

ATTERBERATER

Marktworkshop Tschechien

09.04.2024

Kurzvorstellung



Norbert Lerch – Marktleiter
ÖW Tschechien



Jaroslav Jachim – Marketing,
Verkaufsförderung ÖW
Tschechien



Alexander Weberberger –
Partner Management ÖW
Wien

Agenda

09:00 – 09:30 Uhr Österreich Werbung - Vorstellung / Nutzenfelder / Neue Werbelinie

Wissenswertes zum Herkunftsmarkt Tschechien

09:30 – 09:50 Uhr Zahlen, Daten, Fakten, Trends, Potentiale

09:50 – 10:10 Uhr Der tschechische Gast und Mediennutzung Tschechien/ Customer Journey

10:10 – 10:30 Uhr Marktbearbeitung inkl. Best Practice Beispiele

10:30 – 11:00 Uhr Kaffeepause

11:00 – 12:00 Uhr Erfahrungsaustausch TVB/Betriebe/ÖW bzgl. tschechischer Gäste

Österreich Werbung

Vorstellung / Nutzenfelder

Über uns

Wer wir sind

- Die Österreich Werbung (ÖW) ist die **nationale Tourismusorganisation** Österreichs
- Gegründet wurde sie 1955 als Verein unter dem Namen „Österreichische Fremdenverkehrswerbung“ und steht seitdem für den Aufbau des modernen Tourismus in Österreich
- **Erhalt** und den **Ausbau** der **Wettbewerbsfähigkeit** des Tourismuslandes Österreich

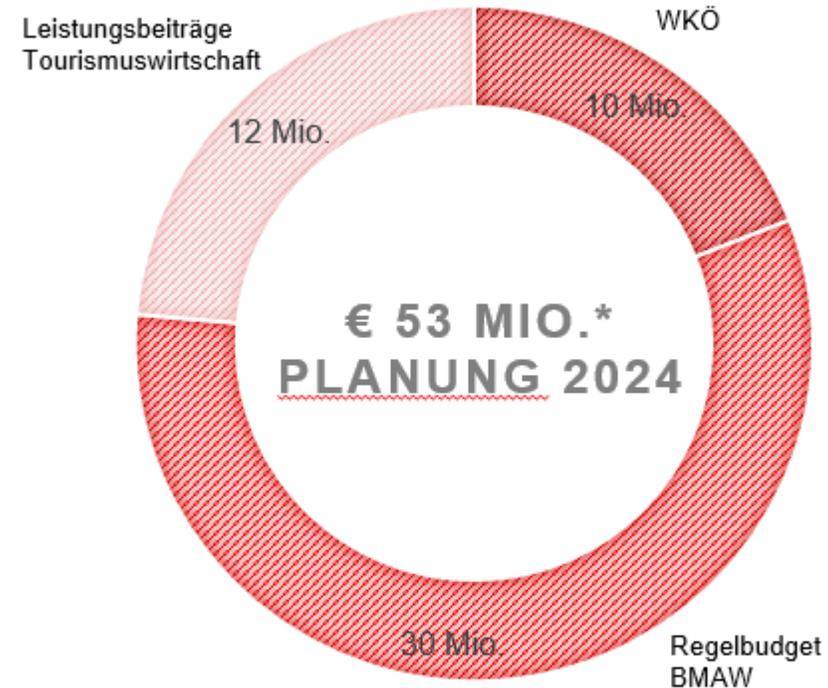


Über uns

Finanzierung und Budget

Das reguläre Budget der Österreich Werbung setzt sich zusammen aus

- den Mitgliedsbeiträgen des **Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft** (BMAW) und
- der **Wirtschaftskammer Österreich** (WKÖ) sowie
- den **Leistungsbeiträgen der Branche** im Rahmen von Beteiligungen an konkreten Marketingmaßnahmen



*Rundungsdifferenzen nicht ausgeglichen

Über uns

Was wir tun

- Führen der **Marke „Urlaub in Österreich“**: Die Marke macht Österreich als Urlaubsland unterscheidbar und vermittelt den emotionalen Mehrwert eines Österreich-Aufenthaltes
- Bearbeitung der international erfolgreichsten **Märkte** mit innovativem, zeitgemäßem Marketing
- Partner der österreichischen Tourismusbetriebe und wesentlicher **Netzwerkknoten** im Tourismus
- Treiber für **Innovation**, digitale Transformation und Nachhaltigkeit im Tourismus.
- Wissenstransfer zu touristischen Themen



Strategie ÖW2026

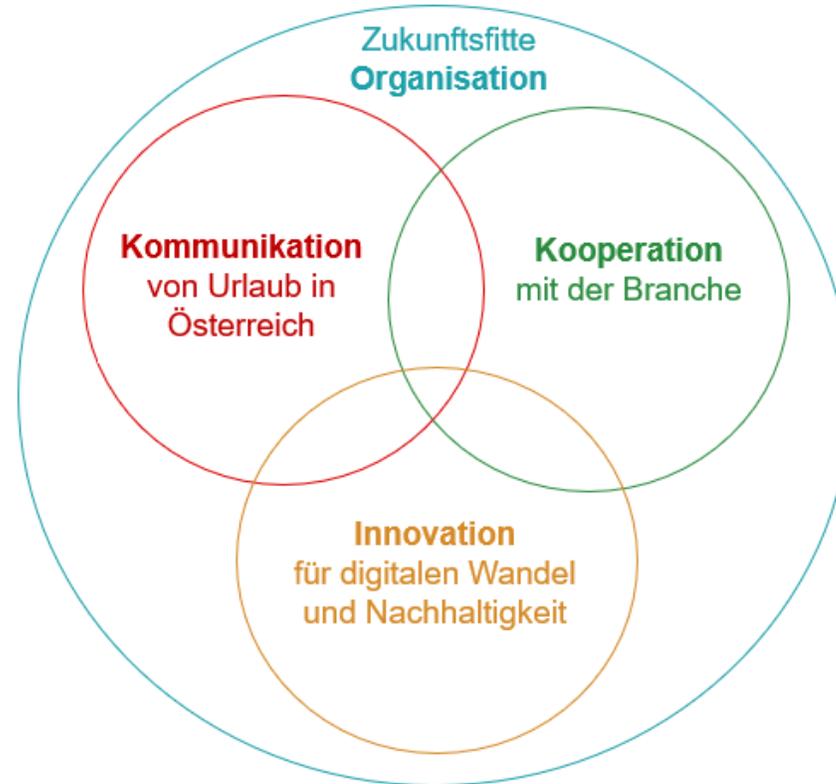
Purpose: Wir stiften Nutzen für die Branche

Kommunikation

Wir begeistern Menschen für **Urlaub in Österreich**, indem wir die **hohe Qualität** unseres Urlaubslandes in den **potenzialstärksten Märkten** durch **kontinuierliche Optimierung** unseres Marketings noch **sichtbarer und begehrtlicher** machen.

Innovation

Wir fördern intern und extern den Aufbau nötiger **Kompetenzen für den digitalen und grünen Wandel**, indem wir eine **Wissensbasis** bereitstellen und eine **nationale Daten- und Innovationsplattform** betreiben, um die **Innovationskraft** des österreichischen Tourismus zu steigern.



Kooperation

Wir unterstützen **LTO, Regionen und Betriebe**, indem wir **Inhalte und Mittel bündeln** und der Branche relevantes und handlungsanleitendes **Marktwissen**, werthaltige **Marktzugänge** sowie **Plattformen** anbieten, um aktuelle und mittelfristige Marktchancen zu heben.

Organisation

Wir erhöhen die **Wirksamkeit** der **Organisation** laufend, indem wir uns ständig weiterentwickeln, datenbasiert entscheiden, flexibel agieren und Verantwortung übernehmen, um unsere **Attraktivität als international agierender Arbeitgeber** zu halten und auszubauen.

Mission: Wir begeistern für Urlaub in Österreich

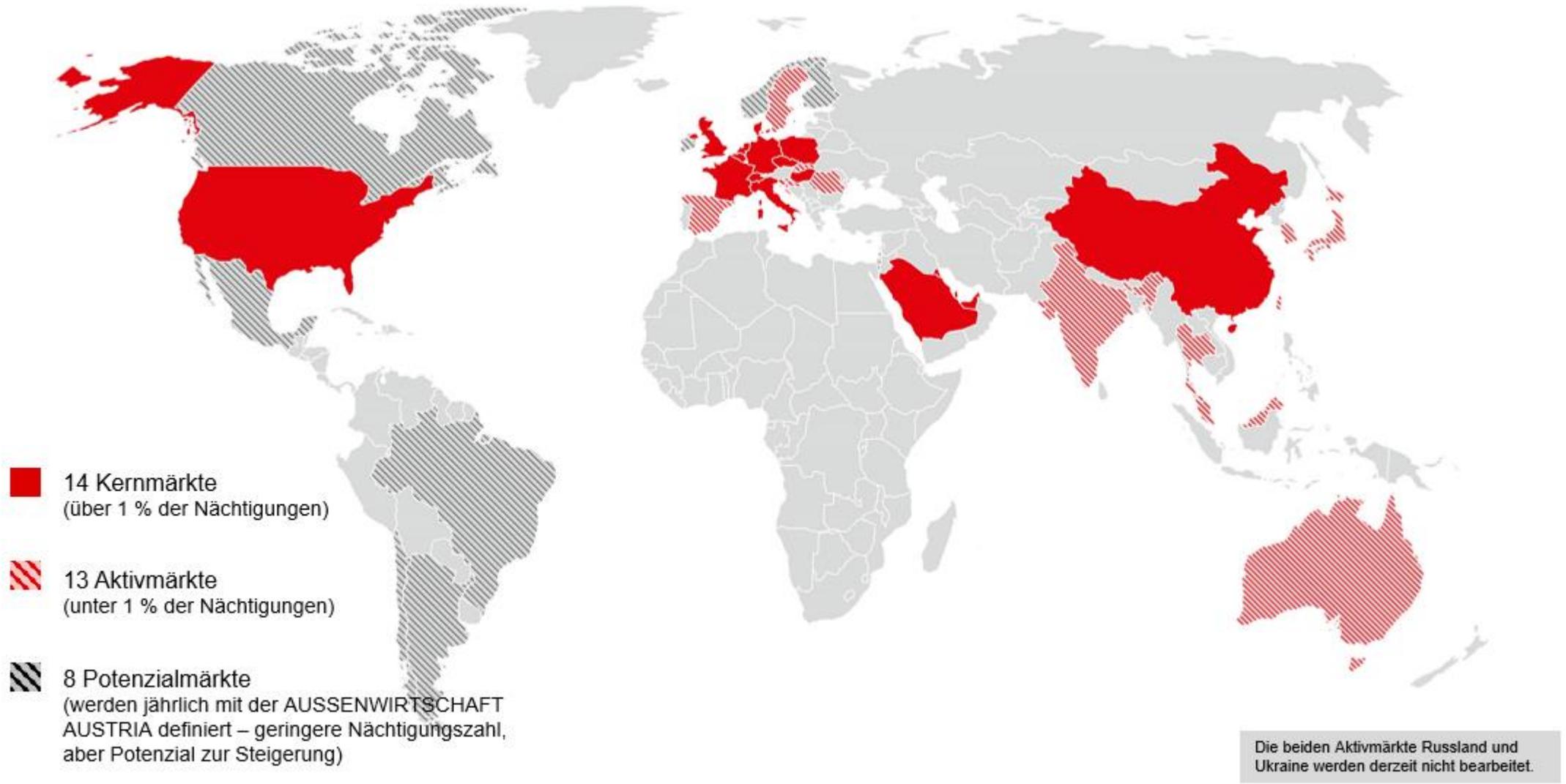
Märkte

Internationale Marktbearbeitung

- Zentrales Anliegen der Österreich Werbung ist es, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismuspartnern für den Erhalt bzw. Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich zu sorgen.
- Mit **21** internationalen Marktbüros bearbeitet die ÖW aktuell **27** Herkunftsmärkte und in Zusammenarbeit mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA weitere **8** Potenzialmärkte.



Internationale Marktbearbeitung



Ganzjahreskommunikation

Kommunikationskonzept

Kommunikationskonzept für
verschiedene Imagekampagnen
wie z.B.:

- ✓ Sommer, Herbst, Winter
- ✓ thematischen Kampagnen für
Rad, Städte, Advent & Kulinarik



Ressortarbeit

Bewegung
& Erholung



Kulinarik



Kunst &
Kultur



Nachhaltigkeit



Kooperation

Hauptaufgaben

- **Zentrale Ziel:** Zusammenarbeit mit LTOs, Regionen, Betrieben (Beherbergung, Kultur etc.), Bergbahnen und Wirtschaftspartnern in unterschiedlichen Projekten und Aktivitäten für **internationale Marktbearbeitung**
- **Plattformen** und **Austauschformate**, um die Branche zu vernetzen.
- **Marktwissen** nutzenstiftend an die Zielgruppe bringen

Laufende Updates: **ÖW-News**



Presse WiPool Convention Karriere Nachhaltigkeit Austrian Creators Innovation Über Uns Kontakt Suche

Österreich Werbung Marke Marketingkooperationen Märkte Tourismusforschung ÖWthek Blog ÖW News Anmeldung

Herzlich willkommen auf der B2B-Seite der Österreich Werbung

Marko Mestrovic

Jetzt anmelden für den Österreichischen Tourismustag 2024! #FahrplanZukunft

Aktuelles



Jetzt im ÖW Talk: Johannes Hörl, Austrian Leading Sights und CEO Großglockner Hochalpenstraßen AG

Im Talk mit Gast Johannes Hörl, Präsidiumsmitglied bei Austrian Leading Sights und CEO der Großglockner Hochalpenstraßen AG, geht es um den Stellenwert der ITB, die Bedeutung von Sehenswürdigkeiten, die Herausforderungen 2024 und vieles mehr. Jetzt neu: ÖW Talk Folge 2 mit ÖW-Geschäftsführerin Astrid Steharnig-Staudinger.



Österreich Werbung: Sandra Stichauner wird neue CMO

Die bisherige Head of Channel Management und interimistische Leiterin des Bereichs Kommunikation der Österreich Werbung (ÖW) setzte sich gegen 90 andere Bewerber:innen durch und übernimmt die Position der Chief Marketing Officer (CMO) ab sofort dauerhaft.



„Nachhaltigkeit in Österreich“: Neue Publikation der ÖW holt touristische Vorzeigeprojekte vor den Vorhang

Mit der Publikation „Nachhaltigkeit in Österreich. Touristische Vorzeigeprojekte“ verstärkt die Österreich Werbung die Außenwahrnehmung von touristischen Nachhaltigkeitsinitiativen. Alles zur neuen kostenlosen Publikation, die 50 touristische Vorzeigeprojekte vor den Vorhang holt, in unserer Presseausendung.

Plattformen

ÖTT/ATB

Der Österreichische Tourismustag (ÖTT) und die Austrian Travel Business (ATB) sind die zwei größten Branchenevents für den Tourismus in Österreich.

Der ÖTT bringt aktuelles Fachwissen in die Branche. Die ATB bringt nationale Anbieter und die internationale Nachfrage zusammen.

ÖTT: 22.05.2024

www.tourismustage.at

ATB: 16.-17.01.2025



Veranstaltung "Market Insights"

Fundiertes Wissen über Zielgruppen und aktuelle Entwicklungen auf den Märkten hilft der Branche, ihre Produkte zielgerichtet anzubieten und für potenzielle Gäste weiterzuentwickeln.

Dieses Marktwissen in die Branche zu tragen, gehört zu unseren Kernaufgaben.



Marktworkshops

Mit unseren internationalen **B2B-Veranstaltungen, den Workshops und Travel-Trade-Events** ermöglichen wir ein **fundiertes Netzwerken** mit B2B-Multiplikatoren in den Märkten und Wissensvermittlung aus erster Hand. Nach der Pandemie erlebten diese Formate ein verdientes Comeback.

Zusätzlich 2024: **Austrian Destination Summit** Wien und Innsbruck
20./23.06.2024



 Österreich
Werbung

Best of 2023

[#oesterreichbegeistert](#)

Nachhaltigkeit



Grüner Wandel

- **Nachhaltigkeitsstrategie:** Zur Positionierung Österreichs als nachhaltige Tourismusdestination. Der Fokus liegt dabei auf den Bereichen Außenwahrnehmung, Wissenstransfer und Kollaboration.
- **Nachhaltigkeitsmanifest:** Definiert Maßnahmen und KPIs zur Reduktion des CO₂-Fußabdrucks bis 2026
- **Branchenplattform** für nachhaltigen Wissenstransfer
- **Green Claims im Tourismus:** Leitfaden und Webinar-Serie
- **KPI-Toolkit für Destinationen:** Zur strategischen Verankerung und Messbarkeit von Nachhaltigkeit

Save the date: 24. & 25. Juni 2024



1. Sustainable Tourism in Austria Summit

Am 24. und 25. Juni 2024 findet im Schloss Grafenegg erstmalig der **"Sustainable Tourism in Austria Summit" (STiAS)** statt. Die Konferenz, die von der **Österreich Werbung** gemeinsam mit dem **Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft** organisiert wird, widmet sich ganz den Themen Wissenstransfer im Nachhaltigkeitsbereich und der Präsentation von Best Practices aus der österreichischen Tourismusbranche.

[➤ Mehr erfahren](#)

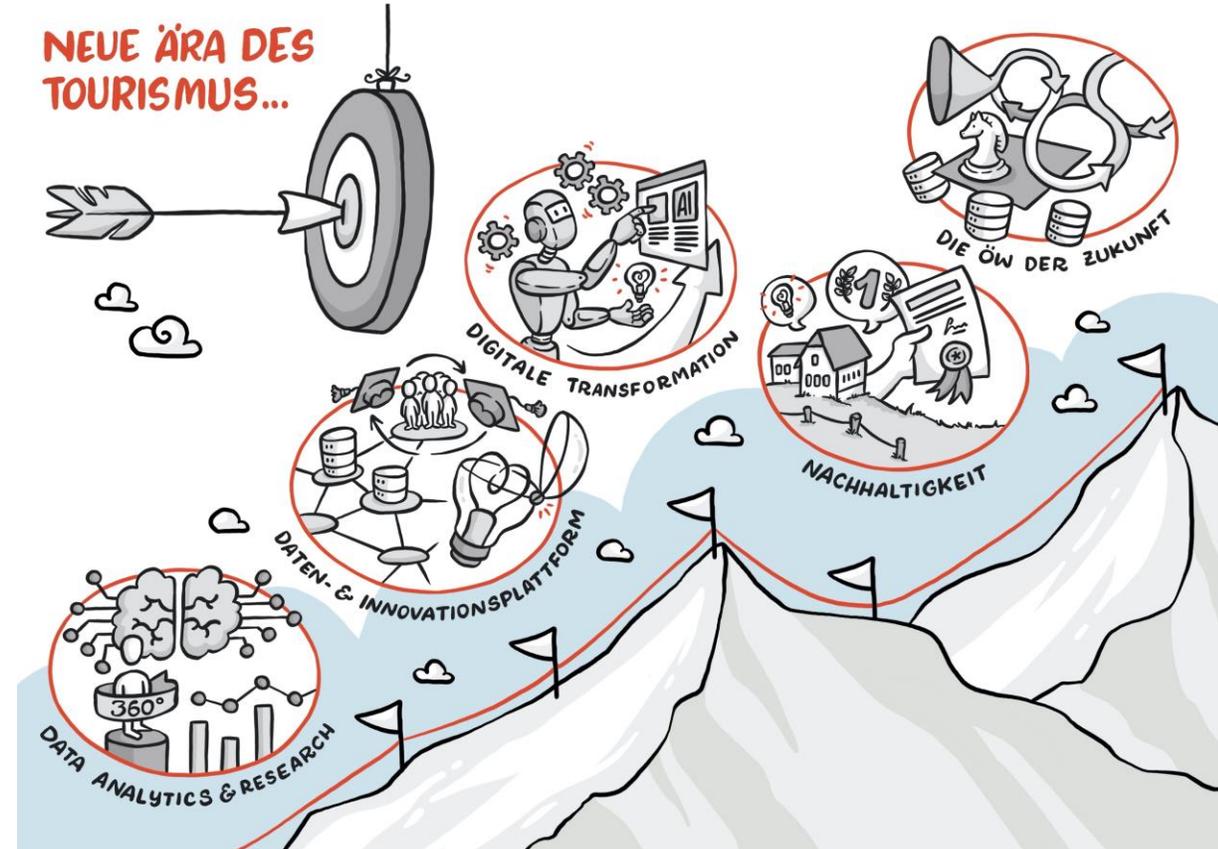
Kulinarik Positionierung



Über uns

Arbeitsauftrag

- Unterstützung und Förderung der österreichischen Tourismusbranche u.a. mit zeitgemäßem Marketing
- Steigerung der Produktivität und der Wertschöpfung im Tourismus
- Aufbau einer plattformbasierten Struktur für eine stärkere Vernetzung in der Branche



Neue ÖW-Werbelinie

A close-up photograph of a man and a woman laughing joyfully. The man, on the left, has a bright red wig, a mustache, and a nose ring. He is wearing a white and brown striped tank top. The woman, on the right, has dark hair and is also laughing with her eyes closed. They are outdoors, with a wooden fence and greenery in the background. The overall mood is happy and carefree.

Der neue Markenauftritt
beginnt mit einem Gefühl...



Was macht Urlaub in Österreich aus?

Menschen
machen den
Unterschied

Menschen
schaffen
authentische
Verbindungen

Menschen
vermitteln
dieses ganz
besondere
Gefühl

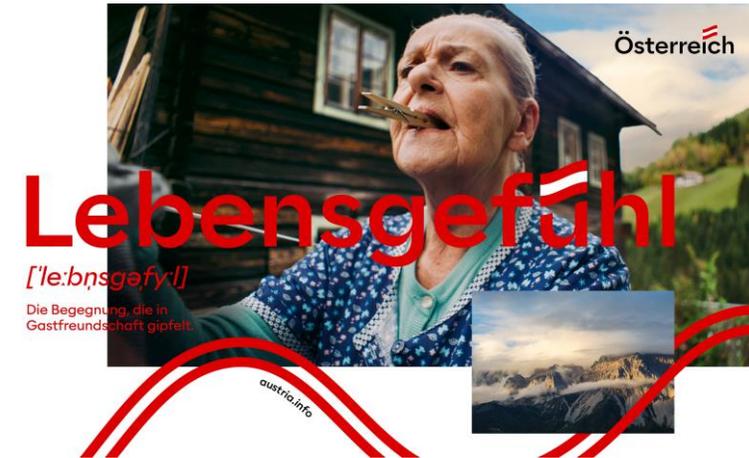
Wir bewerben keine Destination, sondern ein

Gefühl

Lebensgefühl

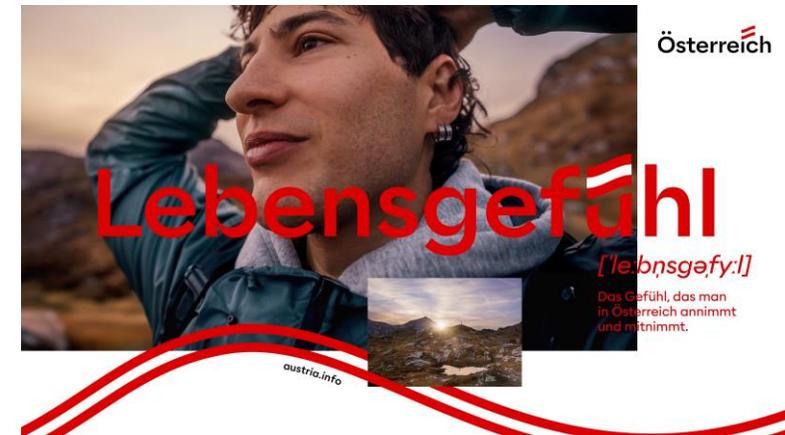
„Lebensgefühl“

Wir positionieren Österreich als Synonym für das Lebensgefühl. Da man es nur hier erleben und lernen kann, bleibt es in anderen Sprachen unübersetzt, wobei das Wort selbst in allen Märkten zum Botschafter für das einzigartige Lebensgefühl in Österreich wird.



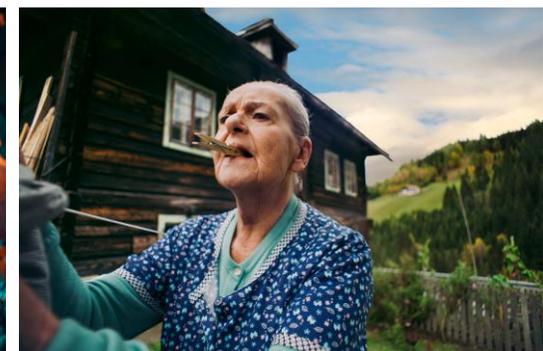
LEBENSGEFÜHL

Bewusstes Gefühl, am wirklichen Leben teilzuhaben, mitten im Leben zu stehen, das Leben in **all seinen Facetten** zu spüren.



Lebensgefühl = Synonym für Österreich

- Vermittlung von Gefühlen statt Reisezielen
- Mutige Abkehr von Tourismus-Stereotypen
- Ehrliche Einblicke abseits üblicher Werbeklischees
- Betonung des österreichischen Lebensgefühls in neuer Ästhetik
- Nutzung moderner, authentischer Bildsprache mit unkonventionellen Elementen
- Humorvolle Selbstreflexion ohne Überheblichkeit
- Spezifisches Österreich-Gefühl wird auf Sujets, in Videos, bei Veranstaltungen und in Flagship-Projekten spürbar



Lebensgefühl Österreich

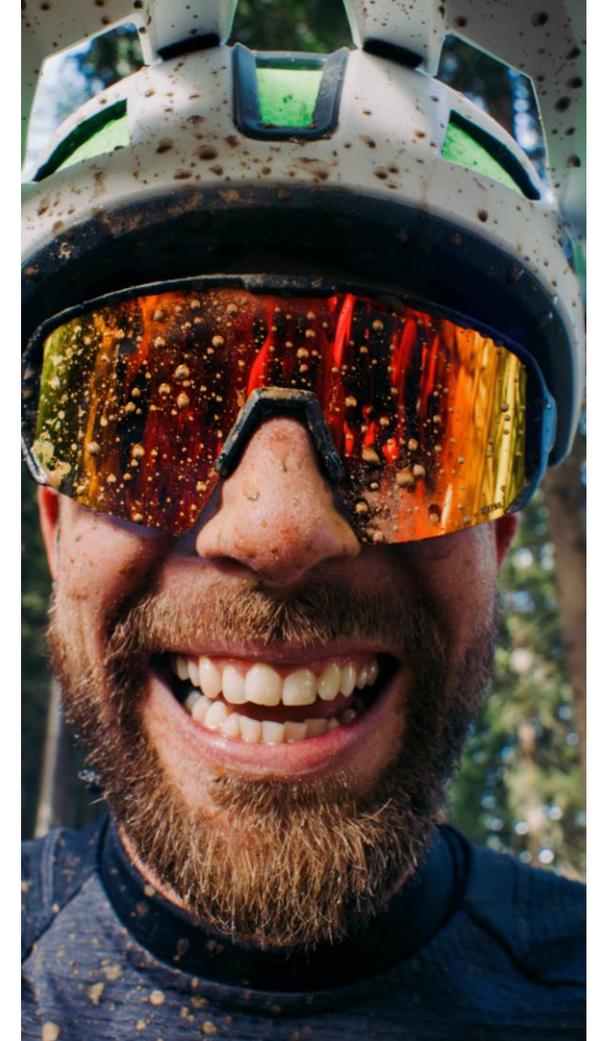
Österreich

Lebensgefühl

[ˈleːbn̩sɡəfyːl]
Die Begegnung, die in
Gastfreundschaft gipfelt

austria.info

This advertisement features a close-up of an elderly woman with white hair, wearing a blue patterned cardigan, with a lit cigarette in her mouth. The background shows a rustic wooden building and a green landscape. The word 'Lebensgefühl' is written in large red letters across the center. Below it, the phonetic transcription [ˈleːbn̩sɡəfyːl] and the tagline 'Die Begegnung, die in Gastfreundschaft gipfelt' are displayed. The Austrian flag logo and the website 'austria.info' are also present.



Lebensgefühl



[ˈleːbn̩sgəfʏːl]

Connecting originality
and authenticity.

Der tschechische Markt

Zahlen, Daten, Fakten, Trends, Potentiale

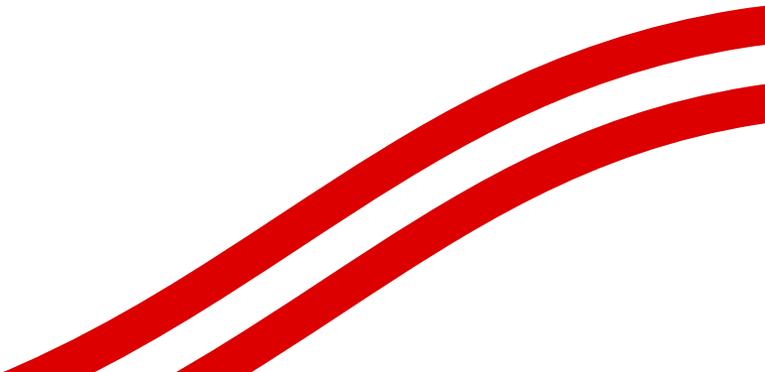
Marktanalyse - Tschechien Überblick

- Dynamische Entwicklung der Nächtigungen und Ankünfte
- Verglichen 2023 mit 2013 haben sich die NÄ im Sommer verdoppelt und im Winter um 1/3 gesteigert. (ganz Österreich)
- 2023 **bisher bestes Ergebnis mit 3,69 Mio. NÄ** (mehr als vor Pandemie)
- Reisen nach Österreich haben sich nach der Pandemie gut erholt, Tschechien wird sich an der 4. Stelle im Nationenranking etablieren.
- **2023**

Kalenderjahr (Vgl. zu 2019):	AK: +12,8%, NÄ +11,9%
Sommer (Vgl. zu 2019):	AK: +22,9%, NÄ + 24%
Winter 22/23 (Vgl. zu 2019/2020):	AK: +20,6%, NÄ +26,2%

Marktanalyse - Tschechien Überblick

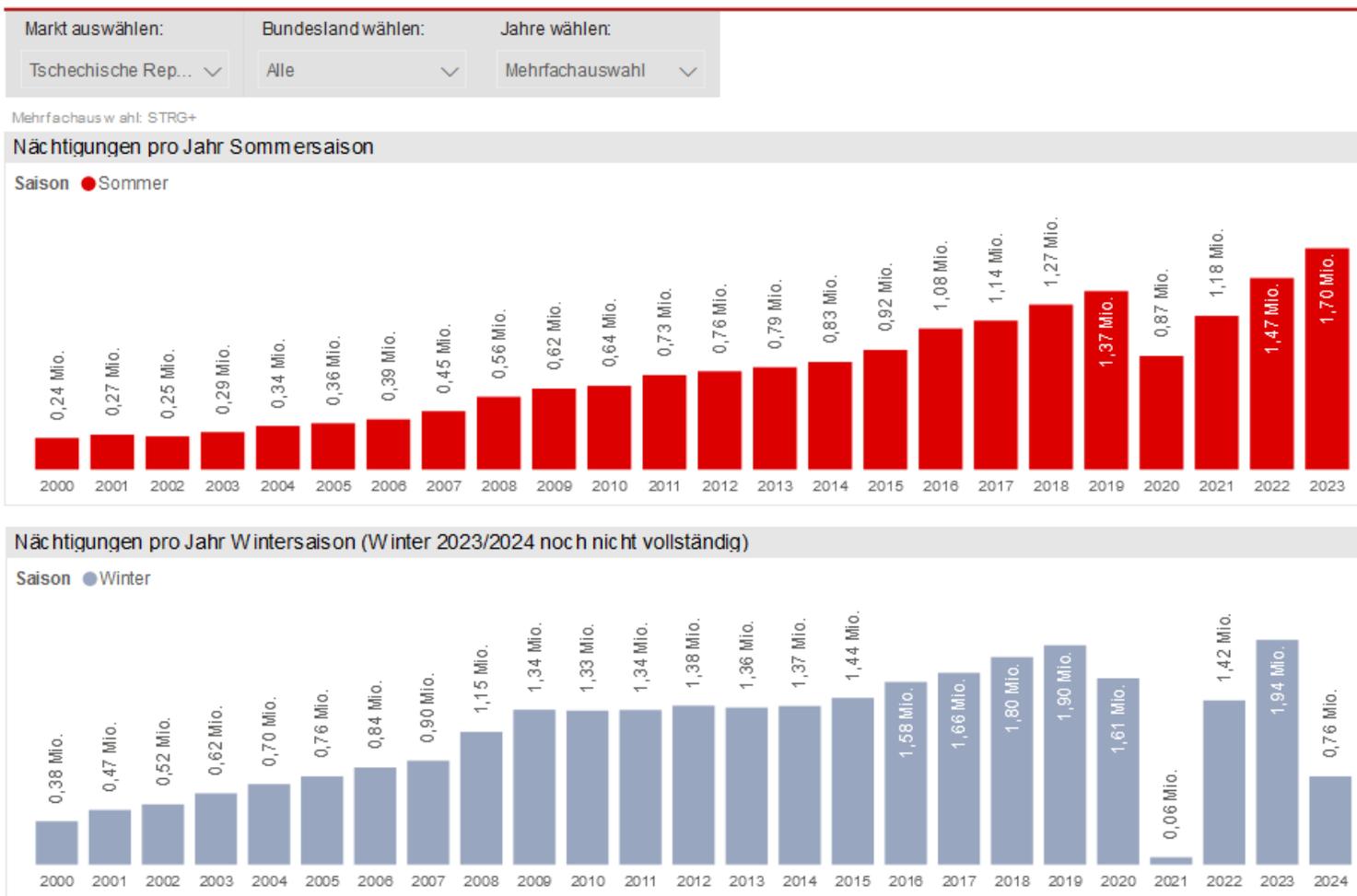
- Verteilung der NÄ auf Bundesländer 2019:
29,2% Sbg, 23% Tirol, 14,1% Stmk, 11,5% Ktn, 8,7% OÖ
 - Saisonverteilung 2023: 47% Sommer, 53% Winter, Nahmarkt, leichte Erreichbarkeit
 - Ö ist das beliebteste Reiseziel der Tschech*innen im Winter
 - Hoher Stammgästeanteil mit 76%
 - Durchschnittliche Aufenthaltsdauer (2023) 3,2 Nächte

 - Wirtschaftlich stabil, Inflation Jänner 2024 bei 2,3%, niedrigste Arbeitslosenzahl innerhalb der EU-27
 - Unsere Zielgruppe wurde mit der hohen Inflation (durchschnittliche Inflation für 2022: 16,2% und 2023: 10,7%) nicht spürbar beeinflusst.
- 

Nächtigungszahlen Österreich 2000 - 2023

ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard



Quelle: Statistik Austria, Hinweis: Wintersaison startet im November des Vorjahres (Beispiel: Winter 2023 = Wintersaison 2022/2023)

Markt auswählen: Tschechische Rep... ▼

Bundesland wählen: Alle ▼

Mehrfachauswahl: STRG+

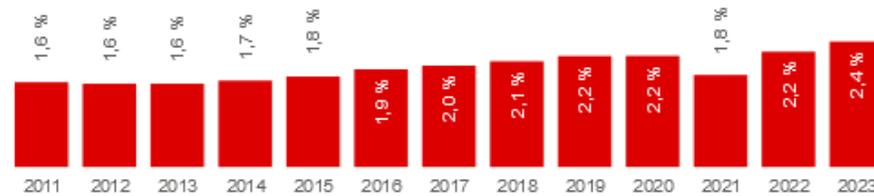
Nächtigungen pro Jahr



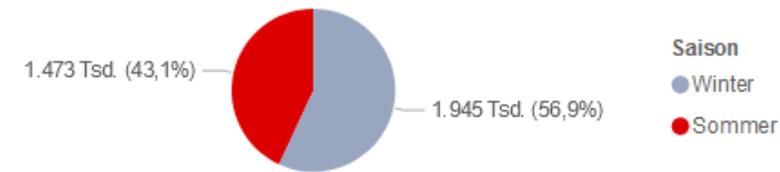
Ankünfte pro Jahr



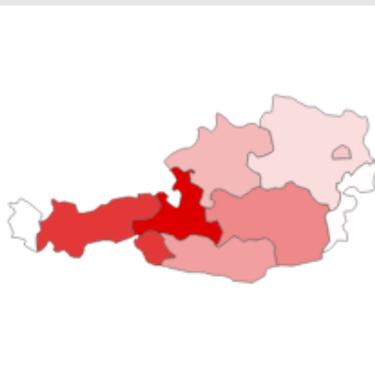
Marktanteil auf Basis Nächtigungen (in Österreich gesamt)



Nächtigungen nach Saisonen 2022/2023 (Sommer 22 + Winter 22/23)



Nächtigungen Bundesländer 2023



Nächtigungen Bundesländer 2023

Bundesland	Nächtigungen	Anteil
Salzburg	1.076.942	29,2%
Tirol	848.923	23,0%
Steiermark	519.748	14,1%
Kärnten	423.460	11,5%
Oberösterreich	321.767	8,7%
Wien	256.163	6,9%
Niederösterreich	170.745	4,6%
Burgenland	39.500	1,1%
Vorarlberg	30.764	0,8%
Gesamt	3.688.012	100,0%

Top 10 im Sommer 2023

Tourismusregion	Nächtigunge
Salzkammergut	157.396
Wien	142.861
Schladming-Dachstein	119.022
Salzburger Sportwelt	68.957
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	62.262
Zell am See - Kaprun	61.564
Sealbach-Hinterglemm	44.007
Donau NÖ	42.357
Aussereisland-Salzkammergut	41.012
Region Villach	38.667

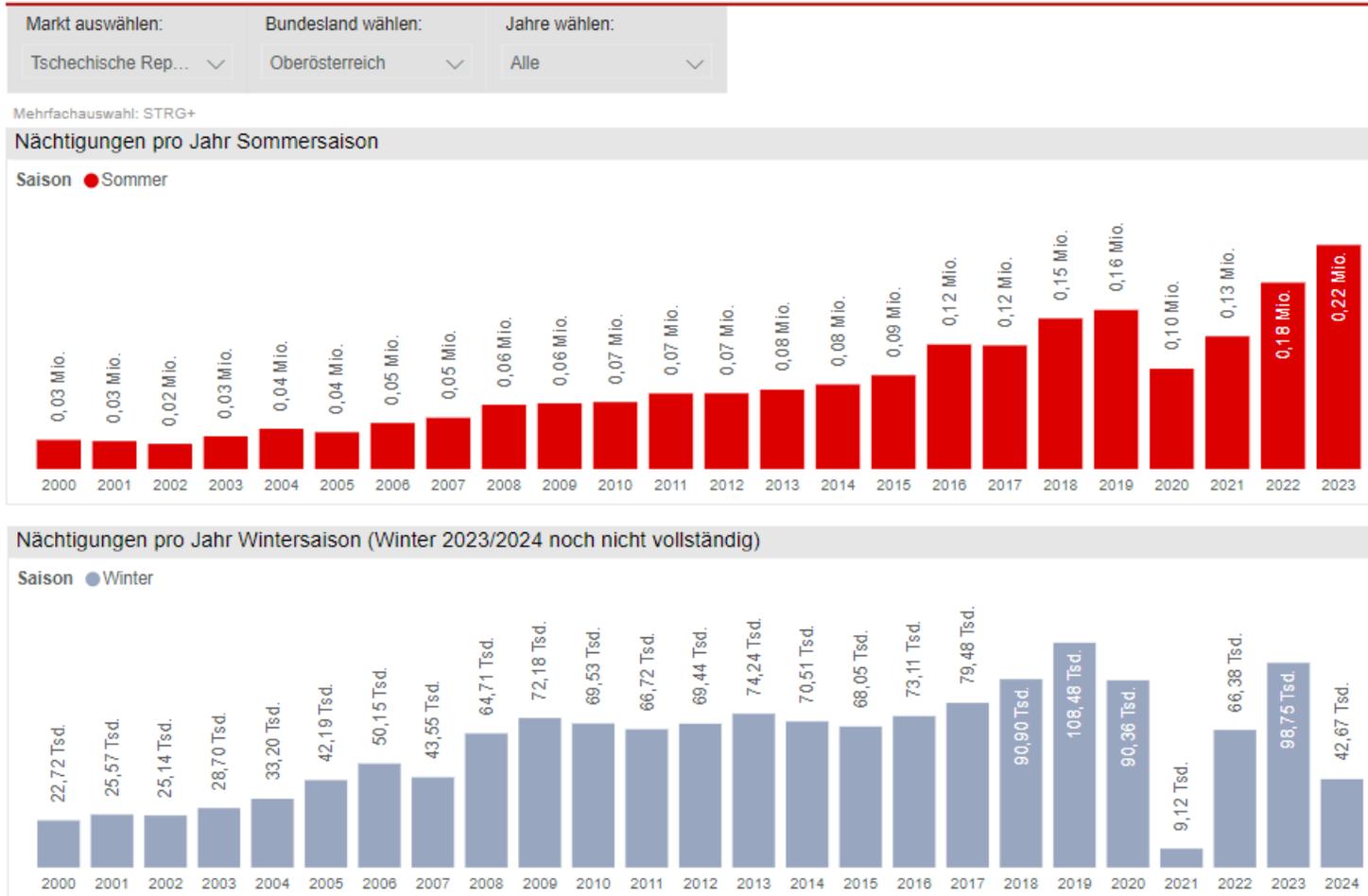
Top 10 im Winter 2022/23

Tourismusregion	Nächtigunge
Schladming-Dachstein	169.190
Salzburger Sportwelt	114.929
Wien	110.611
Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern	102.259
Nassfeld-Pressegger See/Lesachtal	98.659
Ötztal Tourismus	80.638
Zell am See - Kaprun	74.655
Lungau	70.602
Gassteintal	57.313
Osttirol	55.613

Nächtigungszahlen OÖ 2000 - 2023

ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard

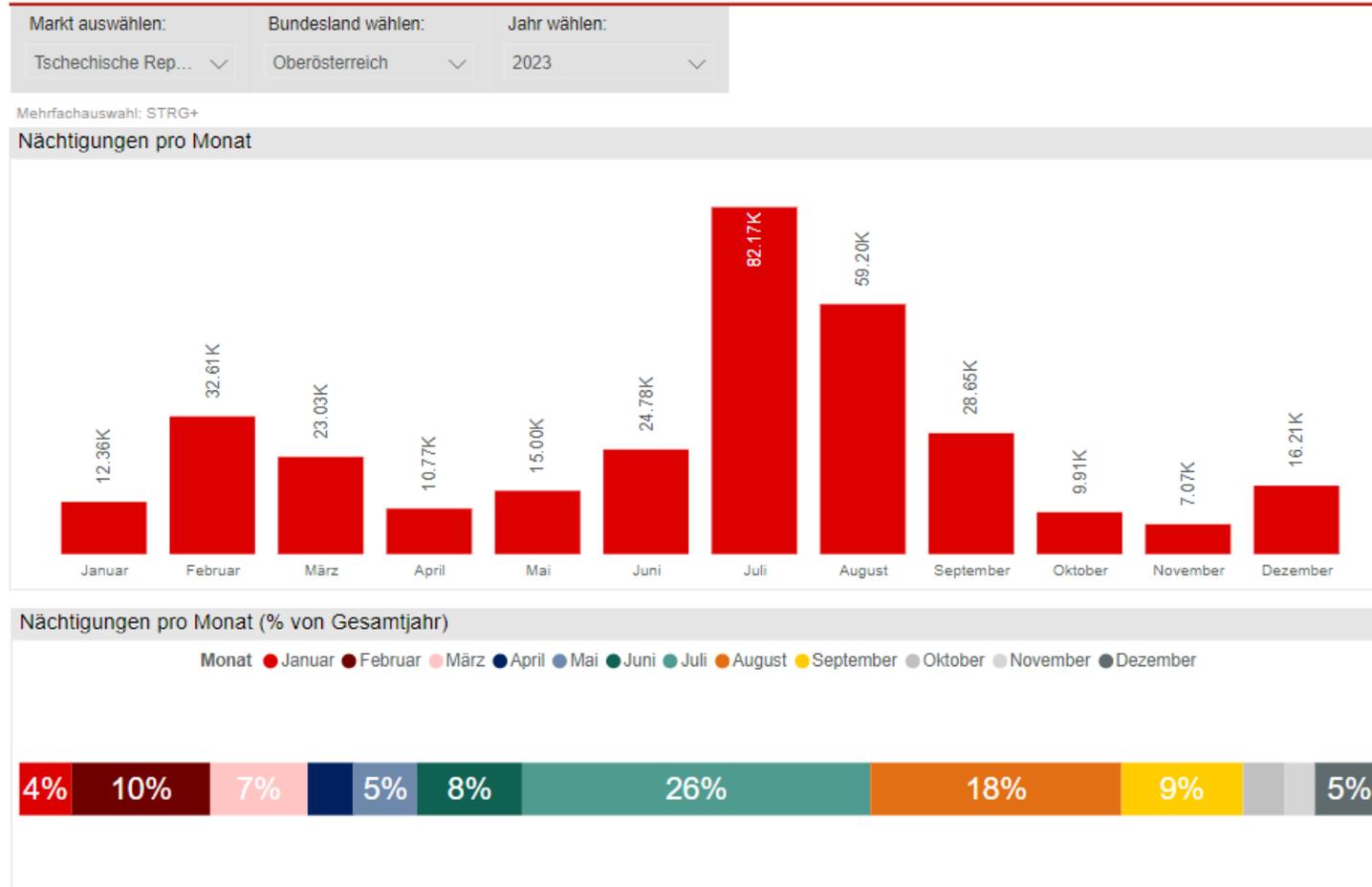


Quelle: Statistik Austria, Hinweis: Wintersaison startet im November des Vorjahres (Beispiel: Winter 2023 = Wintersaison 2022/2023)

Nächtigungszahlen OÖ nach Monaten

ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard



Quelle: Statistik Austria

Nächtigungszahlen OÖ Regionen 2014 vs. 2023

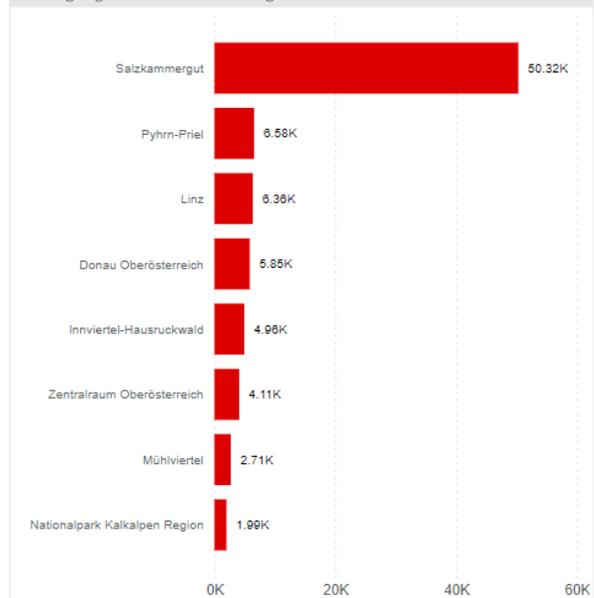
ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard

Markt auswählen: Tschechische Rep... |
 Bundesland wählen: Oberösterreich |
 Jahr wählen: 2014 |
 Saison wählen: Sommer | Winter

Mehrfachauswahl: STRG+

Nächtigungen nach Tourismusregionen



Nächtigungen nach Tourismusregionen

Tourismusregion	Nächtigungen
Salzkammergut	50,315
Pyhm-Priel	6,577
Linz	6,358
Donau Oberösterreich	5,854
Innviertel-Hausruckwald	4,955
Zentralraum Oberösterreich	4,113
Mühlviertel	2,710
Nationalpark Kalkalpen Region	1,993
Total	82,875

Quelle: Statistik Austria, Hinweis: Wintersaison startet im November des Vorjahres (Beispiel: Winter 2023 = Wintersaison 2022/2023)

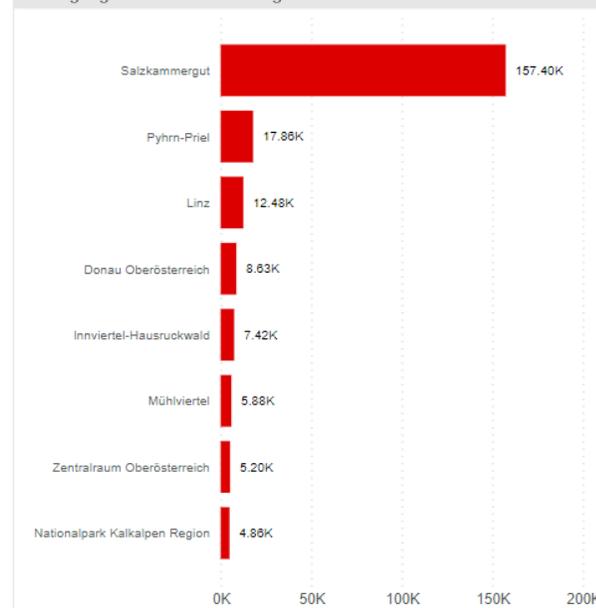
ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard

Markt auswählen: Tschechische Rep... |
 Bundesland wählen: Oberösterreich |
 Jahr wählen: 2023 |
 Saison wählen: Sommer | Winter

Mehrfachauswahl: STRG+

Nächtigungen nach Tourismusregionen



Nächtigungen nach Tourismusregionen

Tourismusregion	Nächtigungen
Salzkammergut	157,396
Pyhm-Priel	17,858
Linz	12,477
Donau Oberösterreich	8,630
Innviertel-Hausruckwald	7,421
Mühlviertel	5,880
Zentralraum Oberösterreich	5,197
Nationalpark Kalkalpen Region	4,856
Total	219,715

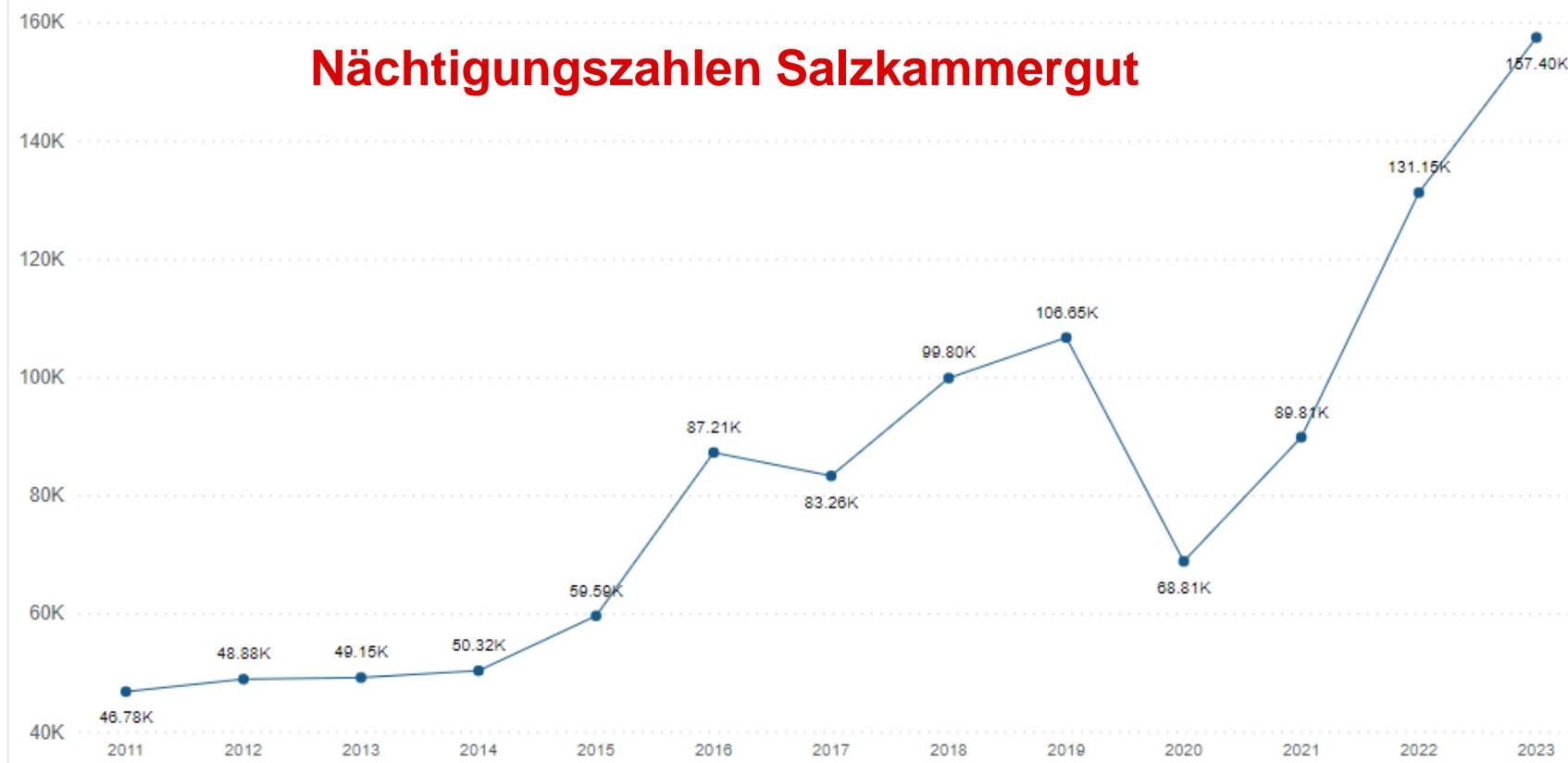
Quelle: Statistik Austria, Hinweis: Wintersaison startet im November des Vorjahres (Beispiel: Winter 2023 = Wintersaison 2022/2023)

Markt auswählen: Tschechische Rep...
Bundesland wählen: Oberösterreich
Region wählen: Salzkammergut
Jahr wählen: Multiple selections
Saison wählen: Sommer Winter

Mehrfachauswahl: STRG+

Nächtigungen nach Tourismusregionen

Tourismusregion ● Salzkammergut



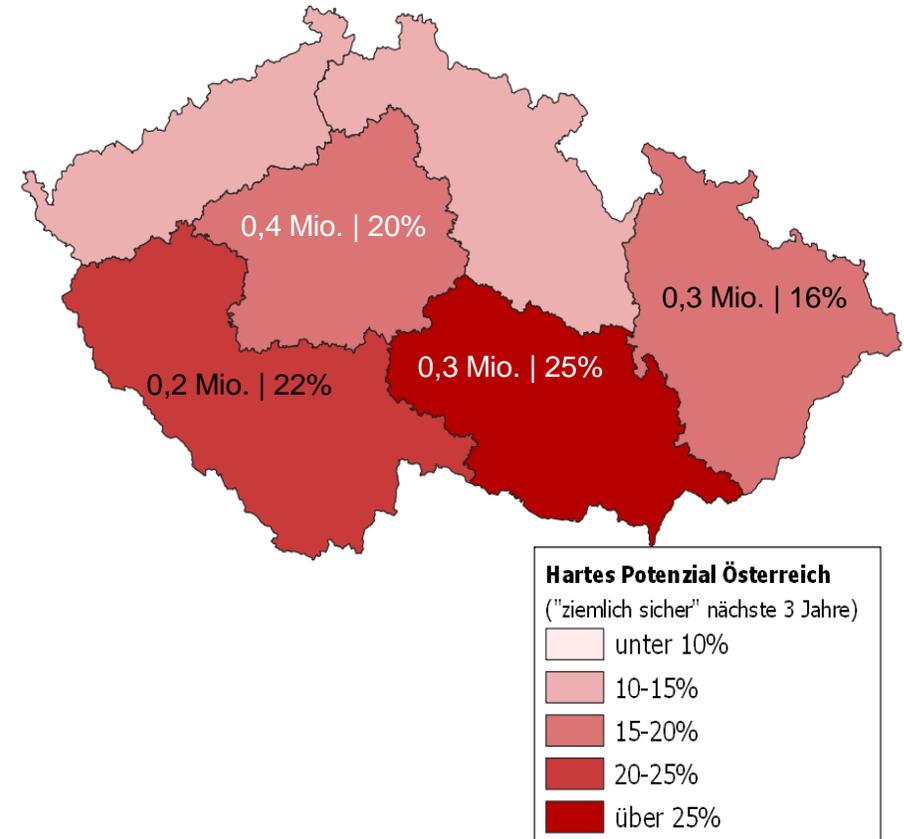
Quelle: Statistik Austria, Hinweis: Wintersaison startet im November des Vorjahres (Beispiel: Winter 2023 = Wintersaison 2022/2023)

Unterkunftskategorien

Reiseziel: Österreich Inhalt: Nächtigungen Herkunftsmarkt: Tschechien Periode: 2023		
Herkunftsmarkt Unterkunftsart	Tschechien	
	absolut	% d.Vj.
Kategorie 5/4-Stern	699.663	20,4
Kategorie 3 Stern	688.587	17,6
Kategorie 2/1 Stern	302.568	18,0
Hotels und ähnliche Betriebe	1.690.818	18,8
Ferienwohnung, -haus (privat) nicht auf Bauernhof	664.058	17,7
Ferienwohnung, -haus (privat) auf Bauernhof	153.435	21,1
Ferienwohnungen (gesamt)	1.510.587	23,8
Ferienwohnung, -haus (gewerblich)	693.094	30,9
Campingplatz	203.865	16,1
Kinder- und Jugenderholungsheim	14.689	-3,9
Kurheim der Sozialversicherungsträger	184	48,4
Privatquartier auf Bauernhof	54.219	8,9
Bewirtschaftete Schutzhütte	25.082	28,1
Privatquartier nicht auf Bauernhof	111.651	8,5
Jugendherberge, Jugendgästehaus	38.760	20,6
Privates oder öffentliches Kurheim	919	34,0
Bauernhöfe (gesamt)	207.654	17,6
Privatquartiere gesamt (ohne FeWo)	165.870	8,6
Sonstige Fremdenunterkunft	37.238	20,0
Alle bezahlte Unterkunftsarten	3.688.012	20,1

Geografische Zentren - Zielgruppe in Tschechien

- 25 bis 60 Jahre, aktive und sportliche Paare (31%) sowie Familien (24%) mit Präferenz für Urlaub in Österreich, höheres Bildungs- und Einkommensniveau, hohe Reiseintensität
- Die höchste Österreich-Affinität weisen die Bewohner in Prag und Umgebung, sowie in Südböhmen auf. Für die Bundesländer Burgenland und Niederösterreich ist Mären – speziell Brünn und Umgebung als Herkunftsgebiet auch relevant.



Hotelsuchen Österreich nach CZ-Regionen

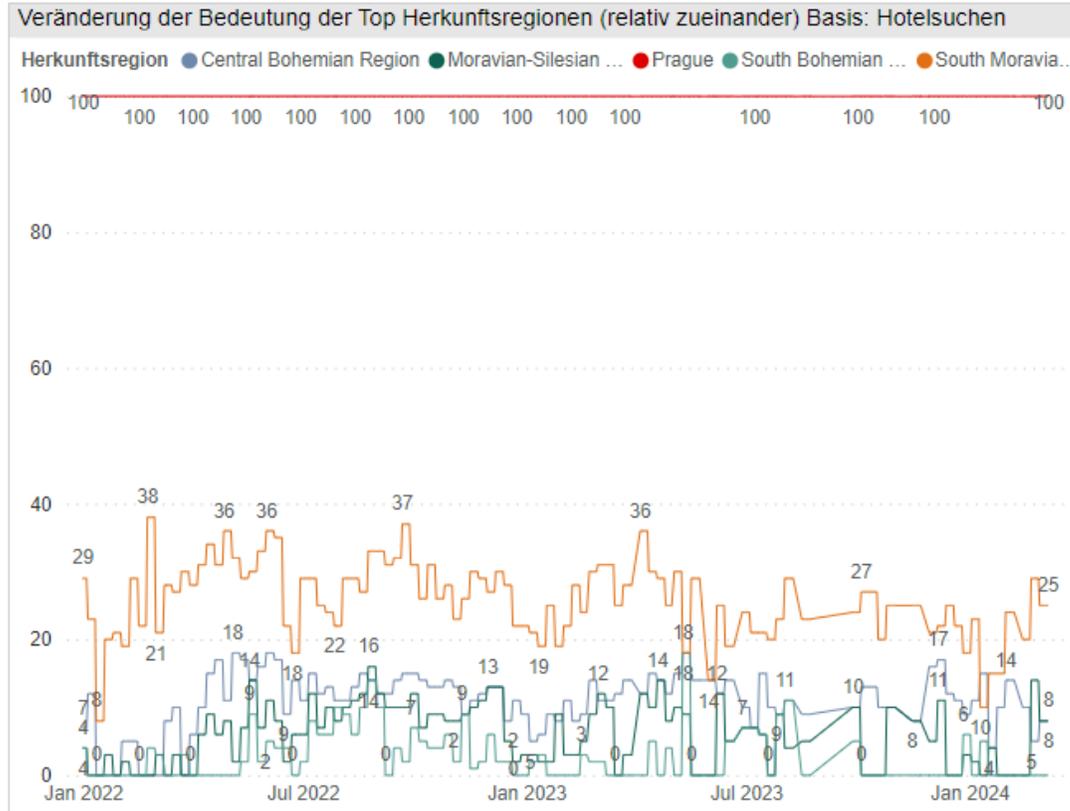
ÖW Tourismusforschung

Statistik - Dashboard

Markt auswählen:

Tschechische Rep... ▾

Das **Destination Insights** Tool von Google wertet die weltweit getätigten Hotelsuchen (via Google Hotelfinder) nach Herkunftsland und Reiseziel aus und gibt somit Aufschluss über die Entwicklung des internationalen Reiseinteresses. Die Werte sind Indexwerte und geben einen Einblick in die Entwicklung des Interesses an Österreich pro Markt. Google veröffentlicht nicht die absolute Anzahl der Hotelsuchen. Dargestellt ist die Entwicklung der Hotelsuchen nach Herkunftsregionen pro Woche. Die Region mit den meisten Suchen: Index 100. Alle anderen relativ dazu.



Österreich punktet mit

- Guter Erreichbarkeit mit PKW
- Schneesicherheit in Gletscherskigebieten
- hoher Qualität von Leistungen und Service und der Kombination aus intakter Natur und hochentwickelter Infrastruktur
- Gutem Angebot an Aktivmöglichkeiten
- Alternative zu überfüllten Stränden



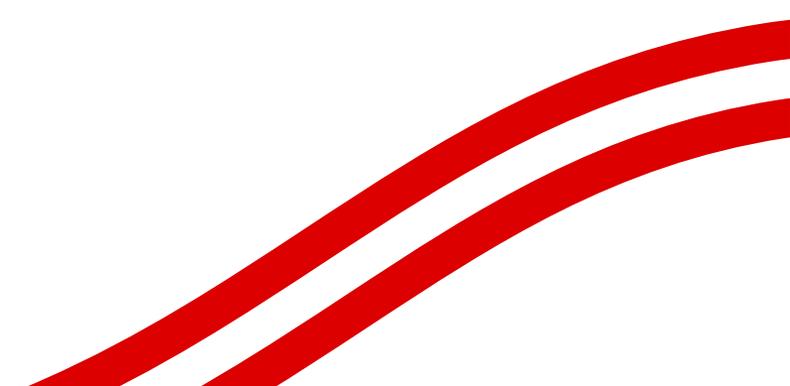
Der tschechische Markt

Der Gast und Mediennutzung

Customer Journey

Die tschechischen Gäste in Österreich

- 67% machen gemütliche Natur-Spaziergänge
- 55% wandern auf leichten Wanderwegen
- 49% besuchen Naturattraktionen/Nationalparks
- 32% schwimmen im See
- 31% fahren Ski oder snowboarden
- 27% fahren mit dem Rad (auf Radwegen)
- Extrem sportlich/ aktiv vs. Extremsportler!
- **Trend:** Kurzaufenthalte bis 3 Nächte
- **Direktbuchermarkt** – RV ca. 6-8% des Gesamtvolumens – die Qualität der eigenen Webseiten für die Inspiration der potenziellen Gäste ist essenziell.



Strategischer Fokus liegt auf

- Familiensommer in atemberaubender Kulisse - aktives Erleben der alpinen Naturlandschaft
- Winter – Skifahren / Winteraktivitäten
- Kurzreisen und Städtetrips

Potenzial generell

- Auslandsreisen 2023: über 7 Mio. (+15% zum 2022)
- geschätzte Reisen nach Österreich: 1,4 Mio.
- Kurzreisen bis 3 Nächte: +33%



Potential nach Saison

Sommer

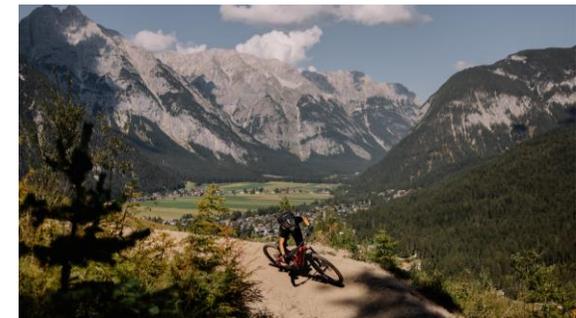
- Familiensommer in atemberaubender Kulisse - 1,5 Mio. Familien
- Natur aktiv (nicht zu sportlich) in alpiner Naturlandschaft (Freundesgruppen) - 1,6 Mio. Wanderurlauber, 0,7 Mio. Radurlauber

Winter

- Skiurlaub (Familien, Paare, Freundesgruppen) - 0,8 Mio. Wintersporturlauber
- 0,3 Mio. (6%) Winterschneeurlauber (ohne Sport)

Kurzreisen

- (Kultur, Städte, Weihnachtsmärkte) - 1,2 Mio. Städteurlauber
- Lt. Länderstudie 24% Städteurlaube und 13% Kultururlaube



Tschechien - Chancen

- Die größten Potenziale stecken im kollektiven Erleben des Sommers in Österreich im alpinen Lebensraum,
- Halten des Winteranteils
- Reisen im Frühjahr haben im Vergleich der Alpenländer ein besonders hohes Potenzial (Chance für Sonnenskiurlaub oder Wandern/Rad)
- Sehr outdooraffin und top-ausgerüstet, beim Sport dennoch gemütlicher
- Das Umweltbewusstsein steigt, aber die Nachhaltigkeit ist noch kein großes Thema bei der Urlaubsentscheidung
- Klimaveränderung (heiße Sommer im Mittelmeerraum) könnte ein Vorteil für Österreich sein



Mitbewerber

Sommer

- Inland in Tschechien
- Kroatien
- Griechenland
- Spanien
- Italien
- Slowakei
- Slowenien

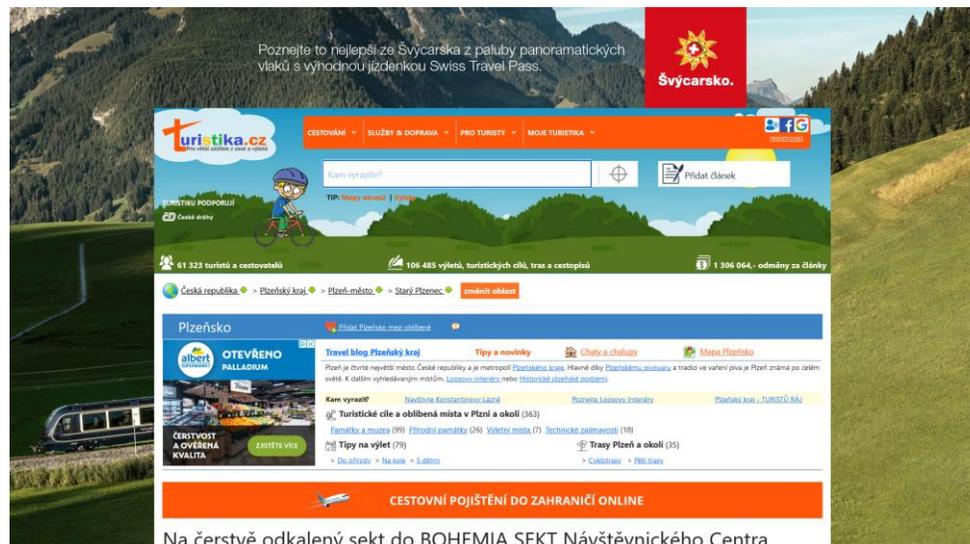
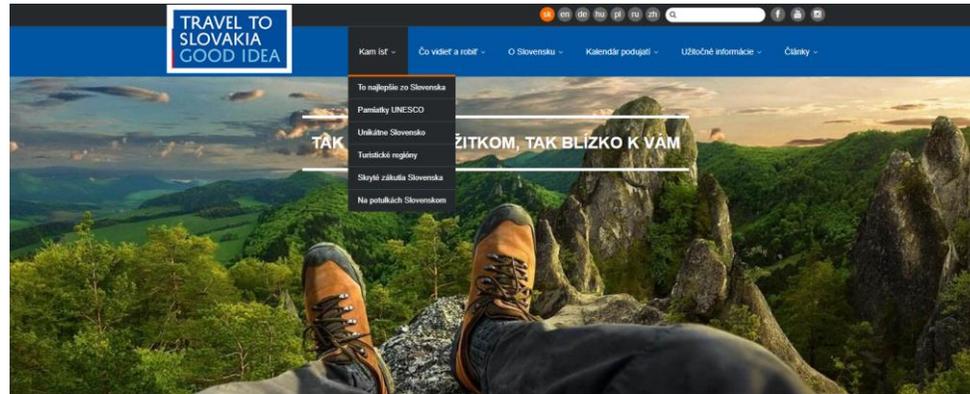


Winter

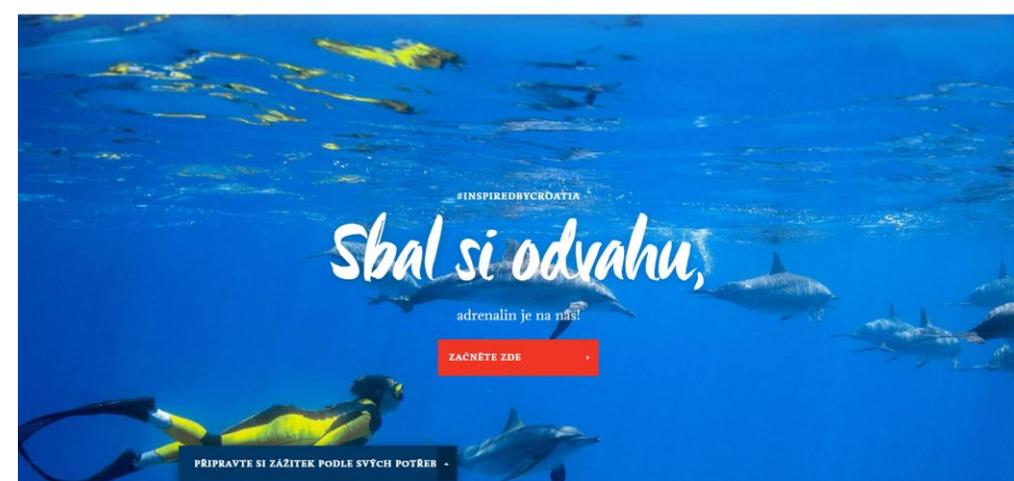
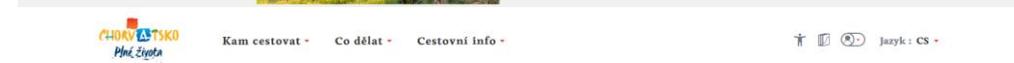
- Inland in Tschechien
- Slowakei
- Italien – Südtirol, Trentino
- Frankreich
- Schweiz
- Slowenien
- Bulgarien, Türkei (neu)



Mitbewerber – Kommunikation



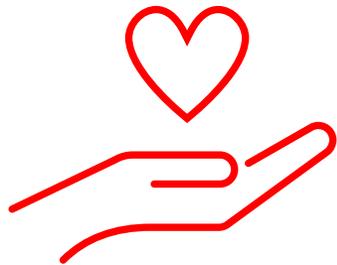
Na čerstvě odkalený sekt do BOHEMIA SEKT Návštěvníckého Centra



Der tschechische Gast - Empfehlungen

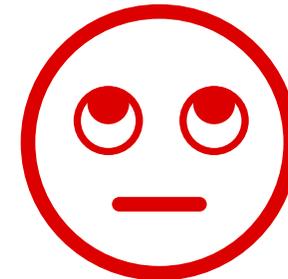
DO's

- Obwohl die meisten Urlauber:innen aus unserer Zielgruppe Englisch bzw. Deutsch beherrschen, sind Basisinfos in Landessprache sehr willkommen und werden als eine gewisse Höflichkeit und Wertschätzung empfunden.
- **Gästekarten** in der Region sind sehr geschätzt!



DONT's

- Die meisten Tschechinnen und Tschechen fühlen sich den Österreicher:innen sehr nahe und schätzen die Gemütlichkeit der österreichischen Gastgeber:innen. Jedoch sind die Tschechen sehr empfindlich als Gäste zweiter Klasse vom „Osten“ behandelt zu werden.
- Aufpassen! **Tschechien vs. Tchechei**



Customer Journey – Meet Tereza & Jakub Novák



Tereza, 39

Ich möchte mich in meinem Leben und meinem Job selbst verwirklichen, was mir auch gut gelingt. In meiner Freizeit gehe ich gerne in Ausstellungen oder verbringe Zeit in der Natur. Meine Reisen dienen mir als Inspiration für meinen Beruf.

Innenarchitektin



Einkommen über Durchschnitt



Kunst & Kultur, authentische Natur, Design, Podcasts



Jakub, 45

In meinem Job habe ich für mein Alter schon einiges erreicht und leite ein Team. Privat verbringe ich Zeit mit der Familie, am liebsten in der Natur. Ich mache viel Sport und messe mich da auch gerne im Wettbewerb (z.B. Marathon).

IT-Manager in einem Start-Up

Einkommen über Durchschnitt

Kunst & Kultur, Natur, Sport, Belletristik



Customer Journey – Ihre Lebenswelt

Lebensumstände:

Das Paar lebt in Prag in einer Neubauwohnung nahe am Stadtzentrum. Jakub hat einen Sohn (Jan, 8 Jahre) aus einer vorhergehenden Beziehung und teilt sich die Zeit mit der Mutter auf. Die meisten Urlaube verbringen sie sehr gerne zu dritt, bei Fernreisen oder Wochenendreisen hat Jans Mutter das Kind - so können die beiden auch alleine verreisen.

Tiefeninfo bzgl. Nachhaltigkeit:

Ökologie und Nachhaltigkeit sind zwar im Bewusstsein, spielen aber keine übergeordnete Rolle (Vergleich zum tschechischen Durchschnitt: mehr) Wenn es nachhaltige Alternativen für Produkte oder Transportmöglichkeiten gibt, wird gerne darauf zurückgegriffen, aber nur wenn es keine allzu hohen Umstände bereitet: Sie reflektieren gut darauf, wenn Nachhaltigkeit mit Nutzen und/oder Qualität in Verbindung gebracht wird. Sehr große Lebensstilanpassungen stehen nicht im Raum. Nachhaltige Bemühungen am Urlaubsort fallen dennoch positiv auf & werden goutiert.

Customer Journey – Motive für einen Österreichurlaub

- Österreich gefällt ihnen aufgrund der geografischen Nähe mit relativer Schneesicherheit & guter Infrastruktur vor Ort
 - wollen die Zeit und Anreise individuell gestalten
 - Österreich punktet für sie mit Qualität – PreisLeistungsverhältnis (z.B. sind Gästekarten in Ö besser als Tschechien, Gastronomie)
 - Auch wenn sie normalerweise lieber in Ferien-Häusern bzw. Appartements unterkommen, wählen sie diesmal ein Hotel, da dieses Kinderangebote für den energiegeladenen Jan hat
 - Aus Praktikabilitätsgründen fahren sie mit dem Auto nach Österreich – haben die Bahn aber als Option aktiv am Radar
- 

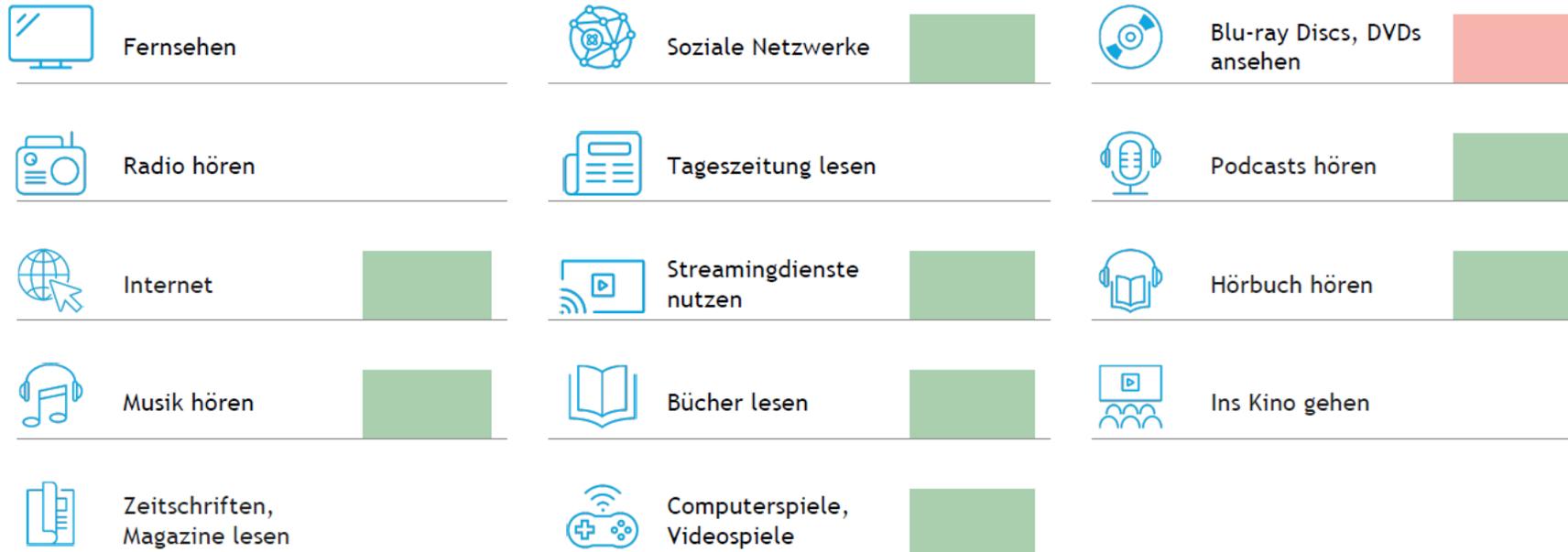
Customer Journey – Mediennutzung

Legende

über-durchschnittlich

unter-durchschnittlich

durchschnittlich



Customer Journey – Touchpoints



Soziale Netzwerke



Guerrilla-Marketing, innovat. Komm. mit Überraschungseffekten



Konzerte, Festivals (abseits vom Mainstream)



Szene-Bars, Clubs



Ausgewählte Restaurants/Bars



Streaming



Marken-Websites



Kunst & Kultur (breit gefächert)



Out-of-Home, Bahnhöfe, unterwegs



Apps (New, Reisen, Finanzen, Gaming, Kommunikation)



Stadt-Magazine, Fach-, Wissens-Zeitschriften, Lifestyle



Podcasts (Wissen, News, Medien, Lifestyle)



Wellness, Yoga, Sauna



Sport-Veranstaltungen

Der tschechische Markt

Marktbearbeitung

Best Practice Beispiele

Beispiele Bewerbung – austria.info

Wanderkampagne 2023 – Highlights-Themen auf allen ÖW Kanälen



Nejlepší tipy na turistické výlety po Rakousku

Občasná chůze je nejkomplexnější pohyb, díky kterému zapojujeme obrovské množství svalů. Není důležité, kolik toho nachodíme. Mnohem podstatnější je, kudy a kam jdeme a jestli nás to baví. Turistické trasy v Rakousku jsou toho jen důkazem. Není důležité, na jak dlouhou trasu se vydáte, ale spíše, jestli budete se svým výkonem spokojeni a jaké si odtud odnesete zážitky. Přinášíme Vám proto soubor těch nejlepších tipů na turistické trasy napříč Rakouskem a jeho regiony.



Klamfurt am Wörthersee
Kamňas je jak hor a velkého množství paprsků (bílého slunce, náhorní náhorní plošina, jaké si můžete vybrat) v nejvyšší kopci sání Rakouska.

[Na jih Rakouska \(anglicky\)](#)



Dovolená na rakouském statku
Pauza má chuť na kombinaci přírody, turistiky a správné atmosféry dovolené, pak je pro vás dovolená na statku v krásném prostředí.

[Horní na sever \(anglicky\)](#)



Hohe Salve
Region, kde dobrodružství sahá! Tyrolská hora a výhledy z ní, nádherné trasy pro všechny druhy odvahy.

[Do výhledů do Hohe Salve \(anglicky\)](#)



Zell am See-Kaprun
Zell am See-Kaprun - region, ve kterém vám naservírují hory a jezerem na jednom talíři.

[Za jezerem i horami](#)



Saalbach
Chcete poznat oblast, kde se Mozart inspiroval pro své dílo? Jít do jeho otcova, kde žil? Specialita této přírody - Mitternachtsmäus a jeho okolí má své příběhy.

[Pro inspirované Saalbach \(anglicky\)](#)



Schladming-Dachstein
Jedno z nejvíce krásných lyžařských středisek v Rakousku v zímě a nádherná turistická oblast v létě. Region je ideální pro všechny druhy turistů.

[Za sněhem a turistiku](#)



St. Johann v Saalbusku
Vyniká hlava, načte své myšlenky za sebou a jen si užíváte okamžiky v přírodě. St. Johann v Saalbusku vám díky své umělé krásce nabízí krásu.

[Do St. Johannu v Saalbusku \(anglicky\)](#)



Achensee
Po velkolepé tře okrajní skále do vody, abyste se ochladili. Jízda zahanena je nejvyšší a nejvyšší vlny jezera v Tyrolsku. Nemějte se čekat, že ho můžete nazvat "Tyrolská moře".

[K rybníkářskému moři \(anglicky\)](#)



Murau
Vychutnejte si nedočištěnou přírodu i mírný hluk - v regionu Murau se oba evily dokonale kombinují.

[Za čistoty do Murau \(anglicky\)](#)



Graz
Město a příroda - ve Štyrském kraji je obzvláště krásné.

[Do Grazu a okolí \(anglicky\)](#)



Zillertal
Lidje si krásnou přírodním krajinnou Zillertalových a Toteských údolí. Zillertal je ideální pro všechny druhy turistů.

[Do Zillertalu \(anglicky\)](#)



Alpe Adria-Zugspitze
V tomto regionu se nachází turistická střediska pro každého. V létě a v zimě je ideální pro všechny druhy turistů.

[Za turistiku do všech \(přehled\) \(anglicky\)](#)



Tipy na letní aktivity
Václav Mlýnský
Dobrá dovolená

100% přírodní prostředí - Rakousko

Léto je v chvilce, pokud má být rytmus se zastavením v jezeře. Běžíte Karstovými a Olše mají krásnou jezero uprostřed vlnění (jezero vlnění, má je krásné). Lidé se odpočívají se svými dětmi v přírodě. Rakousko má mnoho krás, má ale 12 regionů, které jsou pro každého ideální. Tyto tipy mají mnoho krás, které jsou ideální pro všechny druhy turistů. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností.



Trochle adriánské? Vzhůru na Hřeben!
Děsí se vám, že jste v přírodě? Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben!

[Vzhůru na Hřeben! \(anglicky\)](#)



Dovolená se psím - Psi v přírodě
Příroda je ideální pro všechny druhy turistů. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností. Pokud chcete být v přírodě, můžete si vybrat z mnoha možností.

[Psi v přírodě \(anglicky\)](#)



Nejlepší turistické výlety po Rakousku
Není důležité, kolik toho nachodíme. Mnohem podstatnější je, kudy a kam jdeme a jestli nás to baví. Turistické trasy v Rakousku jsou toho jen důkazem. Není důležité, na jak dlouhou trasu se vydáte, ale spíše, jestli budete se svým výkonem spokojeni a jaké si odtud odnesete zážitky. Přinášíme Vám proto soubor těch nejlepších tipů na turistické trasy napříč Rakouskem a jeho regiony.

[Výhledy na jezero vlnění i okolí \(anglicky\)](#)



Trochle adriánské? Vzhůru na Hřeben!
Děsí se vám, že jste v přírodě? Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben!

[Vzhůru na Hřeben! \(anglicky\)](#)



Přidejte se k naší FB skupině
Děsí se vám, že jste v přírodě? Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben! Vzhůru na Hřeben!

[Přidejte se k naší FB skupině](#)

Beispiele Bewerbung – Onlinecontentkooperationen

Redakcionelle Ausspielung vom Partnercontent auf externen Portalen inkl. Bewerbung

Seznam Zprávy | SEZNAM NATIVE ve spolupráci s Rakousko Radost ze života

Letní cesty RAKOUSKEM

Prožijte dovolenou naplno a vytvořte si vzpomínky, ke kterým se budete rádi vracet

CNC Native ve spolupráci s Rakousko Radost ze života

Letní dovolená klepe na dveře!

Pravý čas pro zlepšování vztahů

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY

PRÁVA ZPRÁVY NÁSTAVY TECH REALITY INVESTICE PODKAPKY PRÁVA ARBY DALŠÍ

HNZ | Seznam Zprávy | HNZ | Seznam Zprávy

Tyrolský ráj v srdci Kitzbühelských Alp. Propadnou mu milovníci lezení i dlouhých treků, nadchne také cyklisty a rodiny s dětmi

Magdalena Štroblová

9. 6. 2023 10:17 • aktualizováno 11. 6. 2023 10:17 • PŘIDAT KLÁDEK

Letní dovolená v St. Johannu in Tirol. Autor: © HNZ

Rodinný a rakouského mimonka St. Johann in Tirol v srdci Kitzbühelských Alp byly nejen třetí místo, když se zaměřil do sportovního lezení. Julian Wimmer se již ve svých 13 letech stal členem národního mládežnického krasobratřím týmu a od té doby pravidelně jezdí na olympiádu. Mnoho jeho úspěšných zážitků v ostatním životě patří krasobratřím a v podstatě St. Johannu in Tirol.

Seznam Zprávy | SEZNAM NATIVE ve spolupráci s Rakousko Radost ze života

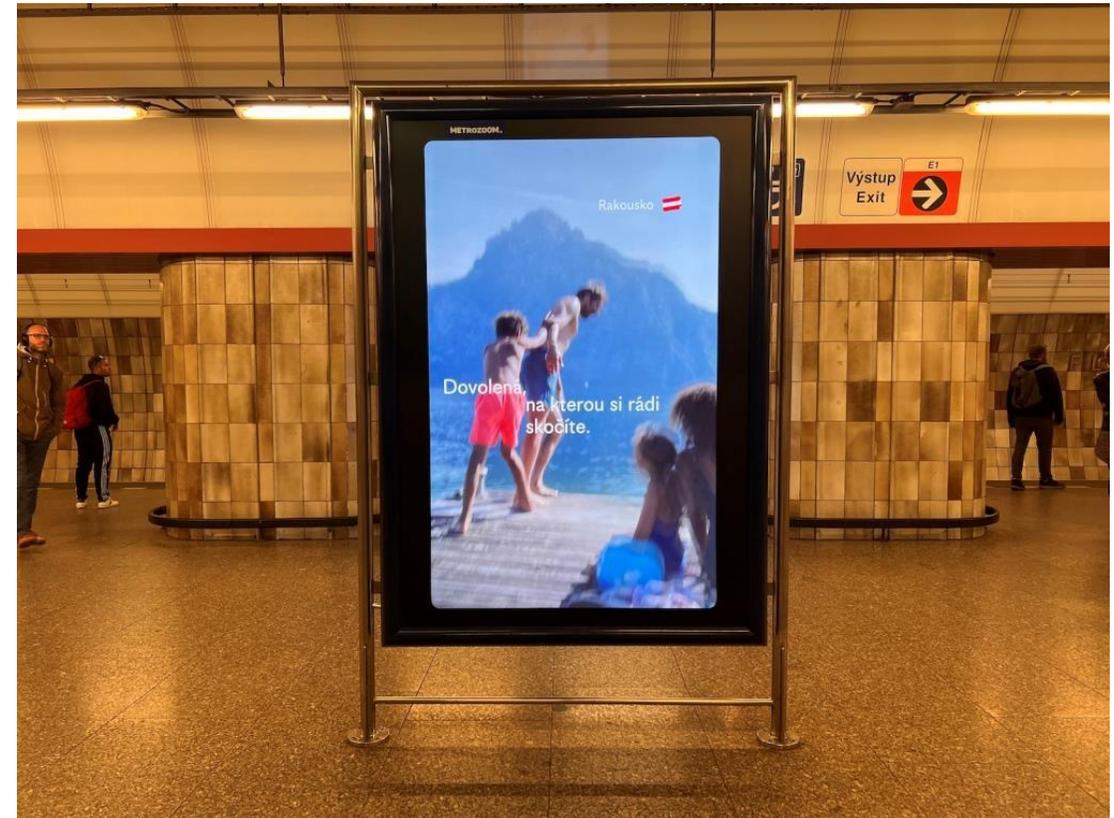
Léto v rakouských Alpách: ZAŽIJTE HORY NA VLASTNÍ KŮŽI

Vyrazte s rodinou nebo přáteli v létě na dovolenou na hory. Nasajte dechberoucí horskou atmosféru a odpočíte si na horském slunci. Čekají na vás adrenalinové i sportovní zážitky. Vychutnat si můžete místní vyhlášenou gastronomii, dokonalá panoramata i tyrkysová jezera.

Už víte, kam pojedete?

- St. Johann in Tirol
- María Alm v Salcbursku
- Letní cesty po Rakousku

Beispiele Bewerbung – DOOH



Beispiele Bewerbung – DOOH



Beispiele Bewerbung – DOOH



Beispiele Bewerbung – Advertorials Medienkooperation



BÍLÁ DIVOČINA

Rakouský vodní svět splní sny, které si možná ani nedovolíte myslet vážně. Včetně těch s mořskými lagunami I raftovými koráby v bouřícím příboji. Napněte plachty, modrozelený oceán tisíce tváří je připraven.

V ZELENÉ ZEMI

Sněžení o rozlehlejších hladinách je v Česku pradávný a oblíbený zvyk. Melancholicky vyladěné výhledy protočí, že to od Řípu nevzácně víc na jih nebo severozápad. Nerudův pan Rybář zvaný Hastrman, který v jedné z málostranských povídek vzdychá své slavné „Děj o moře“. Proč nebydlíme u moře? nemluvě o frustrovaných oceánských surfařích. Podle toho to v létě vypadá na dálnicích vedoucích k nejbližším slatým přístavům. Některé ale proti-

nají zemi, v níž síce voda nechtutná slaná, ale co do rozlohy, koeficientu zábavnosti, bezpečí a dosažitelnosti je to moře „hled za rohem“. Rakousko. Zelený oceán lesí a luk se sněžnými přejími hor a modré moře prázdných hlubin všeho druhu. Jestli Země z vesmíru září modrozeleně, hned za naší jižní hranicí najdete tuhle barevnou paletu v samotné esenci. Kdybychom chtěli sečíst všechny stojaté vodní plochy s plochou větší než 250 metrů čtverečních, doplaveme k astronomickému počtu 25 000 jezer, rybníků a nádrží. Na řekách se můžete houpat nebo bojovat s přejími na tisícikilometrové trase. Své sladké moře tu navíc najdete prakticky na každém kroku. Rakousko je prostě svět nekonečných vodních slatí, ať už je cítíte v pohupování na hladinách jezer, nebo raftováním adrenalinu v bouřící bílé vodě. Vodního předurčení Rakouska si všimnete už při pohledu na mapu – západní cíp tvoří Boddamské jezero (535 km²), východ na hranicích s Maďarskem patří stepnímu Nezdarskému jezeru (320 km²). Ve výčtu velkých jezer následuje křišťálová trojice Attersee (46 km²), Traunsee (24 km²) a Wörthersee (20 km²). Když k tomu přidáte nejdelší rakouskou řeku Dunaj (350 km), jen těsně druhý Mur (348 km), Inn (280 km) a Drávu (261 km), získáte tak rozlehlý vodní vesmír, jakému by se musel poklonit i Nerudův Hastrman. A co v jeho modravých galaxiích můžete podniknout?

Pokud vám nestačí „prakticky všechno“, nahoďte do prostoru více konkrétní: od plavání přes plachtění, kitesurfing, šnorclování, potápění, rafting až po canyoning, jízdu na kajaku a stále oblíbenější paddleboardy, na nichž se můžete vydat dokonce i do nitra ledovce. Tohle všechno se samozřejmě už nějakou dobu ví. V létě potkáte pod Alpami vodomily ze všech koutů světa – ale nemějte obavy a znovu si vybatve číslo 25 000. Míst, kde si můžete užít

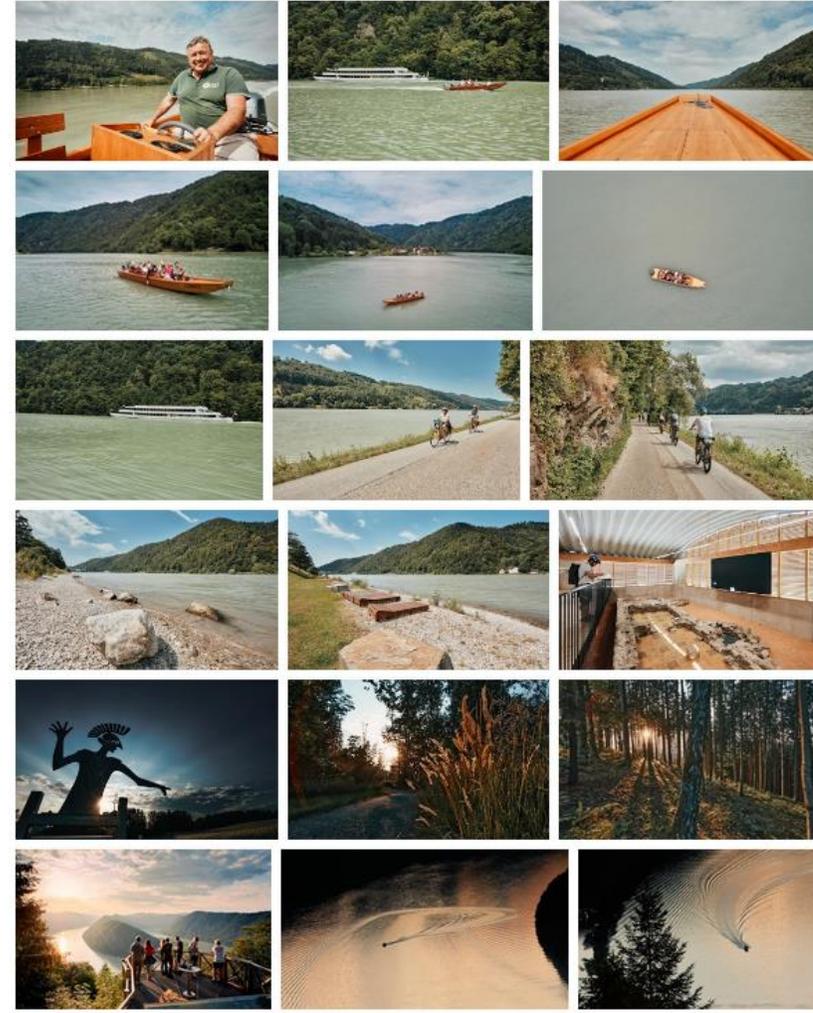
léto u vody nebo na vodě, je tolik, že si své soufandnice pohody najde každý. A navíc – zvlášť do Rakouska jezdit nejen za přírodou, ale i kvůli setkání s místními lidmi, známými svou pohoditostí, a možná něčím jako pohodotnější, a možná něčím jako pohodotnější, a možná něčím jako pohodotnější. Třeba toho Gauguinova z Francouzské Polynésie. A pokud vás potká naprosto výjimečná „klikla“, postará se o vás přímo na raftu.

Foto: Österreich Werbung / Lupi Spuma

Beispiele Bewerbung – Gruppenpressefahrt Fotoworkshop mit OÖ-Tourismus



- 8 Artikel und 30 Profifotos mit allen Rechten für ÖW und den Partner
- Fotoworkshop durchgeführt von Tomáš Binter, Profifotograf und Gewinner des Czech Press Photo Awards



Beispiele Bewerbung – Influencer- und Wirtschaftskooperation



Beispiele Bewerbung – Messe For Bikes im Rahmen der ÖW Radkampagne



10:30 – 11:00

Kaffepause



**Hier steht eine kurze
Zusammenfassung oder
ein passendes Zitat in
maximal 4 Zeilen.**

11:00 – 12:00

Erfahrungsaustausch

Der tschechische Gast - Status Quo

- Wie groß ist der Anteil an tschechischen Gästen in eurem Betrieb?
- Wie hat sich der Anteil an tschechischen Gästen über die letzten Jahre entwickelt? Post-Corona?
- Welche Erfahrungen konnten sie hier mit tschechischen Gästen in der Vergangenheit machen? Sind sie mit den tschechischen Gästen zufrieden?
- Welche Besonderheiten/Verhaltensweisen bemerkt ihr beim tschechischen Gast?
- Welche Unterschiede konnten Sie im Vergleich zu anderen Gästegruppen feststellen?
- Was ist besonders beliebt / weniger beliebt?



Der tschechische Gast – Im Betrieb

- Was wird gut bzw. was wird weniger gut angenommen in ihrem Betrieb? Was begeistert ihn?
- Passen Sie Ihre Angebote, wie z.B. Menükarten, Gästekarten an die Bedürfnisse und das Verhalten tschechischer Gästegruppen an?
- Bekommen Sie positives oder negatives Feedback von tschechischen Gästen bzw. wie bewertet er ihren Betrieb in div. Plattformen?
- Welche Dienstleistungen, wie z.B. Geräteverleih, Bootstouren, Wand- bzw. Radwege bieten Sie an bzw. kommunizieren Sie, um deren Aufenthalt zu bereichern? Welche Fragen stellt er?



Der tschechische Gast - Potentiale für die Region

- In Anbetracht der steigenden Bedeutung tschechischer Touristen für Ihre Region, sollen weitere Akzente gesetzt werden, um zukünftige Potentiale abzuschöpfen? Welche Potentiale/Themenschwerpunkte sind das?
- Was würden Sie sich als Betrieb als zusätzliche Freizeitangebote für den tschechischen Gast wünschen?
- Aus welchen Gründen denken Sie kommen tschechische Gäste in Ihre Region? Z.B. Berge & Seen, multioptionale Bewegungsangebote...
- Integrieren Sie lokale Sehenswürdigkeiten in Ihr Angebot, um ein authentisches Erlebnis für tschechische Touristen in der Region Attersee-Attergau zu schaffen?



Feedback



**Vielen
Dank!**