

Der Oberösterreich-Gast im Winter

Ergebnisse der Gästebefragung T-MONA
Tourismus Monitor Austria Winter 2025/26
Erstelldatum: August 2026

Oberösterreich Tourismus GmbH
Anna Jungreithmayr
Strategie & Tourismusentwicklung
Marktforschung und Statistik
Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria
Tel.: +43 732 72 77-158
E-Mail: anna.jungreithmayr@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/Werbung	9
4.2. Buchungsstelle	10
4.3. Buchungszeitpunkt	10
4.4. Anreiseverkehrsmittel	11
4.5. Gründe für die Destinationsentscheidung	12
4.6. Urlaubsart	13
4.7. Urlaubsaktivitäten	14
4.7.1. Sportliche Aktivitäten	14
4.7.2. Sonstige Aktivitäten	15
4.8. Ausgaben	16
5. Image, Zufriedenheit, Weiterempfehlung	17
5.1. Image	17
5.2. Zufriedenheit	18
5.3. Weiterempfehlung	19
6. Dokumentation der Umfrage	20

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:innen haben jederzeit die Möglichkeit, an der Online-Befragung teilzunehmen. T-MONA 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 2025/26, November bis April. Insgesamt wurden in Oberösterreich rund 850 Interviews gesammelt.

2. Summary

Alter und Geschlecht	Ø Alter 52,4 Jahre Am stärksten vertreten: 50-59 Jahre (28%), 60-69 Jahre (25%), 40-49 Jahre (21%) Frauenanteil: 68%
Bildung	Ausbildungsniveau: 42% Akademiker:innen, 31% Lehre/Pflichtschule, 27% Matura
Reisebegleitung	44% verreisen als Paar – der/die Partner:in ist damit die häufigste Begleitperson. Eine starke Gruppe stellen Familien dar: 10% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 7% sind die Kinder unter 6 Jahren, 7% machen Urlaub mit dem weiteren Familienkreis, 4% sind Familien mit Jugendlichen. 12% Alleinreisende, 11% mit Freunden unterwegs
Besuchserfahrung	66% sind Stammgäste, 17% Intervallgäste, 10% kamen zum zweiten Mal und 7% sind Erstbesucher:innen.
Werbung	47% der Gäste wurden durch Online-Werbung auf Oberösterreich aufmerksam, 38% über Social Media und Blogs, 37% durch Werbung in Zeitungen/Zeitschriften, 15% durch Werbung in Reisekatalogen/Prospekten.
Buchungsstelle	Direkt bei der Unterkunft (70%), Internet-Reiseportal /Buchungs-plattform, Reisebüro/-veranstalter im Internet (20%)
Buchungszeitpunkt	33% buchen bis spätestens einen Monat vor Anreise an den Urlaubsort, rund ein Fünftel der Befragten bucht zwei bis vier Wochen vor Reiseantritt.
Anreise	Auto 80%, Bahn 16%
Gründe für die Destinationsentscheidung	Natur & Landschaft zählen für 40% der Wintergäste zum wichtigsten Entscheidungsgrund für die Urlaubsdestination Oberösterreich. Gefolgt vom Angebot an Hotels/Unterkünften (36%) sowie Wellness-/Gesundheits-/Thermenangebot (34%).
Urlaubsart	Erholungsurlaub (36%), Wellness-/Schönheits-Urlaub (29%), Wintersport-Urlaub (19%), Natururlaub (15%)

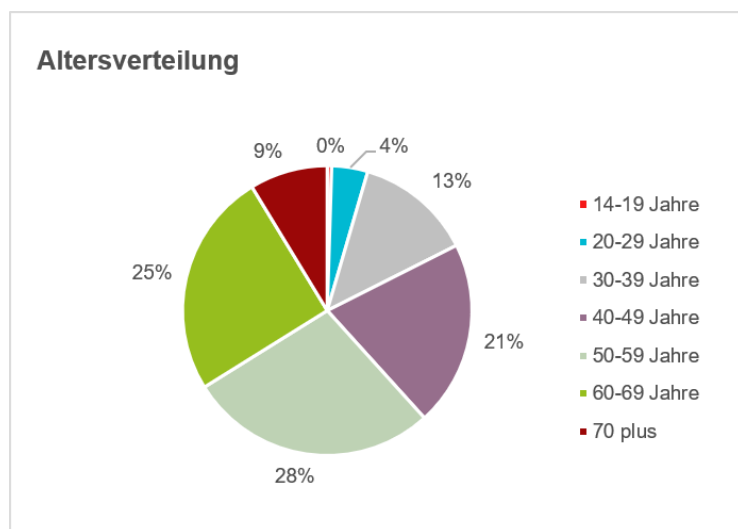
Sportliche Aktivitäten Sonstige Aktivitäten	Wandern (50%), Schwimmen/Baden (43%) und Skifahren/Snowboarden (21%) zählen zu den beliebtesten sportlichen Aktivitäten. Spaziergänge (64%), Entspannen/Nichts tun (41%), Sehenswürdigkeiten besuchen (39%), Essen gehen außerhalb der Unterkunft (35%)
Ausgaben	Wert liegt derzeit noch nicht vor, wird voraussichtlich im Herbst nachgereicht.
Image	Vorrangig wird unser Bundesland als erholsam (59%) und gemütlich (56%) bezeichnet.
Zufriedenheit	Zufriedenheit mit dem gesamten Aufenthalt → 1,67 Die Gäste sind insbesondere von den Wellness-/Schönheitsangeboten (1,60), der Anreise (1,72) und den Wanderwegen (1,74) begeistert.
Weiterempfehlung	81% der befragten Wintergäste können als Promotoren bezeichnet werden, die Oberösterreich für einen Urlaubsaufenthalt mit hoher Wahrscheinlichkeit weiterempfehlen werden.

3. Gästestruktur

3.1. Alter und Geschlecht

Das Durchschnittsalter des oberösterreichischen Wintergastes liegt bei 52,4 Jahren.

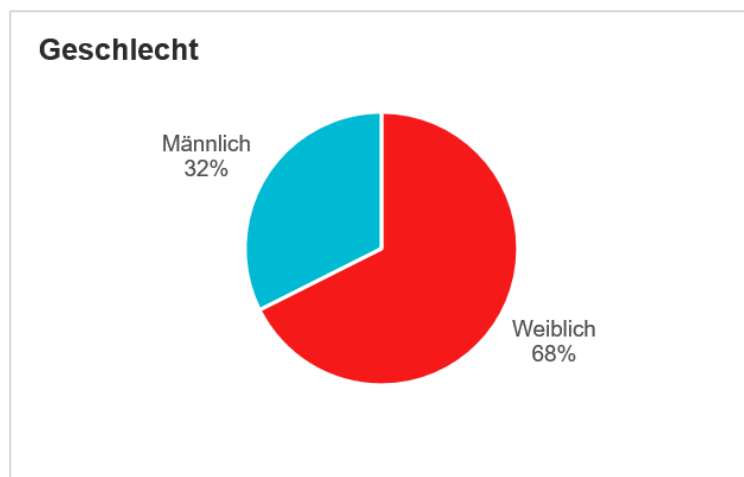
Die 50- bis 59-jährigen Gäste sind am stärksten vertreten: 28% der Urlauber:innen fallen in diese Gruppe. Gefolgt von der Altersgruppe der 60-69-jährigen (25%) sowie von Gästen zwischen 40 und 49 Jahren (21%).



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

13% der Gäste sind zwischen 30 und 39 Jahre alt, 9% zählen zur Generation 70 plus.

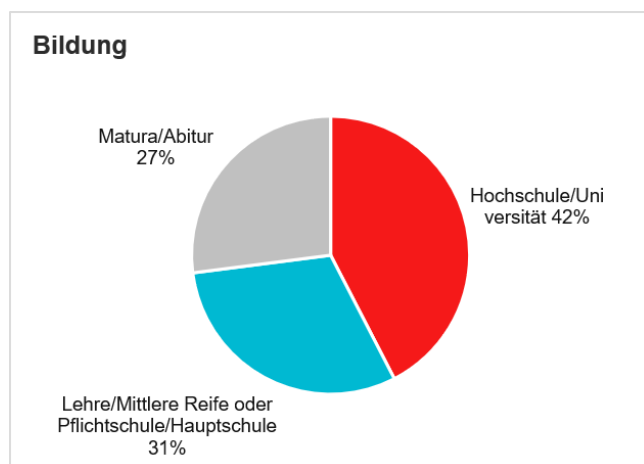
In der Geschlechterverteilung der Wintergäste zeigt sich ein Frauenanteil von 68%. Der höhere Frauenanteil ergibt sich vermutlich dadurch, dass vor allem weibliche Personen den Online-Fragebogen ausfüllen



Frage: Ihr Geschlecht / Angaben in % aller Urlauber:innen

3.2. Bildung und Beruf

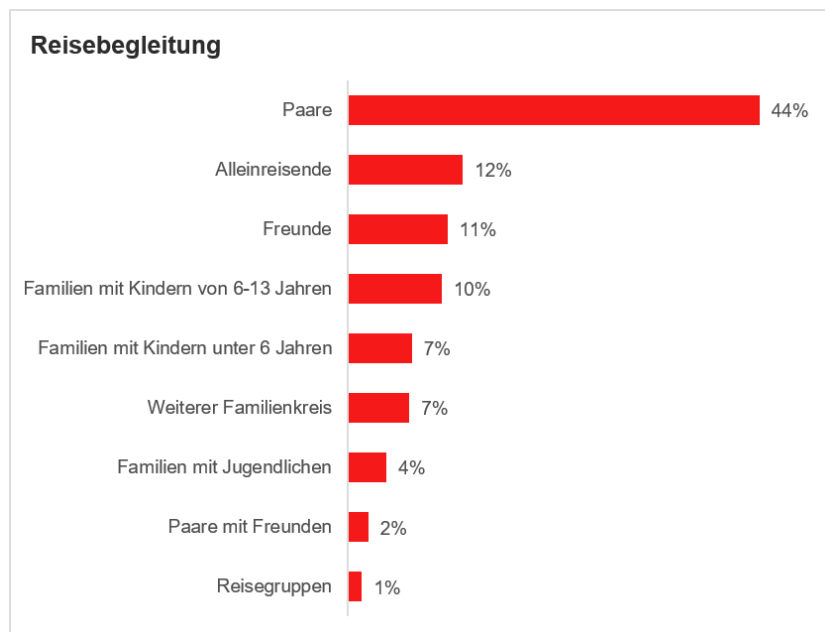
Die Mehrheit unter Oberösterreichs Wintergästen zählt zu den Akademiker:innen: 42% können einen Hochschul-/Universitätsabschluss vorweisen. Der Anteil jener mit Lehr- bzw. Pflichtschulabschluss beträgt 31%, jener mit Matura 27%.



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

3.3. Reisebegleitung

44% der befragten Urlauber:innen verreisen als Paar. Damit ist der/die Partner:in die häufigste Begleitperson beim Winterurlaub in Oberösterreich.

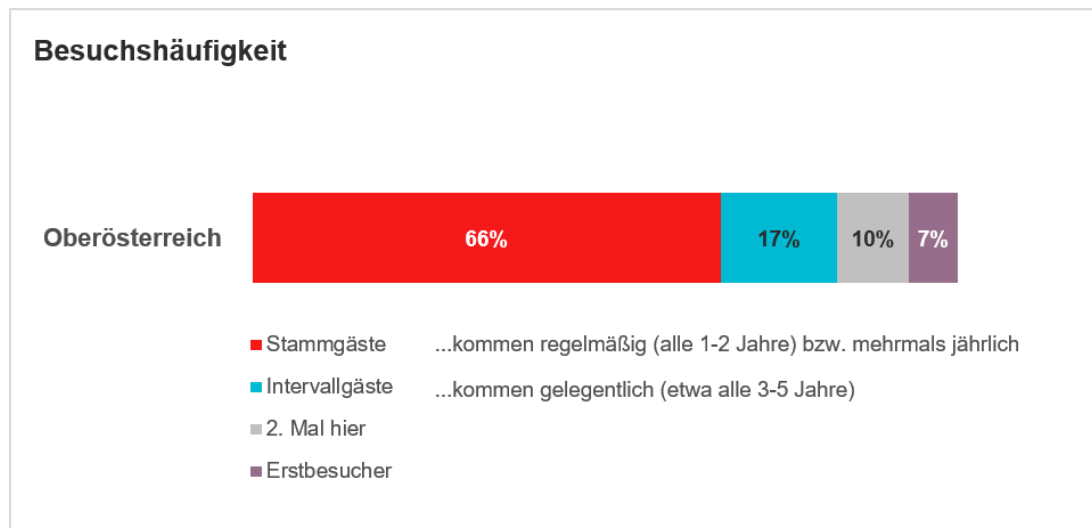


Frage: Wer begleitet Sie bei dieser Reise? Bzw. Wer hat Sie bei dieser Reise begleitet? (Mehrfachantworten möglich) / Angaben in % aller Urlauber:innen

Eine starke Gruppe stellen Familien dar: 10% reisen mit Kindern von 6-13 Jahren, bei 7% sind die Kinder unter 6 Jahre, ebenfalls 7% machen Urlaub im weiteren Familienkreis und 4% verreisen als Familien mit Jugendlichen. 12 % sind Alleinreisende und 11% verbringen den Winterurlaub zusammen mit Freunden.

3.4. Besuchshäufigkeit

66% der Wintergäste zählen zu den Stammgästen: Sie verbringen in Oberösterreich mehrmals jährlich bzw. regelmäßig einen Urlaub. 7% besuchten unser Bundesland im Winter zum ersten Mal, 10% kamen zum zweiten Mal. Zu den Intervallgästen zählen 17% der Befragten.



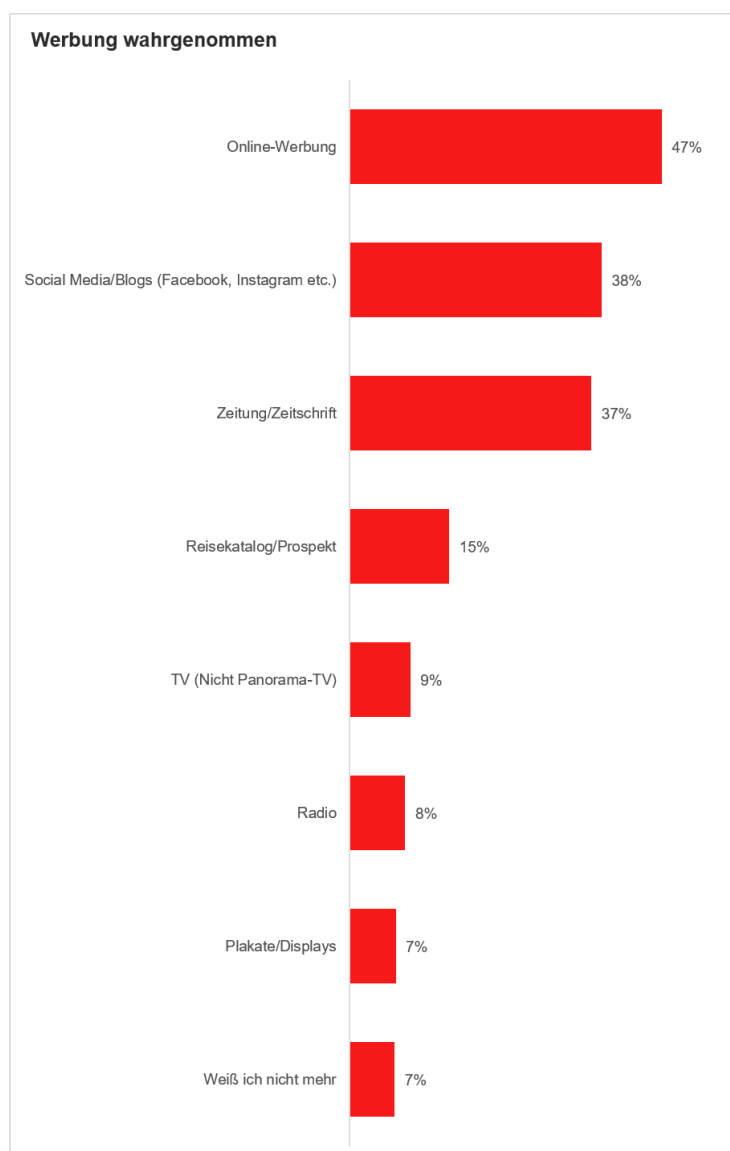
Frage: Wie oft machen Sie Urlaub in Oberösterreich? Angaben in % aller Urlauber:innen

4. Entscheidungsprozess und Urlaubsaufenthalt

4.1. Aufmerksamkeit/Werbung

59% der befragten Gäste antworteten auf die Frage „Haben Sie vor Ihrem Aufenthalt Werbung von der Region oder dem Bundesland gehört/gesehen?“ mit „Ja“.

Auf die Frage, wo die Werbung wahrgenommen wurde, nannten 47% der Befragten Online-Werbung, 38% gaben Social Media/Blogs an, gefolgt von Werbung in Zeitungen/Zeitschriften (37%). Werbung in Reisekatalogen/Prospekten (15%), im Fernsehen (9%), Radio (8%) sowie auf Plakaten/Displays (7%) waren weitere Aufmerksamkeitsquellen für Urlaub in Oberösterreich.



Frage: Haben Sie vor Ihrem Aufenthalt Werbung von der Region oder dem Bundesland gehört/gesehen? Falls ja, wo? Angaben in % aller Urlauber:innen

4.2. Buchungsstelle

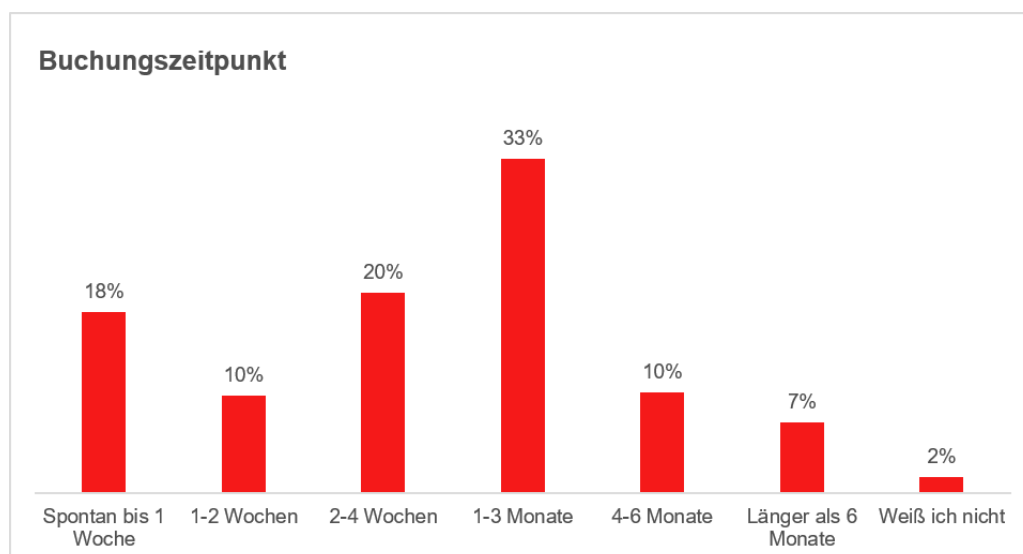
70% der befragten Gäste buchten ihren Aufenthalt in Oberösterreich direkt bei der Unterkunft. Ein Fünftel buchte im Internet über ein Reiseportal/eine Buchungsplattform oder ein Reisebüro/-veranstalter. 3% gingen in ein örtliches Tourismusbüro und buchten dort ihre Unterkunft, 1% ging für die Buchung in ein Reisebüro oder zu einem Reiseveranstalter.



Frage: Bei wem haben Sie Ihre Unterkunft gebucht? Angaben in % aller Urlauber:innen

4.3. Buchungszeitpunkt

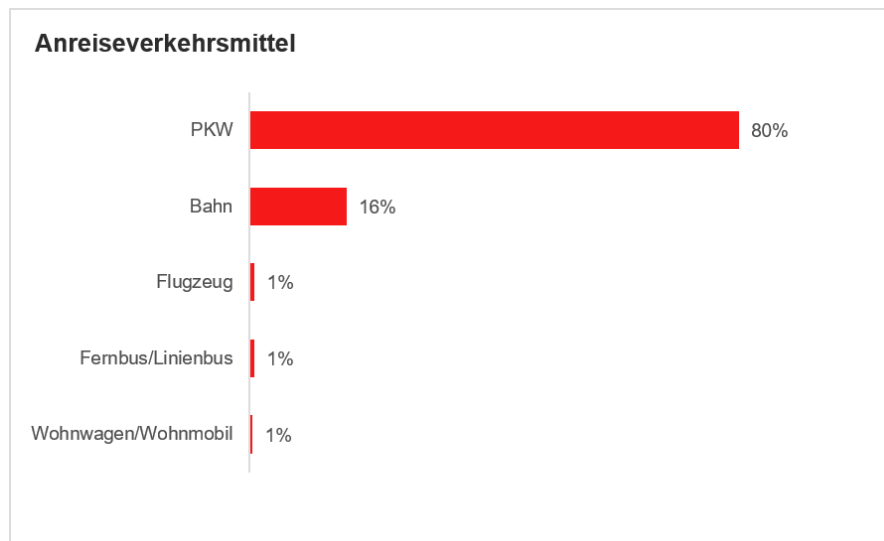
33% der Oberösterreich-Gäste haben im Winter 2025/2026 die Unterkunft ein bis drei Monate vor der tatsächlichen Anreise an den Urlaubsort gebucht. Rund ein Fünftel bucht den Urlaub zwei bis vier Wochen vor Reiseantritt, 18% spontan bis eine Woche vorher.



Frage: Wie lange vor der Anreise haben Sie (bzw. Ihre Reisebegleitung) die Reise (zum jetzigen Aufenthaltsort) gebucht? / Angaben in % aller Urlauber:innen

4.4. Anreiseverkehrsmittel

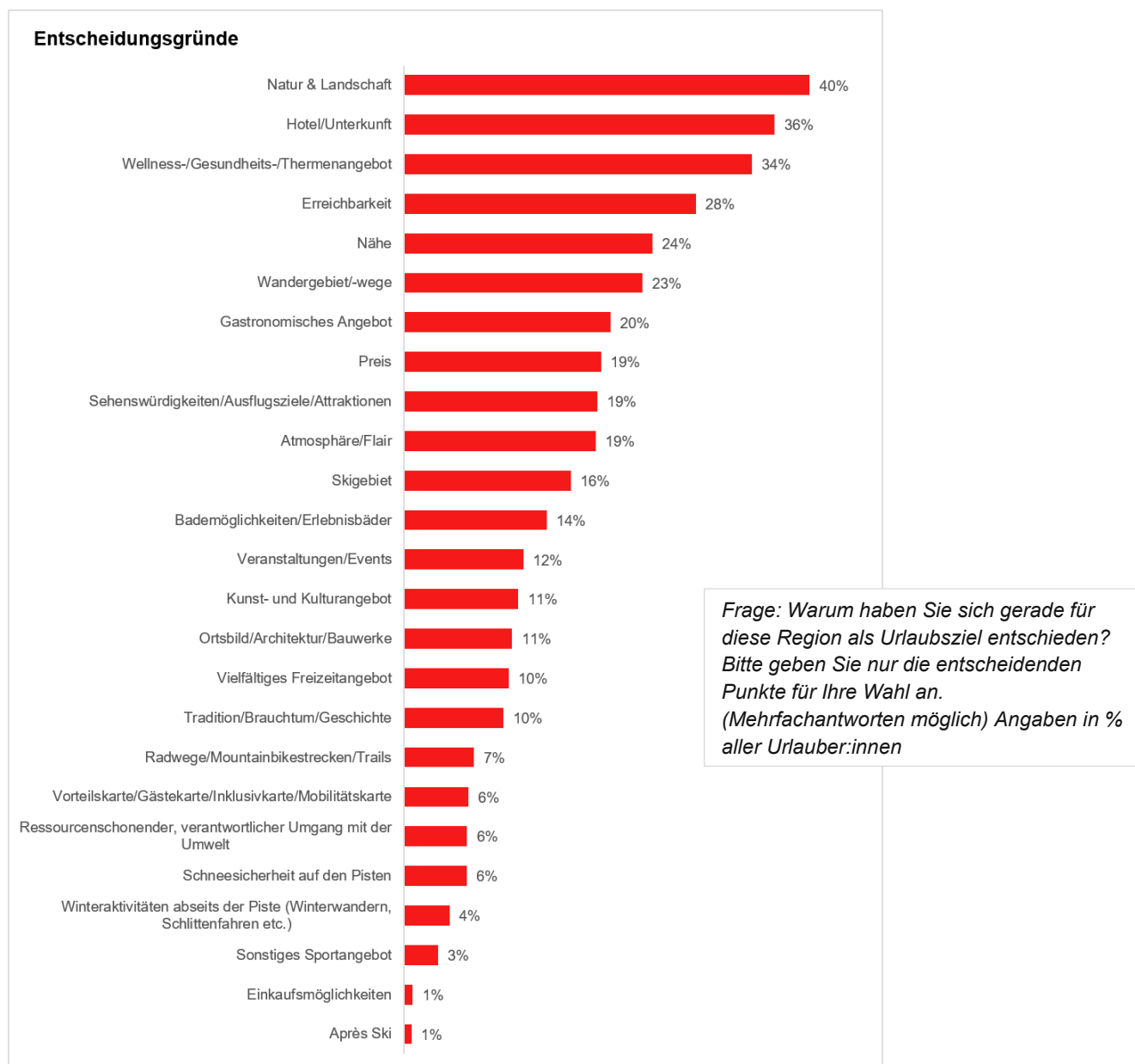
80% der Oberösterreich Gäste reisen im Winter mit dem Auto an. Die Bahn nutzen 16%, jeweils 1% kamen mit dem Flugzeug, mit dem Fern-/Linienbus oder mit dem Wohnwagen/Wohnmobil.



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

4.5. Gründe für die Destinationsentscheidung

Natur & Landschaft sind für 40% der Gäste der wichtigste Entscheidungsgrund für einen Winterurlaub in Oberösterreich! Gefolgt vom Angebot an Hotels/Unterkünften (36%) und den Wellness-/Gesundheits-/Thermenangebote (34%)

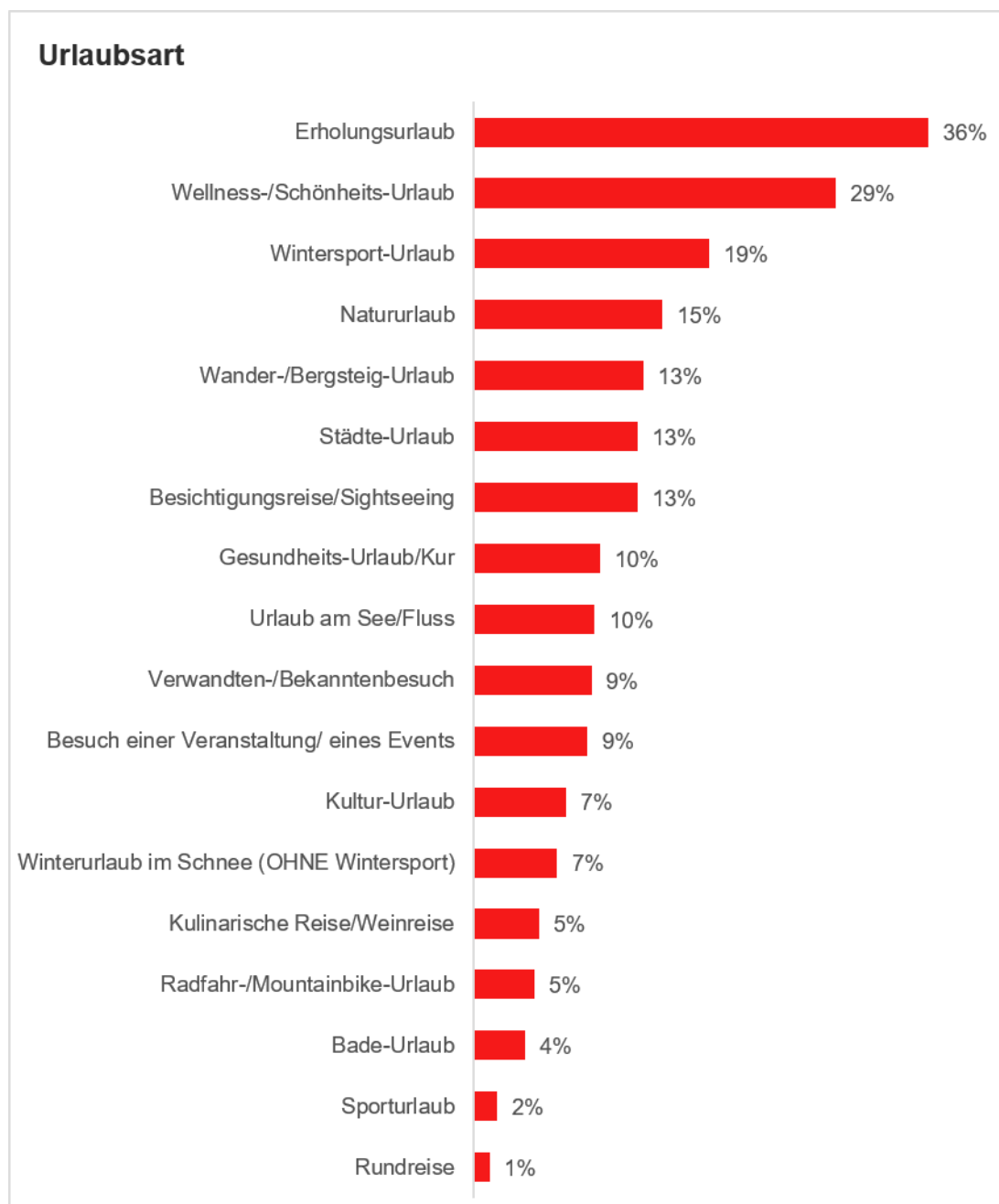


Ebenso von großer Bedeutung für die Entscheidung für Urlaub in Oberösterreich sind die gute Erreichbarkeit (28%), die Nähe (24%), Wandergebiete/-wege (23%) sowie das gastronomische Angebot (20%).

Jeweils knapp ein Fünftel der befragten Gäste nennen den Preis, Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele/Attraktionen sowie die Atmosphäre/das Flair als bestimmenden Faktor bei der Destinationsentscheidung. Für 16% war das Skigebiet der entscheidende Grund für Winterurlaub in Oberösterreich.

4.6. Urlaubsart

Die Top-Urlaubsarten sind der Erholungsurlaub (36%), gefolgt vom Wellness-/Schönheits-Urlaub (29%) und vom Wintersport-Urlaub (19%). Zwischen 15% und 13% bezeichnen ihren Aufenthalt als Natururlaub, als Wander-/Bergsteig-Urlaub, als Städte-Urlaub oder als Besichtigungsreise/Sightseeing.

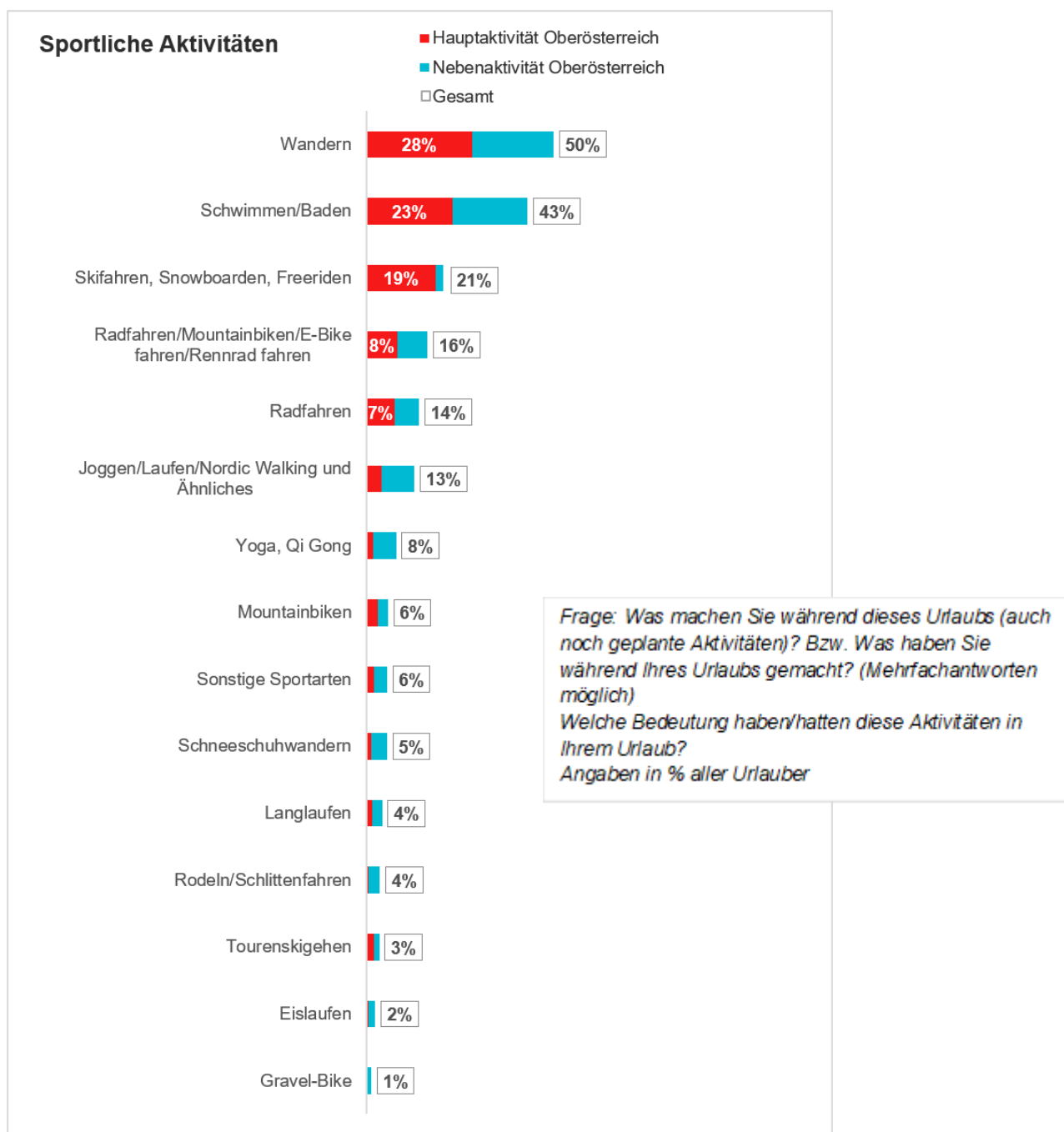


Frage: Wie würden Sie Ihren Aufenthalt bezeichnen? (Mehrfachantworten möglich, max. 3 Antworten) Angaben in % aller Urlauber:innen

4.7. Urlaubsaktivitäten

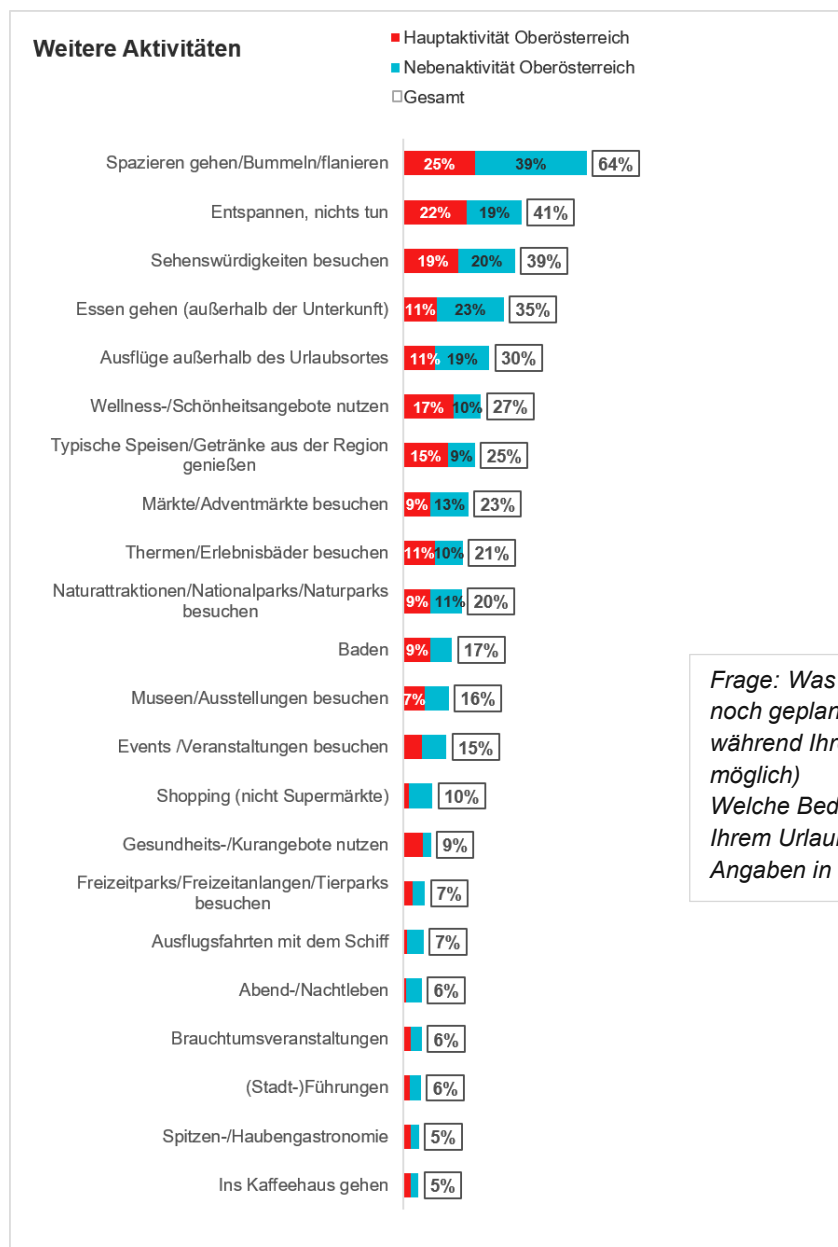
4.7.1. Sportliche Aktivitäten

Das Wandern war in der Wintersaison 2025/26 die beliebteste sportliche Aktivität unserer Gäste: 50% der Befragten gehen während ihres Urlaubs Wandern – für 28% ist es die Hauptaktivität. Großer Beliebtheit erfreut sich im Winter auch das Schwimmen/Baden (43%). Bei 21% der Gäste zählt das Skifahren/Snowboarden/Freeriden zur wichtigsten sportlichen Aktivität, wobei 19% es als Hauptaktivität bezeichnen.



4.7.2. Sonstige Aktivitäten

Oberösterreichs Wintergäste betätigen sich in ihrem Urlaub nicht nur sportlich, sondern unternehmen eine Reihe weiterer Aktivitäten oder wollen einfach mal entspannen und nichts tun. Spazieren gehen/bummeln ist für 64% eine beliebte „sonstige“ Urlaubsaktivität, gefolgt vom Entspannen (41%).



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:innen

Sehenswürdigkeiten besuchen ist für 39% der Befragten im Urlaub wichtig. Essen gehen außerhalb der Unterkunft nennen 35%, 30% unternehmen Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes, 27% nutzen Wellness-/Schönheitsangebote. Ein Viertel der befragten Gäste genießt typische Speisen/Getränke, für knapp ein Viertel ist der Besuch von (Advent-)Märkten die beliebteste „sonstige“ Aktivität.

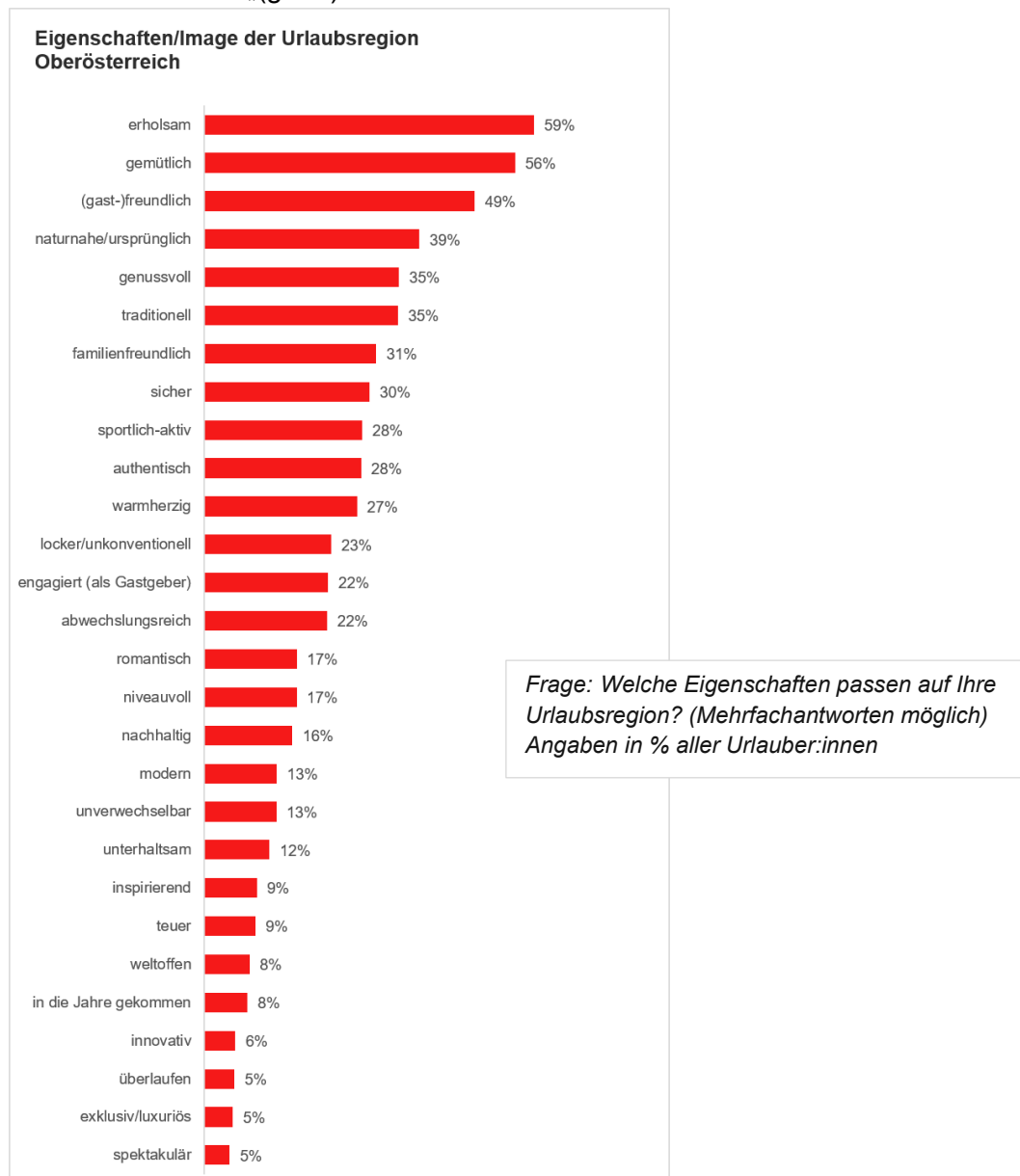
4.8. Ausgaben

Die Urlaubsausgaben der oberösterreichischen Wintergäste in entgeltlichen Unterkünften liegen zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichtes noch nicht vor. Sie werden voraussichtlich im Herbst nachgereicht.

5. Image, Zufriedenheit, Weiterempfehlung

5.1. Image

Oberösterreich werden von den Wintergästen ausgezeichnete Eigenschaften zugeschrieben: Vorrangig wird unser Bundesland als erholsam bezeichnet (59%). Mehr als die Hälfte assoziiert mit Oberösterreich den Begriff „gemütlich“ und knapp die Hälfte empfinden Oberösterreich als „(gast-)freundlich“.



Hohen Zuspruch (zwischen 39% und 30%) erhalten auch die Attribute naturnahe/ursprünglich, genussvoll, traditionell, familienfreundlich und sicher. Jeweils 28% der Befragten empfinden Oberösterreich als sportlich-aktiv und authentisch, 27% als warmherzig.

Negativ behaftete Eigenschaften wie teuer oder in die Jahre gekommen werden von 9% bzw. 8% genannt. 5% empfinden Oberösterreich als überlaufen.

5.2. Zufriedenheit

Neben dem Image als Urlaubsregion wurden die Gäste auch zur Zufriedenheit zu verschiedenen Aspekten 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 Besucher:innen unseres Bundeslandes anhand dieser Bewertungsskala mit der Durchschnittsnote 1,67 beurteilt.

Urlaubszufriedenheit	Ø
Gesamter (bisheriger) Aufenthalt	1,67
Wellness-/Schönheitsangebote	1,60
Anreise	1,72
Wanderwege	1,74
Beschilderung vor Ort	1,75
Hotel/Unterkunft	1,78
Gastfreundschaft im Hotel/Unterkunft/Gastronomie	1,85
Atmosphäre/Flair	1,86
Tourismusinformation vor Ort	1,88
Qualität des gastronomisches Angebot	1,91
Ortsbild/Stadtbild/Architektur	1,95
Informationen über das Angebot/Veranstaltungen vor Ort	1,95
Angebot an typischen Speisen/Getränken aus der Region	1,98
Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele	2,07
Uferpromenade	2,07
Preis-Leistungs-Verhältnis Unterkunft	2,12
(Advent-)Märkte	2,14
Thermen/Erlebnisbäder	2,15
Vielfalt des touristischen Angebots	2,15
Öffentliche Verkehrsmittel vor Ort	2,20
Öffnungszeiten Gastronomie	2,21
Attraktionen in und am Wasser	2,23
Verleih von Sportgeräten	2,24
Zugang zum See/Fluss	2,28
Kunst- und Kulturangebot	2,29
Vorteilskarte/Gästekarte/Inklusivkarte	2,30
Veranstaltungsangebot	2,31
Wetter	2,31
Flaniermeilen/Fußgängerzonen	2,32
Strandbäder/Bademöglichkeiten	2,34
Öffnungszeiten Geschäfte	2,35
Vielfalt des gastronomischen Angebots	2,38
Gastronomie am Wasser	2,40
Ausflugsfahrten mit dem Schiff	2,41
Einkaufsmöglichkeiten	2,44
Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie	2,45
Schlechtwetterangebot	2,50
Party/Nachtleben	2,65

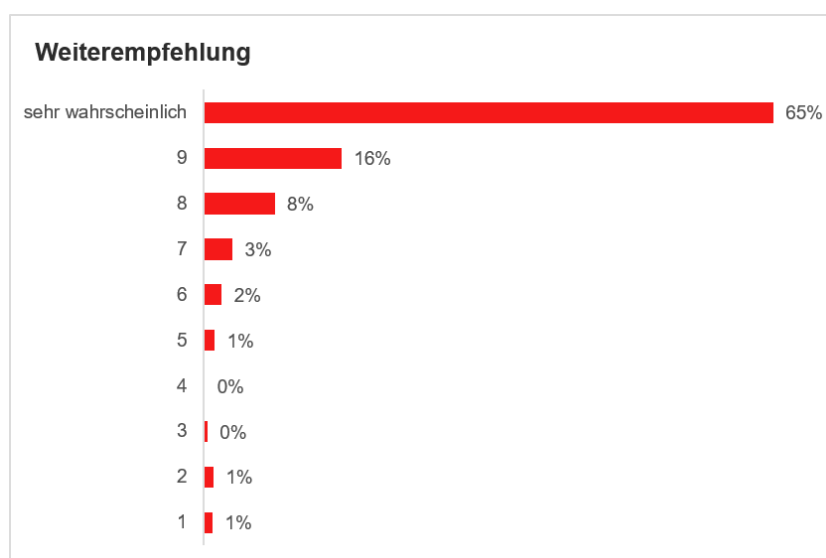
Frage: Wie zufrieden sind Sie in Ihrem bisherigen Urlaub/waren Sie in Ihrem Urlaub Hinsichtlich...? Skala von 1 = äußerst begeistert bis 6 = eher enttäuscht

Die Gäste sind insbesondere begeistert von den Wellness-/Schönheitsangeboten (1,60) der Anreise (1,72), den Wanderwegen (1,74) und der Beschilderung vor Ort (1,75).

Die hinteren Ränge mit Werten zwischen 2,44 und 2,65 belegen die Einkaufsmöglichkeiten, das Preis-Leistungsverhältnis in der Gastronomie, das Schlechtwetterangebot sowie das Party-/Nachtleben.

5.3. Weiterempfehlung

Über 80% der befragten Winter-Urlauber:innen können als Promotoren bezeichnet werden, die 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:innen*

6. Dokumentation der Umfrage

Erhebungszeitraum: Wintersaison 2025/2026 (November bis April)

Grundgesamtheit: Oberösterreich-Urlauber:innen 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
- Newsletter
- Printproduktionen
- Social Media
- Anfragenportal
- WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Standorten in ganz (Ober-)Österreich

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