

Tiroler Tourismus mit solidem Winterfinale und erfreulichen Sommeraussichten

Das Comeback des Tourismuslandes Tirol ist gelungen. Der überwiegende Teil der heimischen Betriebe startet laut aktuellem Tourismusbarometer nach einer soliden Wintersaison mit deutlich mehr Optimismus in den Sommer als im Vorjahr, betont Tirols Landeshauptmann Günther Platter im Vorfeld des Tiroler Tourismusforums am 24. Mai. Nun gelte es die verantwortungsvolle Tourismusedwicklung, wie in der Strategie „Tiroler Weg“ festgeschrieben, konsequent voranzutreiben. Mit regionalen Nachhaltigkeitsmanager:innen und einer neuen, gesamthaften Erfolgsmessung setzt das Land klare Signale für die nächste Etappe am Tiroler Weg.

Innsbruck, 24.05.2022 – „Die Tourismuswirtschaft war in den vergangenen zwei Jahren angesichts der weltweiten Pandemie in einer Ausnahmesituation. Gerade für Tirol war das eine schwierige Zeit, ist die Branche doch ein zentraler Wirtschafts- und Wohlstandsmotor für das Land. Umso erfreulicher ist es, dass wir jetzt anhand der aktuellen Bilanz sagen können: Der Tiroler Tourismus ist zurück, die Anziehungskraft ist ungebrochen. Der große Dank gilt den Touristikerinnen und Touristikern, die trotz Herausforderungen mit großem Engagement dieses Ergebnis ermöglicht haben“, betont Tirols Landeshauptmann Günther Platter.

Winter: Stabiles Finale, längere Aufenthaltsdauer

Obwohl zu Beginn der abgelaufenen Wintersaison ein neuerlicher Lockdown den Tourismus bremste und Reisebeschränkungen mit vielen Unsicherheiten bestanden, war die zweite Saisonhälfte durchaus zufriedenstellend. So lag der April 2022 mit 2,5 Millionen Übernachtungen lediglich um 0,8 Prozent unter dem Niveau des April 2019 – also vor der Pandemie.

In der gesamten Wintersaison – von November 2021 bis April 2022 – verzeichnete Tirols Tourismus in Summe 20,9 Millionen Übernachtungen (-24% bzw. -6,6 Mio.

Übernachtungen im Vergleich zu 2018/19) und 4,4 Mio. Ankünfte (-28,5% bzw. -1,8 Mio. Ankünfte). Die Aufenthaltsdauer stieg in der zurückliegenden Wintersaison an und lag bei 4,7 Tagen im Gesamtdurchschnitt der Wintersaison – der höchste Stand seit dem Jahr 2014 (zum Vergleich Wintersaison 2018/19: 4,4 Tage; Wintersaison 2019/20: 4,6 Tage).

Essentiell für die Winterbilanz war einmal mehr Deutschland. 10,8 Millionen Übernachtungen und damit rund jede zweite Nächtigung in Tirol kam von einem deutschen Gast. Gemeinsam mit den Niederlanden und Österreich sorgten Gäste aus diesen drei Märkten für drei Viertel aller Nächtigungen in der abgelaufenen Wintersaison. „Es zeigt sich, dass der Fokus auf die Nahmärkte bei unseren Marketingaktivitäten richtig ist“, macht Tirol Werbung-Geschäftsführerin Karin Seiler deutlich.

Das aktuelle Tourismusbarometer, eine repräsentative Befragung unter Tirols Betrieben, belegt: Zwei Drittel der befragten Betriebe zeigen sich mit dem wirtschaftlichen Erfolg im abgelaufenen Winter zufrieden, 16 Prozent sogar sehr zufrieden. Nach Berechnungen des MCI betrug die Wertschöpfung in der abgelaufenen Wintersaison 2,6 Milliarden Euro und erreichte damit rund 80 Prozent des Niveaus vor Corona.

Sommerperspektiven mit viel Optimismus

Auch der Blick nach vorne auf die kommende Sommersaison stimmt zuversichtlich. Knapp drei Viertel der Betriebe sind aktuell mit der Buchungslage zufrieden bzw. sehr zufrieden. Das ist ein deutlich besseres Ergebnis als im Tourismusbarometer zur gleichen Zeit des Vorjahres. Damals zeigten sich lediglich 50 Prozent zufrieden bzw. sehr zufrieden.

„Es ist erfreulich, dass das Urlaubsland Tirol weiterhin so hohe Anziehungskraft besitzt. Der Tiroler Tourismus ist wegen seiner Qualität, der Gastfreundschaft und nicht zuletzt wegen unserer schönen Landschaft erfolgreich“, so Landeshauptmann Platter. „Gerade von infrastrukturellen Investitionen, wie dem Ausbau der Radwege und der Vielfalt an Freizeitmöglichkeiten profitiert neben unseren Gästen vor allem die einheimische Bevölkerung.“

„In der Detailanalyse zeigt sich auch hier die Bedeutung des Marktes Deutschland für Tirols Tourismus“, erläutert Karin Seiler. „Mit der Buchungslage aus Deutschland sind laut Tourismusbarometer gleich 90 Prozent der befragten Betriebe sehr zufrieden oder zufrieden.“

Die Tirol Werbung investiert rund 5 Millionen Euro in die Kommunikationsmaßnahmen für den Sommer und setzt dabei insbesondere auf die Bewerbung der aktiven Erholung – allem voran beim Wandern, Radfahren und Klettern. Außerdem punkte Tirol im Sommer mit Relaxen, Natur genießen, Kulinarik sowie vielen Möglichkeiten, um Zeit mit der Familie zu verbringen, so Seiler.

Verantwortungsvolle Tourismusentwicklung: Tirol setzt weitere Maßnahmen

Reine Nächtigungs-, Ankunfts- und Wertschöpfungszahlen seien in Tirol schon lange nicht mehr das Maß der Dinge, es gehe um Qualität, nicht Quantität. „Wir haben mit dem ‚Tiroler Weg‘ einen Perspektivenwechsel vollzogen. Nächtigungszahlen allein sind kein Erfolgsmesser mehr. Sie sind aber die Grundlage dafür, dass wir über eine Weiterentwicklung des Tiroler Tourismus überhaupt diskutieren können. Nicht nur das Wohlbefinden und die Reismotive unserer Gäste stehen im Mittelpunkt, sondern auch die Interessen und Rahmenbedingungen für Beschäftigte im Tourismus und für die heimische Bevölkerung sind von großer Bedeutung. Mit diesem Pilotprojekt einer ganzheitlichen Erfolgsmessung wollen wir einen neuen Maßstab in der Tourismusentwicklung des Alpenraums setzen“, erläutert **Landeshauptmann Platter**.

In Tirol werden sogenannte Nachhaltigkeitsmanager:innen in den Tourismusregionen verankert. Laut LH Platter werde die Erstellung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts sichergestellt, der die regionale Entwicklung dokumentiert und schlussendlich auch die umfassende Erfolgsmessung garantiert. „Die Umwelt braucht es, die Menschen wollen es, Tirol kann es: ein nachhaltiger, zukunftsfitter und qualitativ hochwertiger Tourismus“, so das erklärte Ziel.

Gerade durch den Krieg in der Ukraine und die damit einhergehenden Konsequenzen – Stichwort stark steigende Energiepreise – werde dieses Thema des nachhaltigen Wirtschaftens enorm an Fahrt aufnehmen, ist auch Mario Gerber, Spartenobmann Tourismus- und Freizeitwirtschaft in der Wirtschaftskammer Tirol überzeugt: „Wir sehen, dass dieses Thema derzeit auch bei den Tiroler Tourismusbetrieben forciert wird.“

Wettbewerb um Arbeitskräfte wird entscheidend für den touristischen Erfolg

„Auch im Bereich des Arbeitsmarkts braucht es künftig einen radikalen Perspektivenwechsel“, warnt Gerber angesichts des sich immer weiter verschärfenden Fehlens von Mitarbeiter:innen gerade im Tourismus. „Dieser Fachkräftemangel fällt im Tourismus besonders auf, weil sich die Branche nach der Pandemie deutlich erholt hat und der Bedarf an gutem Personal wieder deutlich größer ist. Wenn wir die Dienstleistungen teilweise gar nicht mehr anbieten können, dann schadet das dem ganzen Land und allen Tirolerinnen und Tirolern“, so Gerber. „Aber eines sage ich auch klar: Jammern nützt niemandem. Von einer selbstbewussten Tourismusbranche allerdings profitiert das ganze Land.“

In den Regionen und Betrieben werde enorm viel für die Mitarbeiter:innen geleistet und geboten – von attraktiven Personalhäusern bis zu eigenen Bonuskarten mit vielen Vergünstigungen. „Wir werden künftig nicht nur um Gäste, sondern vor allem auch um Personal werben“, bringt es Gerber auf den Punkt. „Hier werden wir die Kommunikation noch verbessern und die Arbeitsqualitäten stärker und professioneller landesweit bündeln und in den Fokus rücken. Allein mit Kampagnen ist dieses wachsende Problem aber nicht zu lösen.“

Daher brauche es einen Schulterschluss von allen Seiten, auch der Sozialpartner, um diesem Mangel zu begegnen. „Die Kernaufgabe der Tirol Werbung ist und bleibt das Werben um Gäste. In der aktuellen Situation erweitert sich das Aufgabengebiet der Tirol Werbung aber auch um das Werben von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir wollen in erster Linie Tirolerinnen und Tiroler für Tourismusberufe begeistern. Dort wo notwendig, soll aber auch qualifiziertes Personal aus EU-Mitgliedsstaaten – insbesondere Länder mit einer hohen Jugendarbeitslosigkeit – für einen Arbeitsplatz in Tirol motiviert werden. Zudem gehört die Rot-Weiß-Rot-Karte weiter ausgebaut und das Kontingent an Saisoniers aufgestockt“, so LH Günther Platter abschließend.

Kontakt für Rückfragen

Mag. Florian Neuner
Branchen- und Unternehmenskommunikation

Tirol Werbung GmbH

Maria-Theresien-Str. 55
6020 Innsbruck

t: +43 512 5320 320

m: +43 676 88158 320

florian.neuner@tirolwerbung.at