

Internationale Märkte als Zukunft des Wintertourismus im SalzburgerLand

Das Tourismusjahr 2016/17 ist im SalzburgerLand bisher überaus erfolgreich verlaufen, die Vorfreude auf den Winter ist dementsprechend groß. Zusätzlich verstärkt wird sie durch die positive Entwicklung in vielen internationalen Märkten, trotz „Brexit“ etwa auch in Großbritannien. Die SalzburgerLand Tourismus GmbH (SLTG) startete dort eine Marktoffensive.

Im noch laufenden Tourismusjahr – die aktuellen Zahlen liegen von November 2016 bis August 2017 vor – stehen im SalzburgerLand bereits über 25 Millionen Nächtigungen zu Buche. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist das ein Plus von 1,3%. Auch wenn die Zahlen für September und Oktober also noch ausstehen, deutet vieles darauf hin, dass das Rekordergebnis vom Vorjahr, in dem es erstmals über 27 Millionen Nächtigungen im SalzburgerLand gab, erneut übertroffen werden kann. *„Unabhängig vom genauen Ergebnis ist es jedenfalls sehr erfreulich, dass sich der langfristige und saisonunabhängige Trend weiter fortsetzt“*, so **Landeshauptmann Dr. Wilfried Haslauer** beim Medientermin der SLTG zum touristischen Winterstart am Mittwoch in der Panzerhalle Salzburg.

Haslauer: „Ganzjahres-Strategie trägt Früchte“

Besonders positiv ist die Entwicklung im Sommer, der mit derzeit über zehn Millionen Nächtigungen und damit einem Plus von 3,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (Mai bis August) bilanziert. *„Sieht man sich die vergangenen zehn Sommersaisonen an, haben wir heute rund 30% mehr Nächtigungen und über 40% mehr Ankünfte“*, sagte der Landeshauptmann, der in diesem Zusammenhang auch auf die Bedeutung einer weiteren Steigerung der Wertschöpfung hinwies und die kontinuierliche Entwicklung von naturnahen und zielgruppengerechten Angeboten hervorhob: *„Nicht nur beim Wandern im Salzburger Almsommer, sondern auch mit erstklassigen Rad- und Mountainbike-Wegen, kulturellen Höhepunkten in Stadt und Land Salzburg oder kulinarischen Erlebnissen entlang der Via Culinaria.“*

Darüber hinaus tragen die erfolgreichen touristischen Produktmarken in den Nebensaisonen wie der derzeit noch laufende **Salzburger Bauernherbst**, die Angebote rund um die **Alpine Gesundheitsregion SalzburgerLand**, aber auch die in der Tourismusstrategie des Landes Salzburg festgeschriebene Spezialisierung auf den Kongress- und Tagungstourismus dazu bei, dass sich das SalzburgerLand in den vergangenen Jahren zu einer attraktiven Ganzjahresdestination entwickeln konnte. Haslauer: *„Die strategische Ausrichtung des SalzburgerLandes trägt Früchte, das Nächtigungsverhältnis zwischen Winter und Sommer konnte stetig angeglichen werden und liegt aktuell bereits bei 55:45%.“*

**SalzburgerLand
Tourismus GmbH**
Wiener Bundesstraße 23
Postfach 1
5300 Hallwang | Salzburg
AUSTRIA

T +43 662 6688 0
F +43 662 6688 66

info@salzburgerland.com
www.salzburgerland.com

PRESSEKONTAKT

Michaela Obernosterer
Chefredaktion PR-
und Contentmanagement

m.obernosterer@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 77
M +43 664 8066 8877

Gernot Hörwertner
Unternehmens-
kommunikation und
Contentmanagement

g.hoerwertner@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 75
M +43 664 8066 8875

Andrea Bodner, BA
PR- und
Contentmanagement

a.bodner@
salzburgerland.com
T +43 662 6688 76

Top-Qualität bei Seilbahnen und Betrieben

Diese Zahlen verdeutlichen freilich auch, dass nach wie vor der Winter die Jahreszeit mit der höchsten touristischen Frequenz ist. Von einem bereits hohen Niveau ausgehend, legten hier die Nächtigungen in den vergangenen zehn Saisonen noch einmal um 13% und die Ankünfte um 25% zu. Besonders bedeutend aber ist die touristische Wertschöpfung, die im Winterhalbjahr am intensivsten ist.

*„Rund 70 Wintersportorte und 22 Skigebiete im SalzburgerLand stellen für unsere Gäste ein unvergleichliches Angebot dar“, sagte SLTG-Geschäftsführer **Leo Bauernberger, MBA** und erklärte die Erfolgsfaktoren des Wintertourismus aus seiner Sicht: „Die touristischen Regionen und die Seilbahnbetriebe sichern den modernsten Standard für Skifahrer und schaffen attraktive Angebote besonders für Jugendliche und Familien. Mit der Salzburg Super Ski Card können 2.750 Pistenkilometer im SalzburgerLand und in den angrenzenden Kitzbüheler Alpen erfahren werden – 85% davon sind technisch beschneibar, das ist auch international ein absoluter Top-Wert und stützt die als Buchungsargument immer wichtiger werdende Schneesicherheit. An allererster Stelle steht aber die herausragende Gastgeberqualität unserer Betriebe, die in Gästebefragungen immer besonders hervorgehoben wird.“*

Fremdsprachige Märkte in Europa im Aufwind

Sieht man sich die Winter-Entwicklung in den einzelnen Quellmärkten des SalzburgerLandes genau an, entsteht ein überaus spannendes Bild: Während die beiden mit Abstand wichtigsten Märkte Deutschland (38% Anteil an den Gesamtnächtigungen im Winter) und Österreich (22%) auf einem sehr hohen Niveau konstant sind, legen vor allem die fremdsprachigen Märkte in Europa teils stark zu.

So verzeichneten etwa in den vergangenen fünf Wintersaisonen die **Niederlande** und **Belgien** bei den Nächtigungen ebenso wie bei den Ankünften einen Zuwachs von über 10%. In den **zentral- und osteuropäischen Märkten** ist das Plus sogar noch deutlicher – allen voran in **Tschechien** mit über 20% mehr an Nächtigungen und Ankünften in den vergangenen fünf Wintern. Traditionell starke Gästegruppen im Winter sind auch die **Dänen** (+3% Nächtigungen in fünf Jahren) und die **Schweden** (+6%).

Dem „Brexit“ vorausdenken: Marktoffensive in Großbritannien

Ein besonders interessanter und dynamischer Markt ist derzeit **Großbritannien**. Nach Rekordwerten bis zum Winter 2007 und einem Einbruch infolge der Finanzkrise kommen seit drei Jahren wieder stetig mehr Winterurlauber aus dem Königreich ins SalzburgerLand. Damit diese Entwicklung weiterhin so positiv bleibt und möglichen negativen Auswirkungen des „Brexit“ rechtzeitig entgegengewirkt werden kann, wurde Großbritannien nach einer ausführlichen Marktanalyse der SLTG gemeinsam mit dem Land Salzburg und den touristischen Regionen als Markt mit besonderer Relevanz bestimmt.

*„Auch, weil die Wertschöpfung aufgrund der hohen durchschnittlichen Aufenthaltsdauer (Anm.: rund 7 Tage; Quelle: Tourismus Monitor Austria) im Vergleich zu anderen Nationen eine ungleich höhere ist“, so **Landeshauptmann Dr. Haslauer**. Der britische Gast gibt während seines Winterurlaubs durchschnittlich 141 Euro pro Tag aus – auch das ist ein Spitzenwert. Zum Vergleich: Die deutschen Gäste liegen hier bei 134 Euro pro Tag. (Anm.: Werte ohne Anreise; Quelle: Österreich Werbung). „Unser Ziel ist es nun, die Nächtigungszahlen der britischen Urlauber bis 2020 wieder in die Nähe der Rekordwerte von vor zehn Jahren zu bringen“, verkündete Bauernberger.*

Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, startete die SLTG gemeinsam mit den Regionen eine Marktoffensive, die auch mit einem Sonderbudget des Landes Salzburg unterstützt wird und über drei



Jahre fortgeführt wird. Die Marketingaktivitäten konzentrieren sich dabei auf jene zwei Urlaubsmotive, mit denen das SalzburgerLand am britischen Markt am stärksten punktet: Skifahren und Winter-Erlebnisse abseits der Piste im Winter und dem vor allem bei Briten wieder besonders nachgefragten Angebots-Klassiker ‚Lakes & Mountains‘ von Frühling bis Herbst.

Airlines reagieren auf steigende UK-Nachfrage

Der britische Markt war und ist auch einer der stärksten Garanten für hochwertigen Incoming-Verkehr in die Wintersportregionen des SalzburgerLandes. Große Airlines wie **Eurowings**, **British Airways**, **Ryanair** oder **easyJet** reagieren mit höheren Frequenzen und der Etablierung neuer Strecken auf die gestiegene Nachfrage britischer Gäste. Im Winterflugplan des **Salzburg Airport** findet sich eine Vielzahl von britischen und irischen Städten. In den kommenden Monaten können Fluggäste aus London (Heathrow, Gatwick und Stansted), Birmingham, Manchester, Liverpool, den East Midlands, Luton, Edinburgh, Dublin und Belfast direkt ins SalzburgerLand reisen.

>> Mehr Infos: www.salzburg-airport.com

TV-Kampagne in vier Ländern

In den beiden größten Märkten **Deutschland** und **Österreich** setzt die SLTG die bereits im Vorjahr eingeführte Dachmarken-Kampagne fort. Insgesamt sieben Regionen sind daran beteiligt, Aushängeschilder der Kampagne sind die TV-Spots, die das Wintersportparadies SalzburgerLand von seiner schönsten Seite zeigen. Bauernberger: *„In Deutschland vertiefen wir die Kampagne zusätzlich gemeinsam mit der **Deutschen Bahn**, die im Anschluss an die TV-Spots die besten und bequemsten Anreiseangebote per Bahn kommuniziert.“*

Erstmals – und mit Exklusiv-Partner **Ski amadé** – werden die Spots heuer auch in den **Niederlanden** und in **Tschechien** ausgestrahlt.

Olympia bringt Chancen in Asien

Wer an den kommenden Winter denkt, kommt natürlich auch an den Olympischen Winterspielen nicht vorbei, die vom 9. – 26. Februar 2018 in Pyeongchang ausgetragen werden. Die Republik Südkorea ist für das SalzburgerLand ein Herkunftsmarkt mit großem Wachstumspotenzial, die Nächtigungen von südkoreanischen Gästen haben sich in den vergangenen fünf Jahren mehr als verdoppelt. Die SLTG wird das Großereignis nützen und mit der Anfang 2017 gegründeten Marktgruppe **Salzburg welcomes ASIA 2020+**, in der neun Partner aus dem SalzburgerLand vereint sind, vor Ort sein.

*„Für das SalzburgerLand sind die Olympischen Spiele eine optimale Gelegenheit, um sich auf einer großen internationalen Bühne zu präsentieren“, freut sich **Leo Bauernberger**. „Im Vordergrund des Auftritts steht unser ganzjähriges Urlaubsangebot und die außergewöhnliche Kombination aus Natur und Kultur, die bei den Südkoreanern hervorragende Akzeptanz findet“,*

Gleich nach der Eröffnungsfeier präsentiert sich das SalzburgerLand gemeinsam mit der **Österreich Werbung, Tirol** und **Kärnten** im **Österreich Haus** in Pyeongchang, wo sich neben hochrangigen Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Sport auch viele internationale Medienvertreter und Reiseveranstalter treffen. Am 18. Februar gestaltet dann der Skicircus Saalbach Hinterglemm Leogang Fieberbrunn einen Abend ganz im Zeichen der Bewerbung für die **Alpine Skiweltmeisterschaft 2023**, an dem auch **SalzburgerLand-Botschafter Marcel Hirscher**, Manuel Feller (Kopfsponsor Saalbach) und weitere Top-Vertreter der heimischen Ski-Elite und Ausrüsterfirmen teilnehmen.

Weitergetragen wird das Olympische Feuer von der Marktgruppe Salzburg welcomes ASIA 2020+ übrigens auch in den kommenden vier Jahren, bei den ebenfalls in Asien stattfindenden Sommerspielen 2020 in Tokio und den Winterspielen 2022 in Peking.

Comeback der russischen Gäste

Erfreuliche Nachrichten gibt es auch vom russischen Markt, in dem die Talsohle nach dem Einbruch durch die EU-Wirtschaftssanktionen im Jahr 2014 durchschritten zu sein scheint: Vergangenen Winter gab es erstmals wieder ein Plus bei den Nächtigungen von Russen im SalzburgerLand. Marktexperten der Österreich Werbung und führende russische Reiseveranstalter sind sich einig, dass der positive Trend langfristig anhalten wird. Auch das Flugangebot nach Salzburg wurde für den Winter bereits ausgeweitet: **Austrian Airlines, Lufthansa, Rossja Airlines** und **S7 Airlines** haben ihr Flugangebot zum Teil sogar verdoppelt.

*Bauernberger: „Für die SLTG macht sich jetzt bezahlt, diesen Markt auch in schwierigen Zeiten kontinuierlich bearbeitet zu haben. Wichtige Kooperationen mit den größten russischen Reiseveranstaltern **Irida Travel, Pac Group, Tez Tour** und **Jettravel** sowie die Exklusiv-Partnerschaft mit der **Skihalle Moskau** haben sich über Jahre bewährt und die Wintersport-begeisterten russischen Gäste nachhaltig emotional mit dem SalzburgerLand verbunden.“*

Auch heuer wieder lädt das SalzburgerLand gemeinsam mit den Partnerregionen Zell am See-Kaprun, Gastein und Saalbach-Hinterglemm zu einem Winteropening in St. Petersburg und dem traditionellen Skitag in der **Skihalle Moskau**. Die erfolgreiche SLTG-Partnerschaft mit der Skihalle in der russischen Hauptstadt wurde erst vor wenigen Tagen um weitere drei Jahre verlängert.

Stille Nacht: Emotionales Angebot mit internationaler Schlagkraft

Ein weiteres Thema mit internationaler Schlagkraft, auf das die SLTG in den kommenden zwei Jahren intensiv ihr Augenmerk legt, ist das 200-Jahr-Jubiläum von „**Stille Nacht! Heilige Nacht!**“. Die Vorbereitungen in den Stille-Nacht-Orten und Museen laufen auf Hochtouren, bei der Vermarktung setzt die SLTG auf eine enge Zusammenarbeit mit den Bundesländern **Tirol** und **Oberösterreich** sowie der **Österreich Werbung** und starken internationalen Partnern wie **Austrian Airlines**.

Im **Stille Nacht Land** werden länderübergreifend Angebote mit Stil und Tiefe entwickelt, um das Lied als internationale Friedensbotschaft zu positionieren und die Heimat des heute berühmtesten Weihnachtsliedes der Welt bei den Menschen bekannt zu machen. Zu den Höhepunkten im Jubiläumsjahr 2018 zählen das Bühnenstück „**Silent Night Story**“ in der Felsenreitschule und die Sonderausstellung „**STILLE NACHT 200 | Geschichte. Botschaft. Gegenwart.**“ im **Salzburg Museum**.

Ebenso am Marketingplan stehen große Medienkooperationen, u.a. mit den **Salzburger Nachrichten**, der **Kronen Zeitung** und **National Geographic** sowie nationale und internationale Medien-Events. Auf der neu produzierten Website www.stillenacht.com und ihrer englischsprachigen Mutation können ab November 2017 Menschen weltweit alle Informationen und Geschichten rund um die Entstehung und Verbreitung von „Stille Nacht! Heilige Nacht!“, die Lied-Schöpfer Joseph Mohr und Franz Xaver Gruber sowie konkrete Urlaubsangebote, Veranstaltungstipps und Tourenvorschläge in den Stille-Nacht-Orten im SalzburgerLand, Tirol und Oberösterreich abrufen.