sehenswürdigkeiten	9%	
Image/Ruf der Region	9%	
Attraktivität des Skigebietes	7%	
Eigentum (Ferienwohnung von Ort etc.)	4%	
Sicherheit	4%	
Positive Berichte in den Medien	4%	
Schneesicherheit	3%	
Etwas Neues, Innovatives in der Region/Stadt	2%	
Winteraktivitäten abseits der Piste (z.B. Schlittenfahrt, Schneewanderung)	1%	

4.6. Urlaubsart

Der Erholungsurlaub liegt mit 40% nach wie vor auf Platz eins der Urlaubsarten (2011/12: 38%). Ein Viertel der Gäste verbrachte einen Wellness-/Schönheitsurlaub in Oberösterreich und – genau wie 2011/12 – gaben 17% an, einen Ski-/Snowboardurlaub zu machen. Auf Platz 4 liegt der Gesundheitsurlaub mit 16%, auf Platz 5 der Städteurlaub mit 12%.

Beim Erholungsurlaub und beim Wellness-/Schönheitsurlaub liegt Oberösterreich weit über dem Österreich-Schnitt. Deutlich unter dem Schnitt liegt Oberösterreich beim Ski-/Snowboardurlaub, beim Winterurlaub im Schnee (zurückzuführen auf die Bundesländer mit großem Wintersportangebot Tirol, Salzburg, Vorarlberg) und bei den Shoppingreisen.

Abbildung 10: **Urlaubsart im Österreich-Vergleich**



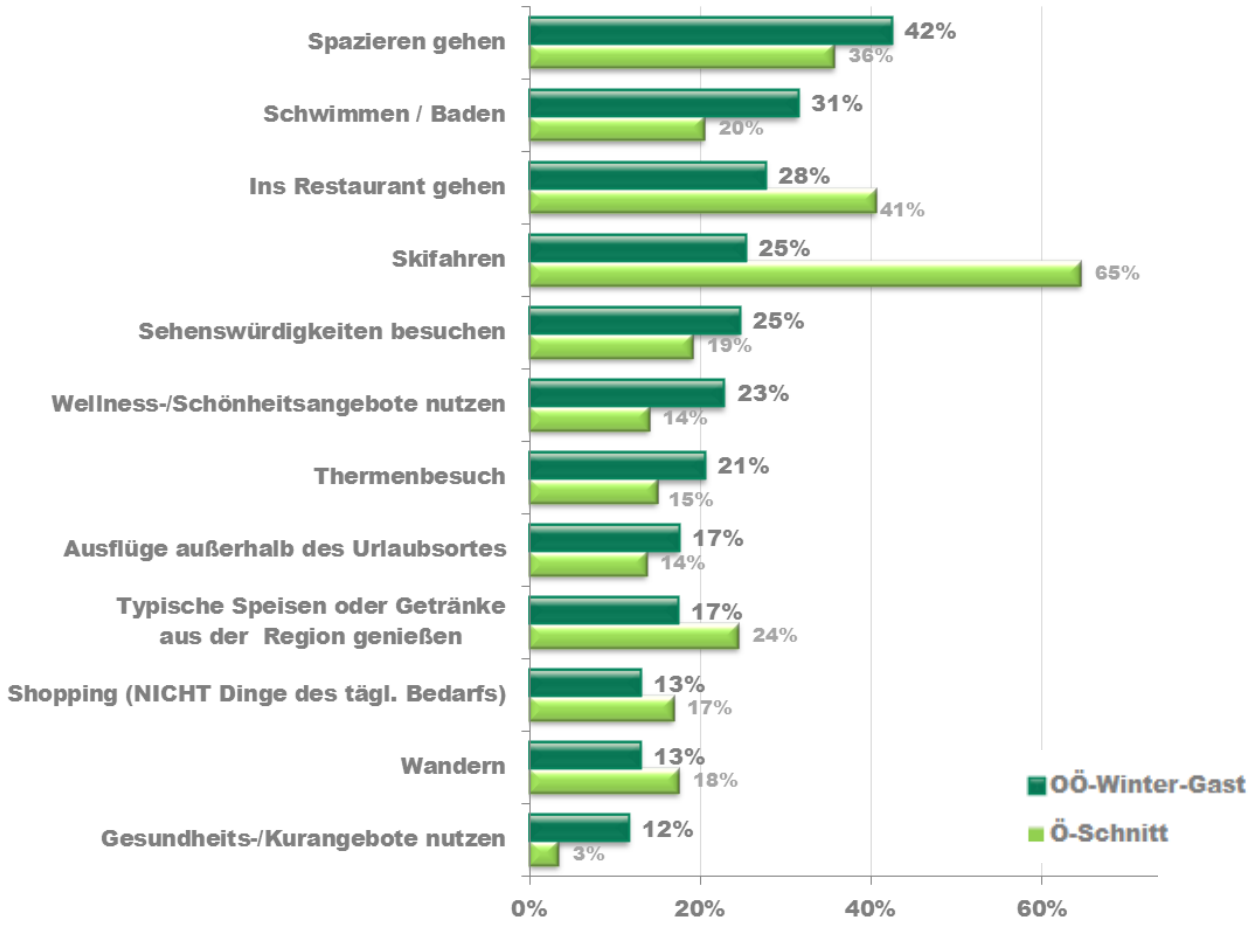
Frage: Welche Urlaubsarten würden Sie diesem Aufenthalt hauptsächlich zuordnen? (Mehrfachantworten möglich)

4.7. Urlaubsaktivitäten

4.7.1. Beliebteste Urlaubsaktivitäten

Das Spazierengehen ist mit 42% die beliebteste Urlaubsaktivität der Oberösterreich-Winter-Gäste (Österreich-Schnitt: 36%). Ein knappes Drittel der Gäste geht im Urlaub Schwimmen/Baden (Ö: 20%) und 28% besuchen ein Restaurant (Ö: 41%). Das Skifahren wird von einem Viertel ausgeübt. Der Österreich-Schnitt ist mit 65% aufgrund der Wintersportdestinationen Tirol, Salzburg und Vorarlberg deutlich höher. Zu den fünf beliebtesten Urlaubsaktivitäten gehört auch der Besuch von Sehenswürdigkeiten mit ebenfalls einem Viertel (Ö: 19%).

Abbildung 11: **Top Urlaubsaktivitäten**

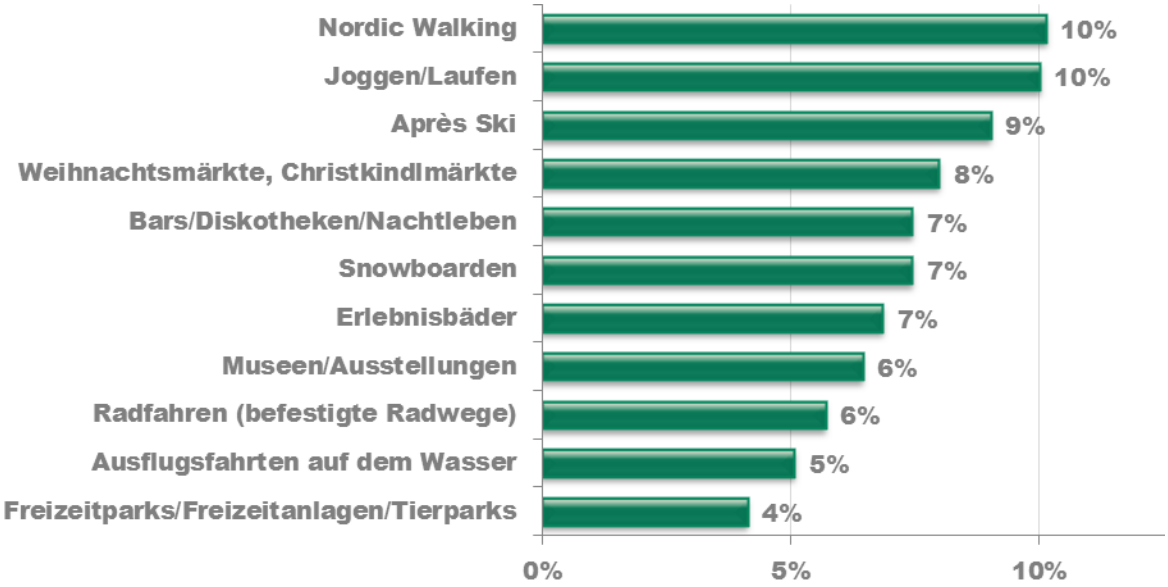


Frage: Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Aufenthaltes? (auch fest geplante Aktivitäten)

4.7.2. Weitere Aktivitäten

Jeweils 10% der Gäste gehen im Urlaub Nordic Walking oder Joggen/Laufen. Im Vergleich zum Österreich-Schnitt liegt Oberösterreich bei Ausflugsfahren auf dem Wasser (Ö: 2%), Radfahren (Ö: 4%), Weihnachtsmärkten (Ö: 6%), Joggen/Laufen (Ö: 5%) und beim Nordic Walking (Ö: 3%) vorne.

Abbildung 12: **Weitere Aktivitäten**



Frage: Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Aufenthaltes? (auch fest geplante Aktivitäten)

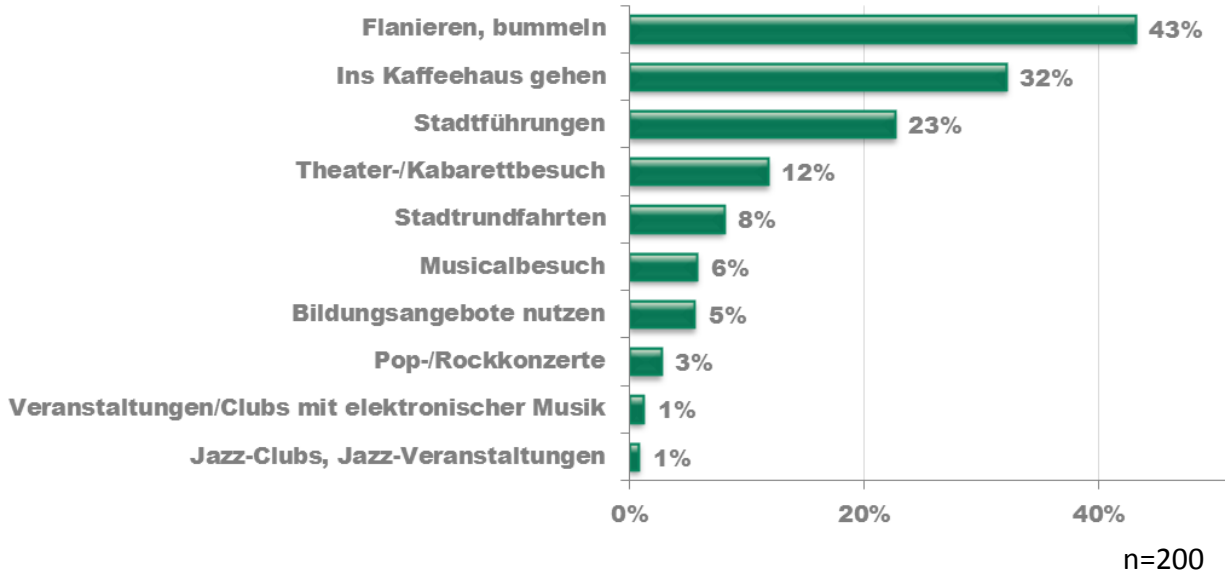
Weniger als vier Prozent der Gäste geben folgende Urlaubsaktivitäten an:

- **Jeweils 3%**
  Heurigen, Buschenschank, Weinfeste; Naturattraktionen besuchen
- **Jeweils 2%**
  Rodeln, Schlittenfahren; Festivals, Events; Langlaufen, Nordisch; Mountainbiken, Veranstaltungen mit klassischer Musik, Oper; Eislaufen und Tourenskigehen
- **Jeweils 1%**
  Veranstaltungen mit Brauchtum/Volkstümlicher Musik, Sportveranstaltungen, Schneeschuhwandern, Bergsteigen und Freeriden/-skiing

4.7.3. Aktivitäten im städtischen Gebiet

Im städtischen Gebiet wurden zehn zusätzliche Aktivitäten abgefragt (n=200). Darunter finden sich flanieren/bummeln (43%) und ins Kaffeehaus gehen (32%) weit vorne. 23% der Gäste in nehmen an Stadtführungen teil, 12% besuchen ein Theater/Kabarett.

Abbildung 13**: Aktivitäten Stadt**



n=200

Frage: Welche der folgenden Aktivitäten unternehmen Sie während Ihres Aufenthaltes? (auch fest geplante Aktivitäten)

4.8. Ausgaben

Die Urlaubsausgaben der Oberösterreich-Wintergäste, die in entgeltlichen Unterkünften nächtigen, sind in allen Bereichen gestiegen. So betragen die durchschnittlichen **Gesamtausgaben 147 Euro** pro Person pro Tag. Im Vergleich zur vorigen Befragungswelle ist das eine Erhöhung von 34 Euro.

Im Österreich-Durchschnitt ist ebenfalls eine Steigerung der Ausgaben zu beobachten (Gesamtausgaben Winter 2011/12: 122 Euro; Gesamtausgaben Winter 2013/14: 158 Euro).

5. Image, Zufriedenheit und Weiterempfehlung

5.1. Image

Die Winter-Gäste schreiben Oberösterreich ausgezeichnete Eigenschaften zu. Vor allem die Begriffe „gastfreundlich“ (52%), „erholsam“ (50%) und „gemütlich“ (43%) werden mit unserem Bundesland assoziiert. Im Vergleich zum Österreich-Schnitt liegt Oberösterreich bei den Charakteristiken „erholsam“ und „gemütlich“ deutlich über dem Durchschnitt.

Negativ behaftete Eigenschaften wie „überlaufen“ und „teuer“ werden nur von 1% bzw. 5% der Gäste mit Oberösterreich verbunden. Österreichweit werden diese Begriffe öfter genannt.

Das Image von Oberösterreich stimmt mit den oberösterreichischen Markenwerten in vielen Punkten überein. Vor allem die Werte „harmonisch“, „aufgeschlossen“, „ausgeglichen“ und „bodenständig“ finden sich in den Top 10 Eigenschaften wieder.

Tabelle 7: **Image der Urlaubsregion**

Image	OÖ-Gast	*Ö-Schnitt*		OÖ-Gast	*Ö-Schnitt*
gastfreundlich	52%	*50%*	sportlich-aktiv	10%	*46%*
erholsam	50%	*36%*	inspirierend	9%	*6%*
gemütlich	43%	*37%*	erlebnisreich	8%	*16%*
natürlich	29%	*31%*	exklusiv	8%	*9%*
sicher	21%	*28%*	weltoffen	8%	*17%*
familienfreundlich	20%	*30%*	vielfältig	7%	*13%*
genussvoll	18%	*24%*	nachhaltig	7%	*8%*
authentisch, ursprünglich, echt	17%	*16%*	modern	6%	*12%*
kultiviert	16%	*13%*	teuer	5%	*13%*
romantisch	15%	*14%*	trendig	4%	*9%*
engagiert (als Gastgeber)	13%	*17%*	innovativ	4%	*5%*
niveauvoll	13%	*17%*	überlaufen	1%	*6%*
locker, unkonventionell	13%	*19%*	spektakulär	1%	*6%*
unterhaltsam	11%	*28%*			

Frage: Welche Eigenschaften passen auf diese Urlaubsregion? (Mehrfachantworten möglich)

5.2. Zufriedenheit

Die Gesamtzufriedenheit wurde mit folgender Fragestellung abgefragt: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?
Die Bewertungsskala reihte sich von 1 = äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht. Aus den Angaben wurde ein Durchschnittsnotenwert berechnet, der Auskunft über die Gäste-Zufriedenheit gibt. **Je niedriger dieser Wert ist, desto besser ist die Bewertung.**

5.2.1. Generell

33% der Winter-Gäste haben ihre Gesamtzufriedenheit mit der besten Note (äußerst begeistert) bewertet. Der Gesamtzufriedenheitswert beträgt somit 1,81. Die Unterkünfte mit einem Wert von 1,78 und die Gastronomie mit 1,83 erreichen sehr gute Werte und liegen über dem Österreich-Schnitt. 39% bzw. 34% waren davon äußerst begeistert. Auch das Preis-Leistungs-Verhältnis wird in Oberösterreich besser als im Österreich-Durchschnitt bewertet.

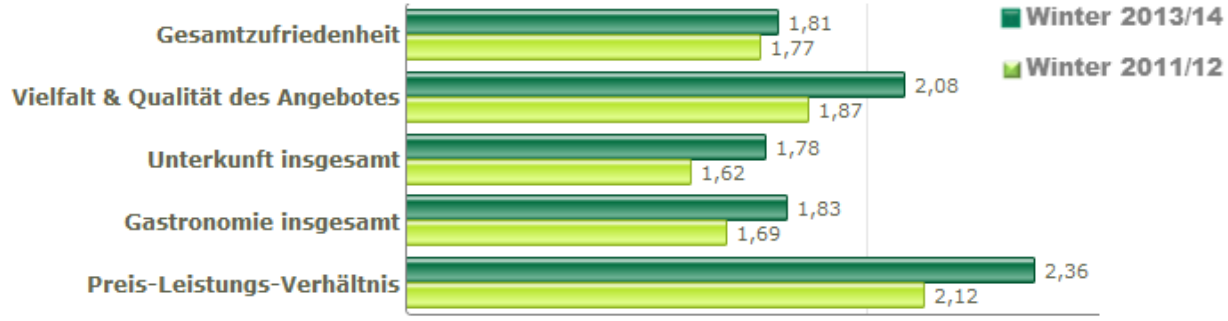
Tabelle 8: **Gesamtzufriedenheit**

	Zufrieden-heitswert	äußerst begeistert	*Ö-Schnitt*
Gesamtzufriedenheit	**1,81**	**33%**	*1,78*
Unterkunft insgesamt	1,78	39%	*1,88*
Gastronomie insgesamt	1,83	34%	*2,01*
Vielfalt & Qualität des Angebotes	2,08	31%	*2,10*
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,36	16%	*2,49*

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

Im Vergleich zum Winter 2011/12 ist die Gesamtzufriedenheit von 1,77 auf 1,81 leicht gesunken. Besonders das Preis-Leistungsverhältnis und die Vielfalt & Qualität des Angebotes haben bei der Zufriedenheit verloren.

Abbildung 14: **Gesamtzufriedenheit im Zeitvergleich**



Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

5.2.2. Zufriedenheit nach Kategorien

Landschaft und Natur spielen bei der Destinationsentscheidung eine große Rolle. Auch bei der Zufriedenheit erreich dieser Aspekt einen guten Wert (1,78). 43% sind von Landschaft und Natur äußerst begeistert. Vom Wetter sind 29% der Gäste äußerst begeistert. Der Zufriedenheitswert liegt bei 2,17.

Tabelle 9: **Zufriedenheit natürliche Gegebenheiten**

Natürliche Gegebenheiten	Zufrieden-heitswert	äußerst begeistert	*Ö-Schnitt*
Landschaft/Natur	1,78	43%	1,68
Wetter	2,17	29%	2,21

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

In der Kategorie Angebote wird das Wellness-/Gesundheitsangebot von fast der Hälfte (48%) mit „äußerst begeistert“ bewertet. Es ist der wichtigste Grund für die Destinations-entscheidung und erreicht auch bei Zufriedenheitswert erfreuliche 1,72 (Ö-Schnitt 2,18).

Tabelle 10: **Zufriedenheit Angebote**

Angebote	Zufrieden-heitswert	äußerst begeistert	*Ö-Schnitt*
Wellness-/Gesundheitsangebot	1,72	48%	*2,18*
Thermen/Erlebnisbäder	1,79	45%	*2,22*
Spazier-/Wanderwege	1,80	44%	*1,95*
Gastronomie am Berg	2,12	22%	*2,12*
Rad-/Mountainbikestrecken	2,14	36%	*2,23*
Wintersportangebot	2,17	23%	*1,77*
Sonstiges Sportangebot	2,30	28%	*2,31*
Ressourcenschonender, verantwortlicher Umgang mit der Umwelt in der Region	2,35	19%	*2,40*
Angebot und Betreuung für Kinder	2,39	26%	*2,24*
Attraktivität des Skigebietes	2,41	24%	*1,82*
Schlechtwetterangebot	2,49	27%	*2,70*
Spezielles Ski-/Snowboardangebot (Snowpark, Free-Ride etc.)	2,50	19%	*2,22*
Einkaufsmöglichkeiten	2,58	16%	*2,54*

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

Im Bereich Kultur liegt Oberösterreich bei der Zufriedenheit leicht unter dem Österreich-Schnitt. Trotzdem beurteilen jeweils zwischen 16 und 19% der Gäste ihre Zufriedenheit mit „äußerst begeistert“.

Tabelle 11: **Zufriedenheit Kultur**

Kultur	Zufrieden-heitswert	äußerst begeistert	*Ö-Schnitt*
Kunst- und Kulturangebot	2,45	18%	*2,30*
Veranstaltungs- und Unterhaltungsangebot	2,59	16%	*2,38*
Sehenswürdigkeiten	2,70	17%	*2,29*
Party/Nachtleben	2,81	19%	*2,30*

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

Fast alle Punkte in der Kategorie „Anderes“ erreichen in Oberösterreich einen besseren Zufriedenheitswert als im Österreich-Schnitt. Besonders bei den Öffnungszeiten der Restaurants und der Geschäfte sowie bei der Tourismusinformation vor Ort hebt sich Oberösterreich ab.

Tabelle 12: **Zufriedenheit Anderes**

Anderes	Zufrieden-heitswert	äußerst begeistert	*Ö-Schnitt*
Sicherheit	1,70	44%	1,83
allgemeine Sauberkeit	1,72	44%	1,84
Gastfreundschaft	1,72	38%	1,75
Atmosphäre/Flair	1,77	39%	1,82
Öffnungszeiten Restaurants	1,79	43%	2,03
Tourismusinformation vor Ort	1,84	40%	2,08
Öffnungszeiten Geschäfte	1,91	37%	2,27
Orts-/Stadtbild	1,92	34%	2,01
Beschilderung in der Region	2,01	37%	2,01
Verkehrsanbindung/Erreichbarkeit	2,02	35%	1,97
Öffentliche Verkehrsmittel	2,53	34%	1,99

Frage: Wie zufrieden sind Sie mit Ihrem Urlaub (Mit dem gesamten bisherigen Aufenthalt)?

5.3. Weiterempfehlung

Die Oberösterreich-Winter-Gäste wurden gefragt, ob sie Freunden, Bekannten, Kollegen einen Aufenthalt in dieser Urlaubsregion weiterempfehlen werden. Die Bewertungsskala reichte von 1 = sehr sicher bis 6 = sicher nicht.

36% werden den Aufenthalt in Oberösterreich sehr sicher weiterempfehlen, 55% sicher. Im Vergleich zur Wintersaison 2011/12 fand eine Verschiebung vom besten Wert (sehr sicher) zum zweitbesten Wert statt. Insgesamt ist die Weiterempfehlung gestiegen – 2011/12 wollten nur 82% ihren Aufenthalt sehr sicher bzw. sicher weiterempfehlen, aktuell sind es 91% der Winter-Gäste.