Der Oberösterreich-Gast im Winter

Ergebnisse der Gästebefragung T-MONA
Tourismus Monitor Austria Winter 2022/23
Erstelldatum: Dezember 2023

Oberösterreich Tourismus GmbH
Lisa Reiter, BSc., MA
Strategie & Tourismusentwicklung
Marktforschung und Statistik
Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria
Tel.: +43 732 72 77-122
E-Mail: lisa.reiter@oberoesterreich.at

INHALTSVERZEICHNIS:

1. Einleitung 3
2. Summary 4
3. Gästestruktur 6
3.1. Alter und Geschlecht 6
3.2. Bildung und Beruf 7
3.3. Reisebegleitung 7
3.4. Besuchshäufigkeit 8
4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt 9
4.1. Aufmerksamkeit 9
4.2. Anreiseverkehrsmittel 10
4.3. Gründe für die Destinationsentscheidung 11
4.4. Urlaubsart 13
4.5. Urlaubsaktivitäten 14
4.5.1. Sportliche Aktivitäten 14
4.5.2. Sonstige Aktivitäten 15
4.6. Ausgaben 16
5. Image, Zufriedenheit, Weiterempfehlung 17
5.1. Image 17
5.2. Zufriedenheit 18
5.3. Weiterempfehlung 20
6. Dokumentation der Umfrage 21

Oberösterreich Tourismus GmbH hat das ausschließliche Werknutzungsrecht an den Inhalten der gegenständlichen Dokumentation. Jede Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen, schriftlich zu erteilenden Zustimmung der Oberösterreich Tourismus GmbH. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Oberösterreich Tourismus GmbH 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. der Oberösterreich Tourismus GmbH ausgeschlossen ist.

1. Einleitung

Der Tourismus Monitor Austria (kurz T-MONA) – die österreichweite Gästebefragung von Urlaubsgästen – ist ein seit 2004 bestehendes Kooperationsprojekt von Österreich Werbung und den neun Landes-Tourismusorganisationen, bei dem sich österreichische Tourismusdestinationen beteiligen können. Die methodische Begleitung und technische Umsetzung des Projektes 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.

Im November 2017 startete T-MONA mit einem neuen Befragungskonzept: Die Gästebefragung wurde als durchgehend laufende Online-Befragung organisiert (vorher kamen begleitete Selbstausfüller-Interviews mit Papierfragebogen zum Einsatz). In der Folge gibt es nicht mehr einzelne Befragungsjahre, sondern Urlauber haben jederzeit die Möglichkeit, an der Online-Befragung teilzunehmen. T-MONA neu bietet damit ein digitales, zeitnahes und effizientes Monitoring. Entscheidungsverhalten, Aktivitäten, Struktur und Zufriedenheit der Gäste, um nur einige Aspekte zu nennen, können umgehend ermittelt werden.
Die Ergebnisse dienen den Tourismusverantwortlichen als Grundlage für weiterführende Entscheidungen etwa zur Angebotsentwicklung, für Marketingmaßnahmen oder zur strategischen Planung.

Der nachfolgende Bericht beinhaltet die Ergebnisse des Oberösterreich-Gastes im Winter. Die Auswertungen basieren auf der Saison 2022/23, November bis April. Insgesamt wurden in Oberösterreich rund 500 Interviews gesammelt.

2. Summary

Alter und Geschlecht	Ø Alter 51,6 Jahre Am stärksten vertreten: 50-59 Jahre (26%), 40-49 Jahre (25%), 60-69 Jahre (23%) Frauenanteil: 64%
Bildung	Ausbildungsniveau: 36% Akademiker, 32% Lehre/Pflichtschule, 32% Matura
Reisebegleitung	43% verreisen als Paar – der/die Partner:in ist damit die häufigste Begleitperson. Eine starke Gruppe stellen Familien mit Kindern dar: 12% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 7% sind die Kinder unter 6 Jahren. 11% reisen mit Freunden und 8% alleine.
Besuchserfahrung	56% Stammgäste, 15% Erstbesucher. 14% kamen zum zweiten Mal, 15% sind Intervallgäste.
Aufmerksamkeit	Empfehlungen aus dem privaten Umkreis waren für 35% ausschlaggebend, um auf Oberösterreich aufmerksam zu werden. Bei einem Drittel der Gäste waren es frühere Besuche. Das Internet zählt mit 38% zum wichtigsten Kanal, besonders stark werden Urlauber durch Suchmaschinen und Werbung (je 19%), oder Reisebüro/Veranstalter (15%) auf Oberösterreich aufmerksam.
Anreise	Auto 83%, Bahn 13%, Wohnwagen, Reisebus und Flugzeug je 1%
Gründe für die Destinations-entscheidung	Die Landschaft/Natur zählt für Winter-Gäste zum wichtigsten Entscheidungsgrund für die Urlaubsdestination Oberösterreich. Für 26% der Gäste ist dies von großer Bedeutung, auch die Berge sind für ein Fünftel ausschlaggebend. Wellness-/Schönheitsangebote (22%) sowie das Angebot an Wanderwegen (21%) sind ebenso von großer Bedeutung.

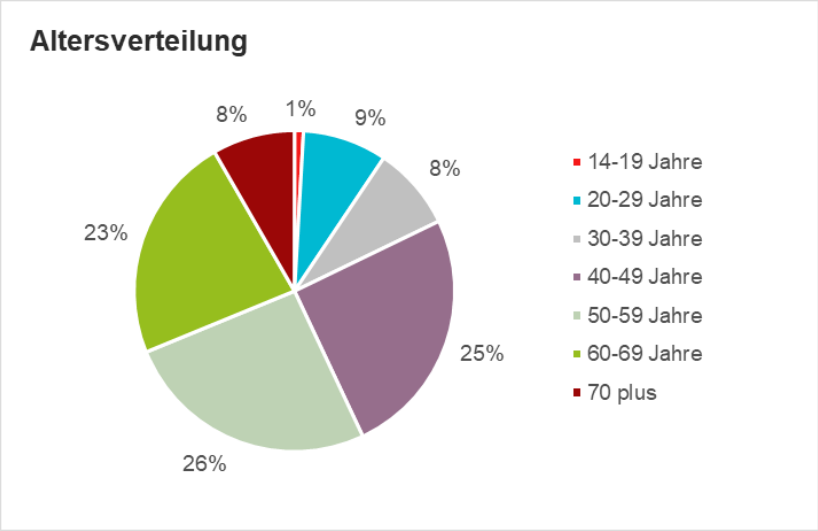
Urlaubsart	Erholungsurlaub (35%), Wellness-/Schönheits-Urlaub (26%), Wintersport-Urlaub (24%), Besichtigungsreise/Sightseeing (17%), Natururlaub (14%).
Urlaubsaktivitäten	Wandern (49%), Schwimmen/ Baden (42%) und Skifahren (25%) zählen zu den beliebtesten sportlichen Aktivitäten. Weitere Aktivitäten: Spaziergänge (57%), Besuch von Sehenswürdigkeiten (40%), Essen gehen außerhalb der Unterkunft (34%), Entspannen/Nichts tun (29%).
Ausgaben	Die Urlaubsausgaben der oberösterreichischen Winter-Gäste in entgeltlichen Unterkünften belaufen sich auf durchschnittlich 205,-- Euro pro Person und Tag (exklusive An-/Rückreise).
Image	Vorrangig wird unser Bundesland als erholsam bezeichnet (60%). Jeweils mehr als die Hälfte assoziieren mit Oberösterreich die Begriffe „gemütlich“ und „gastfreundlich“.
Zufriedenheit	Zufriedenheit mit dem gesamten Aufenthalt → 1,64 Die Gäste sind insbesondere von der Sauberkeit (Durchschnittswert von 1,54) und der Sicherheit (1,52) begeistert, die es in unserem Bundesland gibt. Gute Bewertungen erhalten auch das Hotel/die Unterkunft (1,61), die Anreise (1,62), sowie die Beschilderung vor Ort (1,67) oder Wellness-/Schönheitsangebote (1,68).
Weiterempfehlung	Rund 80% der befragten Winter-Urlauber können als Promotoren bezeichnet werden, die ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen Oberösterreich für einen Urlaubsaufenthalt mit hoher Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen werden.

3. Gästestruktur

3.1. Alter und Geschlecht

Das Durchschnittsalter des oberösterreichischen Winter-Gastes liegt bei 51,6 Jahren.

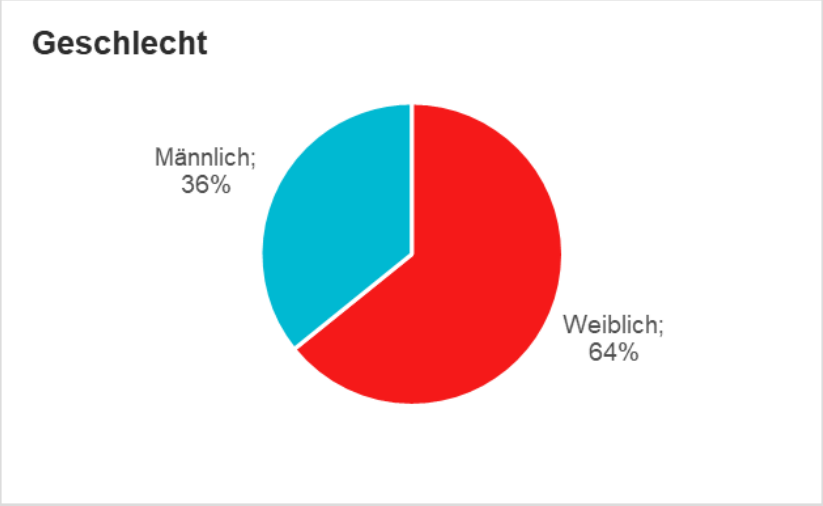
Die 50- bis 59-jährigen Gäste sind am stärksten vertreten: 26% der Urlauber fallen in diese Gruppe. Die Altersgruppen von 40-49 Jahren sowie 60-69 Jahren sind in etwa gleich häufig vertreten (25% bzw. 23%).



Frage: Wie alt sind Sie? / Angaben in % aller Urlauber

Ein Zehntel der Gäste ist jünger als 30 Jahre, 8% zählt zur Generation 70 plus.

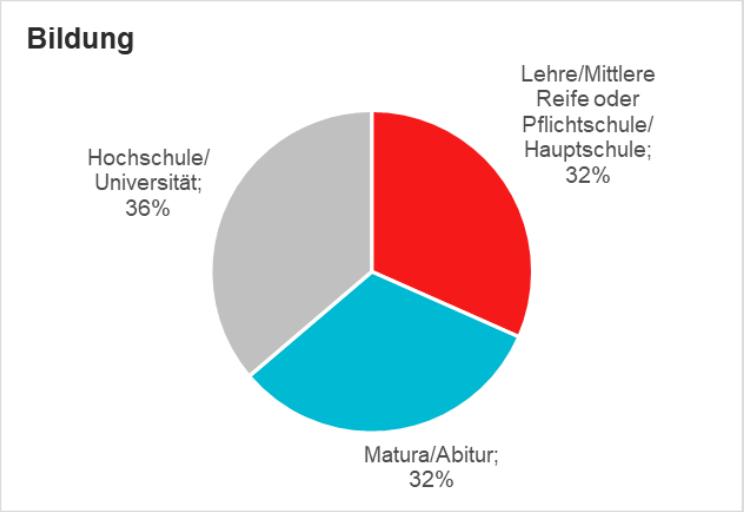
In der Geschlechterverteilung der Winter-Gäste zeigt sich ein Frauenanteil von 64%.



Frage: Ihr Geschlecht / Angaben in % aller Urlauber

3.2. Bildung und Beruf

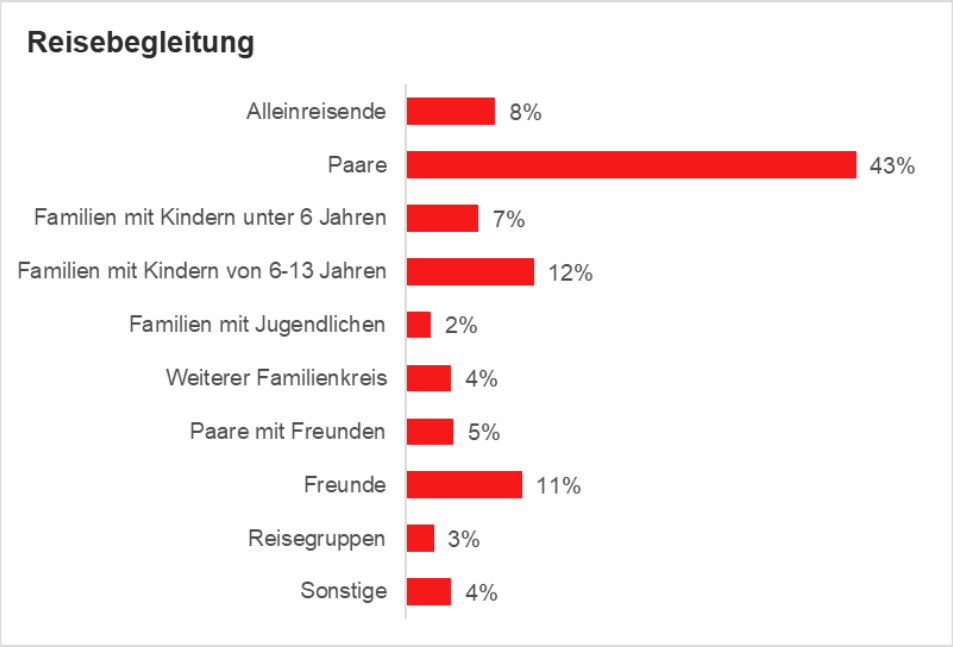
Die Mehrheit unter Oberösterreichs Gästen zählt zu den Akademikern: 36% können einen Hochschul-/Universitätsabschluss vorweisen. 32% verfügen über einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die Mittlere Reife. Der Anteil jener mit Maturaniveau liegt bei 32%.



Frage: Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung?
Angaben in % aller Urlauber

3.3. Reisebegleitung

43% der befragten Urlauber verreisen als Paar. Damit ist der/die Partner:in die häufigste Begleitperson beim Winter-Urlaub in Oberösterreich.

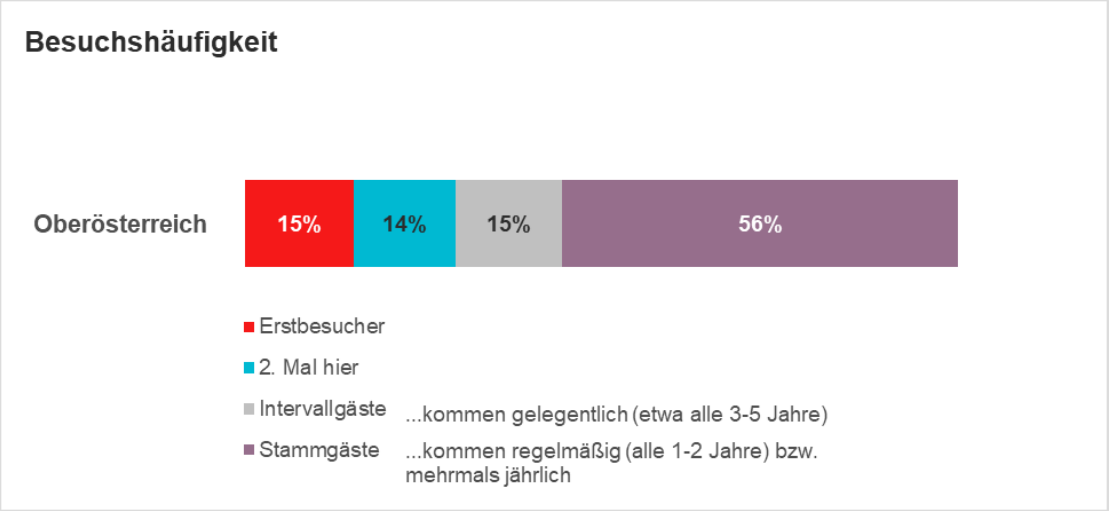


Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise? Bzw. Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? (Mehrfachantworten möglich) / Angaben in % aller Urlauber

Eine starke Gruppe stellen Familien mit Kindern dar: 12% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 7% sind die Kinder unter 6 Jahren. 11% verbringen den Winterurlaub zusammen mit Freunden und 8% reisen allein.

3.4. Besuchshäufigkeit

Mehr als die Hälfte der Winter-Urlauber in Oberösterreich (56%) zählt zu den Stammgästen: Für sie ist unser Bundesland mehrmals jährlich bzw. regelmäßig wert, hier einen Urlaub zu verbringen. 15% besuchten Oberösterreich im Winter zum ersten Mal, 14% kamen zum zweiten Mal. Zu den Intervallgästen zählen 15% der Befragten.

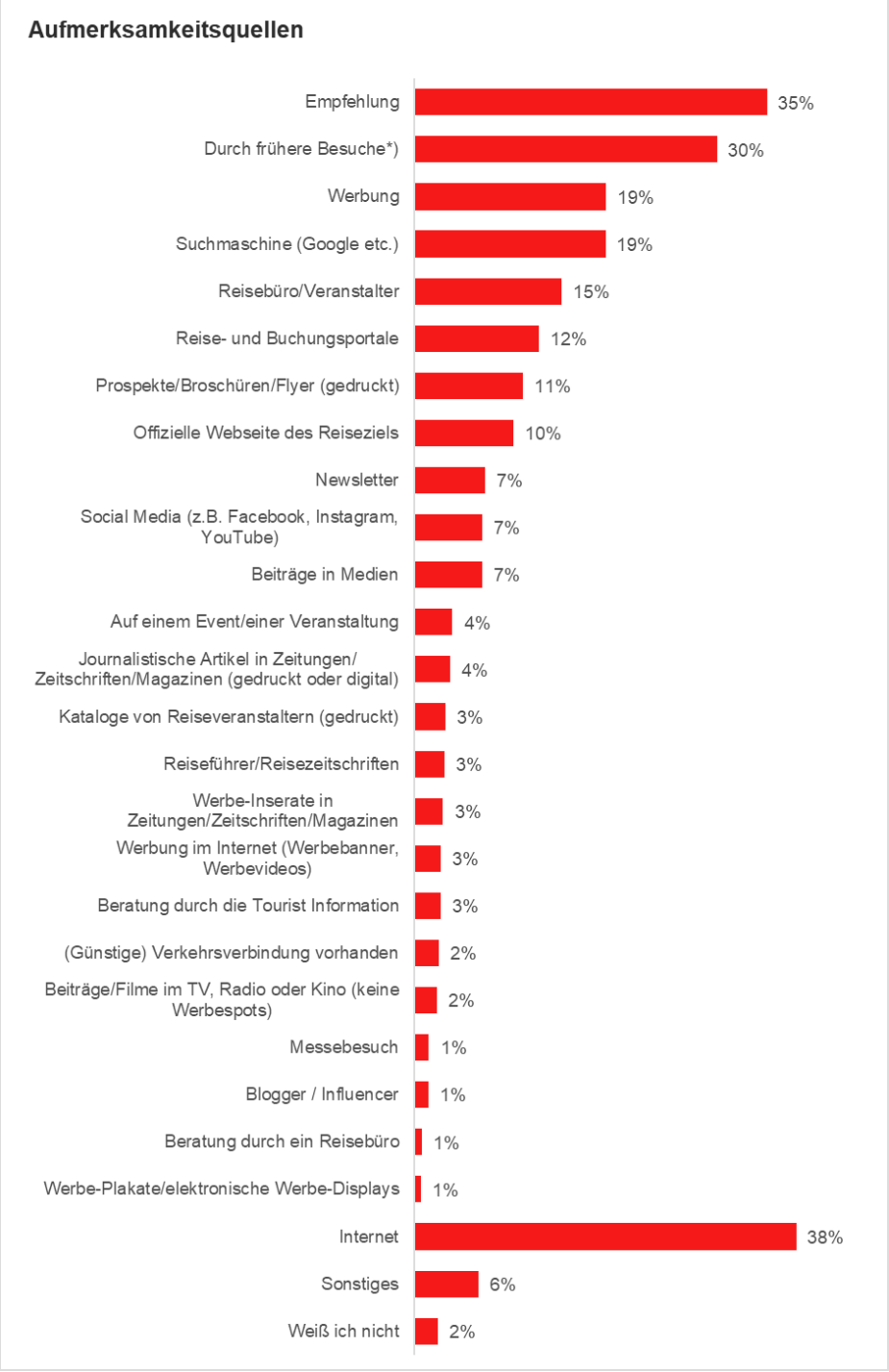


Frage: Wie oft machen Sie Urlaub in Oberösterreich? Angaben in % aller Urlauber

4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt

4.1. Aufmerksamkeit

Empfehlungen aus dem privaten Umkreis waren für 35% ausschlaggebend, um auf Oberösterreich aufmerksam zu werden, bei einem Drittel der Gäste waren es frühere Besuche, die offensichtlich in positiver Erinnerung geblieben sind. Das Internet zählt zum wichtigsten Kanal, durch den Urlauber im Vorfeld ihrer Reise auf Oberösterreich aufmerksam geworden sind: 38% aller Nennungen fallen auf diese Aufmerksamkeitsquelle.

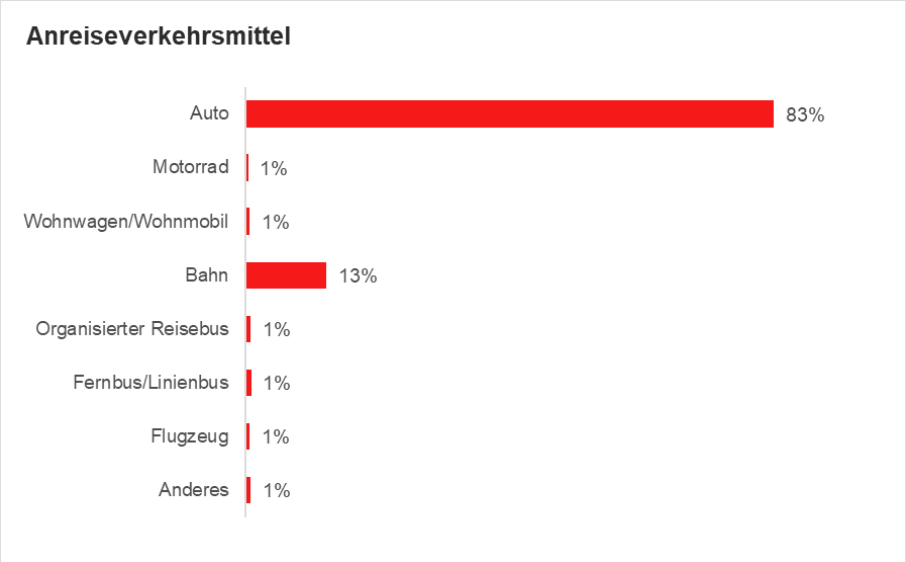


Frage: Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion aufmerksam geworden? (Mehrfachantworten möglich)
Angaben in % aller Urlauber
**) Nur wenn Befragter nicht Erstbesucher war!*

Besonders stark werden Urlauber durch Suchmaschinen und Werbung (je 19%), Reisebüro/Veranstalter (15%) und/oder Reise-/Buchungsportalen (12%) auf Oberösterreich aufmerksam.

4.2. Anreiseverkehrsmittel

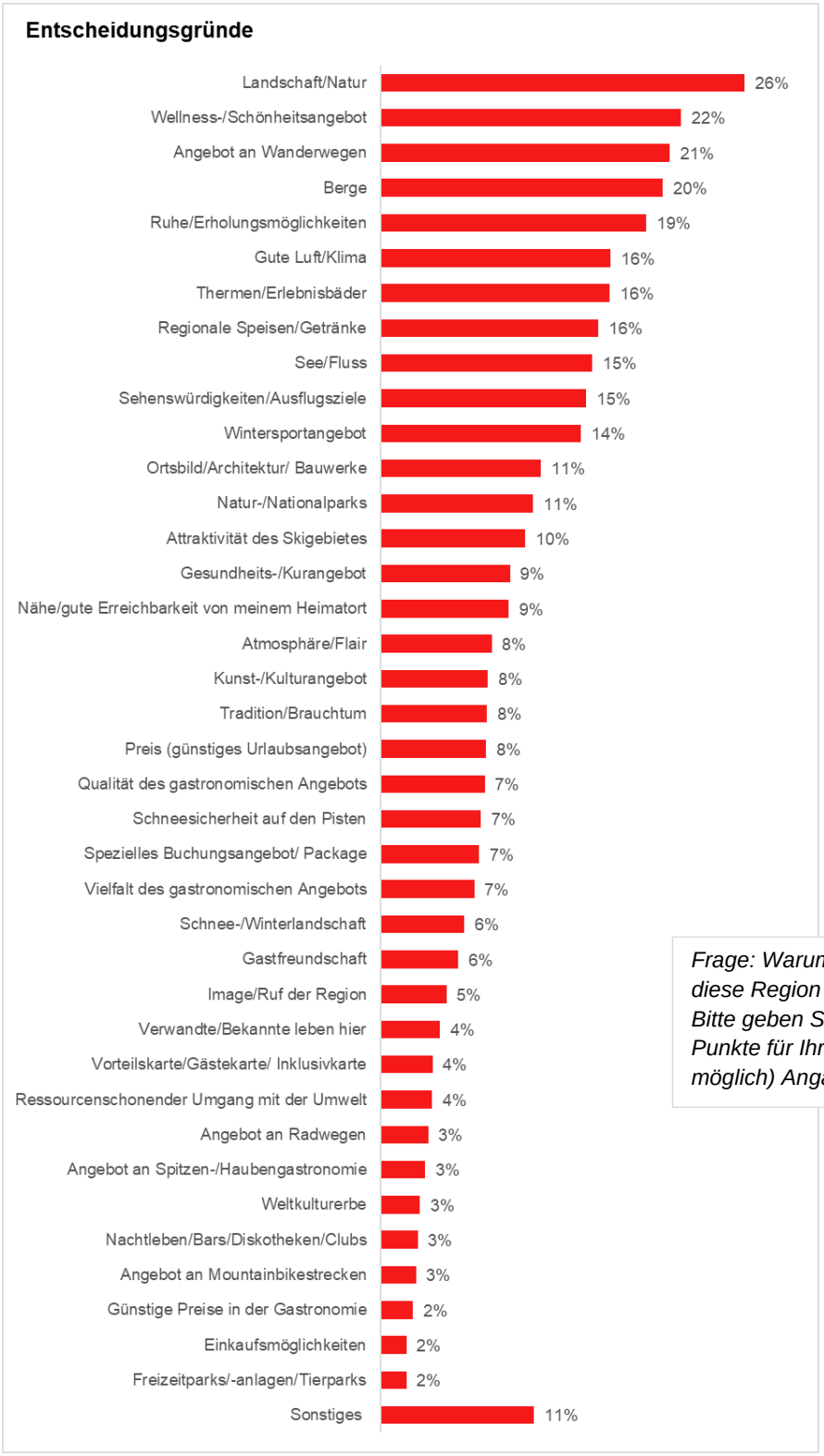
83% der Oberösterreich-Urlauber reisen mit dem Auto an. Die Bahn nutzen 13% aller Gäste, je 1% kam mit dem Wohnwagen/Wohnmobil, Reisebus oder Flugzeug.



Frage: Welches Verkehrsmittel haben Sie HAUPTSÄCHLICH zur Anreise an Ihren Urlaubsort genutzt? / Angaben in % aller Urlauber

4.3. Gründe für die Destinationsentscheidung

Der wichtigste Entscheidungsgrund einen Urlaub in unserem Bundesland zu verbringen ist die Landschaft/Natur. Für 26% der Gäste ist dies von großer Bedeutung, auch die Berge sind für ein Fünftel ausschlaggebend.

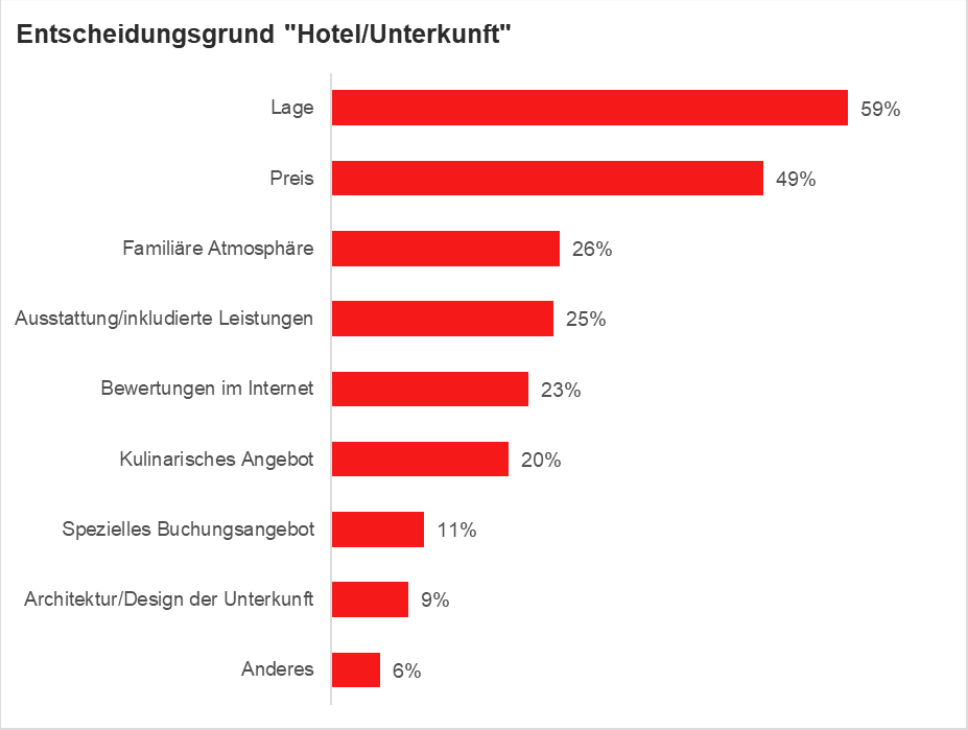


Frage: Warum haben Sie sich gerade für diese Region als Urlaubsziel entschieden? Bitte geben Sie nur die entscheidenden Punkte für Ihre Wahl an. (Mehrfachantworten möglich) Angaben in % aller Urlauber

Ebenso von großer Bedeutung sind Wellness-/Schönheitsangebote (22%) sowie das Angebot an Wanderwegen (21%). Knapp ein Fünftel der Gäste gibt Ruhe/Erholungsmöglichkeiten als wesentliches Entscheidungskriterium an, je 16% die gute Luft/das Klima, Thermen/Erlebnisbäder und Regionale Speisen/Getränke.

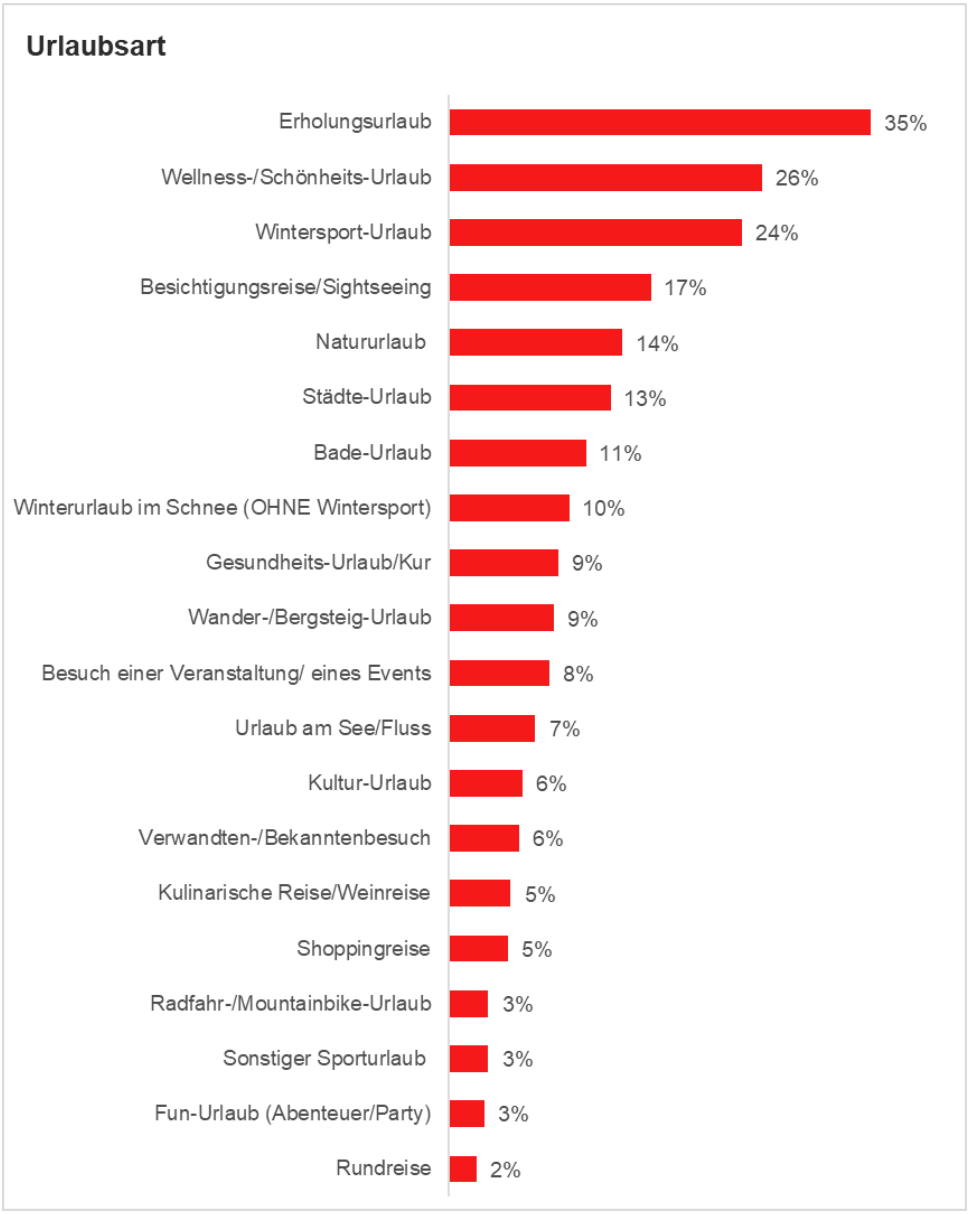
14% sehen das Wintersportangebot als bestimmenden Faktor bei der Entscheidung für das Urlaubsziel. Wesentlich bei der Destinationsentscheidung sind auch interessante Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele (15%) sowie das Ortsbild/Architektur/Bauwerke (11%). Die Attraktivität des Skigebiets ist für 10% relevant.

Ein spezielles Kriterium bei der Urlaubsentscheidung stellt das Hotel, die Unterkunft dar. Die Lage des Hotels/der Unterkunft ist für Gäste von immenser Bedeutung und beeinflusst die Urlaubsentscheidung in großem Ausmaß (59%). Neben der Lage legen die Gäste großen Wert auf den Preis, eine familiäre Atmosphäre, die Ausstattung und inkludierten Leistungen, Bewertungen im Internet sowie das kulinarische Angebot des Hotels/der Unterkunft.



4.4. Urlaubsart

Die Top-Urlaubsarten sind der Erholungsurlaub (35%), gefolgt vom Wellness-/Schönheits-Urlaub (26%) und vom Wintersport-Urlaub (24%). Zwischen 17% und 10% bezeichnen ihren Aufenthalt als Besichtigungsreise/Sightseeing, Natururlaub, Städte-Urlaub, Bade-Urlaub oder Winterurlaub im Schnee.

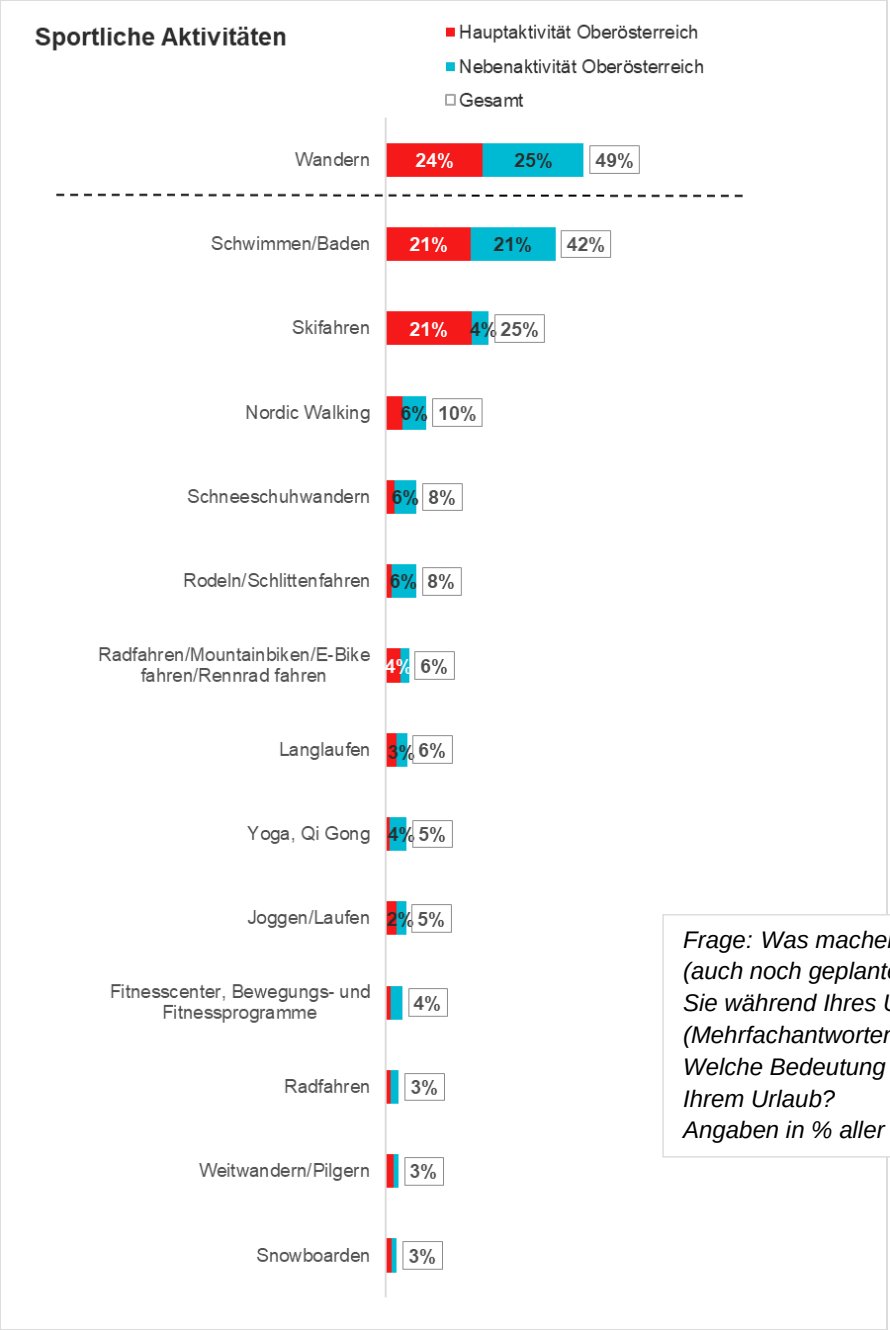


Frage: Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen? (Mehrfachantworten möglich, max. 3 Antworten) Angaben in % aller Urlauber

4.5. Urlaubsaktivitäten

4.5.1. Sportliche Aktivitäten

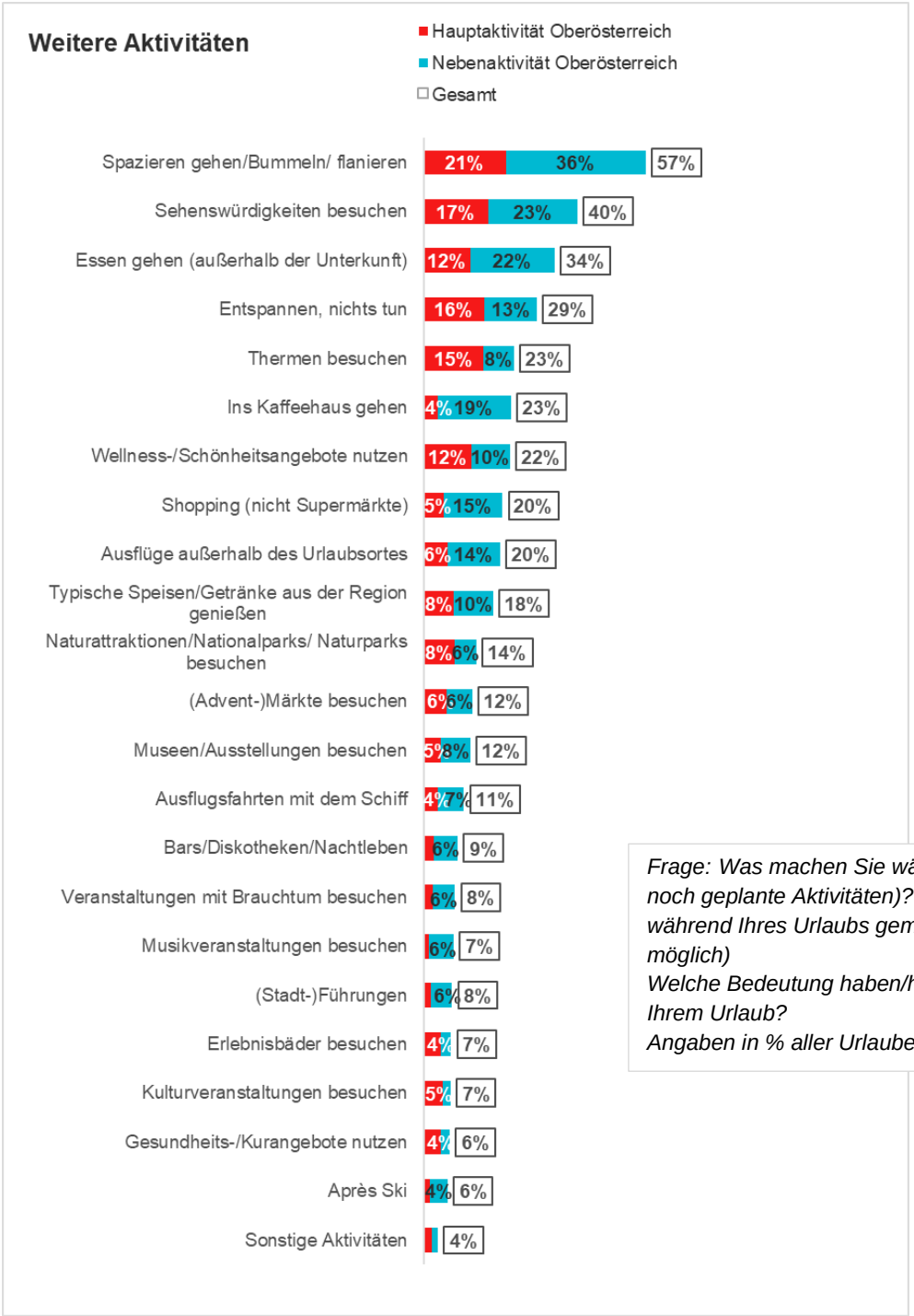
Im Winter gehen Oberösterreichs Gäste am häufigsten wandern: 49% der Befragten gaben dies als beliebteste sportliche Aktivität an. Großer Beliebtheit erfreut sich in der Wintersaison zusätzlich das Schwimmen/Baden (von 42% der Befragten genannt), wobei 21% davon darauf besonderen Fokus legen. Bei einem Viertel der Gäste ist das Skifahren beliebt.



Frage: Was machen Sie während dieses Urlaubs (auch noch geplante Aktivitäten)? Bzw. Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)
Welche Bedeutung haben/hatten diese Aktivitäten in Ihrem Urlaub?
Angaben in % aller Urlauber

4.5.2. Sonstige Aktivitäten

Oberösterreichs Winter-Gäste betätigen sich in ihrem Urlaub nicht nur sportlich, sondern unternehmen eine Reihe weiterer Aktivitäten. Es stehen insbesondere Spaziergänge auf der Tagesordnung (57% der Nennungen), aber auch der Besuch von Sehenswürdigkeiten (40%) ist sehr beliebt.



Frage: Was machen Sie während dieses Urlaubs (auch noch geplante Aktivitäten)? Bzw. Was haben Sie während Ihres Urlaubs gemacht? (Mehrfachantworten möglich)
Welche Bedeutung haben/hatten diese Aktivitäten in Ihrem Urlaub?
Angaben in % aller Urlauber

Das kulinarische Angebot unseres Bundeslandes findet ebenfalls Anklang: 34% der Gäste gehen außerhalb ihrer Unterkunft essen und 18% genießen die typischen Speisen und Getränke der Region. Knapp ein Viertel besucht im Urlaub ein Kaffeehaus. 29% der Gäste wollen einfach nur entspannen/nichts tun und 23% gaben an, eine Therme zu besuchen. 22% nutzen die Wellness- und Schönheitsangebote.

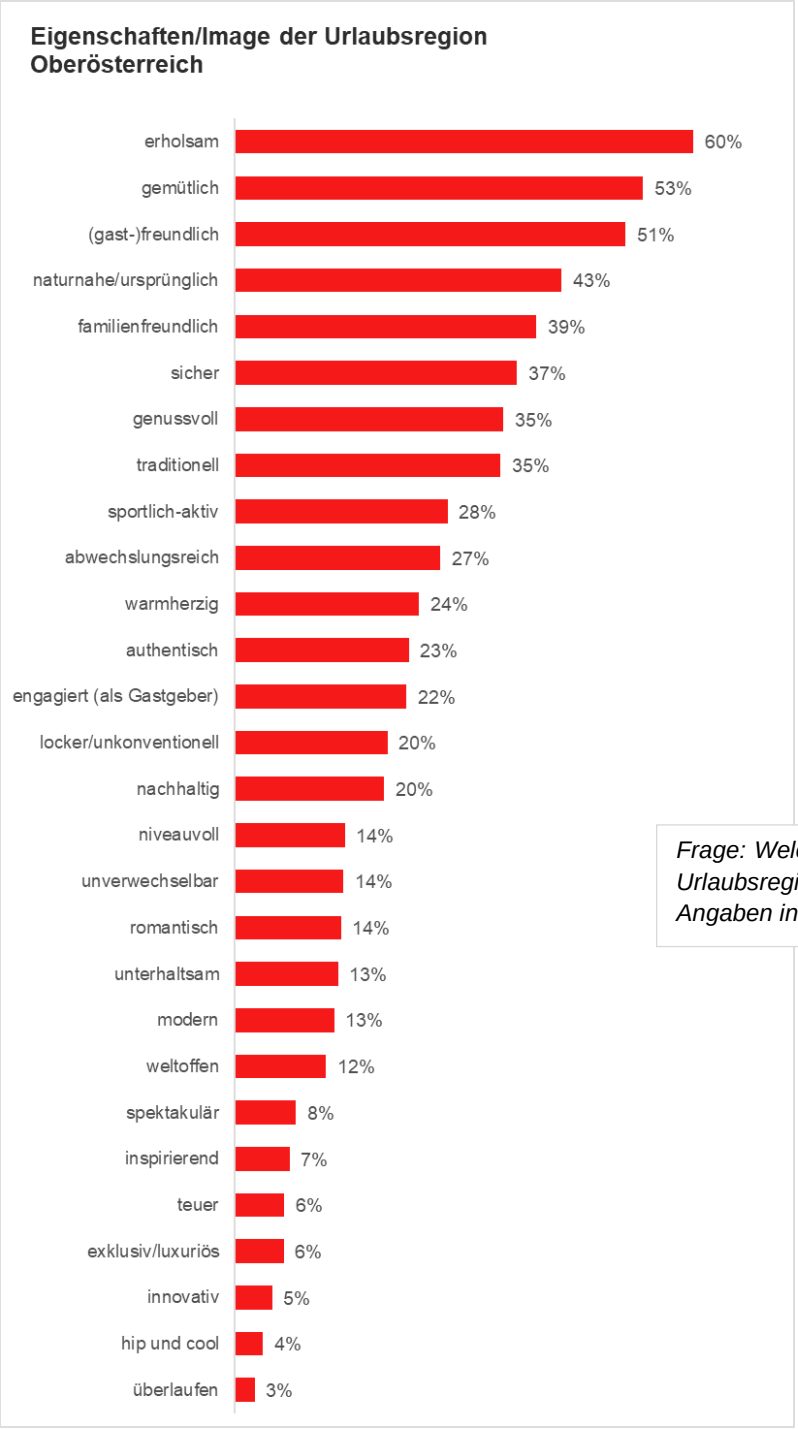
4.6. Ausgaben

Die Urlaubsausgaben der oberösterreichischen Winter-Gäste in entgeltlichen Unterkünften belaufen sich auf durchschnittlich 205,-- Euro pro Person und Tag (exklusive An-/Rückreise).

5. Image, Zufriedenheit, Weiterempfehlung

5.1. Image

Oberösterreich werden von den Winter-Gästen ausgezeichnete Eigenschaften zugeschrieben: Vorrangig wird unser Bundesland als erholsam bezeichnet (60%). Jeweils mehr als die Hälfte assoziiert mit Oberösterreich den Begriff „gemütlich“ oder empfindet unser Bundesland als „(gast-)freundlich“.



Frage: Welche Eigenschaften passen auf Ihre Urlaubsregion? (Mehrfachantworten möglich) Angaben in % aller Urlauber

Hohen Zuspruch (zwischen 43% und 35%) erhalten auch die Attribute naturnahe/ursprünglich, familienfreundlich, sicher, genussvoll und traditionell.
28% der Befragten empfinden Oberösterreich als sportlich-aktiv, 27% nehmen die Urlaubsregion als abwechslungsreich wahr und knapp ein Viertel der Gäste charakterisiert unser Bundesland als warmherzig.

Negativ behaftete Eigenschaften wie teuer oder überlaufen werden lediglich von 6% bzw. 3% genannt.

5.2. Zufriedenheit

Neben dem Image als Urlaubsregion wurden die Gäste auch zu ihrer Zufriedenheit bezüglich verschiedener Aspekte ihres Urlaubs befragt. Die Beurteilung konnte auf einer Skala von „1 = äußerst begeistert“ bis „6 = eher enttäuscht“ vorgenommen werden. Im Ergebnis gilt dann: je niedriger der Wert, desto besser ist die Beurteilung.

Der gesamte (bisherige) Winter-Aufenthalt in Oberösterreich wurde von den Besuchern unseres Bundeslandes anhand dieser Bewertungsskala mit der Durchschnittsnote 1,64 beurteilt.

Urlaubszufriedenheit	Ø
Gesamter (bisheriger) Aufenthalt	**1,64**
Sauberkeit	1,52
Sicherheit	1,54
Hotel/Unterkunft	1,61
Anreise	1,62
Beschilderung vor Ort	1,67
Wellness-/Schönheitsangebote	1,68
Service im Hotel/Unterkunft	1,71
Wanderwege	1,71
Gastfreundschaft	1,71
Landschaft und Natur	1,74
Wintersportangebot	1,81
Service in der Gastronomie	1,82
Öffentlicher WLAN-Zugang	1,82
Tourismusinformation vor Ort	1,84
Atmosphäre/Flair	1,86
Veranstaltungsangebot	1,87
Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort	1,88
Seilbahnen & Lifte	1,88

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung Urlaubszufriedenheit

Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	1,90
Gastronomisches Angebot	1,91
Skigebiet	1,92
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,94
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	1,95
Angebot an typischen Speisen/ Getränken aus der Region	1,96
Verleih von Sportgeräten	1,98
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	2,00
Strandbäder/Bademöglichkeiten	2,05
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,06
Öffnungszeiten Gastronomie	2,08
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,10
Wintersportangebot abseits der Piste	2,13
Vielfalt des touristischen Angebots	2,14
Kunst- und Kulturangebot	2,14
Öffnungszeiten der Attraktionen	2,15
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,20
Öffnungszeiten Geschäfte	2,22
Einkaufsmöglichkeiten	2,23
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	2,24
Après Ski	2,30
Schlechtwetterangebot	2,37
Wetter	2,52

Frage: Wie zufrieden sind Sie in Ihrem bisherigen Urlaub/waren Sie in Ihrem Urlaub Hinsichtlich…? Skala von 1 = äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht

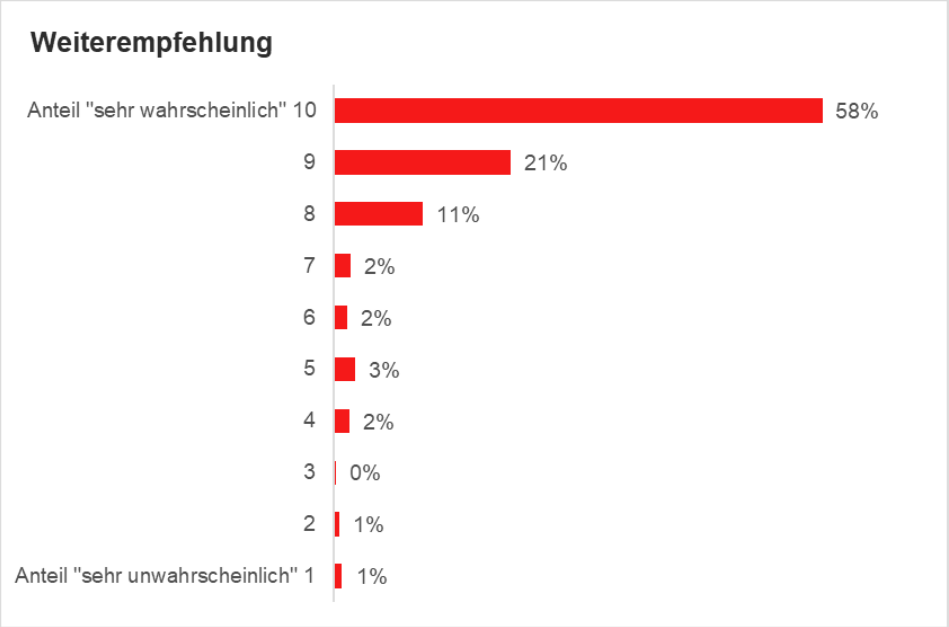
Die Gäste sind insbesondere begeistert von der Sauberkeit (Durchschnittswert von 1,52) sowie der Sicherheit, die es in unserem Bundesland gibt (1,54).
Die Anteile jener, die bei diesen Aspekten „äußerst begeistert“ angaben, liegen zwischen 69% und 68%.

Gute Bewertungen erhalten auch das Hotel/die Unterkunft (1,61), die Anreise (1,62), sowie die Beschilderung vor Ort (1,67) oder Wellness-/Schönheitsangebote (1,68).

Die hinteren Ränge mit Werten zwischen 2,00 und 2,52 belegen etwa Sehenswürdigkeiten/Attraktionen, die Öffnungszeiten in der Gastronomie, das Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie, oder das Schlechtwetterangebot.

5.3. Weiterempfehlung

Rund 80% der befragten Winter-Urlauber können als Promotoren bezeichnet werden, die ihren Freunden, Bekannten oder Kollegen Oberösterreich für einen Urlaubsaufenthalt mit hoher Wahrscheinlichkeit (Anteile 10 und 9) weiterempfehlen werden. Dieser beachtliche Wert drückt auch die große Zufriedenheit der Gäste mit ihrem Aufenthalt in unserem Bundesland aus.



Frage: Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Sie Ihren Freunden, Bekannten, Kollegen einen Aufenthalt in dieser Urlaubsregion weiterempfehlen?
Angaben in % aller Urlauber

6. Dokumentation der Umfrage

Erhebungszeitraum: Wintersaison 2022/2023 (November bis April)

Grundgesamtheit: Oberösterreich-Urlauber aus dem Inland und Ausland mit einem Mindestalter von 14 Jahren

Methode: Online-Fragebogen

Ausspielung der Befragung über folgende Kanäle:

Websites der Landestourismusorganisationen und (ober-)österreichischen Tourismusdestinationen
WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Standorten in ganz (Ober-)Österreich
Facebook
Anfragenportal

Gewichtung: Die gesammelten Daten werden mit der amtlichen Nächtigungsstatistik gewichtet. Zeiträume und Saisonen können dadurch wirklichkeitsgetreu dargestellt werden.