

Der Oberösterreich-Gast im Winter

Ergebnisse der Gästebefragung T-MONA
Tourismus Monitor Austria Winter 2023/24
Erstelldatum: Juli 2024

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 2023/24, November bis April. Insgesamt wurden in Oberösterreich rund 400 Interviews gesammelt.

2. Summary

Alter und Geschlecht	<p>Ø Alter 52,7 Jahre</p> <p>Am stärksten vertreten: 60-69 Jahre (31%), 40-49 Jahre (23%), 50-59 Jahre (25%)</p> <p>Frauenanteil: 71%</p>
Bildung	<p>Ausbildungsniveau: 45% Akademiker, 32% Lehre/Pflichtschule, 24% Matura</p>
Reisebegleitung	<p>42% verreisen als Paar – der/die Partner:in ist damit die häufigste Begleitperson. Eine starke Gruppe stellen Familien mit Kindern dar: 13% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 10% sind die Kinder unter 6 Jahren. 8% reisen mit Freunden und 10% allein.</p>
Besuchserfahrung	<p>62% Stammgäste, 13% Erstbesucher. 10% kamen zum zweiten Mal, 15% sind Intervallgäste.</p>
Aufmerksamkeit	<p>42% der Gäste wurden durch frühere Besuche auf Oberösterreich aufmerksam, ein Drittel durch Empfehlungen aus dem privaten Umkreis. Das Internet zählt mit 29% zum wichtigsten Kanal, besonders stark werden Urlauber durch Werbung (18%) und Suchmaschinen (14%), Beiträge in Medien (13%) oder Reise-/Buchungsportale (10%) auf Oberösterreich aufmerksam.</p>
Anreise	<p>Auto 77%, Bahn 19%, Wohnwagen 2%, Reisebus und Flugzeug je 1%</p>
Gründe für die Destinationsentscheidung	<p>Die Berge zählen für Winter-Gäste zum wichtigsten Entscheidungsgrund für die Urlaubsdestination Oberösterreich. Für 27% der Gäste ist dies von großer Bedeutung. Auch die Landschaft/Natur sowie das Angebot an Wanderwegen sind für knapp ein Viertel ausschlaggebend.</p>

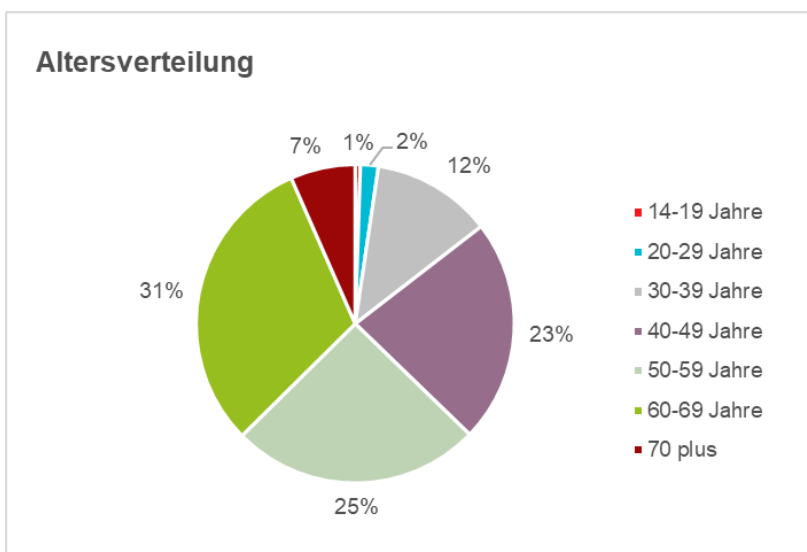
Urlaubsart	Erholungsurlaub (40%), Wellness-/Schönheits-Urlaub (23%), Wintersport-Urlaub (21%), Natururlaub (19%), Verwandten-/Bekanntebesuch (14%).
Urlaubsaktivitäten	Schwimmen/ Baden (45%), Wandern (44%), und Skifahren (25%) zählen zu den beliebtesten sportlichen Aktivitäten. Weitere Aktivitäten: Spaziergänge (58%), Besuch von Sehenswürdigkeiten (38%), Essen gehen außerhalb der Unterkunft (37%), Entspannen/Nichts tun (34%).
Ausgaben	Die Urlaubsausgaben der oberösterreichischen Winter-Gäste in entgeltlichen Unterkünften belaufen sich auf durchschnittlich 200,-- Euro pro Person und Tag (exklusive An-/Rückreise).
Image	Vorrangig wird unser Bundesland als erholsam bezeichnet (57%). Jeweils mehr als die Hälfte assoziieren mit Oberösterreich die Begriffe „gemütlich“ und „gastfreundlich“.
Zufriedenheit	Zufriedenheit mit dem gesamten Aufenthalt → 1,58 Die Gäste sind insbesondere von der Sauberkeit (Durchschnittswert von 1,45) und der Sicherheit (1,46) begeistert, die es in unserem Bundesland gibt. Gute Bewertungen erhalten auch Wellness-/Schönheitsangebote (1,54), die Anreise (1,55), sowie die Gastfreundschaft (1,59) oder die Beschilderung vor Ort (1,61).
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 52,7 Jahren.

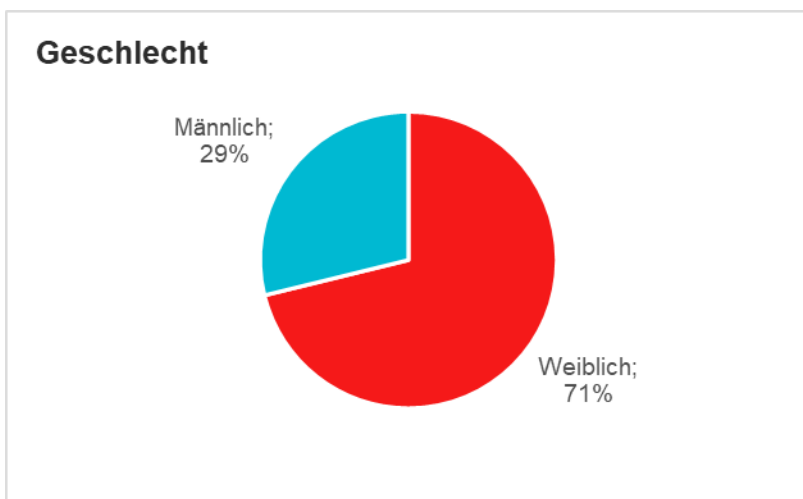
Die 60- bis 69-jährigen Gäste sind am stärksten vertreten: 31% der Urlauber fallen in diese Gruppe. Die Altersgruppen von 40-49 Jahren sowie 50-59 Jahren sind in etwa gleich häufig vertreten (23% bzw. 25%).



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

Über ein Zehntel der Gäste sind zwischen 30 und 39 Jahre alt, 7% zählt zur Generation 70 plus.

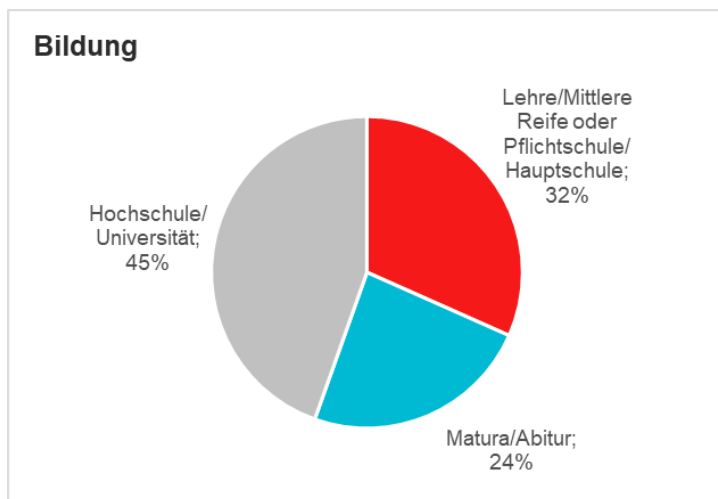
In der Geschlechterverteilung der Winter-Gäste zeigt sich ein Frauenanteil von 71%.



Frage: Ihr Geschlecht / Angaben in % aller Urlauber

3.2. Bildung und Beruf

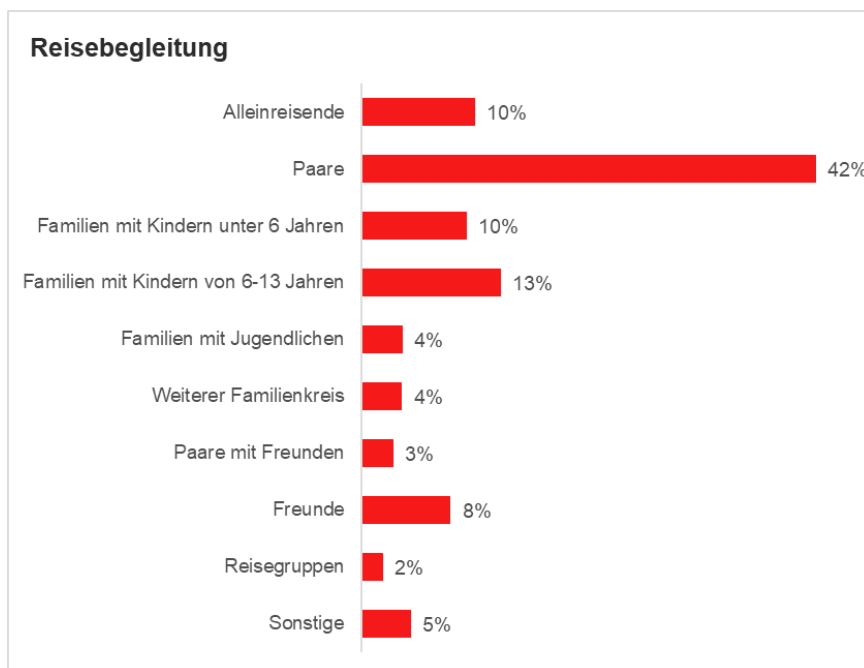
Die Mehrheit unter Oberösterreichs Gästen zählt zu den Akademikern: 45% können einen Hochschul-/Universitätsabschluss vorweisen. 32% verfügen über einen Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss oder die Mittlere Reife. Der Anteil jener mit Maturaniveau liegt bei 24%.



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

3.3. Reisebegleitung

42% der befragten Urlauber verreisen als Paar. Damit ist der/die Partner:in die häufigste Begleitperson beim Winter-Urlaub in Oberösterreich.

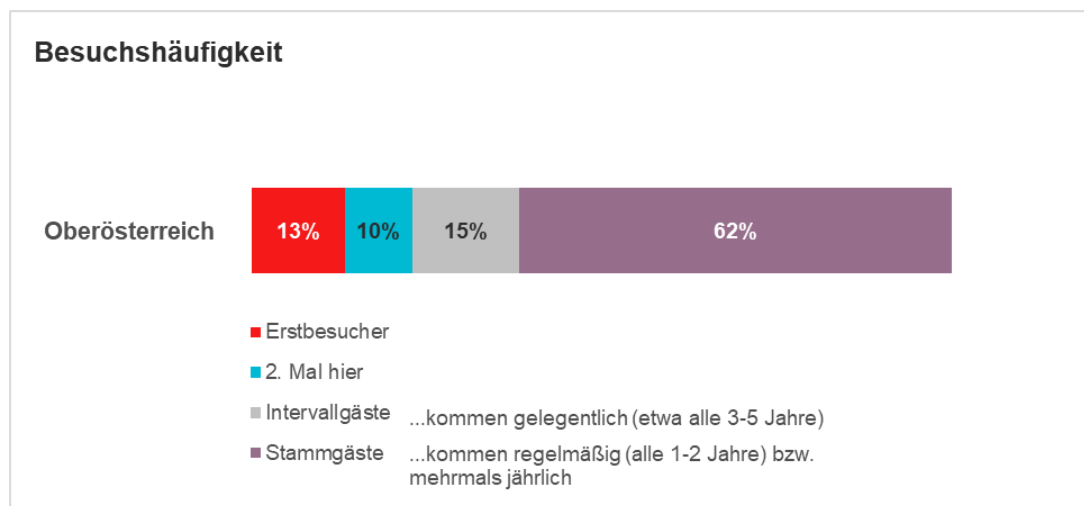


Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise? Bzw. Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? (Mehrfachantworten möglich) / Angaben in % aller Urlauber

Eine starke Gruppe stellen Familien mit Kindern dar: 13% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 10% sind die Kinder unter 6 Jahren. 8% verbringen den Winterurlaub zusammen mit Freunden und ein Zehntel reist allein.

3.4. Besuchshäufigkeit

Mehr als die Hälfte der Winter-Urlauber in Oberösterreich (62%) zählt zu den Stammgästen: Für sie ist unser Bundesland mehrmals jährlich bzw. regelmäßig wert, hier einen Urlaub zu verbringen. 13% besuchten Oberösterreich im Winter zum ersten Mal, 10% kamen zum zweiten Mal. Zu den Intervallgästen zählen 15% der Befragten.

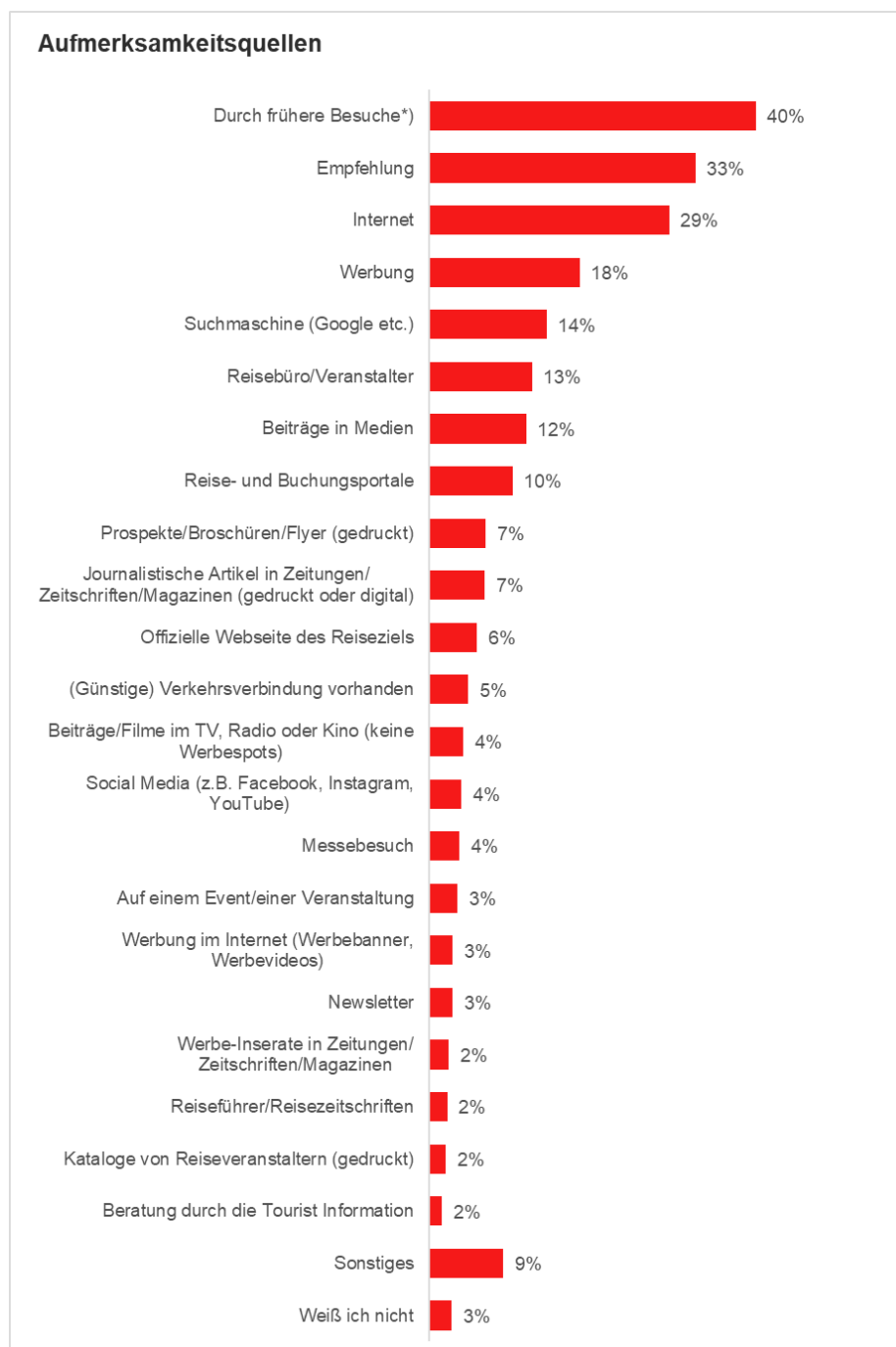


Frage: Wie oft machen Sie Urlaub in Oberösterreich? Angaben in % aller Urlauber

4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt

4.1. Aufmerksamkeit

40% der Gäste wurden durch frühere Besuche auf Oberösterreich aufmerksam, die offensichtlich in positiver Erinnerung geblieben sind. Empfehlungen aus dem privaten Umkreis waren für 33% ausschlaggebend. Das Internet zählt zum wichtigsten Kanal, durch den Urlauber im Vorfeld ihrer Reise auf Oberösterreich aufmerksam geworden sind: 29% aller Nennungen fallen auf diese Aufmerksamkeitsquelle.

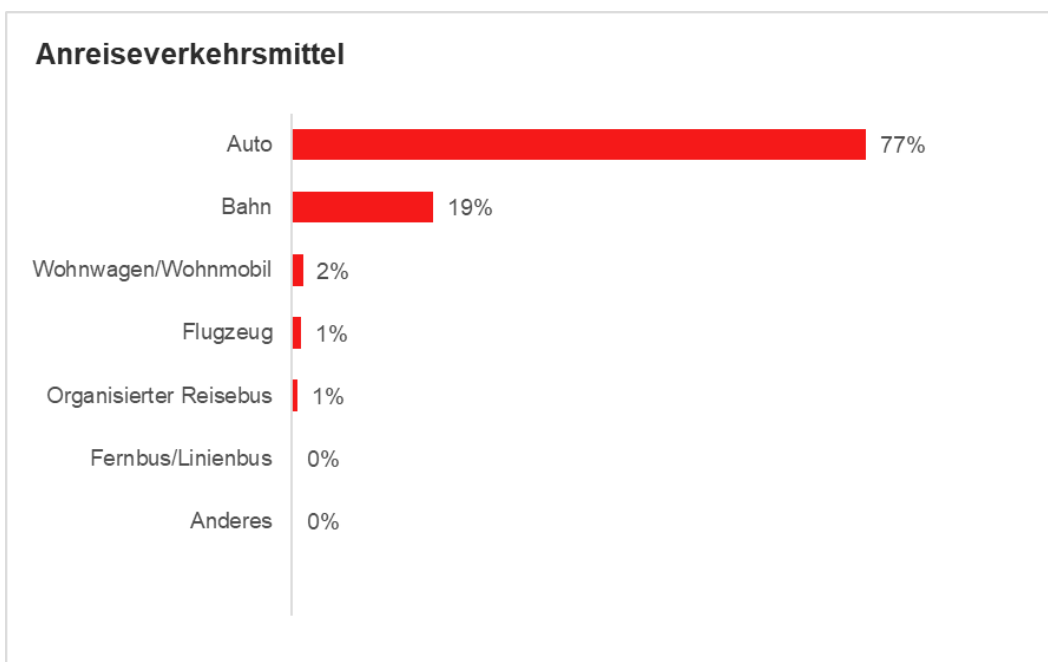


*Frage: Wie sind Sie auf diese Urlaubsregion aufmerksam geworden? (Mehrfachantworten möglich)
Angaben in % aller Urlauber
) Nur wenn Befragter nicht Erstbesucher war!

Besonders stark werden Urlauber durch Werbung (18%) und Suchmaschinen (14%), Reisebüro/Veranstalter (13%), Beiträgen in Medien (12%) und/oder Reise-/Buchungsportalen (10%) auf Oberösterreich aufmerksam.

4.2. Anreiseverkehrsmittel

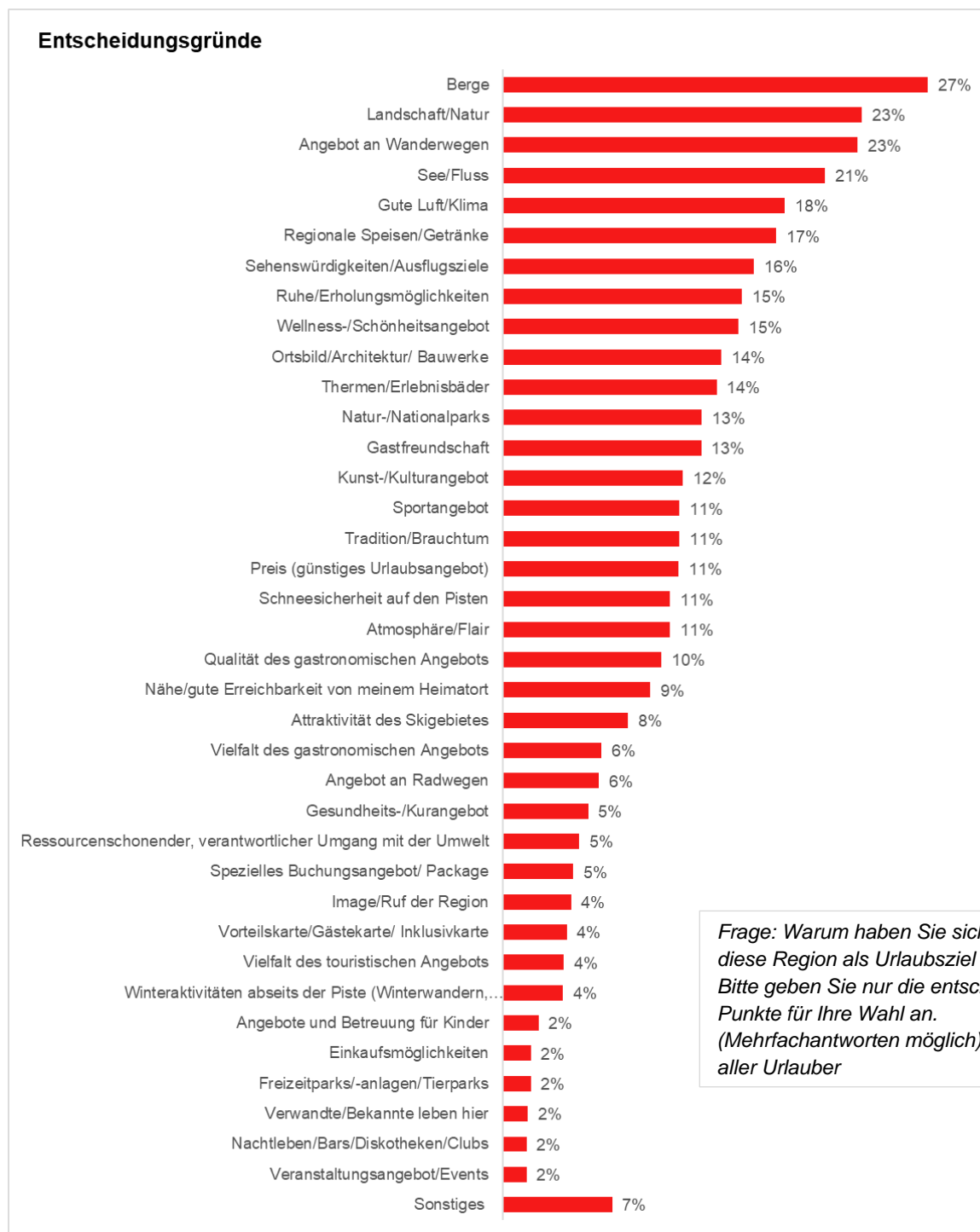
77% der Oberösterreich-Urlauber reisen mit dem Auto an. Die Bahn nutzen 19% aller Gäste, 2% kamen mit dem Wohnwagen/Wohnmobil, je 1% mit dem Reisebus oder Flugzeug.



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

4.3. Gründe für die Destinationsentscheidung

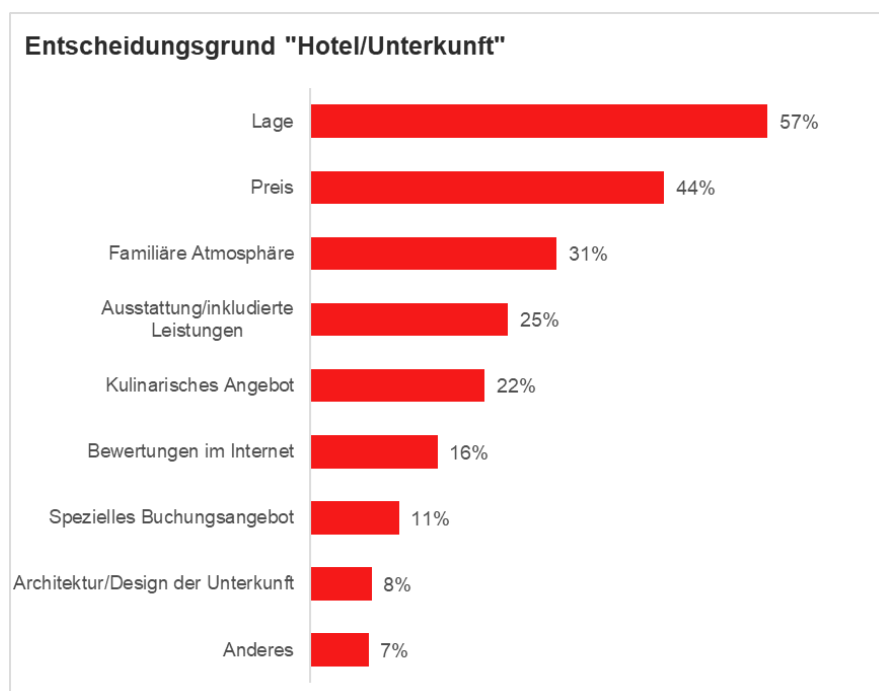
Der wichtigste Entscheidungsgrund einen Urlaub in unserem Bundesland zu verbringen sind die Berge, die für 27% der Gäste im Winter von großer Bedeutung sind. Die Landschaft/Natur sowie das Angebot an Wanderwegen ist für je 23% ausschlaggebend.



Ebenso von großer Bedeutung sind die Seen/Flüsse (21%) sowie die gute Luft/das Klima (18%). 17% der Gäste geben Regionale Speisen/Getränke als wesentliches Entscheidungskriterium an, 16% interessante Sehenswürdigkeiten/Ausflugziele, und je 15% Ruhe/Erholungsmöglichkeiten oder Wellness-/Schönheitsangebote.

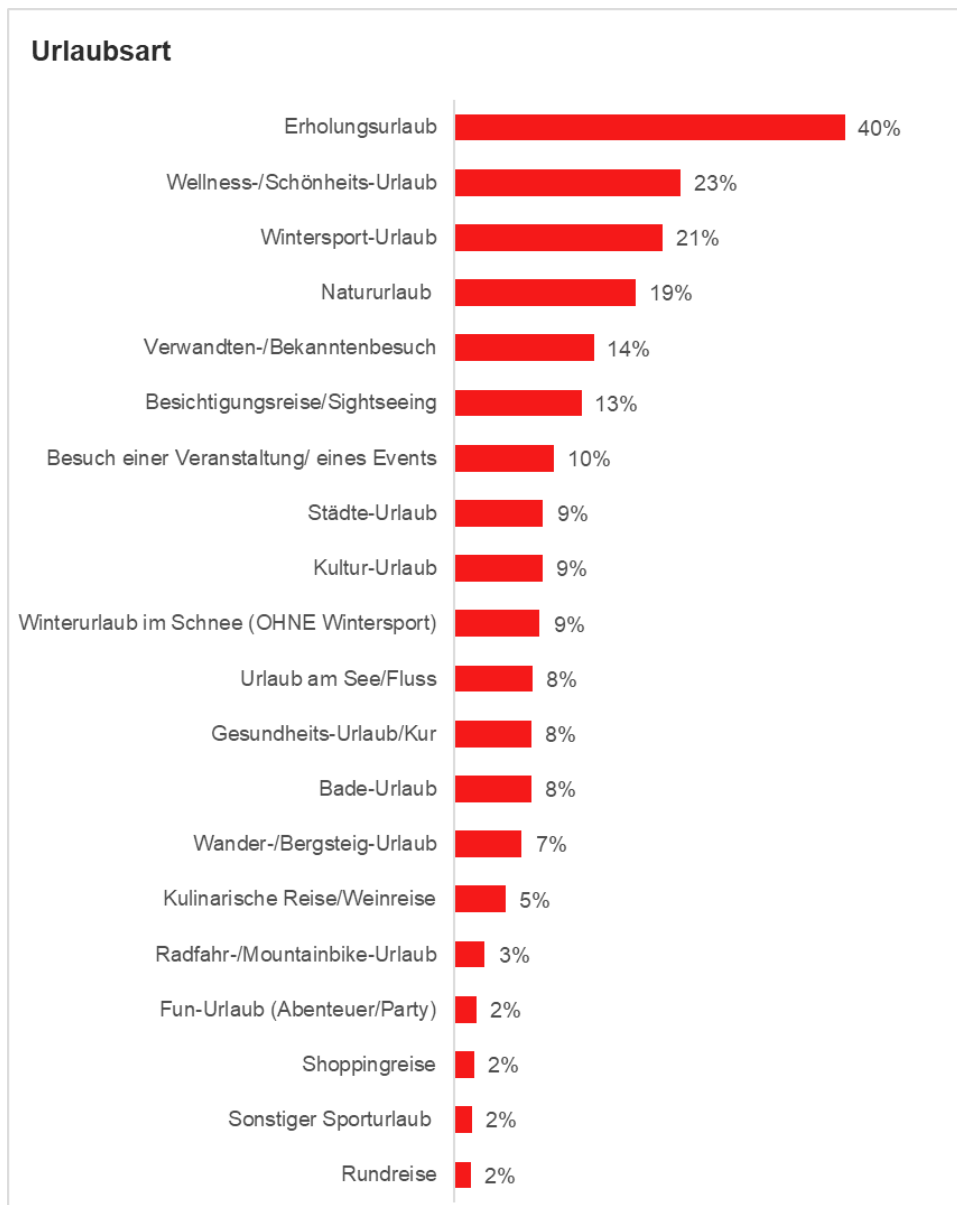
Je 14% sehen das Ortsbild/Architektur/Bauwerke sowie Thermen/Erlebnisbäder als bestimmenden Faktor bei der Entscheidung für das Urlaubsziel. Wesentlich bei der Destinationsentscheidung sind auch Natur-/Nationalparks, Gastfreundschaft (je 13%) oder das Kunst-/und Kulturangebot (12%).

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 (57%). Neben der Lage legen die Gäste großen Wert auf den Preis, eine familiäre Atmosphäre, die Ausstattung und inkludierten Leistungen, das kulinarische Angebot des Hotels/der Unterkunft sowie die Bewertungen im Internet.



4.4. Urlaubsart

Die Top-Urlaubsarten sind der Erholungsurlaub (40%), gefolgt vom Wellness-/Schönheits-Urlaub (23%) und vom Wintersport-Urlaub (21%). Zwischen 19% und 10% bezeichnen ihren Aufenthalt als Natururlaub, Verwandten-/Bekanntesbesuch, Besichtigungsreise/Sightseeing, oder Besuch einer Veranstaltung/eines Events.

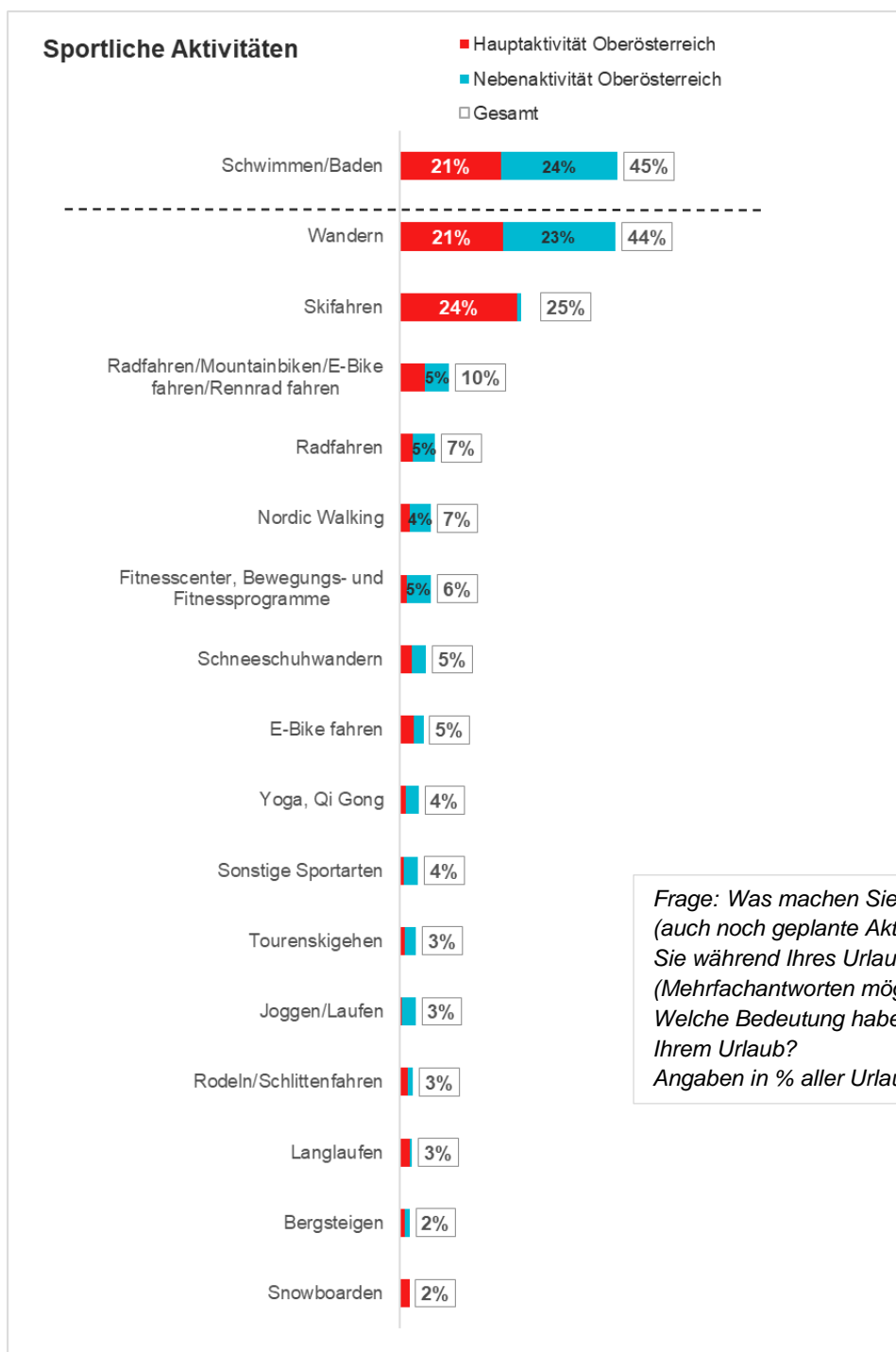


Frage: Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen? (Mehrfachantworten möglich, max. 3 Antworten) Angaben in % aller Urlauber

4.5. Urlaubsaktivitäten

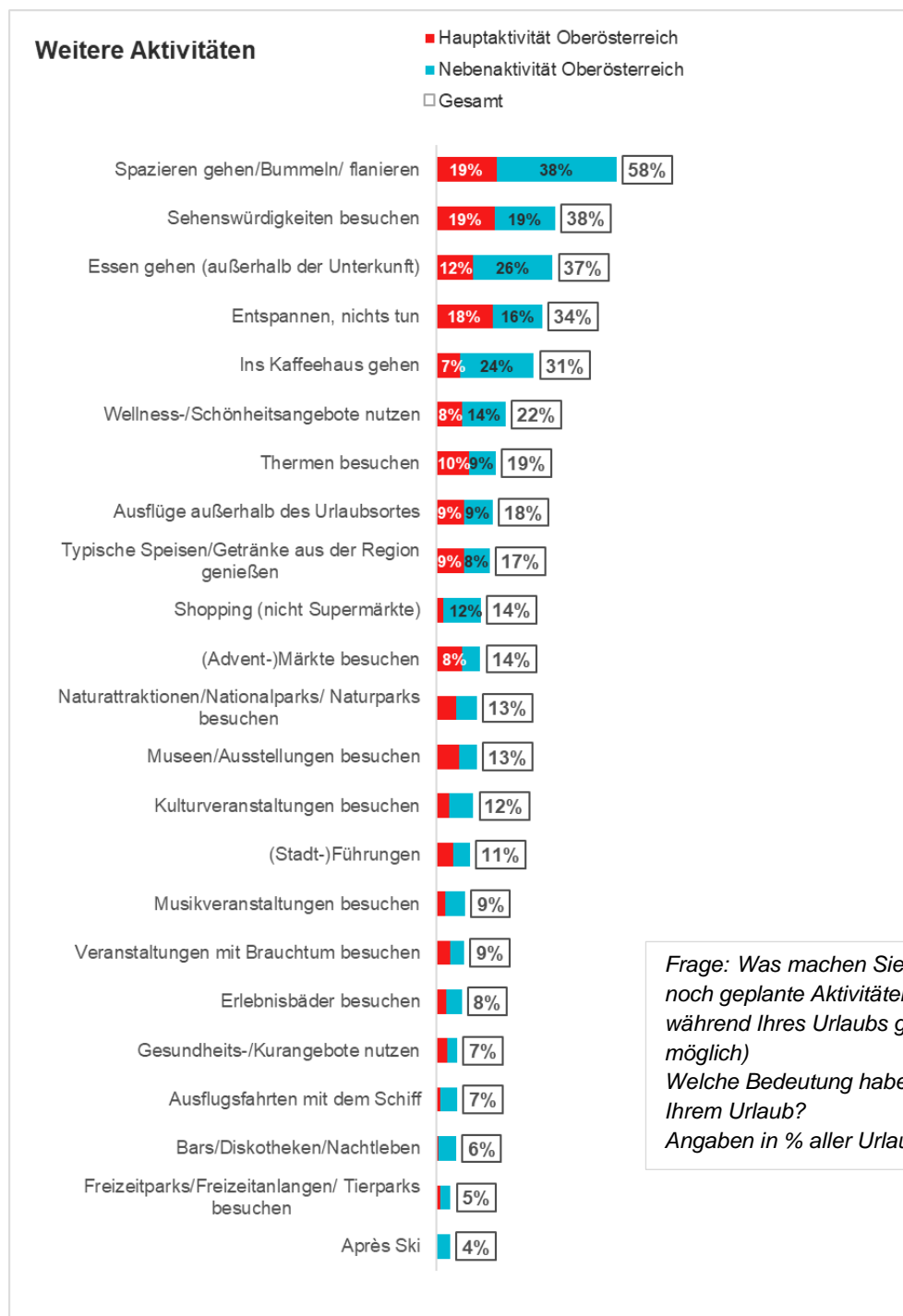
4.5.1. Sportliche Aktivitäten

Im Winter gehen Oberösterreichs Gäste am häufigsten schwimmen/baden: 45% der Befragten gaben dies als beliebteste sportliche Aktivität an. Großer Beliebtheit erfreut sich in der Wintersaison zusätzlich das Wandern (von 44% der Befragten genannt), wobei 21% davon darauf besonderen Fokus legen. Bei einem Viertel der Gäste ist das Skifahren beliebt.



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 (58% der Nennungen), aber auch der Besuch von Sehenswürdigkeiten (38%) ist sehr beliebt.



Das kulinarische Angebot unseres Bundeslandes findet ebenfalls Anklang: 37% der Gäste gehen außerhalb ihrer Unterkunft essen und 17% genießen die typischen Speisen und Getränke der Region. Rund ein Drittel besucht im Urlaub ein Kaffeehaus. 34% der Gäste wollen einfach nur entspannen/nichts tun und 22% nutzen die Wellness- und Schönheitsangebote. 19% gaben an, eine Therme zu besuchen.

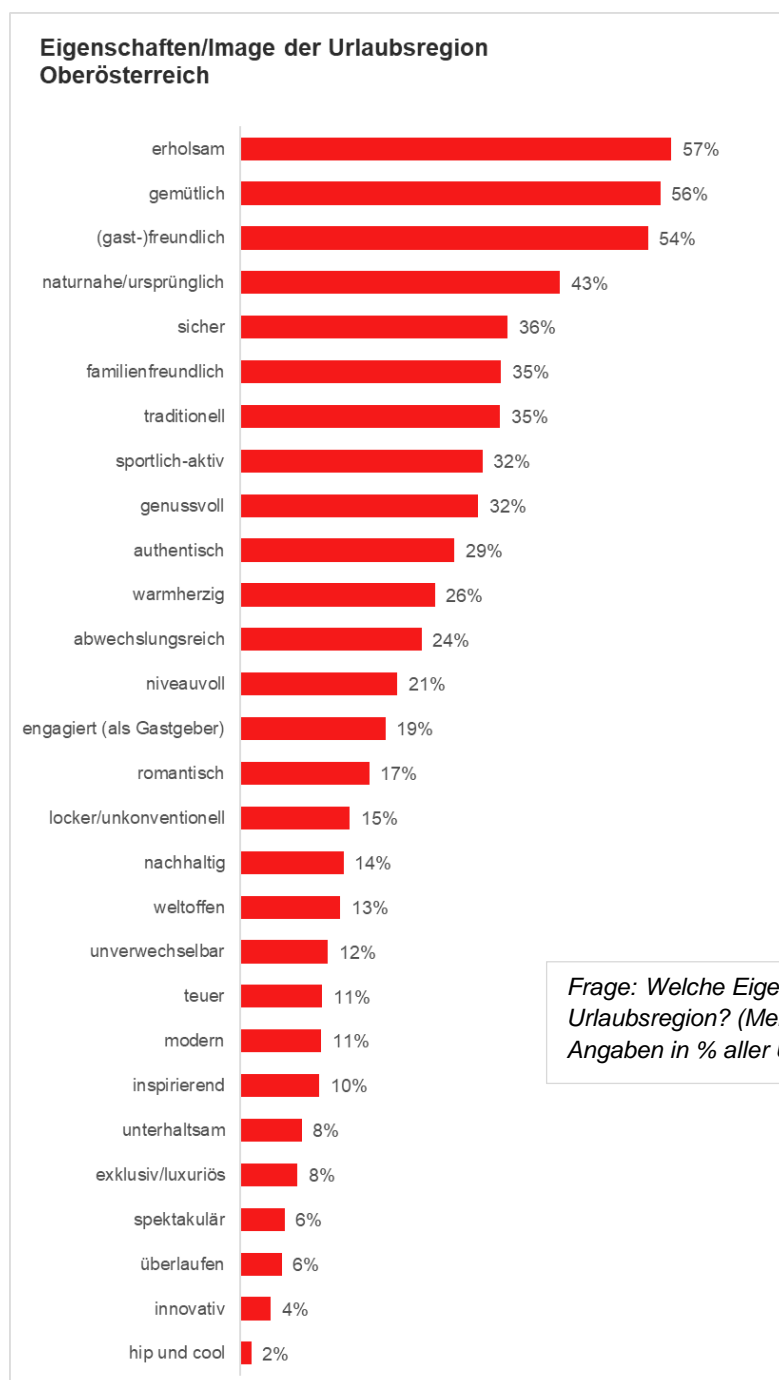
4.6. Ausgaben

Die Urlaubsausgaben der oberösterreichischen Winter-Gäste in entgeltlichen Unterkünften belaufen sich auf durchschnittlich 200,-- 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 (57%). Jeweils mehr als die Hälfte assoziiert mit Oberösterreich den Begriff „gemütlich“ oder empfindet unser Bundesland als „(gast-)freundlich“.



Hohen Zuspruch (zwischen 43% und 35%) erhalten auch die Attribute naturnahe/ursprünglich, sicher, familienfreundlich und traditionell.

Je 32% der Befragten empfinden Oberösterreich als sportlich-aktiv oder genussvoll, 29% nehmen die Urlaubsregion als authentisch wahr und rund ein Viertel der Gäste charakterisiert unser Bundesland als warmherzig.

Negativ behaftete Eigenschaften wie teuer oder überlaufen werden von 11% bzw. 6% 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 1,58 beurteilt.

Urlaubszufriedenheit	Ø
Gesamter (bisheriger) Aufenthalt	1,58
Sauberkeit	1,45
Sicherheit	1,46
Wellness-/Schönheitsangebote	1,54
Anreise	1,55
Gastfreundschaft	1,59
Beschilderung vor Ort	1,61
Landschaft und Natur	1,63
Atmosphäre/Flair	1,71
Wanderwege	1,72
Verleih von Sportgeräten	1,76
Öffentlicher WLAN-Zugang	1,78
Tourismusinformation vor Ort	1,78
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,78
Skigebiet	1,82
Sehenswürdigkeiten/Attraktionen	1,85
Informationen über das Angebot/ Veranstaltungen vor Ort	1,88
Seilbahnen & Lifte	1,89
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	1,96

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung Urlaubszufriedenheit

Öffnungszeiten der Attraktionen	2,00
Preis-Leistungs-Verhältnis Attraktionen	2,06
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,08
Kunst- und Kulturangebot	2,10
Vielfalt des touristischen Angebots	2,13
Einkaufsmöglichkeiten	2,13
Öffnungszeiten Geschäfte	2,18
Wintersportangebot abseits der Piste	2,24
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	2,27
Wetter	2,33

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 1,45) sowie der Sicherheit, die es in unserem Bundesland gibt (1,46).

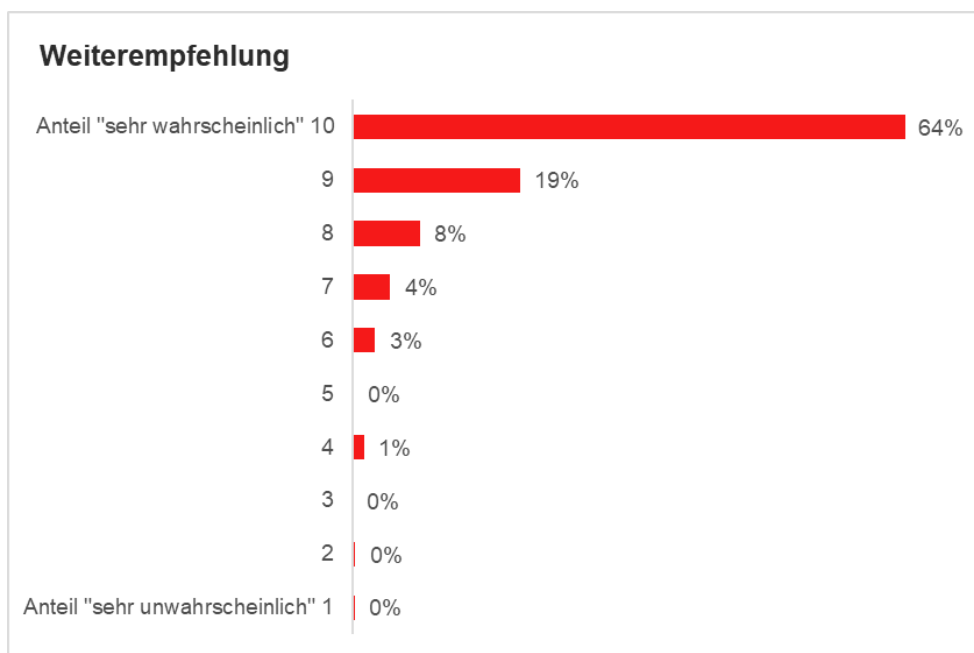
Die Anteile jener, die bei diesen Aspekten „äußerst begeistert“ angaben, liegen zwischen 73% und 70%.

Gute Bewertungen erhalten auch Wellness-/Schönheitsangebote (1,54), die Anreise (1,55), sowie die Gastfreundschaft (1,59) oder die Beschilderung vor Ort (1,61).

Die hinteren Ränge mit Werten zwischen 2,13 und 2,33 belegen etwa die Vielfalt des touristischen Angebots, Einkaufsmöglichkeiten, Öffnungszeiten der Geschäfte oder das Wetter.

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 2023/2024 (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.