

„Tirol im Gespräch“: Sicherheit wird zum Herzstück des Sommerurlaubs

Die österreichische Bundesregierung hat Ende vergangener Woche erste Öffnungsschritte für Gastronomie, Hotellerie, Kultur und Sport angekündigt – unter strengen Auflagen soll so ab Mai Schritt für Schritt auch der Sommertourismus wieder möglich werden. Die Betriebe in Tirol haben sich umfassend auf diesen Neustart vorbereitet und die Nachfrage nach Urlaub und die Anziehungskraft des Landes stimmen Politik und Branchenvertreter positiv. Im Rahmen der Digital-Talkreihe „Tirol im Gespräch“ präsentieren Touristiker Vorbereitungen und Perspektiven für den Sommerurlaub und diskutieren an drei aufeinanderfolgenden Tagen mit Medienvertretern aus Österreich, Deutschland, der Schweiz und der internationalen Presse.

„Mit den ersten angekündigten Öffnungsschritten ist nun eine Perspektive gegeben – sowohl für die betroffenen Branchen und Bereiche, die nicht von heute auf morgen aufsperrten können, als auch für die Menschen, die sich mehr denn je nach ihrem gewohnten Leben sehnen“, betont Tirols Landeshauptmann Günther Platter.

Sicherheit hat oberste Priorität

Tirol sei jedenfalls gut auf das Wiederhochfahren des Tourismus vorbereitet. „Sicherheit muss das Herzstück eines jeden Tirol-Aufenthalts sein. Die zentrale Erwartungshaltung der Gäste besteht darin, einen sicheren Urlaub in unserem Land verbringen zu können“, so Platter, der überzeugt ist, dass die Branche den Beweis erbringen wird, dass Tirol eines der sichersten und gesündesten Urlaubsländer ist. In diesem Sinne habe man die Zeit auch genutzt, um Entwicklungen zu analysieren und die Tourismusstrategie weiterzuentwickeln – diese werde man im Juni präsentieren. Grundsätzlich müsse Tirol den Tourismus nicht neu erfinden, man werde aber Adaptierungen dort wo notwendig vornehmen, um Qualität und Wertschöpfung noch stärker zu entwickeln.

Als verantwortungsvolle Gastgeber hätten die Betriebe und Tourismusverbände umfassende Sicherheits- und Hygienekonzepte erarbeitet, eigene COVID-Beauftragte eingesetzt, Online-Plattformen mit Informationen rund um einen sicheren Urlaub geschaffen sowie digitale Registrierungstools implementiert, falls diese benötigt werden. Zudem biete das Land Gästen und Mitarbeitern gleichermaßen eine Testkapazität, die ihresgleichen sucht, wodurch sich niemand um einen Corona-Test sorgen müsse, auch die Durchimpfung der Bevölkerung schreite kontinuierlich voran. „Die Tourismusbetriebe haben sich akribisch auf den Neustart vorbereitet, das Urlaubsland Tirol ist bereit“, erklärt Platter.

Reiselust groß wie noch nie

„Nach den schwierigen Monaten der Pandemie und dem Totalausfall der Wintersaison ist es unser Anspruch, wieder in die Erfolgsspur zurückzukehren. In diesem Zusammenhang stimmt es überaus optimistisch, dass aktuelle Studien die große Anziehungskraft der Marke Tirol belegen“, erklärt Platter. Jeder zweite Deutsche, der einen Aufenthalt in Österreich plant, interessiert sich laut Sommerpotenzialstudie für Tirol. Aktuelle Erhebungen belegen zudem, dass die Reiselust ungebremst bzw. noch stärker ausgeprägt ist denn je. 47 Prozent der Urlaubsplaner aus Österreich und gleich 60 Prozent aus Deutschland wollen sobald wie möglich eine längere Reise von mehr als fünf Tagen unternehmen. Zudem gelte Tirol gerade in Deutschland als Sehnsuchtsland, wie eine vor wenigen Tagen veröffentlichte Studie des in Innsbruck ansässigen IMARK-Instituts belegt.

Stark ansteigendes Interesse an Tirol-Urlaub

„Derzeit steigt das Interesse an Tirol stark an, mit den angekündigten Öffnungsschritten werden nun auch wieder konkrete Anfragen verzeichnet“, bestätigt Florian Phleps, Geschäftsführer der Tirol Werbung, mit Blick auf die aktuellen Daten. Gerade im Bereich der aktiven Erholung in alpiner Natur biete Tirol die perfekten Voraussetzungen. Die geschickte Verknüpfung von regionalen Besonderheiten, naturnahen und nachhaltigen Urlaubsangeboten werde zur Erfolgsformel. Tirol habe hier ein enormes Potential, betont Phleps.

Auch ein in den Tourismusregionen erhobenes Stimmungsbild quer durch Tirol bestätigt, dass sich Schritt für Schritt wieder ein optimistischerer Blick breit macht. „Unsere Tourismusverbände beurteilen die Anziehungskraft Tirols als Urlaubsland – gerade was die wichtigen Märkte wie Deutschland, Schweiz oder Niederlande betrifft – als sehr groß bzw. groß“, so Phleps.

„Für Gäste bleiben Sicherheits- und Hygienemaßnahmen in diesem Sommer weiterhin entscheidend für die Destinationswahl“, weiß Phleps. Die Tirol Werbung setzt daher mit den zwei neuen Websites willkommen.tirol und sichere-gastfreundschaft.tirol auf hochwertige Informationsqualität für Gäste aber auch für Gastgeber. Diese Seiten werden in den nächsten Wochen, sobald die konkreten Verordnungen vorliegen, mit den Informationen zum kommenden Sommer befüllt.

Tirol Werbung auf Basis von Echtzeitdaten

Darüber hinaus habe man auch das Tourismusmarketing wieder hochgefahren. Seit März werde in Tirol und seit Mitte April in Österreich geworben. Der wichtigste Markt Deutschland folge Mitte Mai. „Wir haben die Pandemie genutzt, um uns technisch neu aufzustellen. Insbesondere Kampagnenplanung und -auspielung erfolgen mittlerweile auf Basis von Echtzeitdaten. So können wir garantieren, dass unsere Botschaften dann gesetzt werden, wenn die Reiselust tatsächlich anspringt“, so Phleps. Die aktuelle Imagekampagne unter dem Titel „Kleine Abenteuer. Große Momente.“ setze bewusst auf emotionale Botschaften und werde mit konkreten Zielgruppen-Kampagnen kombiniert.

Experten rechnen mit einer raschen Nachfrageerholung

Der Totalausfall der Wintersaison war in Tirol, wo jeder dritte Euro direkt oder indirekt mit der Tourismus- und Freizeitwirtschaft verdient wird und nahezu jeder vierte Arbeitsplatz mit der Branche zusammenhängt, mit Milliardenverlusten verbunden. Dennoch rechnet auch Hubert Siller, Leiter des MCI Tourismus, ähnlich wie das WIFO (Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung) mit einer raschen Nachfrageerholung, insbesondere im Vergleich zu

anderen Urlaubsformen. Er sei auch wegen der in Österreich auf 15% und in Deutschland auf 17% nahezu verdoppelten Sparquote zuversichtlich. „Grundlegend für alle Szenarien ist naturgemäß die Entwicklung der Gesundheitssituation. Was Tirol jedenfalls entgegenkommt, ist die gewachsene Bedeutung von Werten wie Freiheit, wie Familie, wie Gesundheit“, so Siller. Im Tiroler Tourismus gehe es nicht, wie oft behauptet, um „immer mehr, immer höher, immer weiter“. Die Realität sei eine andere: So sei die Zahl der Gästebetten seit vielen Jahren sinkend.

Konkretes Öffnungsdatum und Reisefreiheit sind unerlässlich

„Für die Sommersaison sind klare Perspektiven absolut notwendig, denn für das ordentliche Hochfahren der Betriebe benötigt es Vorbereitungszeit“, betonen Martina Entner, Vizepräsidentin der Wirtschaftskammer Tirol. Es brauche ein konkretes und verlässliches Öffnungsdatum, das auch halte, so die Forderung in Richtung österreichische Bundesregierung. Dass die Sicherheitskonzepte wirken, hätte auch die vergangene Sommersaison in Tirol gezeigt. „Zudem braucht der Tourismus generell Reisefreiheit. Klare Regeln sind die Voraussetzung für einen erfolgreichen Neustart.“

Tirols Gastgeber freuen sich auf ihre Gäste

Quer durch das Land freuen sich Tirols Gastgeber auf die Öffnungsschritte und auf ihre Gäste, die in vielen Fällen seit Jahren hier ihren Urlaub verbringen. So auch Elisabeth Gürtler, international bekannt durch die Marke „Sacher“, die im 5-Sterne-Resort „Astoria“ in der Olympiaregion Seefeld Wellnessurlaub mit Bergerlebnis kombiniert: „Sicherheit für unsere Gäste und unsere Mitarbeiter hat bei uns oberste Priorität, denn das ist Grundvoraussetzung für jede Urlaubsentscheidung und für eine sorglose Zeit und nachhaltige Erholung in unserem Hotel.“

Und auch Maria Steindl vom Gourmethotel „Unterwirt“ kann es kaum mehr erwarten, ihre Gäste wieder zu verwöhnen. Ausgetretene touristische Pfade hat man im „Unterwirt“ längst verlassen: „Unsere Haltung ist nicht Standard, sondern Exzellenz. Die lustvolle Herausforderung ist, historisch Gewachsenes mit der Zukunft zu verstreben. So wollen wir etwa zeigen, dass zeitgenössische Esskultur und Tradition keinen Widerspruch darstellen.“

Nachhaltigkeit als neuer Wert

Um neue Werte geht es auch Ambros Gasser, Geschäftsführer von ASI-Reisen. Zukunftsfähigkeit, regionale Wertschöpfung und ein minimierter CO₂-Ausstoß – nach diesen Parametern hat Gasser nicht nur seine weltweit angebotenen Aktiv- und Erlebnisreisen ausgerichtet, sondern auch das ASI Nest, den neuen Firmensitz in der Nähe von Innsbruck, konzipiert. „Wir orientieren unser unternehmerisches Handeln stark an den 17 Zielen für Nachhaltigkeit auf ökonomischer, ökologischer und sozialer Ebene, wie sie von den Vereinten Nationen formuliert wurden. Ich finde es gut und wichtig, wenn diese Werte auch in die strategische Tourismusausrichtung Tirols einfließen.“

Fotos zur Veranstaltungsreihe „Tirol im Gespräch“ gibt es zum Download unter <http://www.presse.tirol.at>.

8.541 Zeichen

pm

Tirol zählt mit seinen 34 Regionalverbänden zu den führenden Urlaubsdestinationen der Alpen. Der Tiroler Tourismus ist von einer fast 200jährigen Geschichte und zahlreichen Pionierleistungen geprägt. Gäste schätzen im Sommer wie im Winter die alpine Berglandschaft und Natur, die hohe Qualität in Service und Infrastruktur sowie die Gastfreundschaft. Die Tirol Werbung GmbH mit Sitz in Innsbruck ist Teil der Lebensraum Tirol Holding GmbH und fungiert als Tourismusmarketing-Organisation des Landes. Ihr wichtigster Auftrag ist es, Tirol als den begehrtesten Kraftplatz der alpinen Welt zu positionieren.

FLORIAN NEUNER

Branchen- und Unternehmenskommunikation

Tirol Werbung GmbH

Maria-Theresien-Straße 55

6020 Innsbruck

Österreich

+43.512.5320-320

florian.neuner@tirolwerbung.at