

AtterCAMPUS 2024

DIE 6 WICHTIGSTEN ERKENNTNISSE

aus dem Marktworkshop Tschechien am 09. April 2024 im Hotel Bramosen, Weyregg am Attersee

1. Wie tickt der tschechische Gast?

- Hauptreisezeit: Juli, August, September, dennoch wäre eine Saisonverlängerung interessant
- Altersgruppe: 25 bis 60 Jahre – 31% Paare und 24% Familien
- Transportmittel: Auto – sie kommen mit dem Auto, um sich vor Ort gut bewegen zu können
- Bringen ihr Equipment selbst mit – Verleih vor Ort nicht notwendig
- Sind KEINE Extremsportler, sondern extrem sportlich
- Gute Vorbereitung – der tschechische Gast weiß, was er vor Ort machen möchte
- ➔ Dennoch: zusätzliche Ausflugstipps als „persönliche Geheimtipps anführen“
- Eher kürzere Aufenthaltsdauer, dafür mehrmals pro Saison (durchschnittlich 3,2 Tage)
- Hoher Stammgästeanteil
- Kurzfristige Bucher – warten oft das Wetter ab und entscheiden spontan
- Unterkunfts-kategorie:
 - i. 3-Sterne-Hotels und aufwärts als meist gefragteste Kategorie – 45%
 - ii. Ferienwohnungen – 40%
 - iii. Viele Campinggäste

2. Gästekarten/Salzkammergut-Karte als USP (Unique Selling Point)

3. Welche Buchungskanäle nutzt der tschechische Gast? ➔ Direktbucher!

- Booking.com
- AirBnB
- ➔ Da er Wert auf die Rezensionen legt und diese werden hier ersichtlich [Bei Reiseveranstaltern holt er sich eher nur die Informationen – keine Buchungen]

4. Übersetzungen auf Tschechisch - notwendig? (zB. Homepage etc.)

Die *basics* der Website auf Tschechisch werden als positiv empfunden, jedoch müssen es hochwertige Übersetzungen sein!

Wenn das nicht gewährleistet ist → besser eine gute englische Seite als eine schlechte tschechische Seite

5. Regionalität und typische Spezialitäten

Der tschechische Gast schätzt die regionalen Produkte und Speisen (er will zB. kein tschechisches Bier in Österreich serviert bekommen)

6. Der tschechische Gast und was er als Wertschätzung empfindet (DO's):

- „Hallo“ in der Landessprache
- Gästekarte
- Tschechische Prospekte auf dem Zimmer
- Kleines „Abschiedsgeschenk“ / Goodie wenn sie nachhause fahren, um sie zu Wiederbuchern zu machen (zB. kleiner Schnaps/hausgemachtes Marmeladengläschen...)

DONT's:

- „Tschechei“ – weckt negative Erinnerungen an die Vergangenheit, daher sollte diese Wortwahl nicht verwendet werden

Wichtige Verlinkungen:

B2B-Seite der Österreich Werbung zum Informieren: <https://www.austriatourism.com/>

ÖW-Branchennewsletter: <https://www.austriatourism.com/presse/oew-news/>

Informationen rund um das Thema **Nachhaltigkeit im Tourismus:**

<https://www.austriatourism.com/nachhaltigkeit/>

Informationen zum **Herkunftsmarkt Tschechien:**

<https://www.austriatourism.com/maerkte/markt-tschechien/>

Ferienkalender (nach Tschechien filtern): <https://www.austriatourism.com/ferienkalender/>

Studien und Berichte: <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/studien-und-berichte>

DANKE für Ihre Teilnahme!

Angelina Eggl & das Team des TVB Attersee-Attergau