

IM GESPRÄCH MIT ...



Blanka Trauttmansdorff

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Der Fokus in der Reisebranche auf die Golden Ager und Silver Generation kann die Nachfrage positiv beeinflussen. Das ist eine Chance für die gehobene Hotellerie in der Stadt und in den Destinationen. Dazu kommt die positive Entwicklung der direkten Fluganbindungen.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Wir sehen einen anhaltenden Trend für Podcasts, die wir in dritter Folge in Marketingaktivitäten einbauen. Gezielte Out-of-Home-Maßnahmen (Stadt- und Kulturkampagne) eignen sich weiterhin gut, um eine hohe Awareness in der Zielgruppe zu schaffen. Diese lässt sich auch durch Medienkooperationen und Online-Content-Kooperationen sicherstellen. Aktivitäten auf Instagram bieten ein weiteres Potential zur Erreichung der Zielgruppe am Markt und sollten in zukünftigen Marketingaktivitäten nicht fehlen.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Die Sehnsucht, die eigene Reise zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen, ist hoch. Dies zeichnet sich durch Faktoren wie eine leicht erhöhte Reisedauer, eine sorgfältige Destinationswahl und eine längerfristige Informationseinholung vor der endgültigen Reiseentscheidung ab. Sicherheit, saubere Umwelt und Themen wie der persönliche Kontakt und authentische Gastfreundschaft wecken hohes Interesse und Sehnsüchte in Bezug auf die Reiseplanung.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Grundsätzlich spürt man eine verstärkte Tendenz zur „Menschlichkeit“, zur Suche nach Lebensfreude und zum sorgsamem Umgang mit der Umwelt. Das Verlangen nach Weltfrieden, familiärem Zusammenhalt und der intakten Natur steigt.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Die spanische Reisebranche hat nach der Krise der Pandemie durch die vertikalen Fusionen großen Mut bewiesen. Mein persönliches Learning: Tourismus ist ein Geschäft auf Augenhöhe mit Handschlagqualität, welches zwar durch die künstliche Intelligenz und Digitalisierung enorm optimiert wurde und weiterhin wird, aber am Ende des Tages ein Geschäft bleibt, das vor allem auf zwischenmenschlichen Beziehungen beruht.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Wir sind gefordert, noch gezielter die Zielgruppe anzusprechen und sie rechtzeitig auf ihrer Customer Journey für Urlaub in Österreich zu begeistern. Wir werden den Fokus auf die Medienarbeit erhöhen und die strategische Zusammenarbeit mit den Österreich-Spezialist:innen im Bereich Travel Trade verstärken.



Blanka Trauttmansdorff

Market Representative

Spanien

blanka.trauttmansdorff@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Spanien finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)