

HERZ DER ALPEN



NIEDERLÄNDISCHE TIROL-URLAUBER

T-MONA Winter 2021/22

TIROL **WERBUNG**

Foto: Tirol Werbung/Mallaun Josef

T-MONA (Tourismus Monitor Austria) ist die österreichweite Urlauberbefragung. In Form einer permanenten Online-Erhebung werden Gäste zum Entscheidungs- und Buchungsverhalten, zur Zufriedenheit, zu ihrem Aufenthalt, zum Image der Region, ihren Ausgaben etc. befragt.

Die Daten sind anhand der Nächtigungsstatistik nach Herkunftsland und Monat gewichtet.

Der Inhalt dieser Studie ist Eigentum der Tirol Werbung und darf grundsätzlich nur zum internen Gebrauch verwendet werden. Einzelne Ergebnisse dieser Studie dürfen nur unter Angabe der Quelle (Tirol Werbung) an Dritte weitergegeben werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist grundsätzlich nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Tirol Werbung erlaubt.

Anmerkung: Aus Gründen des besseren Leseflusses wird in der folgenden Aufbereitung das generische Maskulin verwendet. Es spricht somit weibliche, männliche und diverse Personen an.

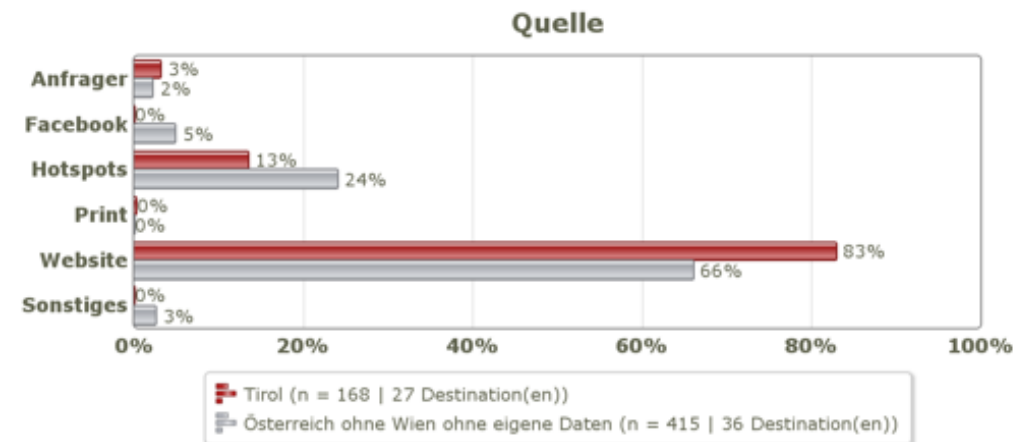
T-MONA: Stichprobe & Befragungsquelle

T-MONA	
Erhebungszeitraum	01.11.2021 - 30.04.2022
Stichprobengröße	n = 168
Befragungsart	Online
Benchmark	Österreich ohne Wien ohne eigene Daten
Filter	(Niederlande)
Gewichtung	Anhand der Nächtigungsstatistik nach Herkunftsland und Monat
Erstellungszeitpunkt	12.09.2022 13:47

Liegen einzelnen Antworten nur wenige Interviews zu Grunde, wird darauf automatisch hingewiesen.

Bei <100 Fällen (entspricht einer Schwankungsbreite von max. 10 %) wird der Wert in den Tabellen einmal eingeklammert [] und der Balken bzw. das Segment in der Grafik leicht transparent und mit einer gestrichelten Linie dargestellt.

Bei <40 Fällen (entspricht einer Schwankungsbreite von max. 15 %) wird der Wert zweimal eingeklammert [[]]. Aufgrund der hohen Schwankungsbreite wird der Balken bei Mehrfachantworten in der Grafik nicht mehr angezeigt. Sollte eine Frage bei weniger als 40 Fällen beantwortet worden sein, so erscheint keine Grafik mehr im Report.



Agenda

1. Key Facts
2. Urlauberstruktur
3. Information/Entscheidung
4. Aufenthalt/Aktivitäten/Ausgaben
5. Zufriedenheit/Empfehlung
6. Image Tirols

Key Facts

Urlauberstruktur

- Tirol-Urlauber aus den Niederlanden im Winter sind durchschnittlich 50,5 Jahre alt; Durchschnittsalter entspricht damit Rest-Ö ohne Wien
- Großteil fällt in die Altersgruppen 50-59 Jahre (36%) und 40-49 Jahre (29%)
- Hohes Bildungsniveau der niederländischen Tirol-Urlauber: mehr als die Hälfte (57%) mit Uni/FH-Abschluss, 12% mit Matura
- Hohes monatliches HH-Nettoeinkommen (82% mehr als € 3.000,-); im Vergleich zu Rest-Ö ohne Wien weniger Gäste im Einkommensbereich € 3.000 bis € 4.000,- (in Tirol 20% vs. 32% in Rest-Ö ohne Wien), etwas mehr im Bereich € 4.000,- bis € 6.000,- (39% vs. 34%)
- 27% der niederländischen Wintergäste sind Familien mit Kindern unter 14 Jahren, 21% kommen als Paar; jeweils 16% reisen mit Freunden oder im weiteren Familienkreis; in Rest-Ö ohne Wien reisen mehr Urlauber im weiteren Familienkreis (28%)
- Fast 80 % sind Stammgäste, die (fast) jedes Jahr einen Urlaub in Tirol verbringen; 14% sind Intervallgäste und nur etwa 5% Erstbesucher

Key Facts

Informationsverhalten und Aufenthalt

- Aufmerksam auf die Region wurden niederländischen Tirol-Urlauber im Winter vor allem durch das Internet (48%) und frühere Besuche (43%) sowie Empfehlungen von Freunden/Bekanntem (31%; etwas geringer als in Rest-Ö ohne Wien mit 39%)
- 50% der Winter-Urlauber aus den Niederlanden entscheiden sich für Hotels, knapp 40% für Ferienwohnungen; damit Hotels über- und FeWo unterdurchschnittlich zu Rest-Ö ohne Wien (39% bzw. 45%)
- Knapp 9 von 10 reisen mit dem eigenen Auto an; Flugzeug (5%) und Wohnwagen (4%) mit geringer Bedeutung
- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 7,3 Tagen und damit höher als in Rest-Ö ohne Wien (6,8 Tage)
- Niederländische Tirol-Urlauber verbringen im Winter v.a. einen Wintersporturlaub (95%); erst deutlich dahinter folgen Winterurlaub im Schnee (ohne Sport, 11%), Erholungsurlaub (8%) und Natururlaub (6%); Erholungsurlaub deutlich weniger genannt als in Rest-Ö ohne Wien (15%), die restlichen Urlaubsarten in etwa mit ähnlichen Werten

Key Facts

Urlaubsaktivitäten - Sport

- Skifahren ist klarerweise mit 90% DIE meistgenannte Aktivität (für 88% die Hauptaktivität)
- 46% der Tirol-Urlauber aus den Niederlanden nennen bereits Winterwandern (17% als Hauptaktivität im Urlaub)
- Auch andere Wintersportarten stehen am Programm: Snowboarden (16%), Rodeln (15%) und Tourenski-gehen (7%)
- Baden/Schwimmen als Erholungskomponente für knapp ein Viertel der Urlauber von Bedeutung (hauptsächlich als Nebenaktivität)



Foto: Tirol Werbung/Pupeter Rupert

Key Facts

Sonstige Urlaubsaktivitäten

- Kulinarik und Genuss als wesentliche Urlaubskomponente: 65% der niederländischen Wintergäste besuchen Restaurants, 17% gehen ins Kaffeehaus und knapp 30% genießen regionale Speisen/Getränke
- Neben der sportlichen Aktivität stehen auch viele Erholungs- und Genussaktivitäten am Programm: Entspannen/Nichts-tun (34%), Spazieren gehen (23%), Besuch von Sehenswürdigkeiten (15%) und Wellness-/Schönheitsangebote (12%)
- Für 43% der niederländischen Tirol-Urlauber gehört Après Ski zum Winterurlaub einfach dazu



Foto: Tirol Werbung/Johansson David

Key Facts

Ausgaben

- Durchschnittliche Tagesausgaben ohne Anreise mit € 192,- etwas niedriger als in Rest-Ö ohne Wien (€ 206,-)
- Im Vergleich in Tirol etwas geringere Ausgaben bei der Unterkunft (€ 83,- vs. € 90,-) und auch bei den sonstigen die Unterkunft betreffenden Ausgaben (Getränke, Wellness, etc.; € 14,- vs. € 22,-)
- Ansonsten keine großen Unterschiede in den einzelnen Ausgabenkategorien bei den niederländischen Winterurlaubern

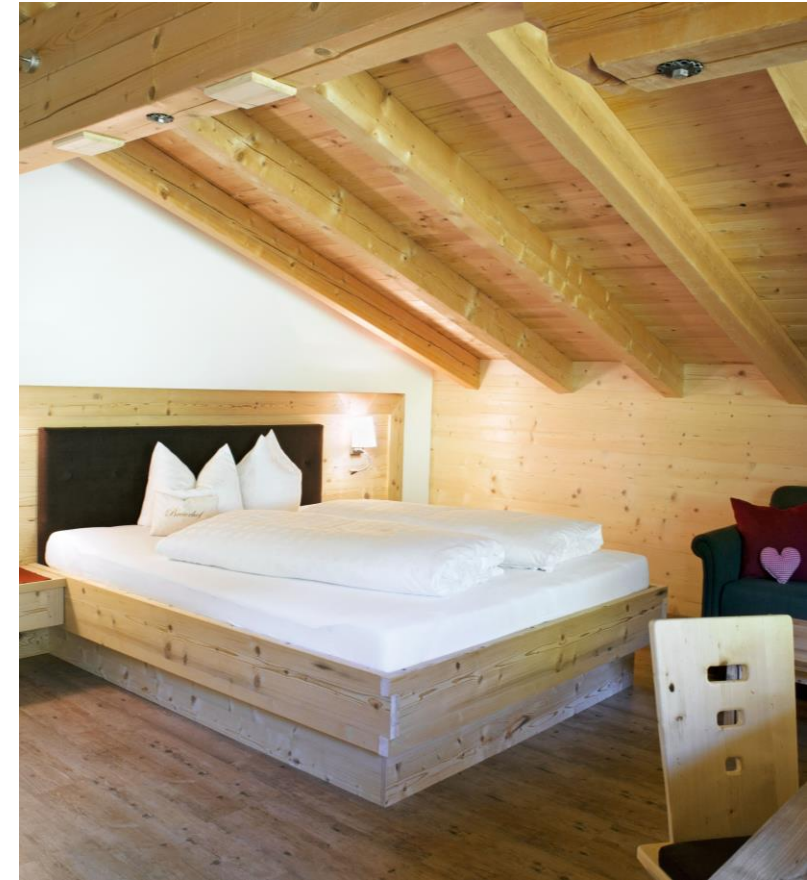


Foto: Tirol Werbung/Hörterer Lisa

Key Facts

Top Gründe für Tirol & Zufriedenheit

- Die Top-Gründe für einen Tirol-Urlaub sind das Wintersportangebot (59%), Attraktivität des Skigebietes (53%), die Schneesicherheit auf den Pisten (42%), die Berge (24%) und die Nähe/gute Erreichbarkeit vom Heimatort (23%)
- 54 % der niederländischen Winterurlauber sind „äußerst begeistert“ von ihrem Aufenthalt in Tirol (vgl. Rest-Ö ohne Wien: 64%)
- Höchste Zufriedenheitswerte bei Landschaft/Natur, Sauberkeit, Wintersportangebot, Sicherheit und dem Skigebiet
- Die Weiterempfehlungsrate liegt bei 56% und entspricht in etwa Rest-Ö ohne Wien



Foto: Tirol Werbung/Moore Casey

Key Facts

Image Tirols

- Tirol-Urlauber im Winter beschreiben Tirol vor allem als sportlich-aktiv (78%), gemütlich (72%), gastfreundlich (70%), genussvoll (60%) und locker/unkonventionell (58%)
- Hohe Zustimmungswerte auch noch bei erholsam, familienfreundlich, traditionell und warmherzig
- Geringste Zustimmung bei innovativ, teuer und exklusiv/luxuriös
- Tirol wird im Vergleich zu Rest-Ö ohne Wien stärker als sportlich-aktiv, naturnahe/ursprünglich, erholsam, traditionell und authentisch wahrgenommen



Foto: Tirol Werbung/Haindl Ramon

Veränderungen zum Winter 2019/20 *

- Etwas höheres Durchschnittsalter der Winterurlauber aus den Niederlanden (50,5 Jahre vs. 47,5 Jahre); teilweise auch auf die gesellschaftliche Entwicklung zurückzuführen
- Anteil in der Gruppe mit HH-Nettoeinkommen über € 4.000,- steigt von 53% auf 62%; Rückgänge hingegen vor allem in der Gruppe € 2.000,- bis € 4.000,- (sinkt von 44% auf 32%)
- Bei den Gründen für Tirol gewinnen für die niederländischen Winterurlauber in Tirol Sportmöglichkeiten (53% vs. 45%), Hotels/ Unterkünfte (38% vs. 29%), touristisches Angebot/Freizeitangebot (23% vs. 14%), gastronomisches Angebot (20% vs. 9%) und Sehenswürdigkeiten/Kultur (8% vs. 1%) an Bedeutung
- Anreise mit dem eigenen Auto bleibt auf hohem Niveau (88% vs. 86%)
- Sportliche Aktivitäten: Skifahren bleibt für die Niederländer die wichtigste Aktivität im Winterurlaub in Tirol (jeweils 90%), auch die restlichen Wintersportaktivitäten bleiben im Zeitvergleich auf einem ähnlichen Niveau

* Vergleich zum Winter vor Beginn der Corona-Pandemie

Veränderungen zum Winter 2019/20 *

- Sonstige Urlaubsaktivitäten: Après Ski verliert aufgrund der Einschränkungen und fehlendem Angebot durch die Corona-Bestimmungen an Bedeutung (43% vs. 53%)
- Durchschnittliche Tagesausgaben (ohne Anreise) steigen leicht von € 180,- auf € 192,- u.a. aufgrund etwas höherer Ausgaben für die Unterkunft und Seilbahnen/Lifte
- Leicht geringere Gesamtzufriedenheit (54% vs. 61% „sehr zufrieden“ mit dem Gesamtaufenthalt), geringere Detailzufriedenheit u.a. beim öffentlichen WLAN-Zugang, Verleih von Sportgeräten, öffentliche Verkehrsmittel vor Ort, Hotel/Unterkunft, Skigebiet, Wintersportangebot abseits der Piste, Tourismusinformation vor Ort und auch mit den Öffnungszeiten in der Gastronomie (aufgrund Corona-Bestimmungen teilweise eingeschränktes oder verändertes Angebot)
- Darüber hinaus keine auffallenden Veränderungen; damit insgesamt trotz veränderter Reisegewohnheiten und Einschränkungen bedingt durch die Corona-Pandemie sehr stabile Ergebnisse

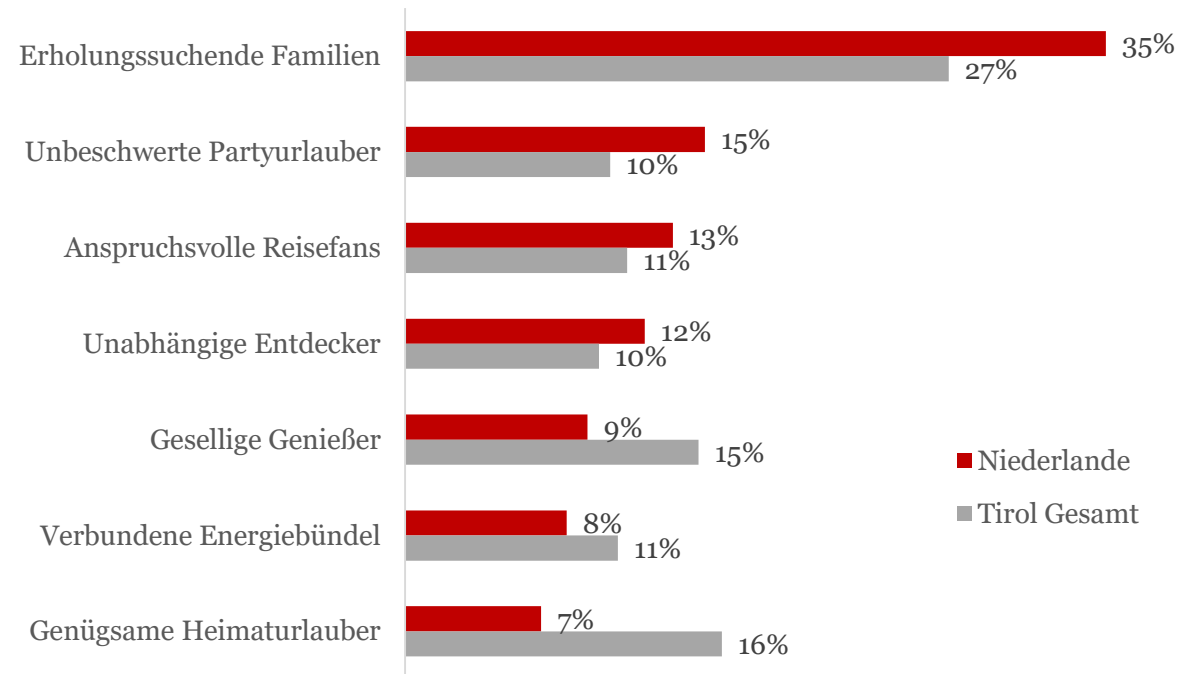
* Vergleich zum Winter vor Beginn der Corona-Pandemie

URLAUBERSTRUKTUR



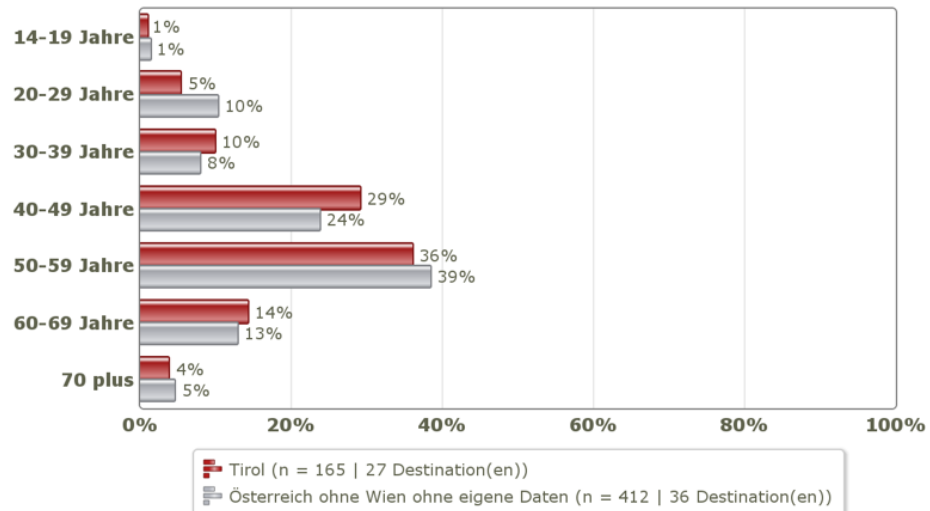
Zuordnung Zielgruppe

- Deutlich höherer Anteil der Zielgruppe „Erholungssuchende Familien“ aus dem niederländischen Herkunftsmarkt im Vergleich zu Tirol Gesamt im Winter
- Mehr „Unbeschwerte Partyurlauber“
- „Genügsame Heimaturlauber“ und „Gesellige Genießer“ mit geringerem Anteil
- Keine großen Unterschiede bei den „Anspruchsvollen Reisefans“, „Verbundenen Energiebündeln“ und den restlichen Zielgruppen

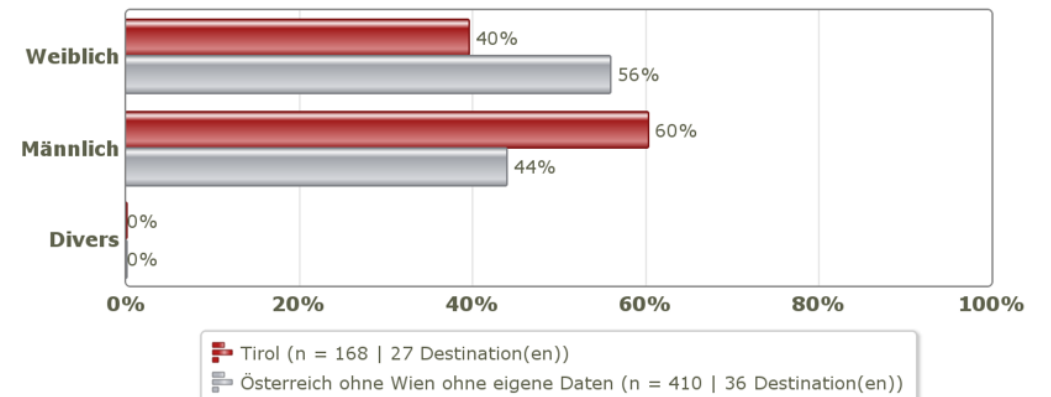


Alter & Geschlecht

Alter der über 13-Jährigen

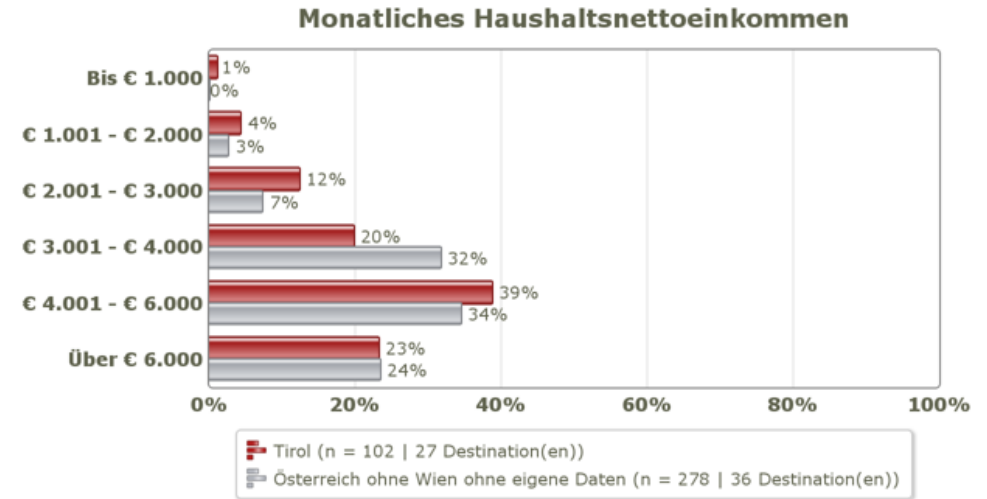
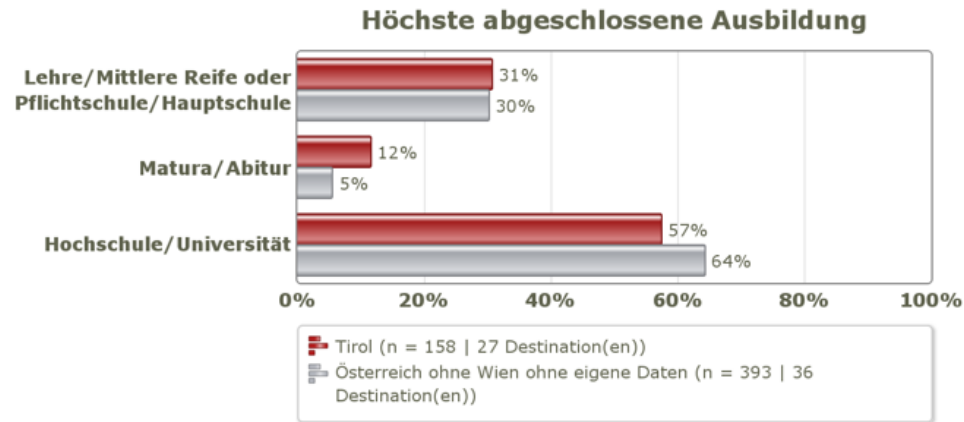


Geschlecht

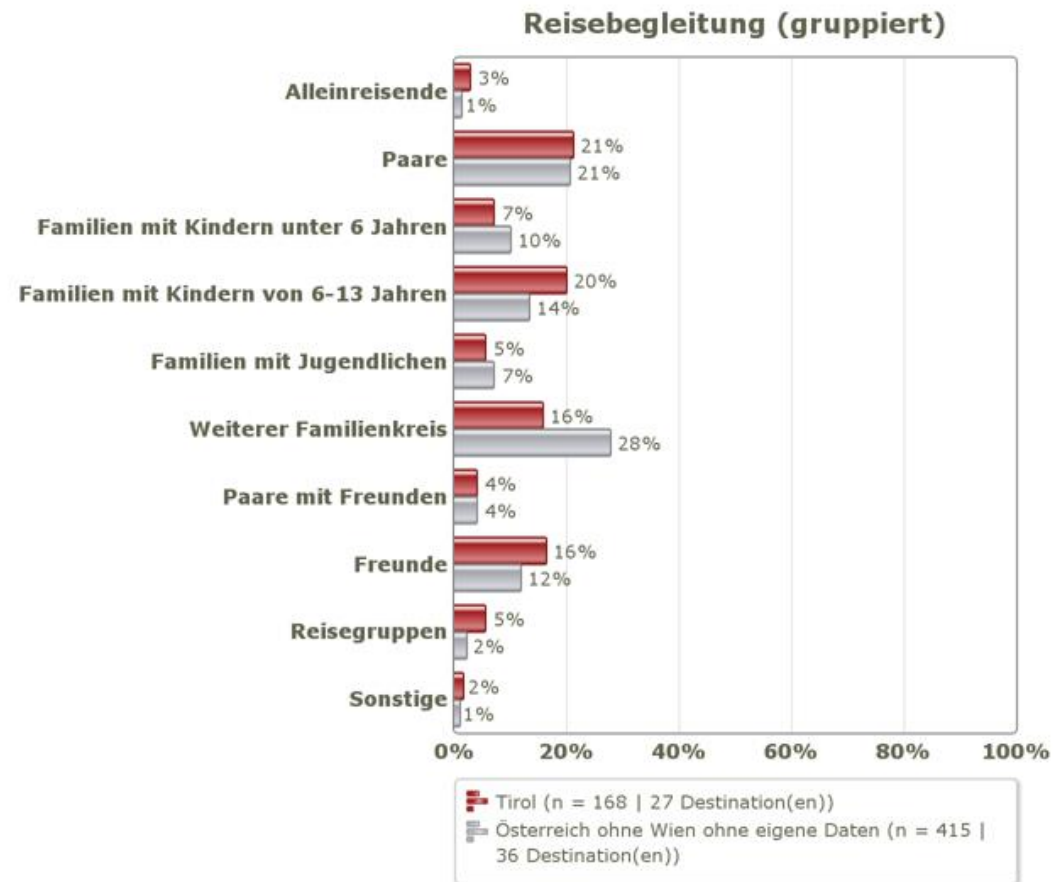


	Durchschnitt eigener Wert	Durchschnitt Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Alter	50,5 Jahre	49,3 Jahre	165	412

Bildung & Monatliches HH-Netto-Einkommen

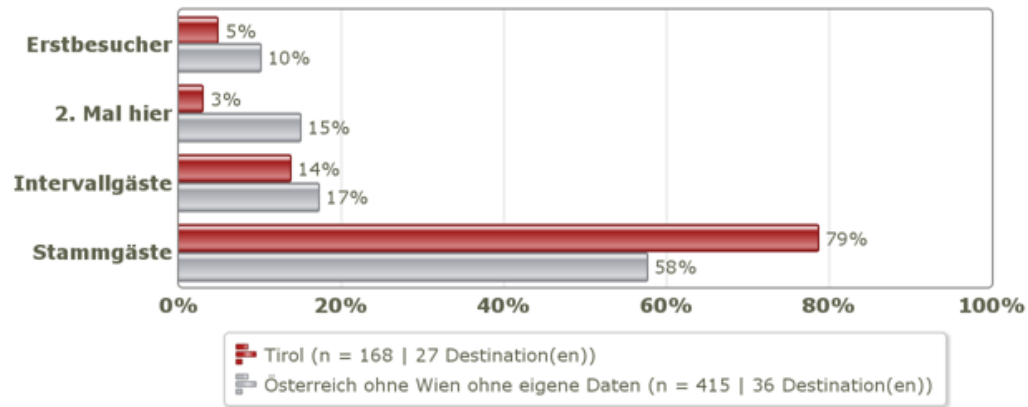


Reisebegleitung

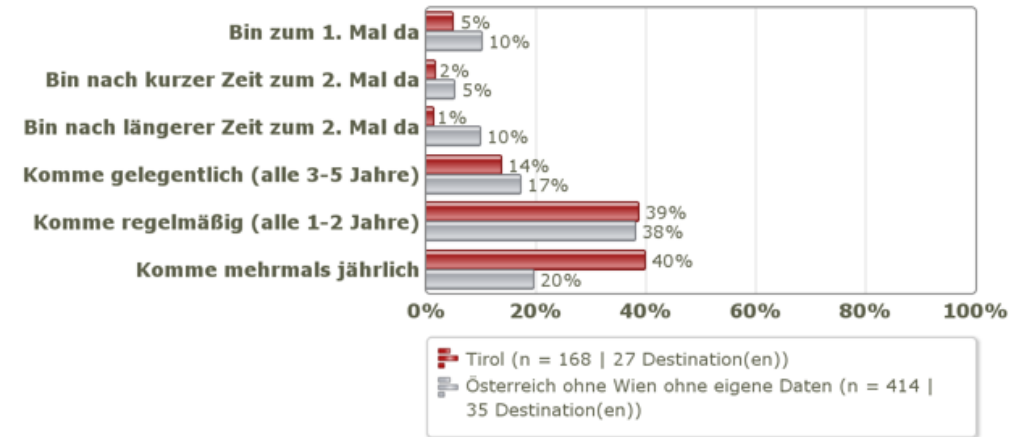


Besuchserfahrung Tirol

Besuchserfahrung in diesem Bundesland



Besuchshäufigkeit in diesem Bundesland

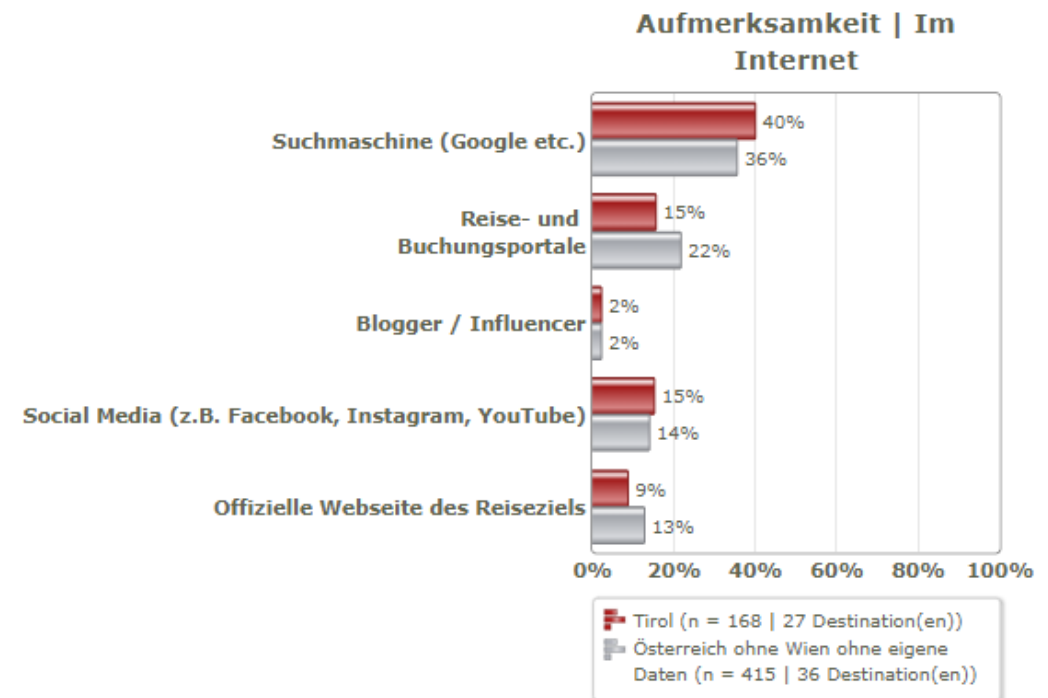
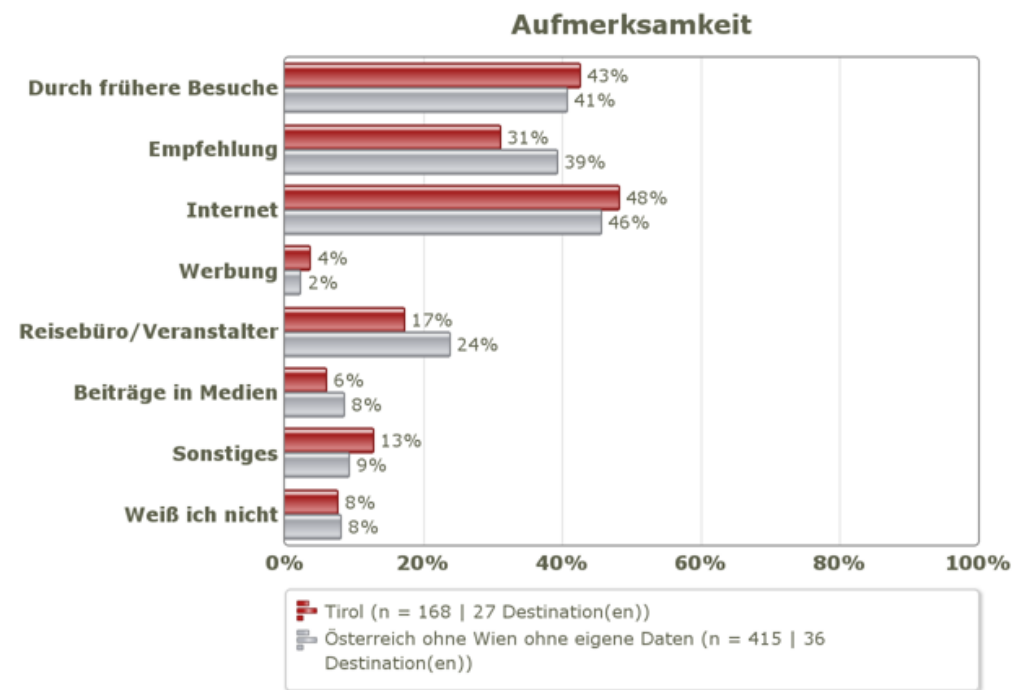


INFORMATION | ENTSCHEIDUNG

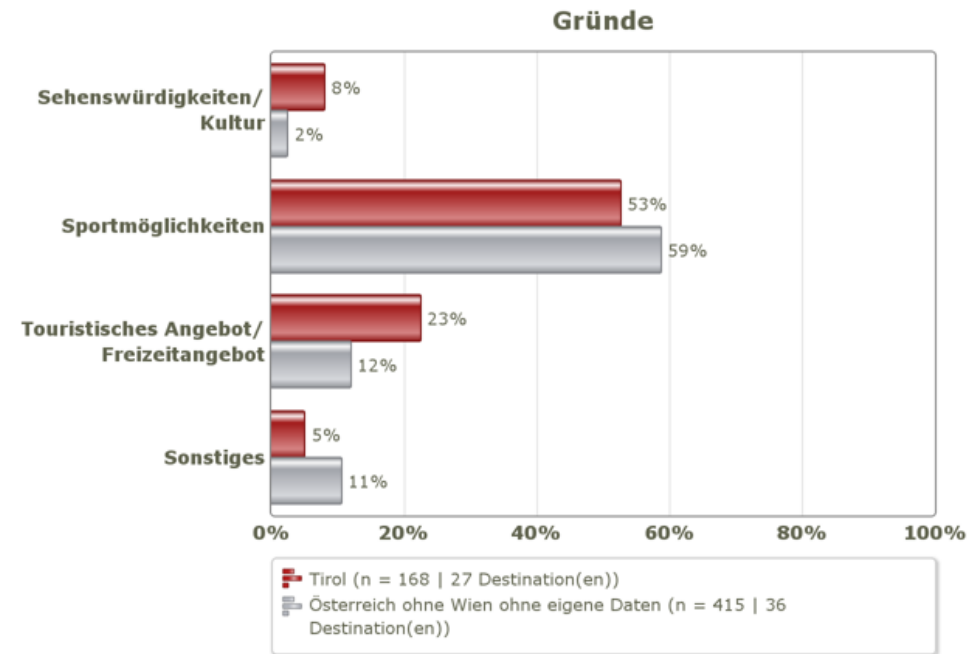
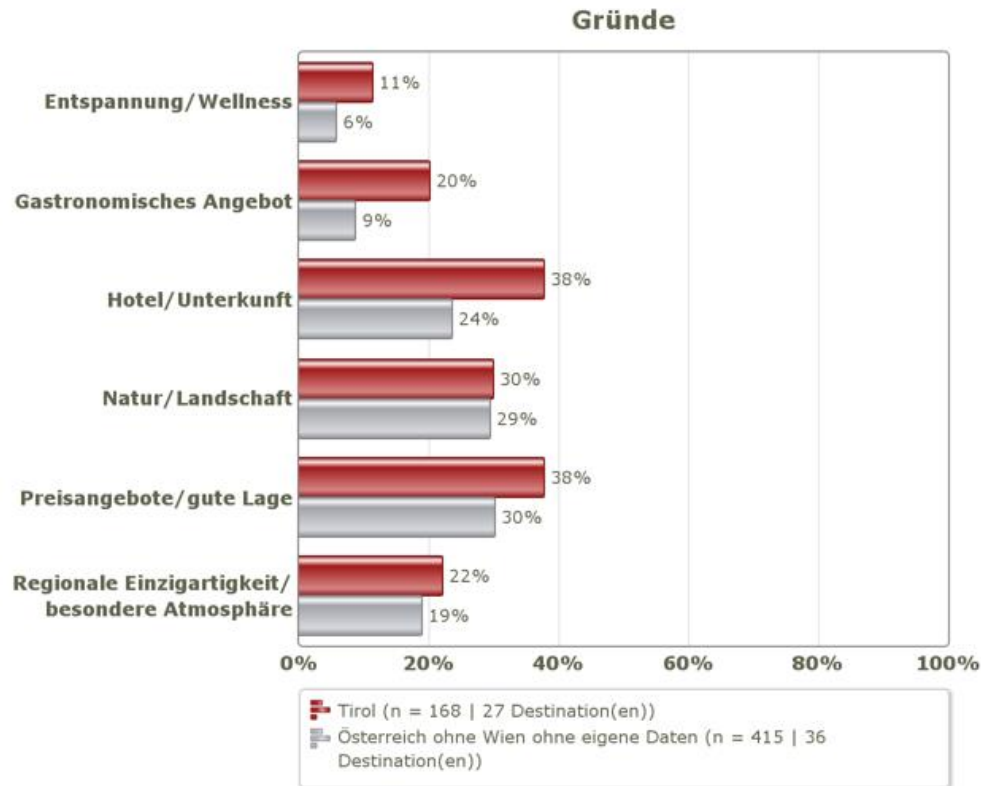


Foto: Tirol Werbung/Koopmann Jörg

Aufmerksamkeit



Gründe für die Destinationsentscheidung | Oberkategorien



Anmerkung: Gründe für die Destinationsentscheidung werden in T-MONA zuerst in Oberkategorien abgefragt. Wird eine Oberkategorie ausgewählt, stehen weitere Unterkategorien zur Auswahl. Diese Unterkategorien werden dann in den Top 15 angeführt. Mehrfachantworten möglich!

Gründe für die Destinationsentscheidung | Unterkategorien Top 15

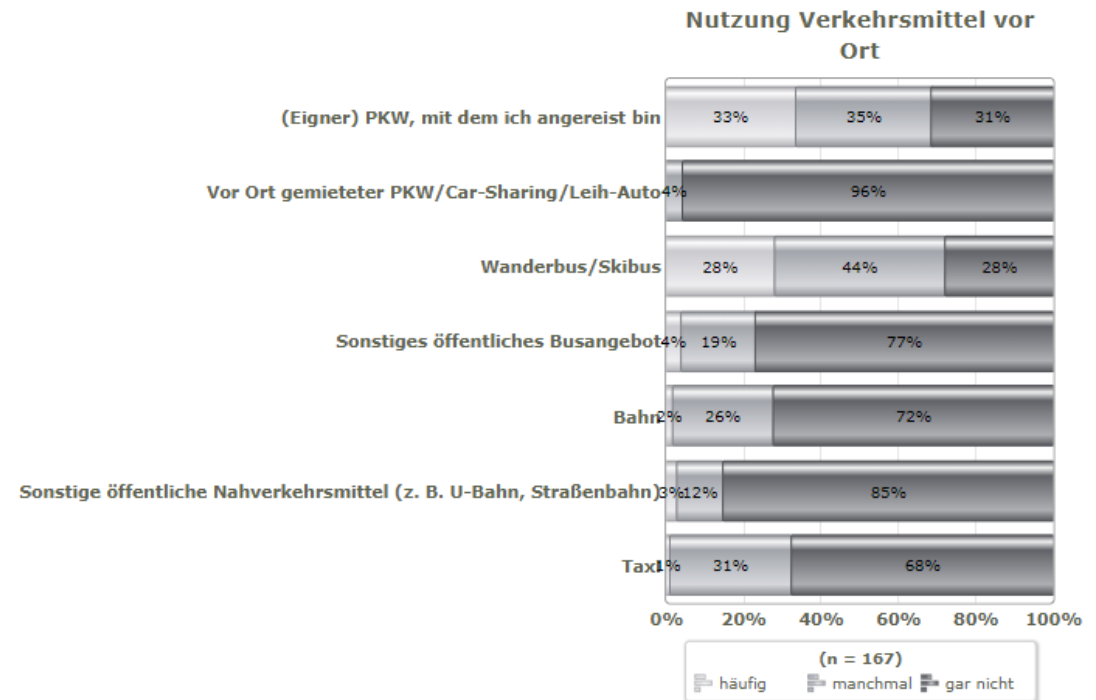
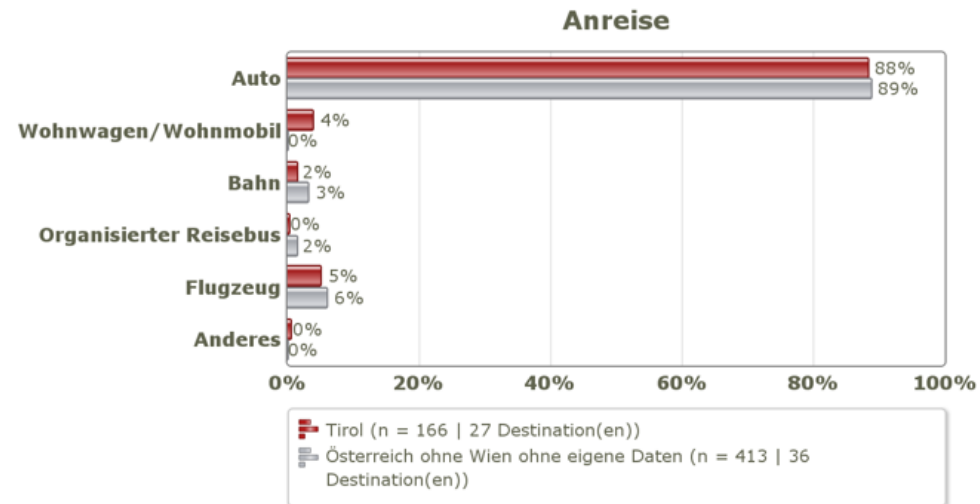
	Anteil der Nennungen eigener Wert	Anteil der Nennungen Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Wintersportangebot	59%	54%	168	415
Attraktivität des Skigebietes	53%	53%	168	415
Schneesicherheit auf den Pisten	42%	43%	168	415
Berge	24%	27%	168	415
Nähe/gute Erreichbarkeit von meinem Heimatort	23%	20%	168	415
Preis (günstiges Urlaubsangebot)	20%	14%	168	415
Schnee-/Winterlandschaft	17%	19%	168	415
Regionale Speisen/Getränke	17%	8%	168	415
Gastfreundschaft	15%	16%	168	415
Gute Luft/Klima	14%	10%	168	415
Atmosphäre/Flair	14%	11%	168	415
Tradition/Brauchtum	14%	5%	168	415
Landschaft/Natur	13%	11%	168	415
Vielfalt des gastronomischen Angebots	11%	3%	168	415
Qualität des gastronomischen Angebots	11%	5%	168	415

Anmerkung: Gründe für die Destinationsentscheidung werden in T-MONA zuerst in Oberkategorien abgefragt. Wird eine Oberkategorie ausgewählt, stehen weitere Unterkategorien zur Auswahl. Diese Unterkategorien werden dann in den Top 15 angeführt. Mehrfachantworten möglich!

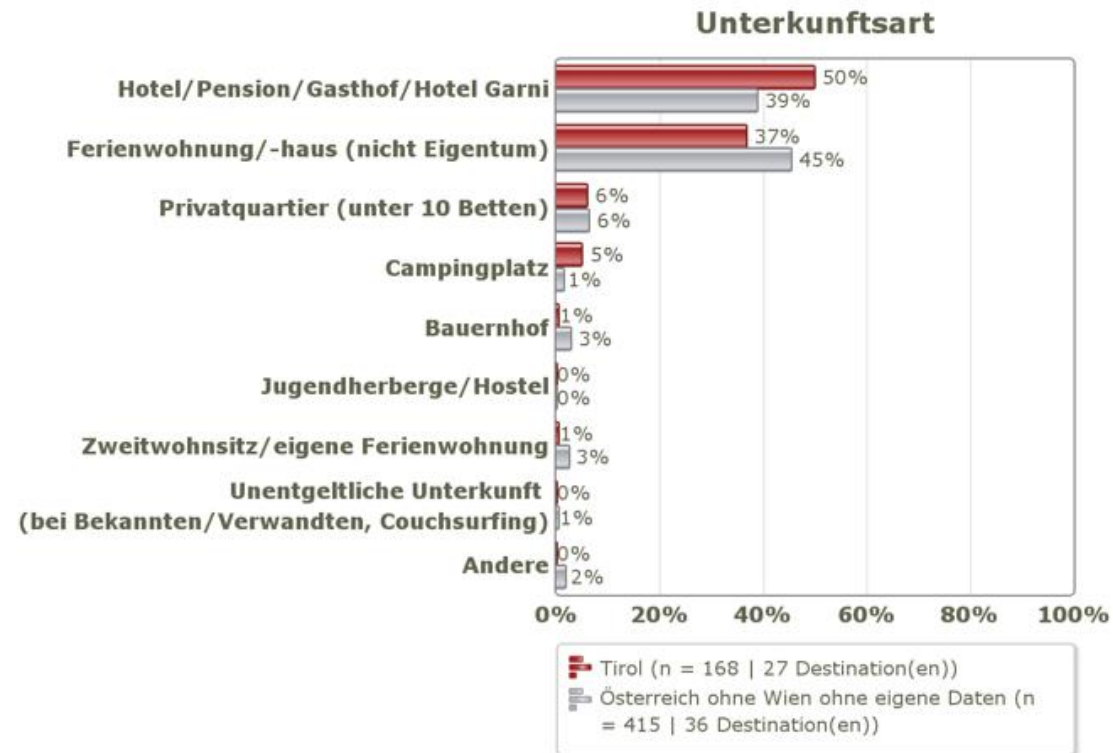
AUFENTHALT



Anreise und **Verkehrsmittel vor Ort**

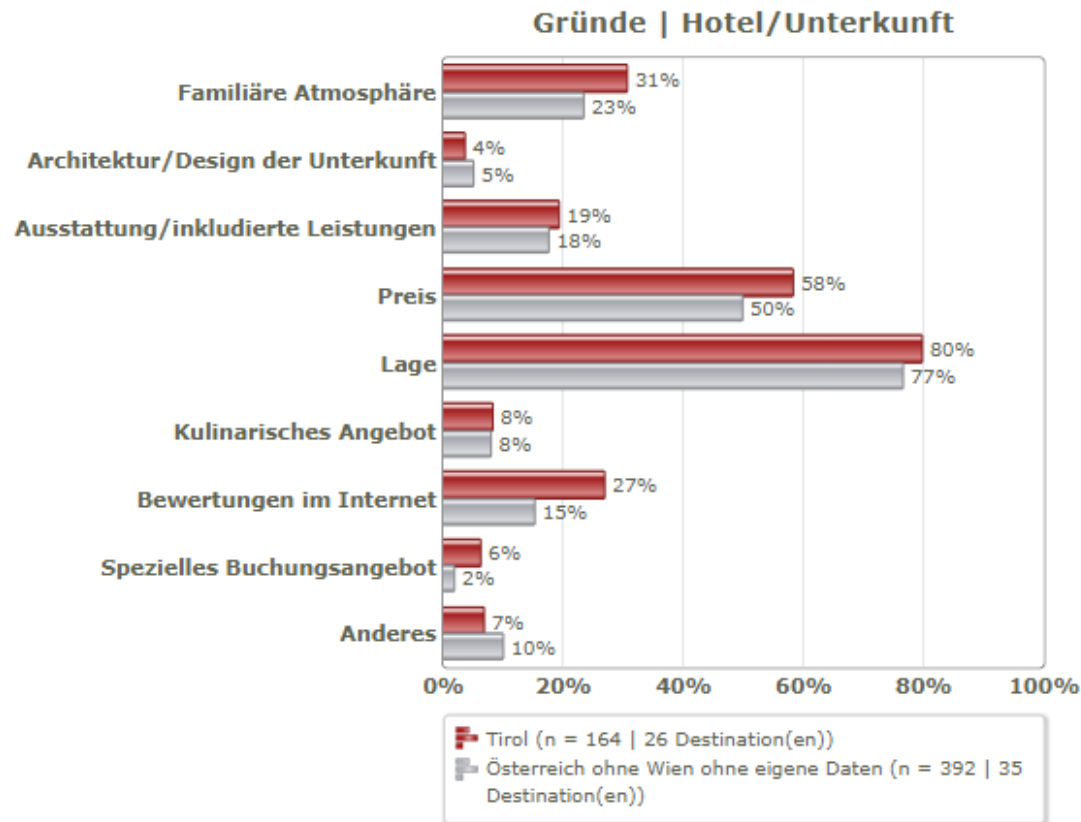


Unterkunftsart

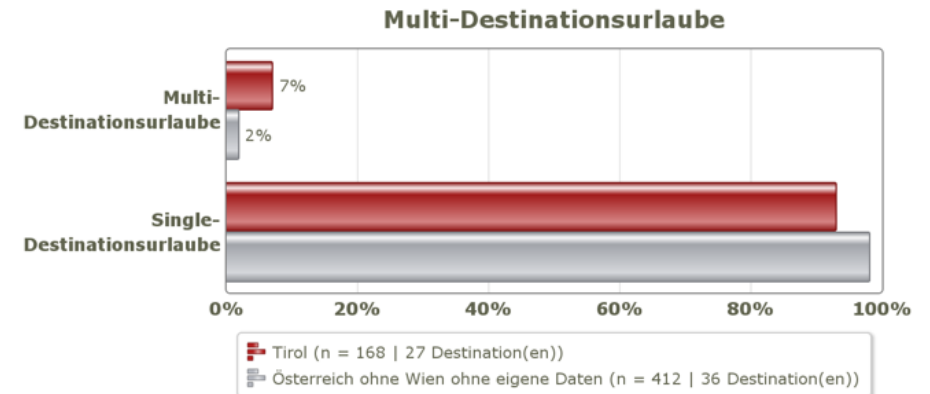
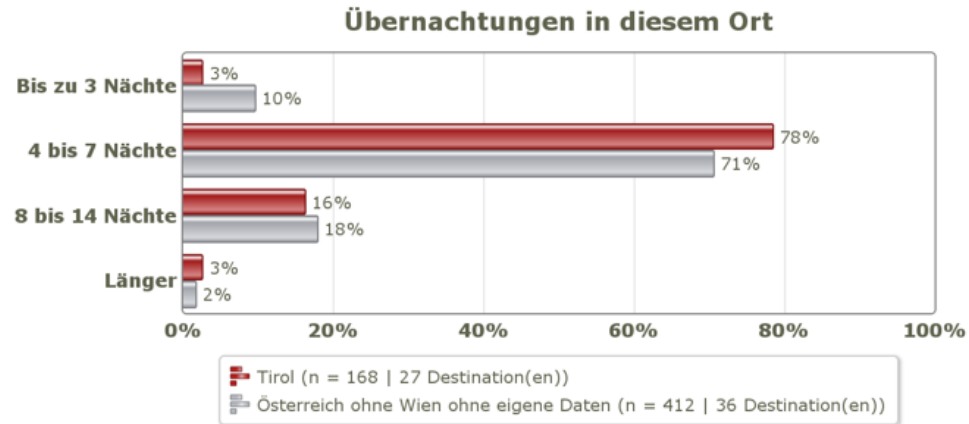


Unterkunftswahl | Kriterien

Basis: Tirol-Urlauber, die sich aufgrund der Unterkunft für Tirol entschieden haben



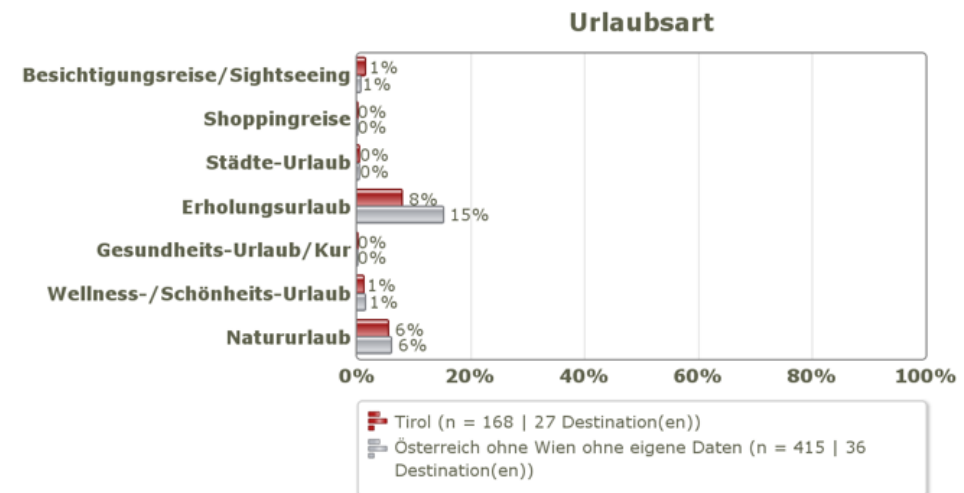
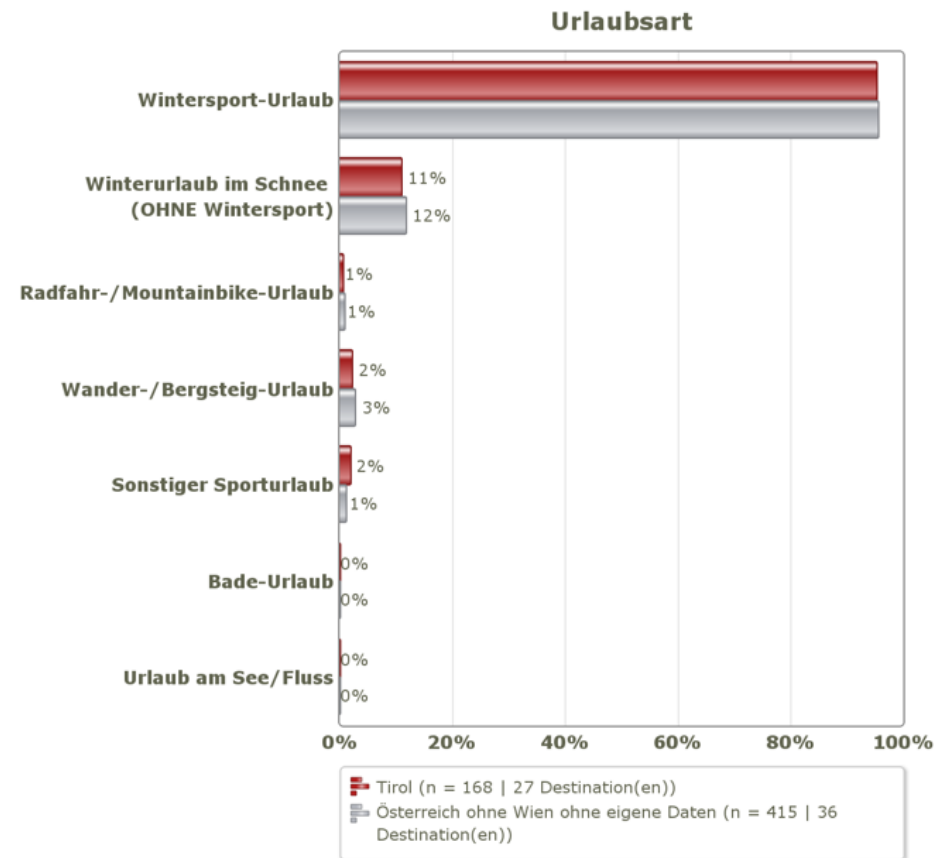
Übernachtungen



	Durchschnitt eigener Wert	Durchschnitt Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Übernachtungen in diesem Ort	7,3	6,8	168	412
Übernachtungen in Österreich	7,7	7,1	168	412
Übernachtungen gesamt	7,7	7,1	168	412

Urlaubsarten

[Mehrfachnennungen; max. 3 Antworten möglich]



Aktivitäten | Top 10

	Anteil Nennungen eigener Wert	Anteil Nennungen Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Alpiner Wintersport (Skifahren, Snowboarden, Freeriden)	95%	96%	168	415
Skifahren	90%	90%	168	415
Essen gehen (außerhalb der Unterkunft)	65%	65%	168	415
Wandern	46%	44%	168	415
Après Ski	43%	46%	168	415
Entspannen, nichts tun	34%	26%	168	415
Typische Speisen/Getränke aus der Region genießen	29%	21%	168	415
Schwimmen/Baden	23%	16%	168	415
Spazieren gehen/Bummeln/ flanieren	23%	23%	168	415
Ins Kaffeehaus gehen	17%	25%	168	415

Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

Hauptaktivitäten* | Top 10

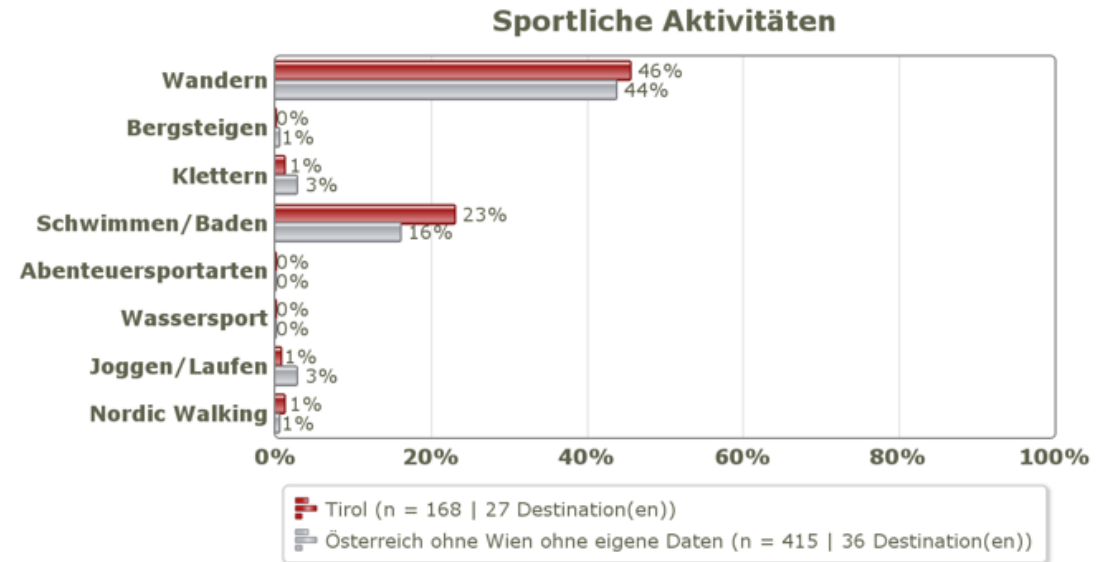
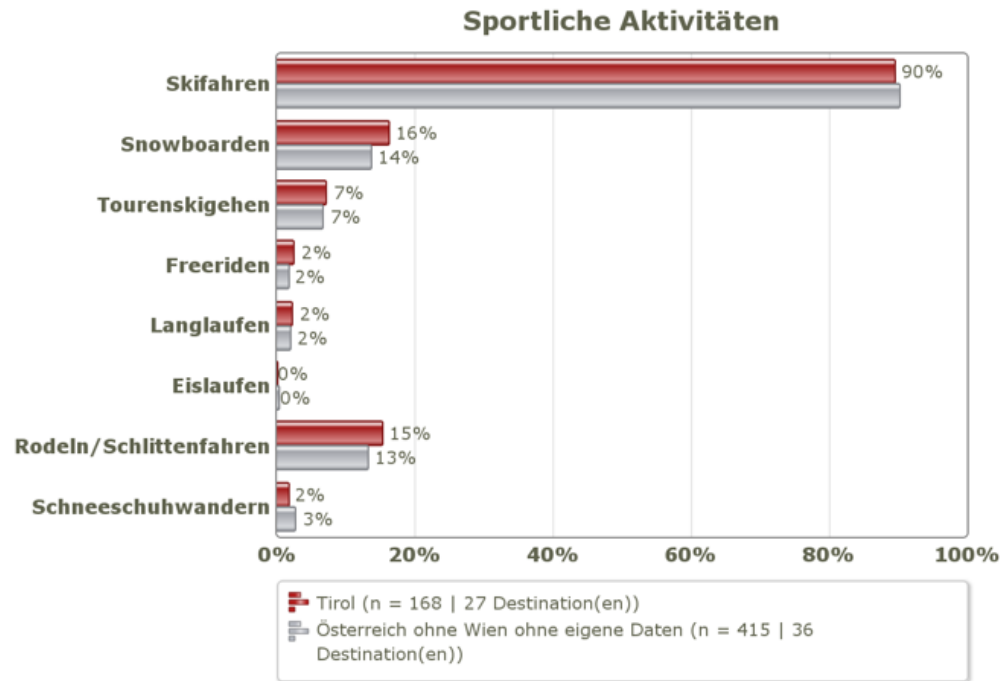
*Nur Aktivitäten, die als „Hauptaktivität“ eingestuft wurden (ohne „Nebenaktivitäten“); Mehrfachnennungen möglich

	Anteil der Nennungen eigener Wert	Anteil der Nennungen Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Skifahren	88%	88%	168	415
Essen gehen (außerhalb der Unterkunft)	23%	22%	168	415
Wandern	17%	15%	168	415
Snowboarden	16%	13%	168	415
Typische Speisen/Getränke aus der Region genießen	12%	7%	168	415
Spazieren gehen/Bummeln/flanieren	10%	5%	168	415
Après Ski	9%	11%	168	415
Entspannen, nichts tun	8%	8%	168	415
Tourenskigehen	4%	2%	168	415
Bars/Diskotheken/Nachtleben	4%	1%	168	415

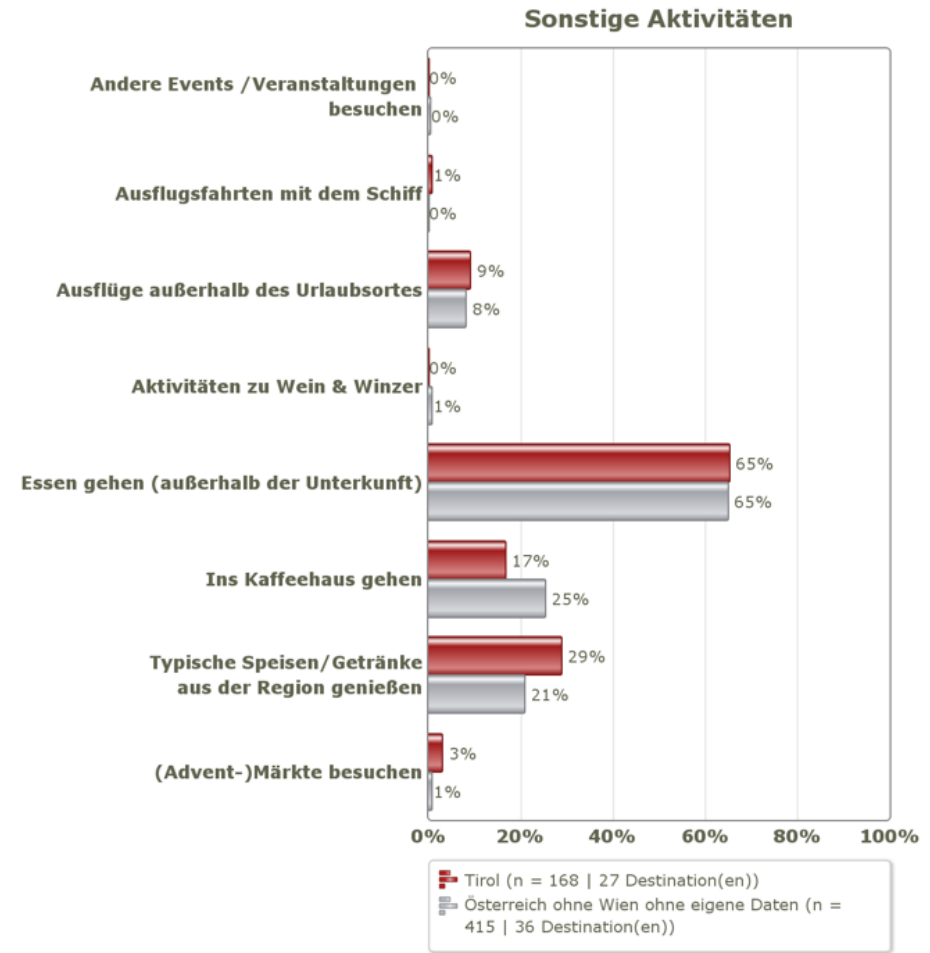
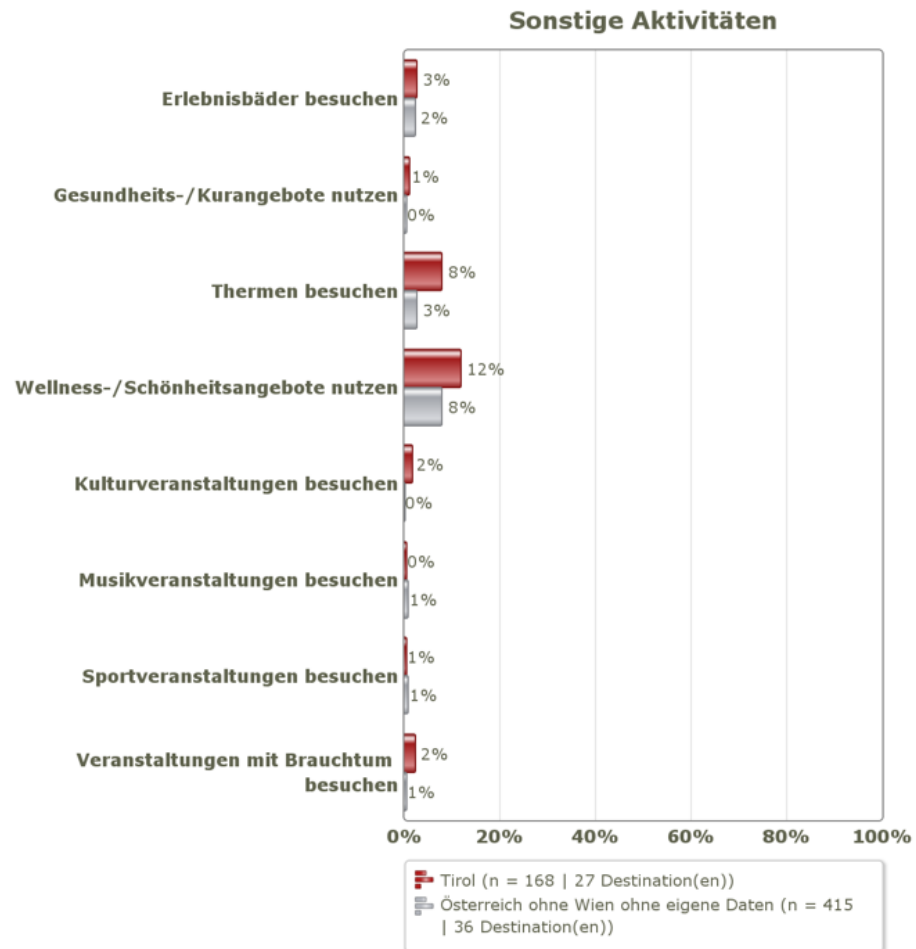
Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

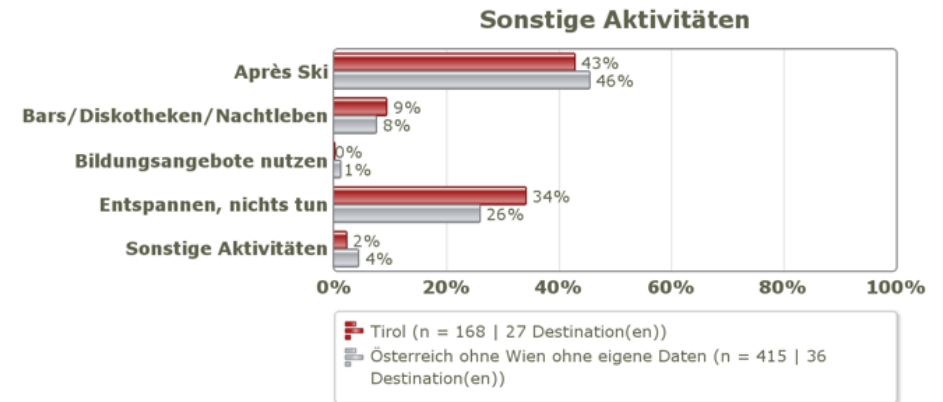
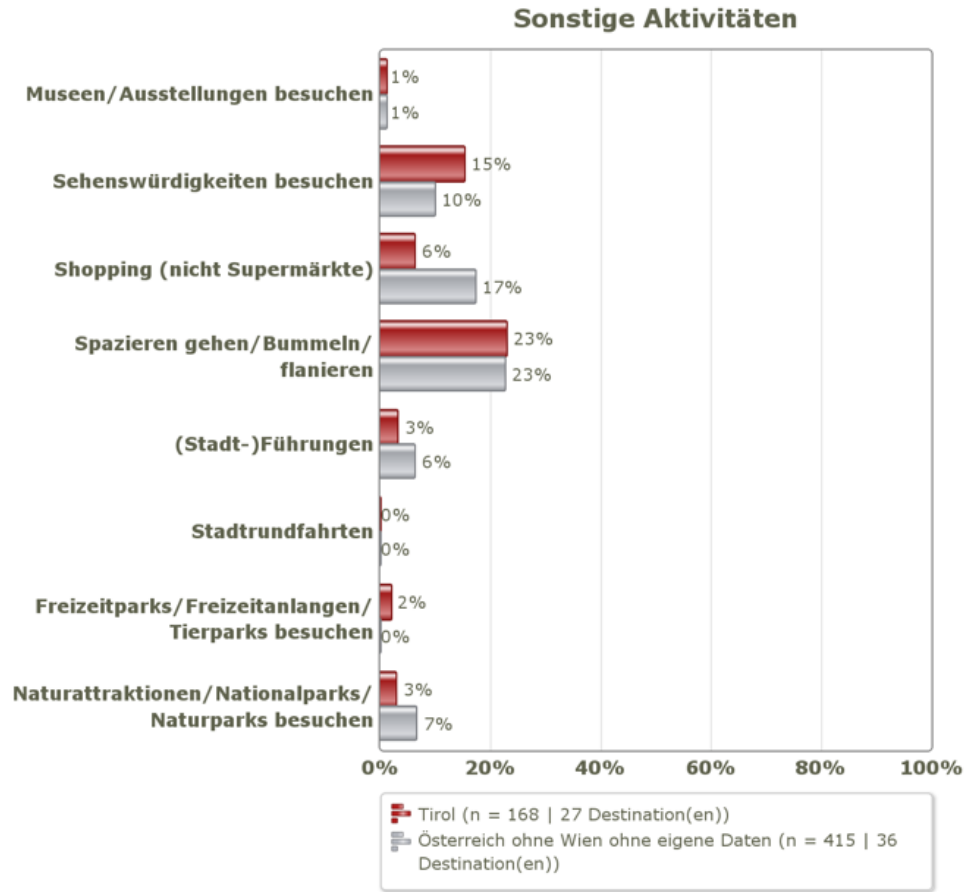
Sportliche Aktivitäten



Sonstige Aktivitäten



Sonstige Aktivitäten



Ausgaben

	Durchschnitt eigener Wert	Anteil € 0,- eigener Wert	Durchschnitt Benchmark ohne eigene Daten	Anteil € 0,- Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
An- und Rückreise (zu/vom Aufenthaltsort)	€ 20	0%	€ 22	0%	166	411
Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Mietauto, Taxi, Bus, Bahn)	€ 4	45%	€ 4	45%	166	411
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 83	1%	€ 90	2%	166	411
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 14	31%	€ 22	31%	166	411
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 30	5%	€ 26	6%	166	411
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 12	14%	€ 13	14%	166	411
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 37	4%	€ 38	4%	166	411
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 5	65%	€ 5	66%	166	411
Sonstige Ausgaben	€ 8	36%	€ 8	44%	166	411
Gesamter Urlaub ohne Anreise	€ 192	0%	€ 206	0%	166	411
Gesamter Urlaub	€ 212	0%	€ 228	0%	166	411

Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen



ZUFRIEDENHEIT | EMPFEHLUNG

Gesamtzufriedenheit

Skala: 1 = Äußerst begeistert | 6 = Eher enttäuscht

= *Erwartungshaltung vs. wahrgenommene Leistung*

- Hohe Erwartungshaltung der Urlauber wird gut erfüllt: 54% sind „äußerst begeistert“ vom Urlaub (Rest-Ö ohne Wien: 64%)
- Tirol im Vergleich zu Rest-Ö ohne Wien in einzelnen Bereichen mit geringeren Zufriedenheitswerten, u.a.:
 - Wintersportangebot abseits der Piste, Verleih von Sportgeräten
 - Anreise sowie öffentliche Verkehrsmittel vor Ort
 - Atmosphäre/Flair, Flaniermeilen/Fußgängerzonen



Foto: Tirol Werbung/Pupeter Robert

Zufriedenheit | Details

Stärken

[=Mittelwert <1,60]

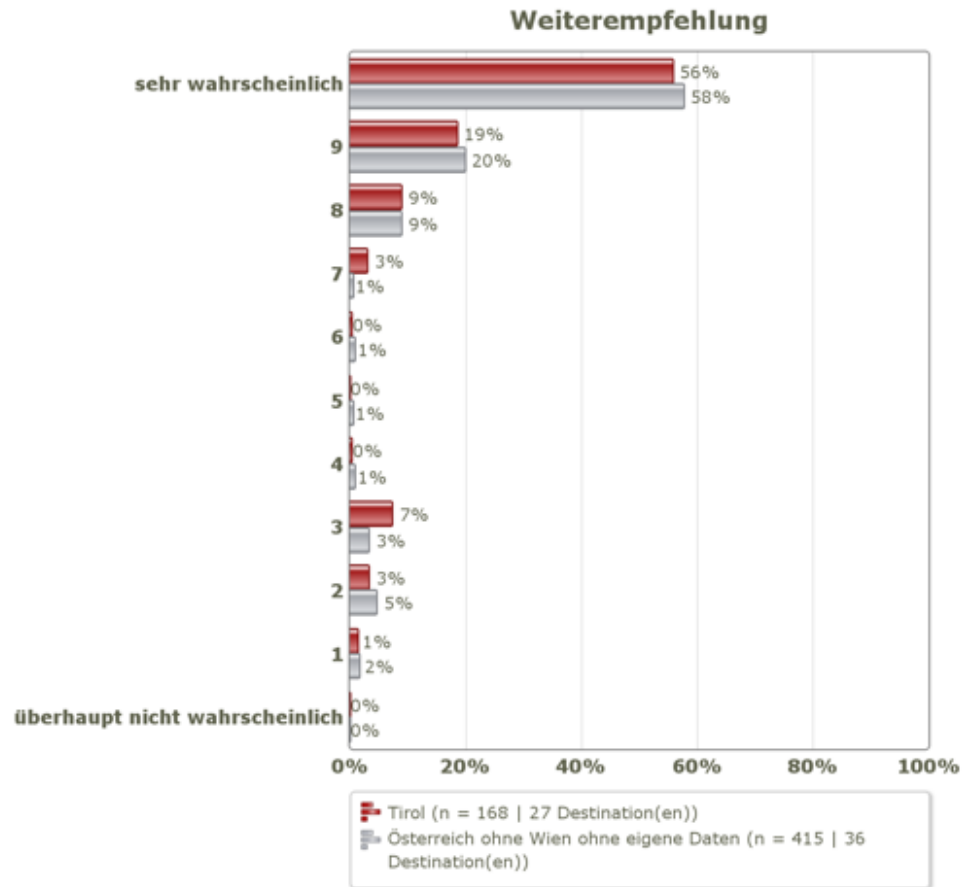
- Landschaft/Natur
- Wintersportangebot
- Sauberkeit
- Sicherheit
- Skigebiet

Verbesserungspotenziale

[=Mittelwert >2,20]

- Vorteilskarte/Gästekarte
- Wintersportangebot abseits der Piste
- Öffentlicher WLAN-Zugang
- Schlechtwetterangebot
- Flaniermeilen/Fußgängerzonen
- Einkaufsmöglichkeiten

Weiterempfehlung & NPS



	Net Promoter Score eigener Wert	Net Promoter Score Benchmark ohne eigene Daten	Mittelwert eigener Wert	Mittelwert Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Weiterempfehlung	61	65	8,6	8,7	168	415

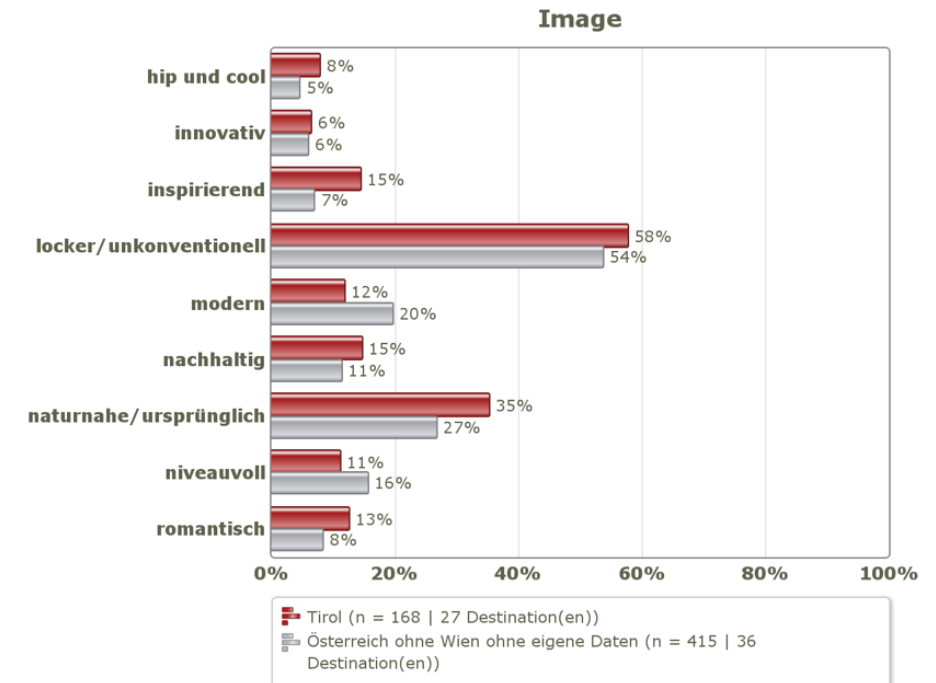
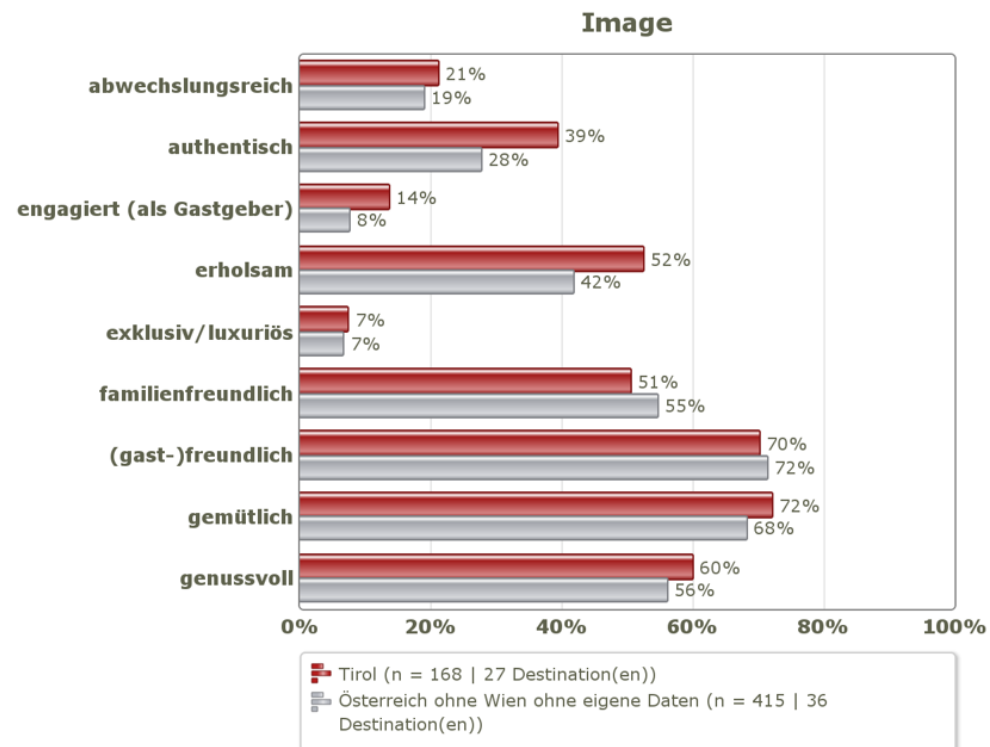
Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

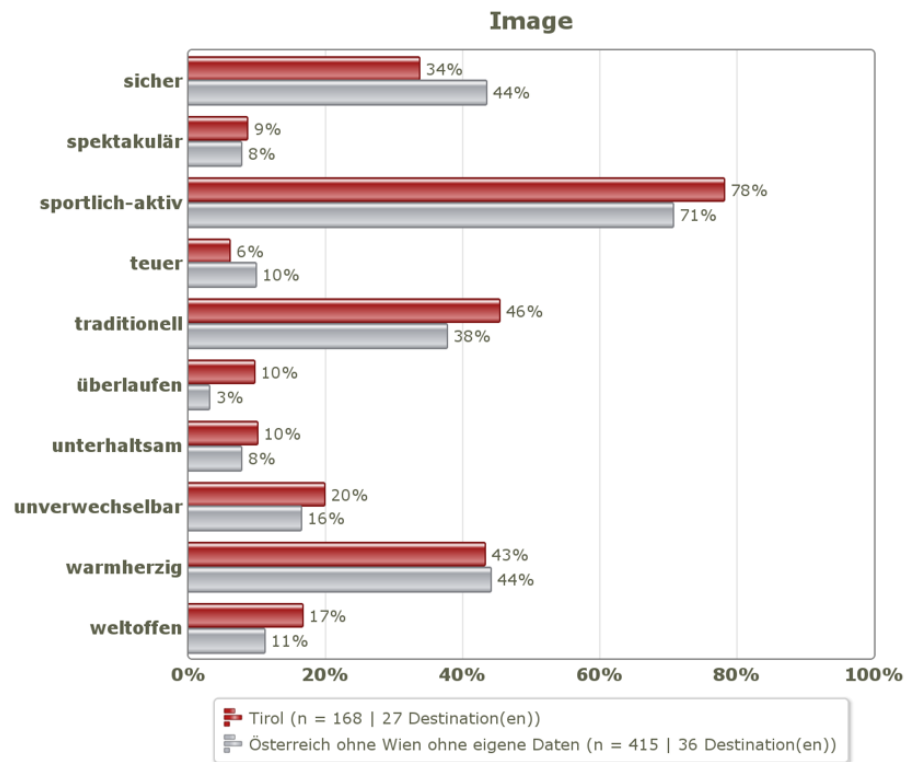
IMAGE TIROLS



Image



Image



HERZ DER ALPEN



Ihre Ansprechpartnerin:

Kathrin Ploner

Daten & Innovation

T: +43 512 53 20-236

M: kathrin.ploner@tirolwerbung.at

TIROL WERBUNG

LEBENSRAUM TIROL
HOLDING
– TIROL WERBUNG
– STANDORTAGENTUR TIROL
– AGRARMARKETING TIROL