

HERZ DER ALPEN



# ÖSTERREICHISCHE TIROL-URLAUBER

T-MONA Winter 2021/22

TIROL **WERBUNG**

Foto: Tirol Werbung/Haindl Ramon

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.

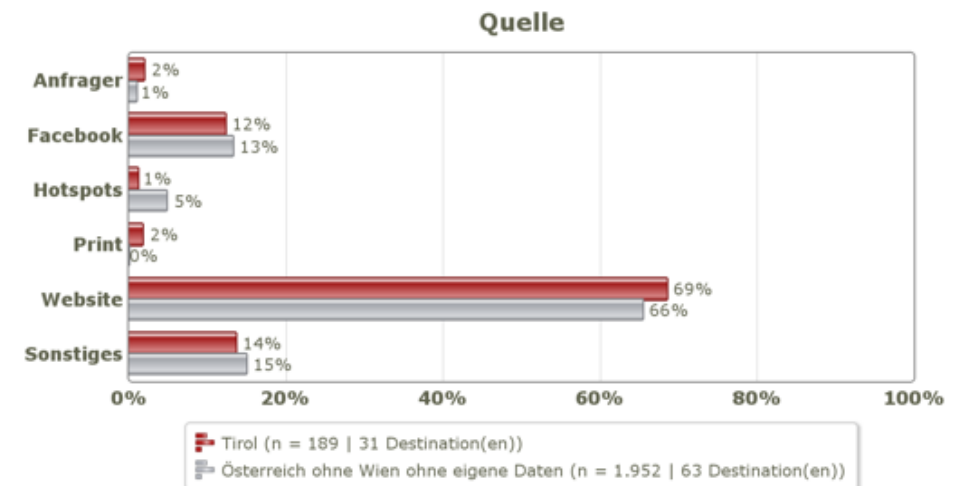
# T-MONA: Stichprobe & Befragungsquelle

T-MONA	
Erhebungszeitraum	01.11.2021 - 30.04.2022
Stichprobengröße	n = 191
Befragungsart	Online
Benchmark	Österreich ohne Wien ohne eigene Daten
Filter	(Österreich)
Gewichtung	Anhand der Nächtigungsstatistik nach Herkunftsland und Monat
Erstellungszeitpunkt	12.09.2022 13:18

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 Österreich im Winter sind durchschnittlich 48,8 Jahre alt; Durchschnittsalter damit etwas jünger als Rest-Ö ohne Wien (50,6 Jahre)
- Großteil fällt in die Altersgruppen 50-59 Jahre (30%) und 60-69 Jahre (20%)
- Hohes Bildungsniveau der österreichischen Tirol-Urlauber: jeweils knapp 40% mit Uni/FH-Abschluss bzw. mit Matura
- Hohes monatliches HH-Nettoeinkommen (65% mehr als € 3.000,-), in etwa gleich wie in Rest-Ö ohne Wien (63%); jedoch in Tirol etwas höherer Anteil der Gruppe über € 6.000,- (12% vs. 6%) und weniger in der Gruppe € 3.000,- bis € 4.000,- (21% vs. 27%)
- Knapp 4 von 10 Winterurlauber aus Österreich kommen als Paar, rund 20% sind Familien mit Kindern unter 14 Jahren, weitere 7% sind Familien mit Jugendlichen und jeweils 10% reisen im weiteren Familienkreis oder als Paare mit Freunden
- Knapp drei Viertel sind Stammgäste, die (fast) jedes Jahr einen Urlaub in Tirol verbringen; 11% sind Intervallgäste und nur etwa 7% Erstbesucher

# Key Facts

## Informationsverhalten und Aufenthalt

- Aufmerksam auf die Region wurden österreichische Tirol-Urlauber im Winter vor allem durch Empfehlungen (39%), frühere Besuche (35%) und das Internet (30%); Empfehlungen damit etwas häufiger und früherer Besuche seltener genannt als in Rest-Ö ohne Wien (34% bzw. 41%)
- 62% der österreichischen Tirol-Urlauber entscheiden sich im Winter für Hotels (davon rund 60% für 4-Stern Betriebe), knapp 2 von 10 für Ferienwohnungen; Anteil Hotels geringer als in Rest-Ö ohne Wien (71%)
- 8 von 10 der Winterurlauber aus Österreich reisen mit dem eigenen Auto an, knapp 2 von 10 mit der Bahn; restliche Anreisemittel mit geringer Bedeutung
- Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 5,3 Tagen und damit höher als in Rest-Ö ohne Wien (4,2 Tage)
- Tirol-Urlauber aus Österreich verbringen im Winter v.a. einen Wintersporturlaub (62%); erst deutlich dahinter folgen Erholungsurlaub (29%), Natururlaub (25%) und Winterurlaub im Schnee (ohne Sport; 15%); Wintersporturlaub deutlich häufiger genannt als in Rest-Ö ohne Wien (43%), Erholungsurlaub wurde weniger oft genannt (38% in Rest-Ö ohne Wien)

# Key Facts

## Urlaubsaktivitäten - Sport

- Skifahren ist mit 56% die meistgenannte Aktivität der österreichischen Winterurlauber (für 52% die Hauptaktivität)
- 48% der Tirol-Urlauber aus Österreich nennen bereits Winterwandern (für 24% die Hauptaktivität im Urlaub)
- Auch andere Wintersportarten stehen am Programm: Rodeln (12%), Tourenskigehen (8%), Schneeschuhwandern (7%), Langlaufen (6%) und Snowboarden (5%)
- Baden/Schwimmen als Erholungskomponente für knapp 30% der Urlauber von Bedeutung (hauptsächlich als Nebenaktivität)



Foto: Tirol Werbung/Pupeter Rupert

# Key Facts

## Sonstige Urlaubsaktivitäten

- Kulinarik und Genuss als wesentliche Urlaubskomponente: die Hälfte besucht Restaurants, fast ein Viertel ein Kaffeehaus und etwa 30% genießen regionale Speisen/Getränke; damit etwas höhere Bedeutung als in Rest-Ö ohne Wien
- Neben der sportlichen Aktivität stehen auch viele Erholungs- und Genussaktivitäten am Programm: Spazieren gehen (55%), Entspannen/Nichts-tun (34%), Sehenswürdigkeiten besuchen (22%), Ausflüge (21%) und Wellness-/Schönheitsangebote (20%)
- Nur für 10 % der österreichischen Tirol-Urlauber gehört Après Ski zum Winterurlaub dazu



Foto: Tirol Werbung/Johansson David



# Key Facts

## Ausgaben

- Durchschnittliche Tagesausgaben der österreichischen Tirol-Urlauber im Winter ohne Anreise mit € 178,- etwas niedriger als in Rest-Ö ohne Wien (€ 187,-)
- Im Vergleich etwas geringere Ausgaben für die Unterkunft (€ 84,- vs. € 87,-) sowie für Freizeit, Kultur, Sport und Wellness (€ 7,- vs. € 10,-)
- Etwas höhere Ausgaben hingegen für Seilbahnen/Lifte (€ 24,- vs. € 18,-)
- Grundsätzlich aber keine großen Unterschiede bei den einzelnen Ausgabenkategorien

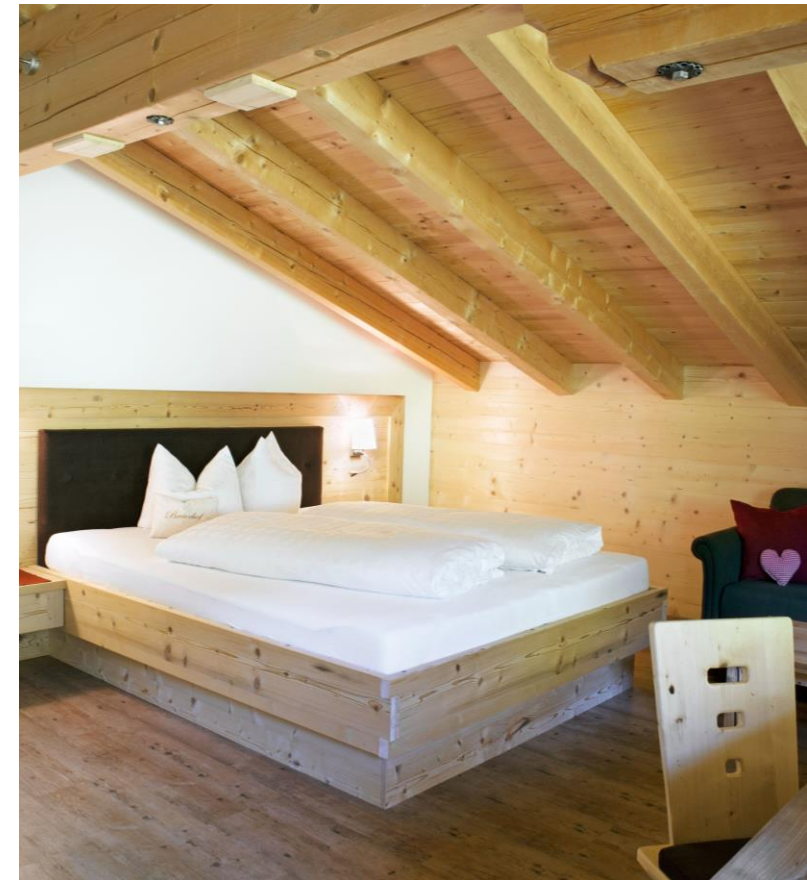


Foto: Tirol Werbung/Hörterer Lisa

# Key Facts

## Top Gründe für Tirol & Zufriedenheit

- Die Top-Gründe der österreichischen Tirol-Urlauber im Winter sind die Berge (49%), Attraktivität des Skigebietes (37%), das Wintersportangebot (29%) und die Schneesicherheit auf den Pisten (25%)
- Hohe Erwartungshaltung der Zielgruppe wird gut erfüllt: 76% sind „äußerst zufrieden“ mit dem Tirol-Urlaub (Rest-Ö ohne Wien: 66%)
- Höchste Zufriedenheitswerte bei Sicherheit, Landschaft/Natur, Skigebiet, Sauberkeit und dem Wintersportangebot
- Dementsprechend hoch ist die Weiterempfehlungsrate mit 82% (höher als Rest-Ö ohne Wien mit 71%)



Foto: Tirol Werbung/Moore Casey

# Key Facts

## Image Tirols

- Tirol-Urlauber aus Österreich im Winter beschreiben Tirol vor allem als sportlich-aktiv (66%), erholsam (58%), gemütlich (57%), gastfreundlich (50%) und naturnahe/ursprünglich (44%)
- Hohe Zustimmungswerte auch noch bei familienfreundlich, traditionell, sicher, genussvoll, warmherzig und authentisch
- Geringste Zustimmung bei inspirierend, spektakulär und innovativ
- Tirol wird im Vergleich zu Rest-Ö ohne Wien deutlich stärker als sportlich-aktiv wahrgenommen (66% vs. 45%)



Foto: Tirol Werbung/Haindl Ramon

# Veränderungen zum Winter 2019/20 \*

- Etwas höheres Durchschnittsalter (48,8 Jahre vs. 47,5 Jahre) der österreichischen Winterurlauber in Tirol; teilweise auch auf die gesellschaftliche Entwicklung zurückzuführen
- Anteil in der Gruppe mit HH-Einkommen über € 4.000,- bleibt recht konstant (44% vs. 43%); HH-Einkommen bis € 2.000,- steigt (13% vs. 6%); Rückgang in der mittleren Einkommensgruppe mit € 2.000 - € 4.000,- (42% vs. 51%)
- Bei den Gründen für Tirol gewinnen für die Winterurlauber aus Österreich Hotels/Unterkünfte (33% vs. 19%), Natur/Landschaft (54% vs. 42%), Entspannung/Wellness (21% vs. 11%) und Sehenswürdigkeiten/Kultur (15% vs. 8%) an Bedeutung
- Anteil der Anreise mit dem eigenen Auto steigt (80% vs. 77%)
- Sportliche Aktivitäten: Skifahren verliert an Bedeutung (56% vs. 77%) - eventuell aufgrund Einschränkungen durch Corona-Bestimmungen; Winterwandern steigt hingegen deutlich (48% vs. 20%)

\* 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 deutlich an Bedeutung (10% vs. 30%); Steigerungen hingegen bei Essen gehen (außerhalb der Unterkunft; 51% vs. 44%); Ausflügen außerhalb des Urlaubsortes (21% vs. 9%) und Wellness-/Schönheitsangebote nutzen (20% vs. 15%)
- Durchschnittliche Tagesausgaben (ohne Anreise) steigen leicht von € 171,- auf € 178,- aufgrund von etwas höheren Ausgaben für die Unterkunft (€ 84,- vs. € 68,-)
- Stabile Gesamtzufriedenheit, jedoch geringere Detailzufriedenheit bei Landschaft/Natur, Seilbahnen & Lifte, Tourismusinformation vor Ort, Vielfalt des touristischen Angebots, öffentlicher WLAN-Zugang, PLV bzw. Öffnungszeiten Gastronomie und Atmosphäre/Flair
- Darüber hinaus keine auffallenden Veränderungen; damit insgesamt trotz veränderter Reisegewohnheiten und Einschränkungen bedingt durch die Corona-Pandemie sehr stabile Ergebnisse

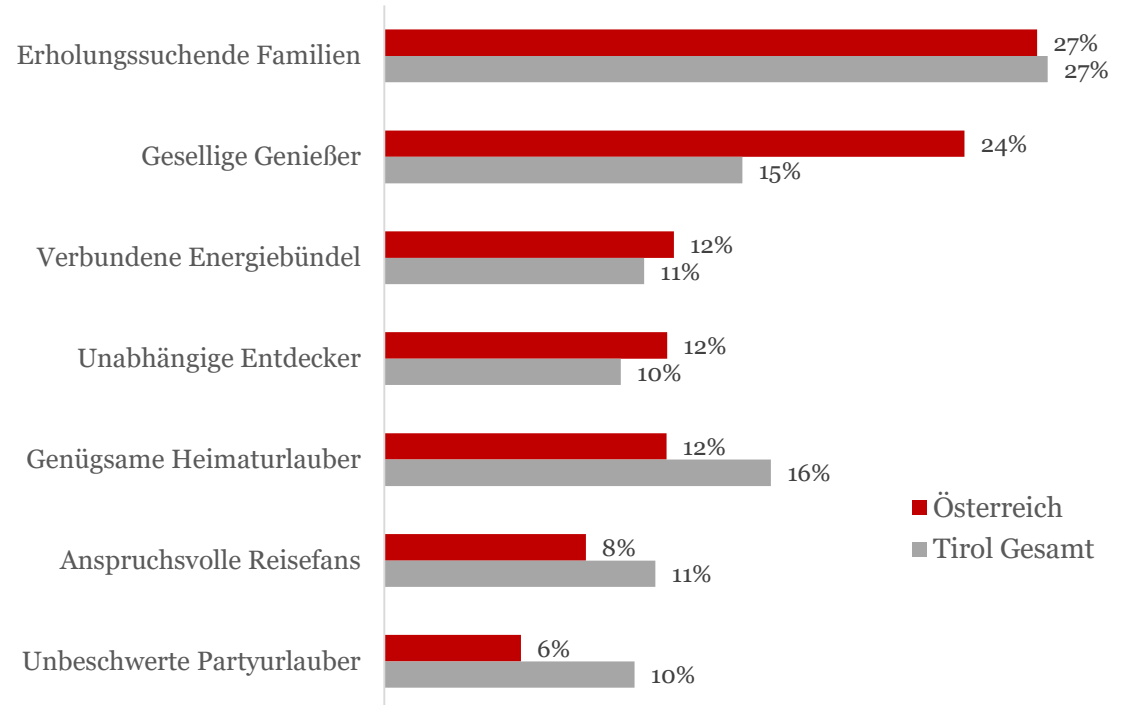
\* Vergleich zum Winter vor Beginn der Corona-Pandemie

# URLAUBERSTRUKTUR



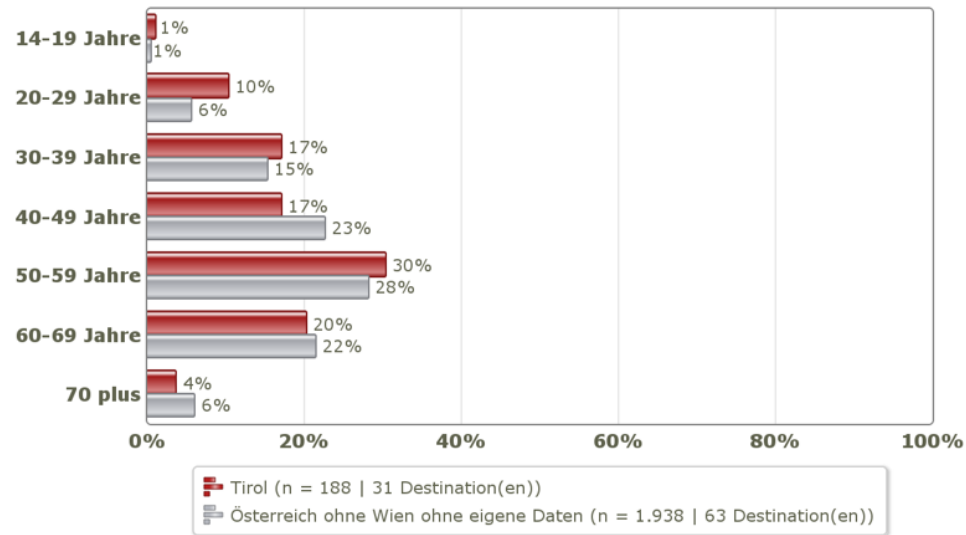
# Zuordnung Zielgruppe

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

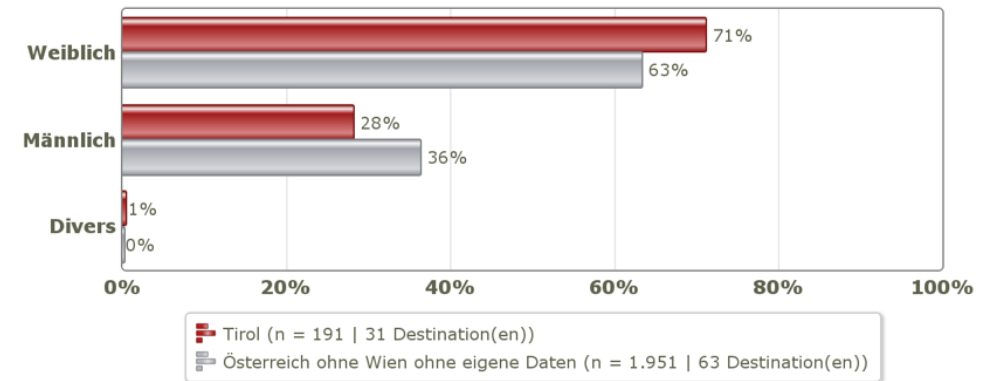


# Alter & Geschlecht

Alter der über 13-Jährigen



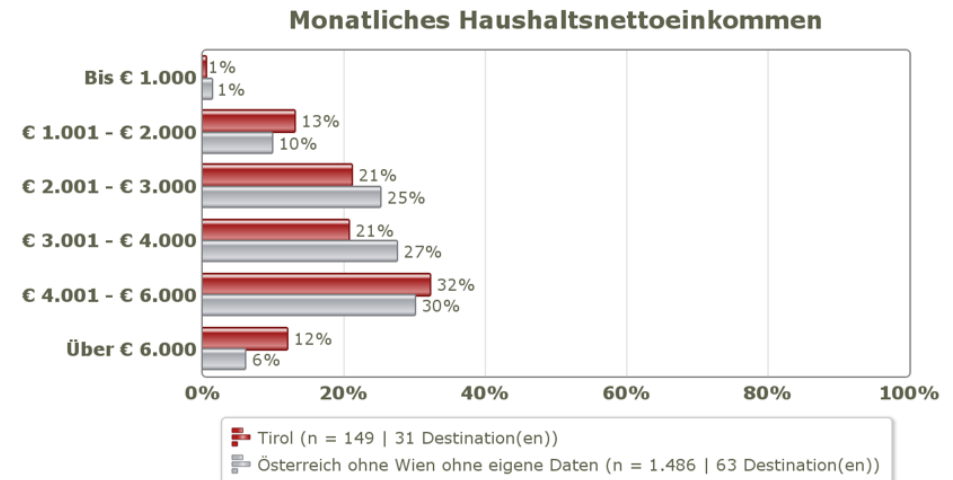
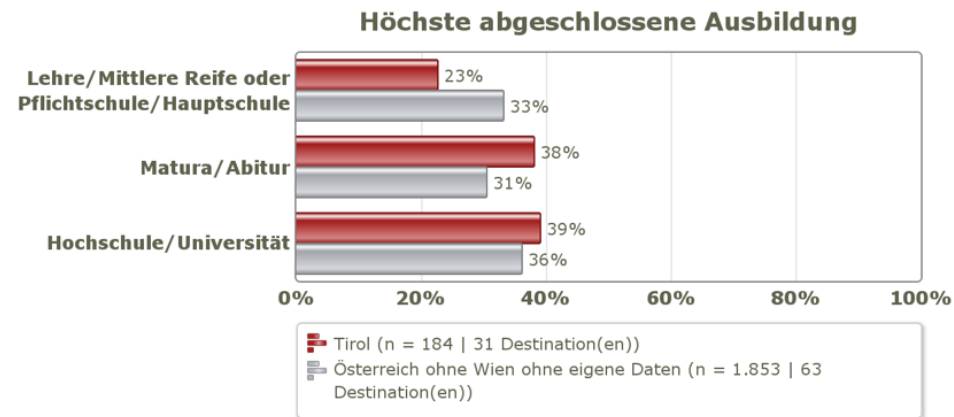
Geschlecht



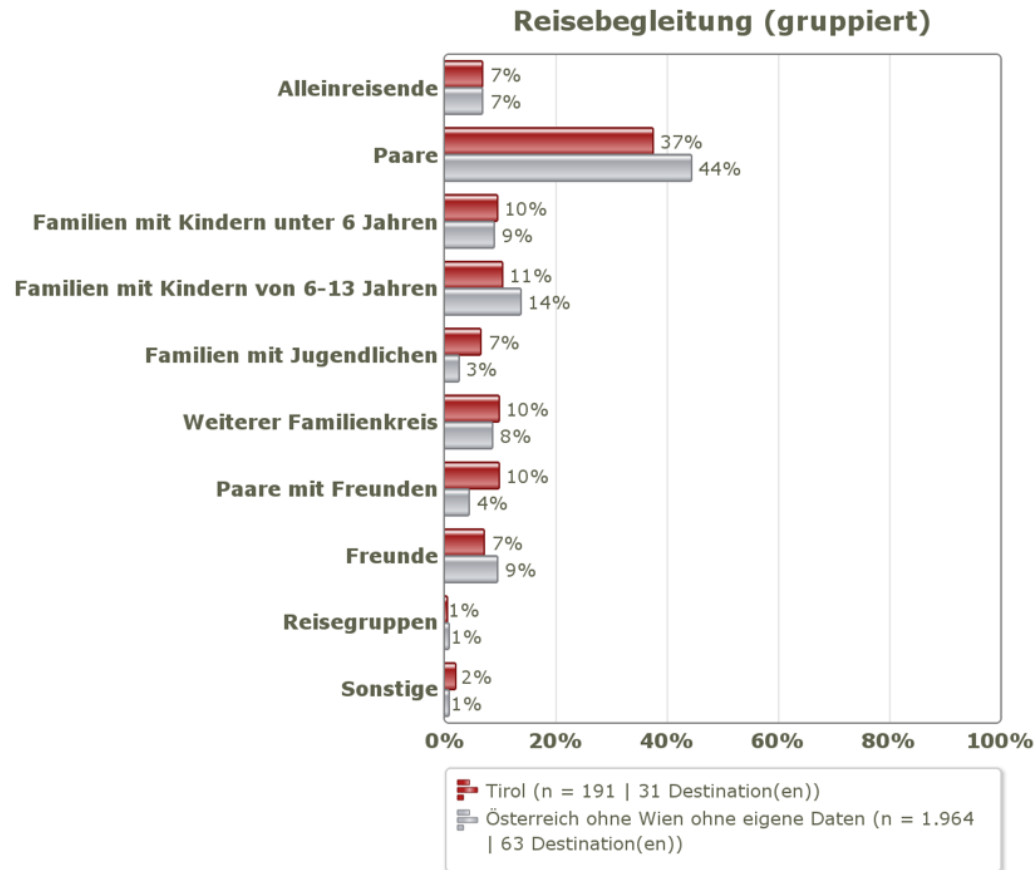
	Durchschnitt eigener Wert	Durchschnitt Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Alter	48,8 Jahre	50,6 Jahre	188	1.938



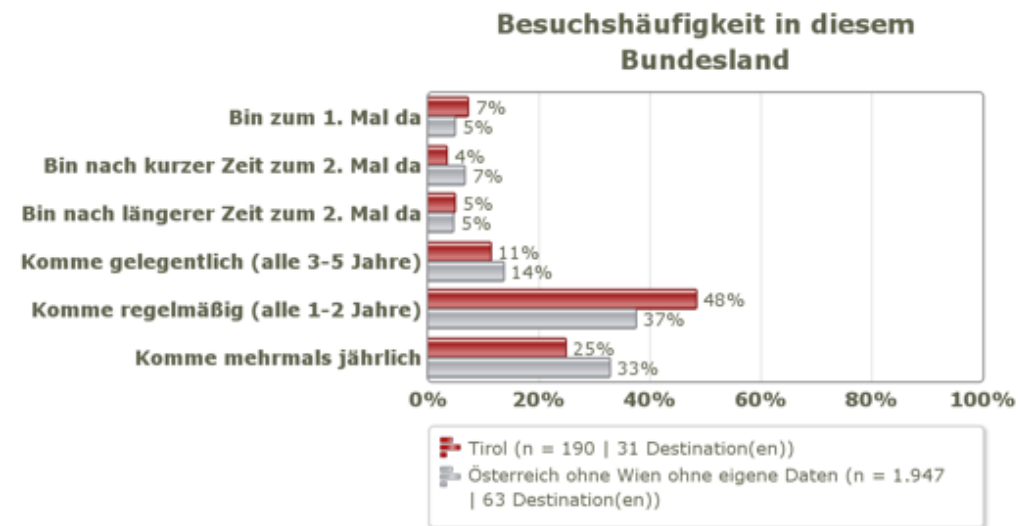
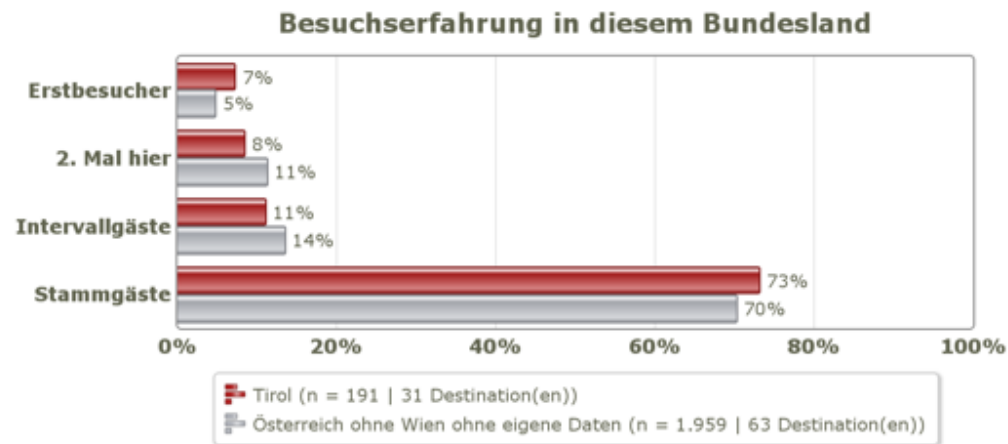
# Bildung & Monatliches HH-Netto-Einkommen



# Reisebegleitung



# Besuchserfahrung Tirol

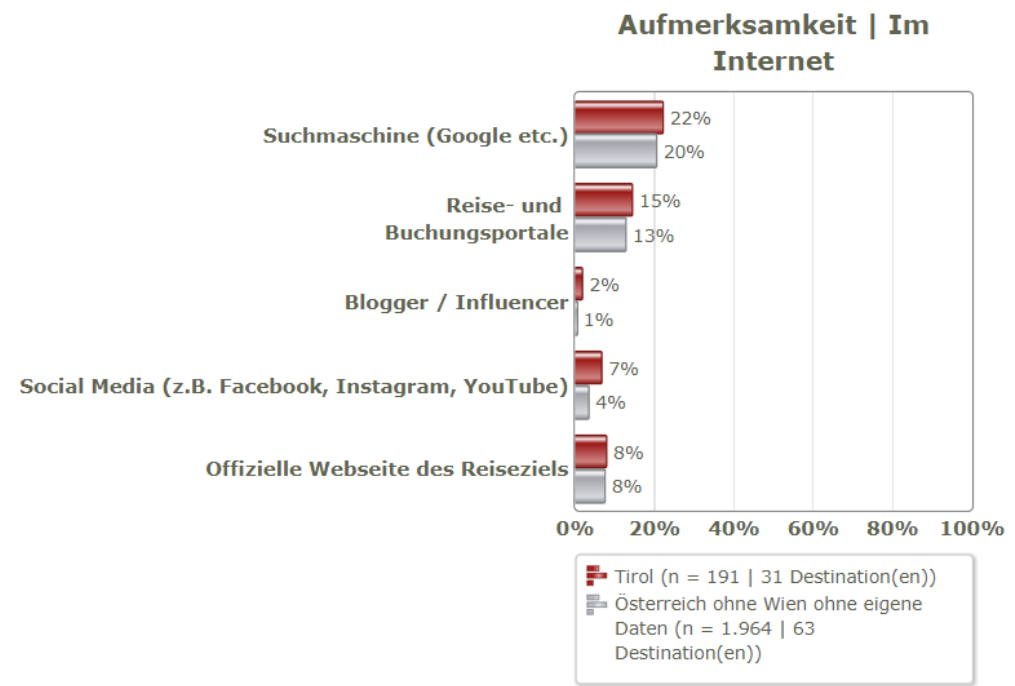
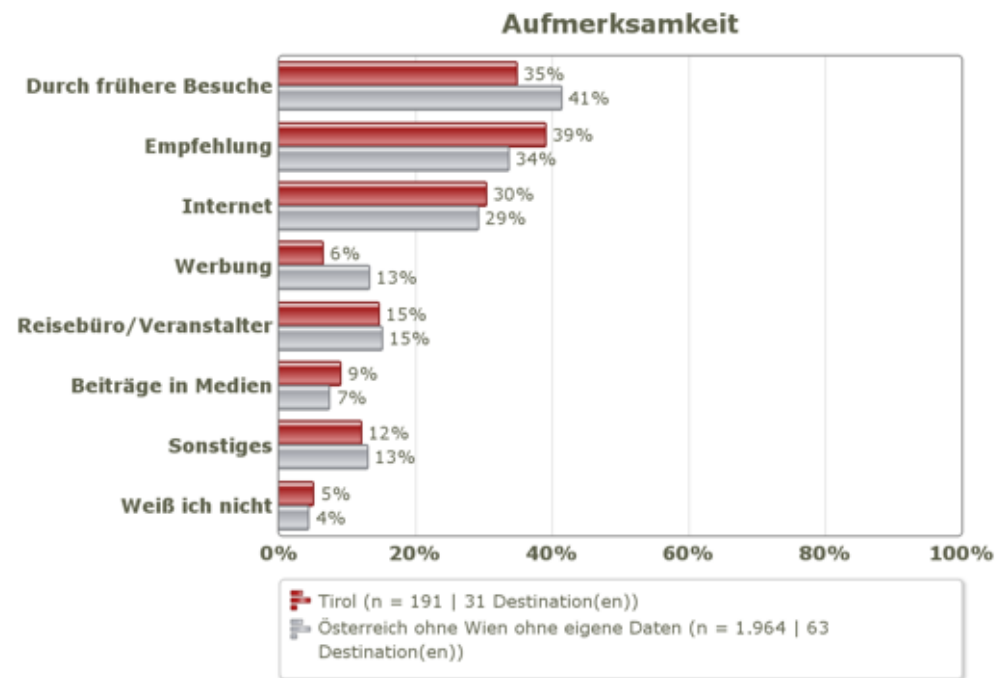


# INFORMATION | ENTSCHEIDUNG

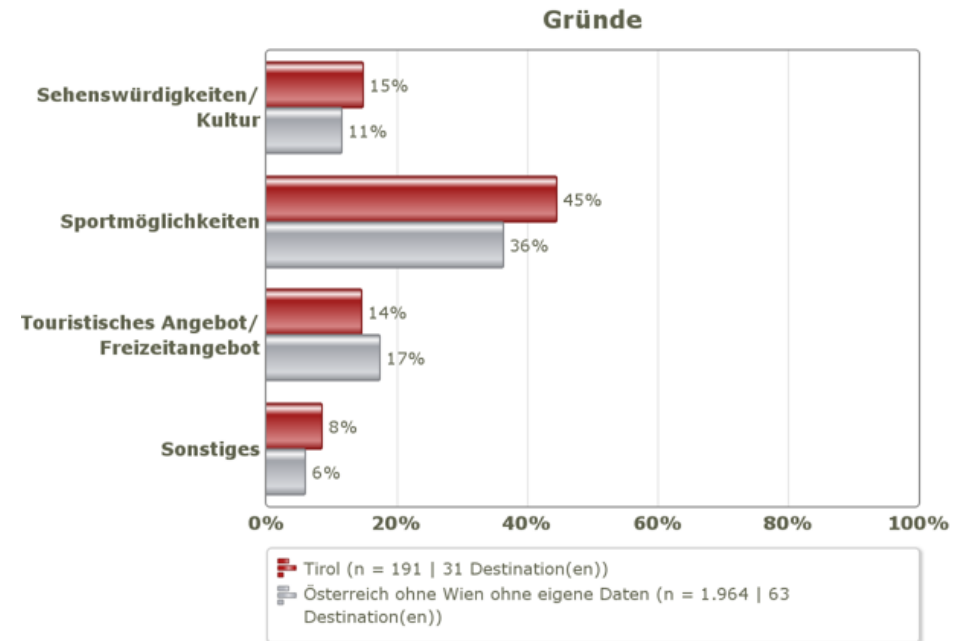
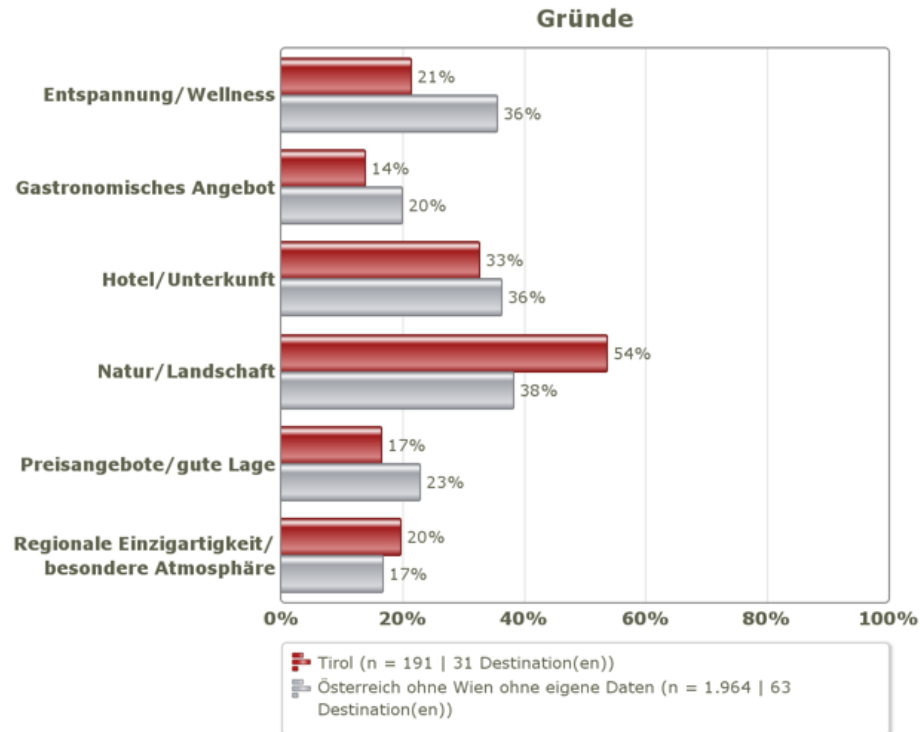


Foto: Tirol Werbung/Koopmann Jörg

# 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
Berge	49%	23%	191	1.964
Attraktivität des Skigebietes	37%	22%	191	1.964
Wintersportangebot	29%	25%	191	1.964
Schneesicherheit auf den Pisten	25%	18%	191	1.964
Landschaft/Natur	21%	20%	191	1.964
Angebot an Wanderwegen	21%	19%	191	1.964
Gute Luft/Klima	20%	18%	191	1.964
Schnee-/Winterlandschaft	18%	13%	191	1.964
Regionale Speisen/Getränke	16%	17%	191	1.964
Atmosphäre/Flair	15%	8%	191	1.964
Sehenswürdigkeiten/Ausflugziele	14%	10%	191	1.964
Wellness-/Schönheitsangebot	11%	18%	191	1.964
See/Fluss	10%	13%	191	1.964
Ruhe/Erholungsmöglichkeiten	10%	17%	191	1.964
Natur-/Nationalparks	10%	7%	191	1.964

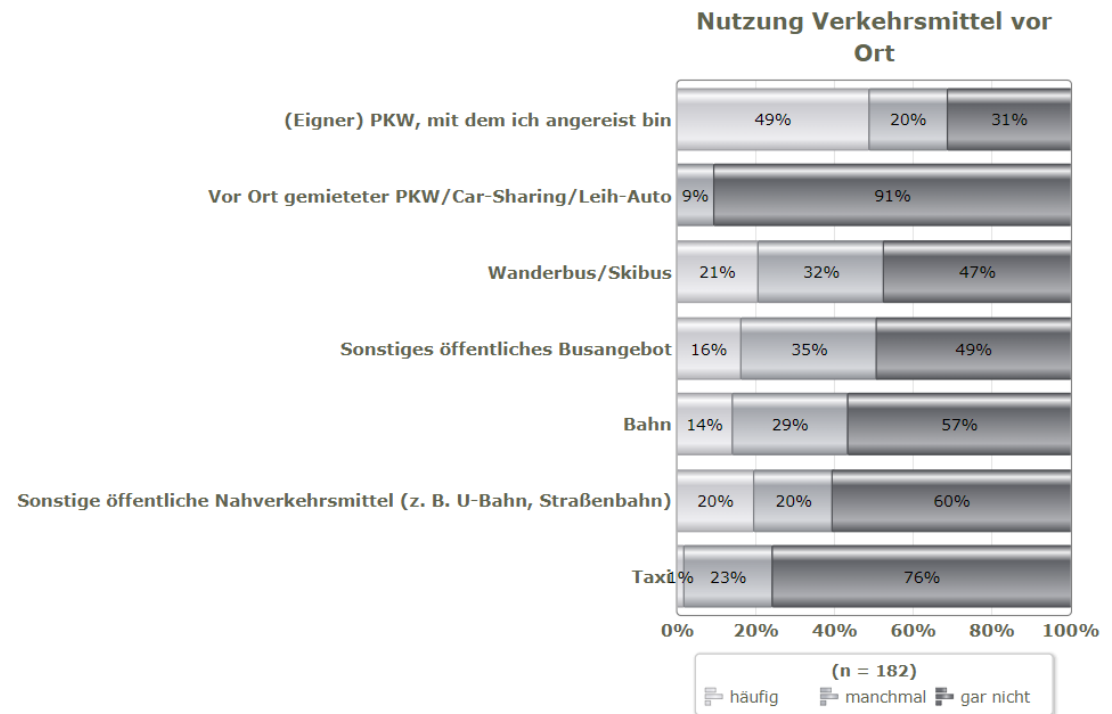
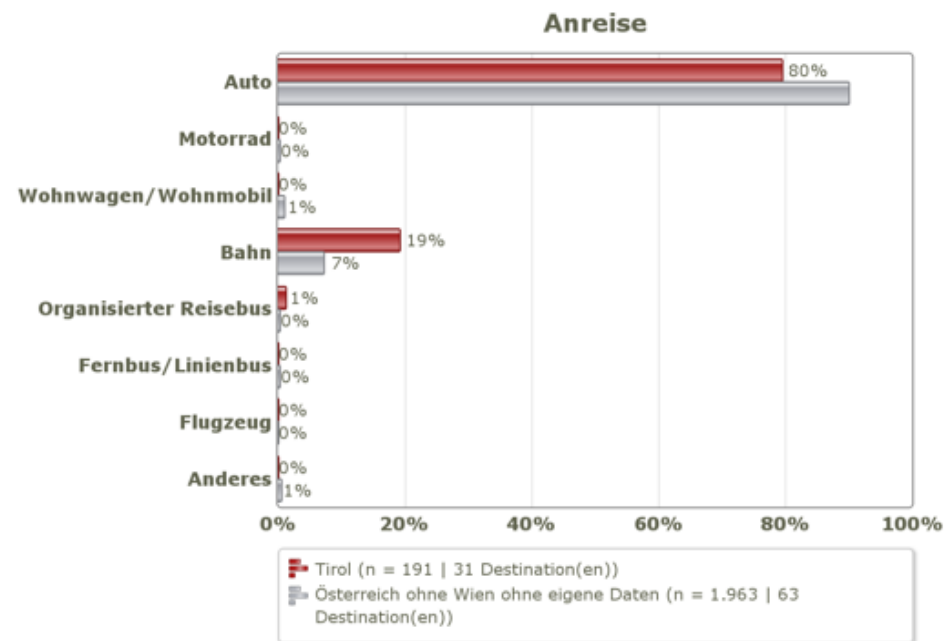
Anmerkung: Gründe für die Destinationsentscheidung werden in T-MONA zuerst in Oberkategorien abgefragt. Wird eine Oberkategorie ausgewählt, stehen weitere Unterkategorien zur Auswahl. Diese Unterkategorien werden dann in den Top 15 angeführt. Mehrfachantworten möglich!

# AUFENTHALT

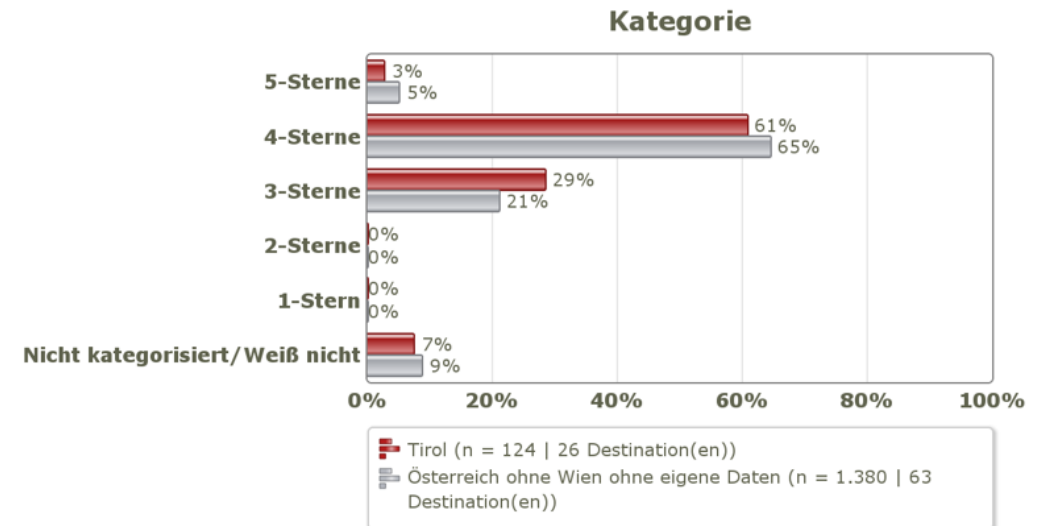
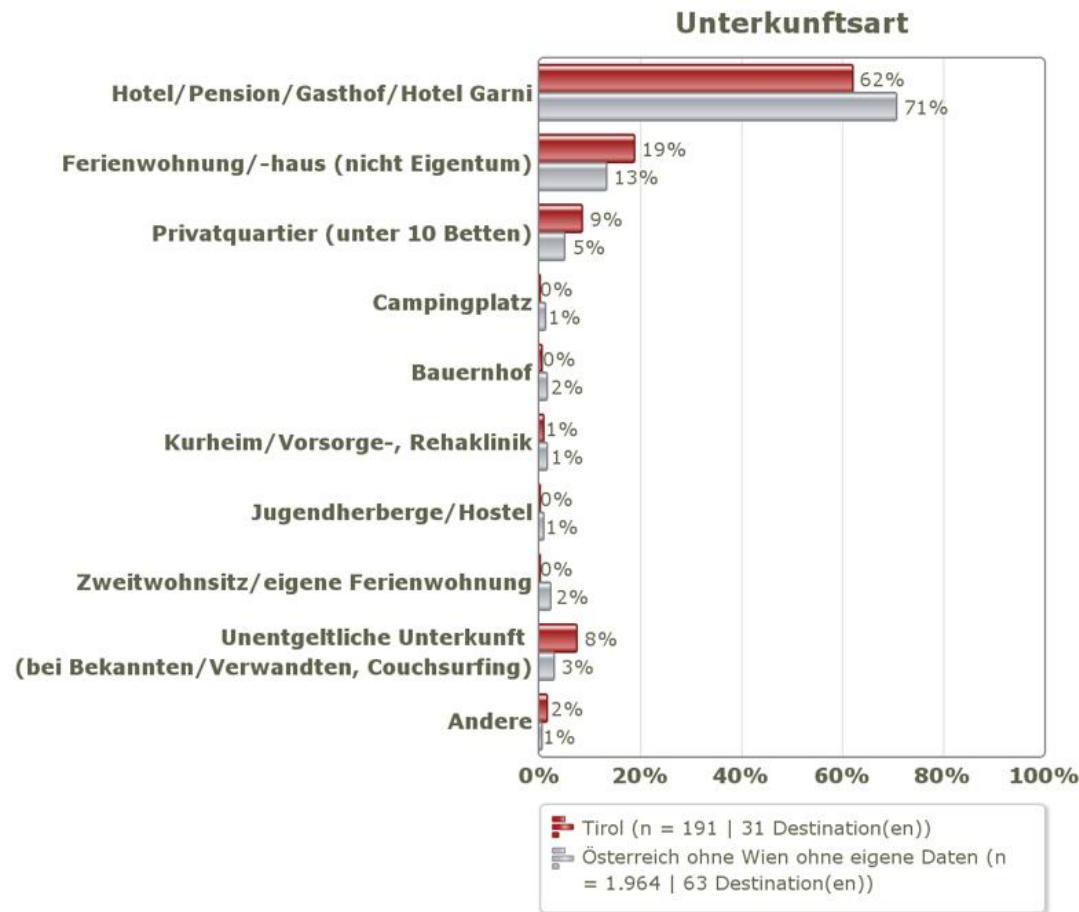




# Anreise und **Verkehrsmittel vor Ort**

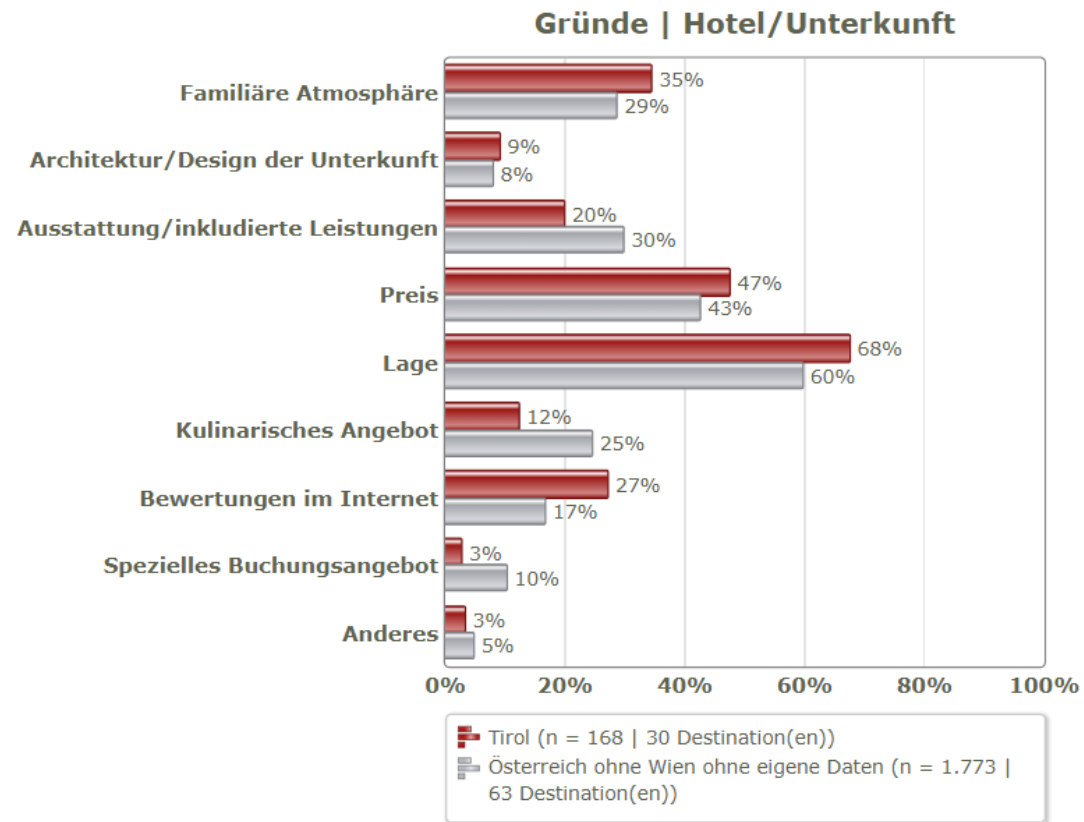


# Unterkunftsart & Kategorie

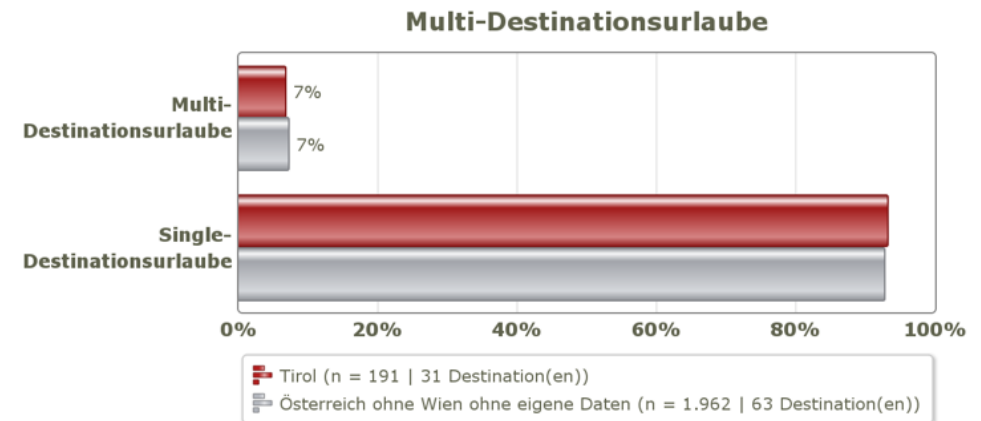
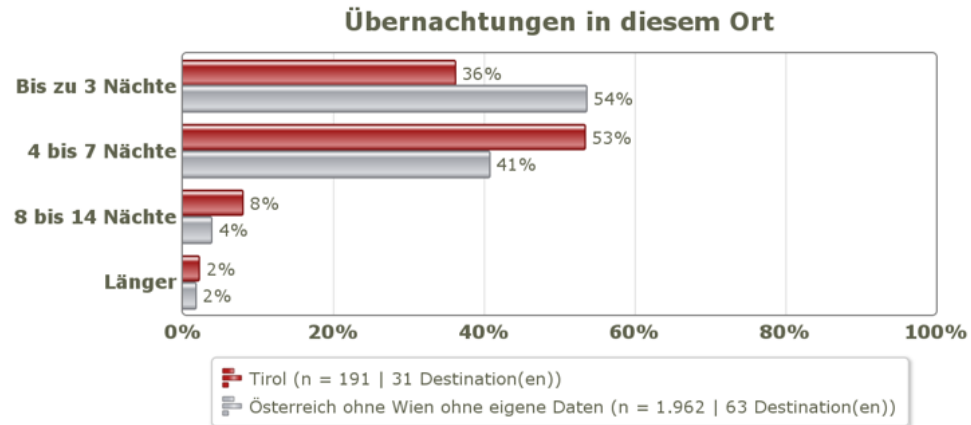


# Unterkunftswahl | Kriterien

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



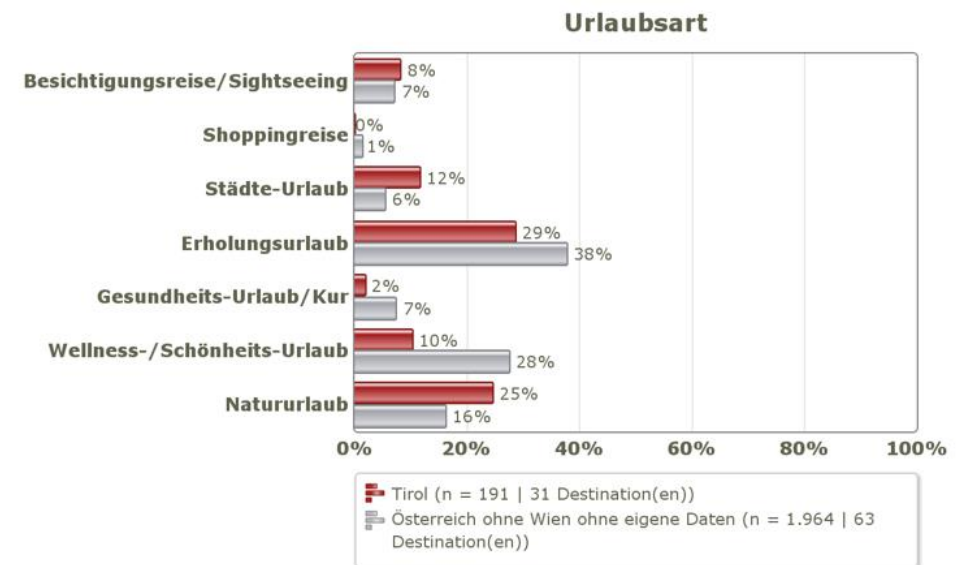
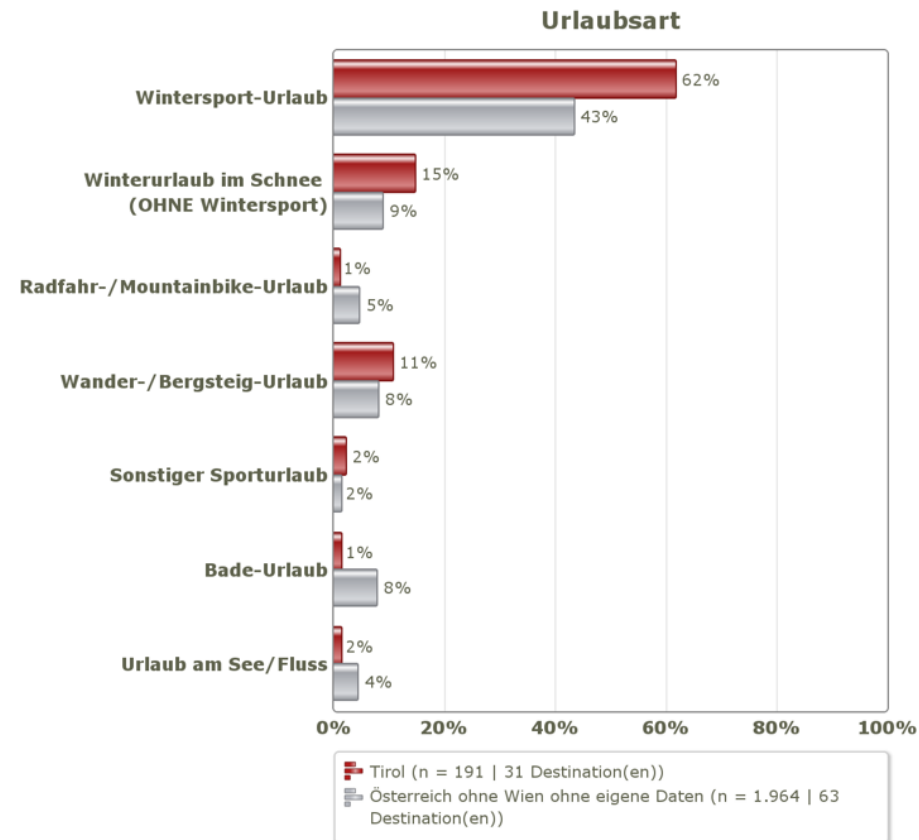
# Übernachtungen



	Durchschnitt eigener Wert	Durchschnitt Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Übernachtungen in diesem Ort	5,3	4,2	191	1.962
Übernachtungen in Österreich	5,6	4,5	191	1.962
Übernachtungen gesamt	5,6	4,5	191	1.962

# 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)	58%	41%	191	1.964
Skifahren	56%	40%	191	1.964
Spazieren gehen/Bummeln/ flanieren	55%	49%	191	1.964
Essen gehen (außerhalb der Unterkunft)	51%	35%	191	1.964
Wandern	48%	40%	191	1.964
Entspannen, nichts tun	34%	36%	191	1.964
Schwimmen/Baden	28%	41%	191	1.964
Typische Speisen/Getränke aus der Region genießen	27%	22%	191	1.964
Ins Kaffeehaus gehen	23%	22%	191	1.964
Sehenswürdigkeiten besuchen	22%	24%	191	1.964

Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

WEBMARK Destinationen

# Hauptaktivitäten\* | Top 10

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

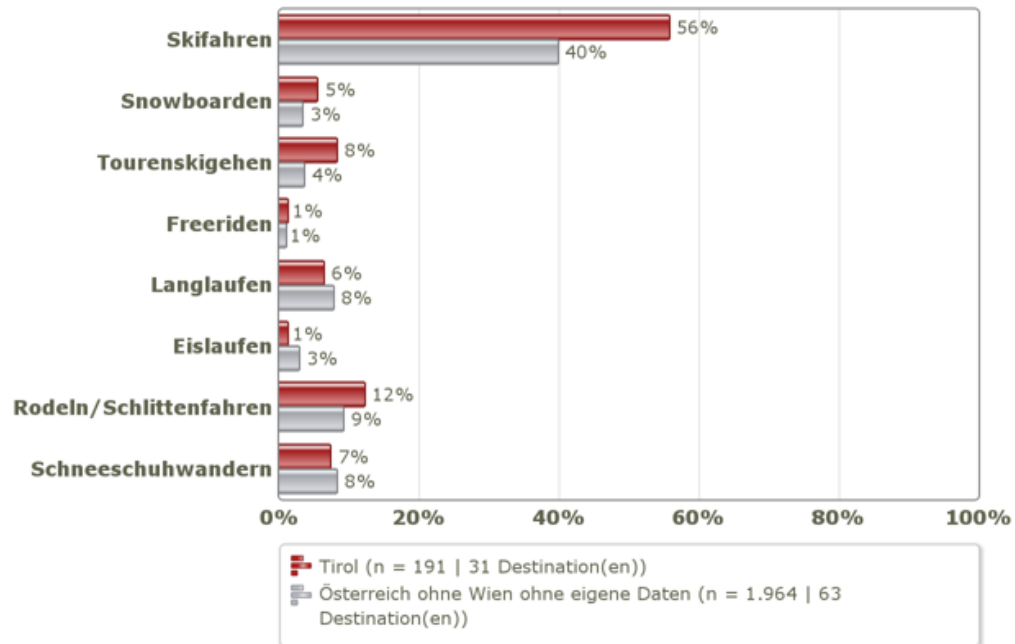
	Anteil der Nennungen eigener Wert	Anteil der Nennungen Benchmark ohne eigene Daten	n eigener Wert	n Benchmark ohne eigene Daten
Skifahren	52%	36%	191	1.964
Wandern	24%	20%	191	1.964
Essen gehen (außerhalb der Unterkunft)	14%	12%	191	1.964
Spazieren gehen/Bummeln/ flanieren	13%	14%	191	1.964
Entspannen, nichts tun	12%	17%	191	1.964
Sehenswürdigkeiten besuchen	9%	9%	191	1.964
Ausflüge außerhalb des Urlaubsortes	9%	5%	191	1.964
Schwimmen/Baden	8%	22%	191	1.964
Typische Speisen/Getränke aus der Region genießen	7%	9%	191	1.964
Naturattraktionen/Nationalparks/ Naturparks besuchen	5%	6%	191	1.964

Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

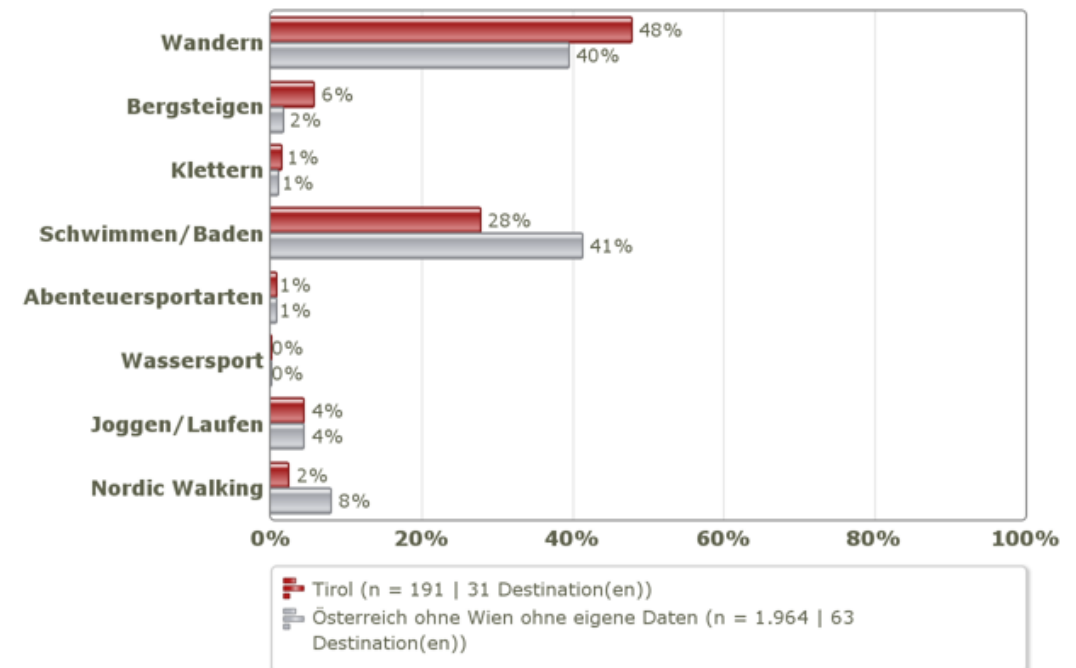
WEBMARK Destinationen

# Sportliche Aktivitäten

Sportliche Aktivitäten

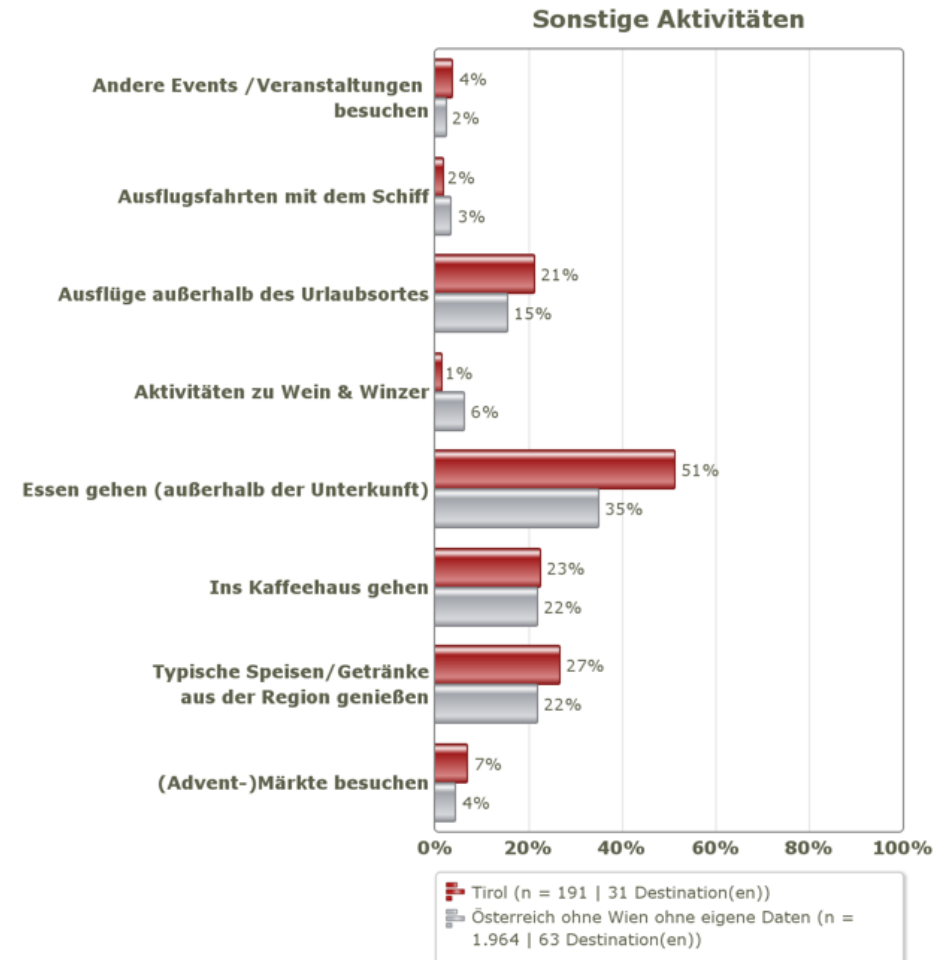
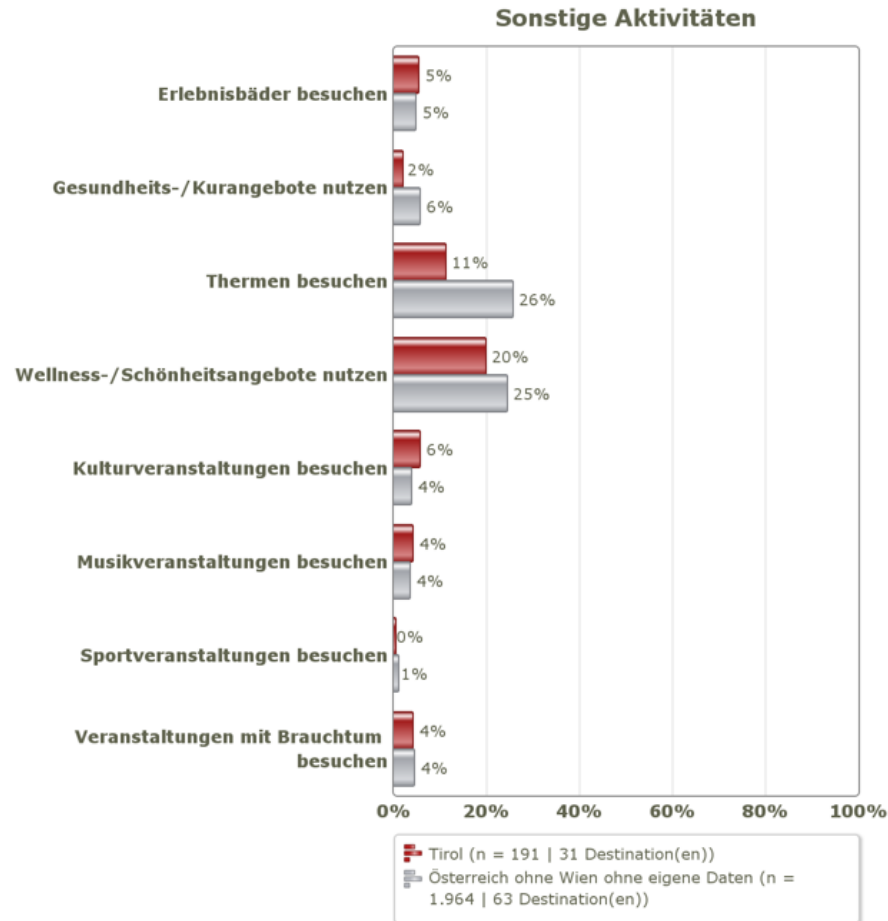


Sportliche Aktivitäten

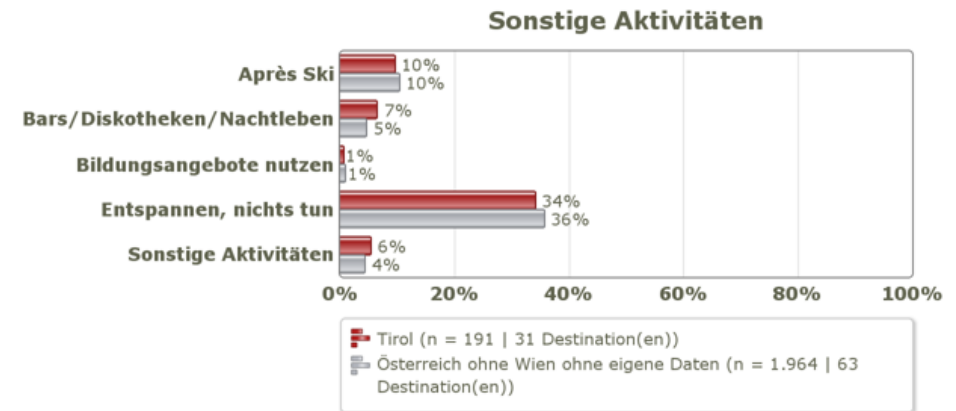
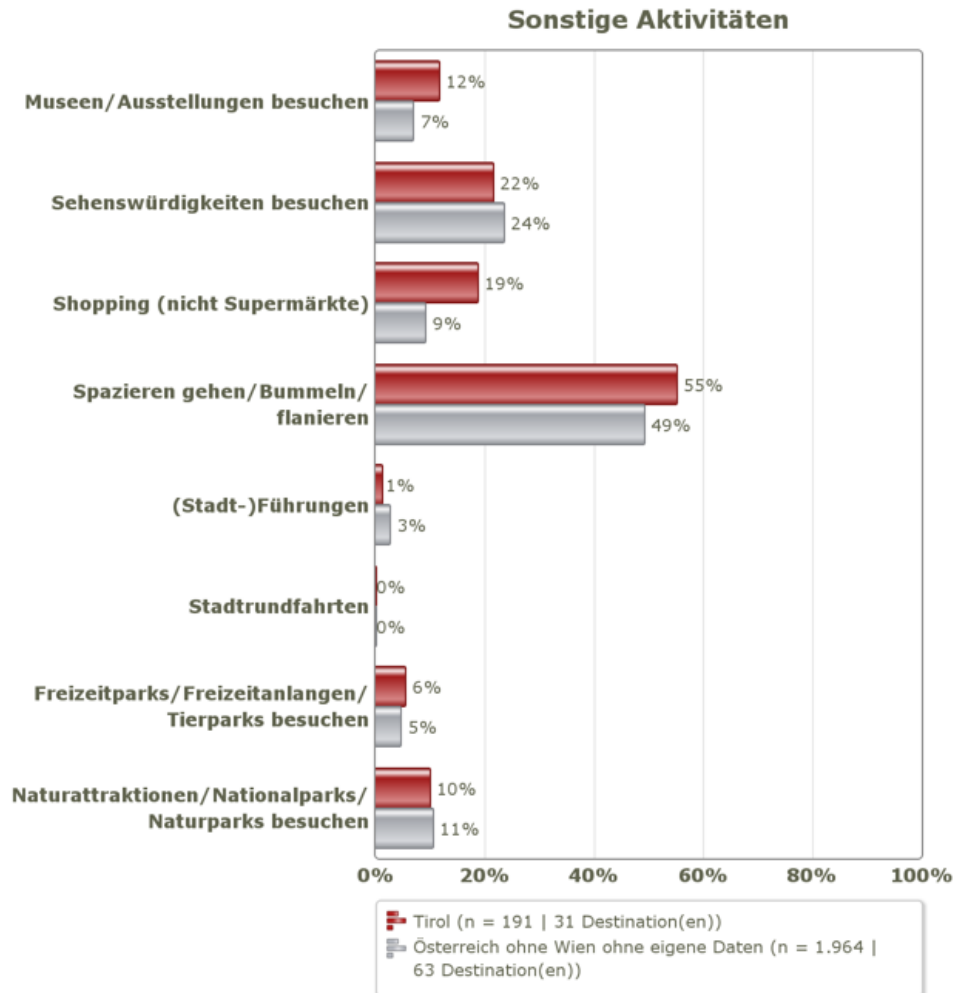




# Sonstige Aktivitäten



# 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)	€ 23	0%	€ 24	0%	191	1.919
Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Mietauto, Taxi, Bus, Bahn)	€ 4	55%	€ 5	57%	191	1.919
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 84	8%	€ 87	5%	191	1.919
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 15	42%	€ 21	24%	191	1.919
Essen und Getränke OHNE Supermärkte	€ 23	13%	€ 25	12%	191	1.919
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 13	26%	€ 13	40%	191	1.919
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 24	25%	€ 18	48%	191	1.919
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 7	50%	€ 10	45%	191	1.919
Sonstige Ausgaben	€ 8	54%	€ 8	59%	191	1.919
<b>Gesamter Urlaub ohne Anreise</b>	<b>€ 178</b>	<b>0%</b>	<b>€ 187</b>	<b>0%</b>	<b>191</b>	<b>1.919</b>
<b>Gesamter Urlaub</b>	<b>€ 201</b>	<b>0%</b>	<b>€ 211</b>	<b>0%</b>	<b>191</b>	<b>1.919</b>

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 österreichischen Urlauber wird gut erfüllt: 76% sind „äußerst begeistert“ vom Urlaub (Rest-Ö ohne Wien: 66%)
- Tirol im Vergleich zu Rest-Ö ohne Wien:
  - In sehr vielen Bereichen mit besseren Zufriedenheitswerten, u.a. bei öffentlichen Verkehrsmitteln vor Ort, Vorteilskarte/Gästekarte, Skigebiet, Wintersportangebot, Hotel/Unterkunft, Sauberkeit, Sicherheit und Landschaft/Natur
  - Vergleichsweise schlechtere Zufriedenheitswerte beim öffentlichen WLAN-Zugang und Preis-Leistungs-Verhältnis Gastronomie



Foto: Tirol Werbung/Pupeter Robert

# Zufriedenheit | Details

## Stärken

[=Mittelwert <1,50]

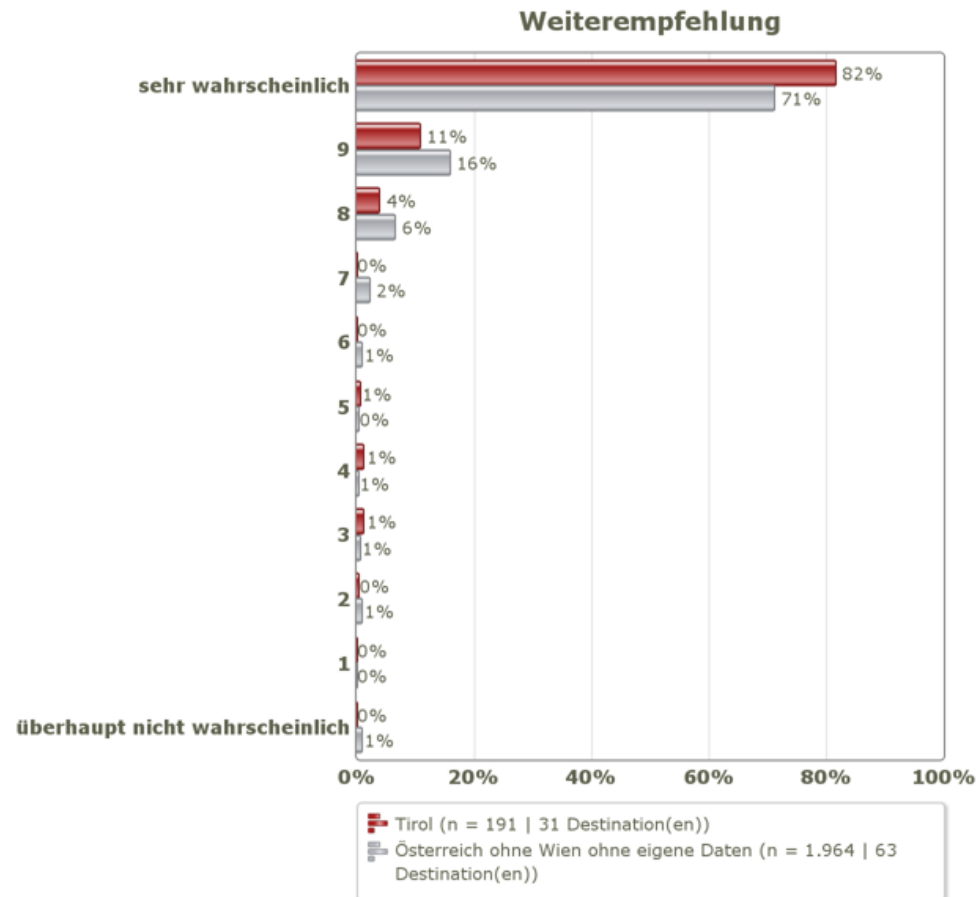
- Sicherheit
- Landschaft und Natur
- Skigebiet
- Sauberkeit
- Wintersportangebot
- Gastfreundschaft
- Hotel/Unterkunft (allgemein und Service in Hotel/Unterkunft)
- Anreise
- Beschilderung vor Ort

## Verbesserungspotenziale

[=Mittelwert >2,20]

- Preis-Leistungsverhältnis Gastronomie
- Schlechtwetterangebot

# 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	89	83	9,6	9,4	191	1.964

Zeitraum: 01.11.2021 - 30.04.2022

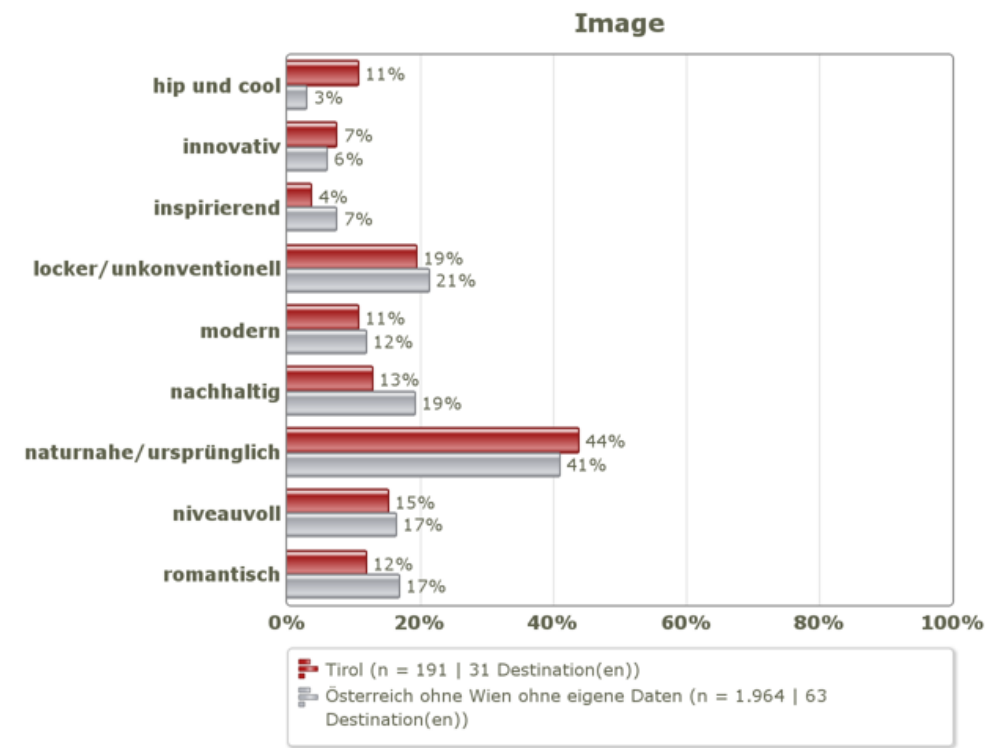
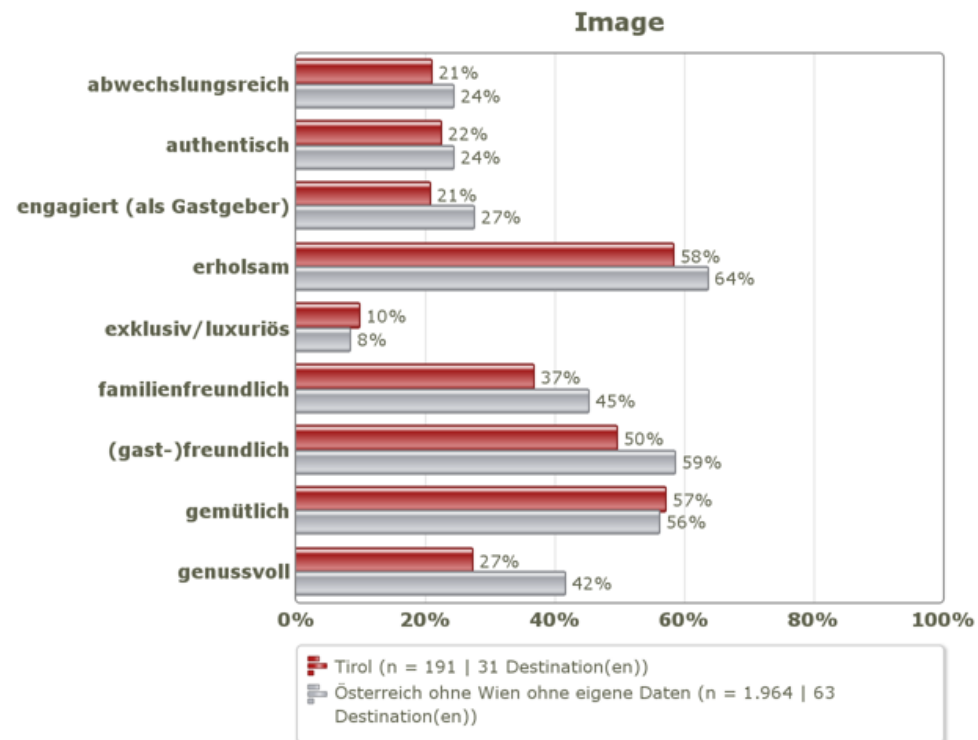
WEBMARK Destinationen

# IMAGE TIROLS

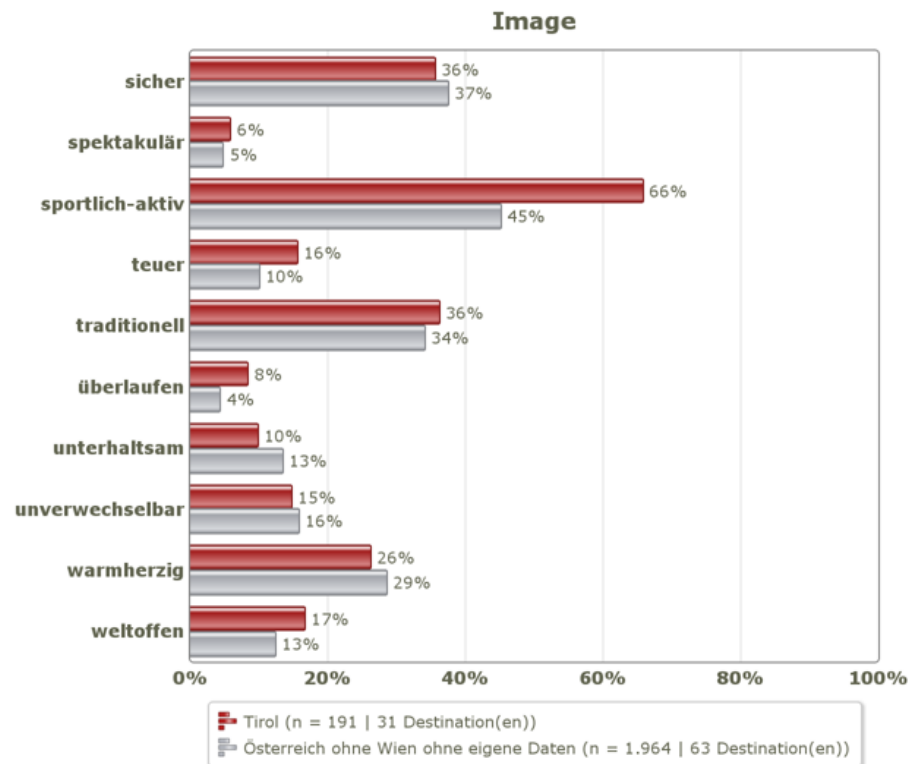




# Image



# Image



HERZ DER ALPEN



**Ihre Ansprechpartnerin:**

Kathrin Ploner

Daten & Innovation

T: +43 512 53 20-236

M: [kathrin.ploner@tirolwerbung.at](mailto:kathrin.ploner@tirolwerbung.at)

**TIROL WERBUNG**

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