Tirols Tourismus **bilanziert** Sommer positiv, Winter bringt Herausforderung

*Tirol bleibt als Urlaubsland gefragt. Die bisherige Sommersaison von Mai bis September hat sowohl gegenüber dem Vorjahr als auch der Vorcoronazeit ein Plus bei den Nächtigungen gebracht. Ebenfalls gewachsen ist nach einer ersten Berechnung die Wertschöpfung. Für den kommenden Winter gilt das Thema Energie als große Herausforderung. Die Branche ist angesichts der Buchungslage dennoch zuversichtlich.*

Die Zwischenbilanz nach fünf von sechs Monaten der Sommersaison, die rund 90 Prozent der gesamten Sommernächtigungen repräsentieren, zeigt ein positives Ergebnis. Tirol war in diesem Zeitraum besser gebucht als im Vorjahr bzw. als 2019, dem letzten Sommer vor der Pandemie. 20,1 Millionen Übernachtungen bedeuten ein Plus von 14,9 Prozent gegenüber 2021 und von 1,5 Prozent gegenüber 2019. Bei den Gästeankünften zeigt sich ein differenziertes Bild: 5,4 Millionen im aktuellen Sommer bedeuten ein Plus von 25 Prozent gegenüber 2021, aber ein leichtes Minus von 2,4 Prozent im Vergleich zu 2019. Entsprechend verläuft die Entwicklung der Aufenthaltsdauer. Diese liegt im bisherigen Sommer bei durchschnittlich 3,8 Tagen und ist damit zwar niedriger als im Vorjahr (4,1 Tage), aber weiterhin höher als vor der Pandemie 2019 (3,6 Tage).

### Gestiegene Wertschöpfung

„Die Sommerbilanz ist grundsätzlich erfreulich, weil unser Land weiterhin eine große Anziehungskraft ausstrahlt“, resümiert der designierte Tiroler Tourismus- und Wirtschaftslandesrat Mario Gerber. „Allerdings sagen Ankunfts- und Nächtigungszahlen nichts über den wirtschaftlichen Erfolg des Tourismus aus. Daher ist es mir besonders wichtig, dass auch die Wertschöpfung nach einer ersten Berechnung von 1,8 Milliarden Euro im Vorjahr auf 2,2 Milliarden heuer zugelegt hat.“ Dieses Ergebnis spiegelt sich auch im saisonalen Tourismusbarometer wider, einer repräsentativen Befragung von Tiroler Beherbergungsbetrieben: 61 Prozent zeigen sich mit dem wirtschaftlichen Erfolg der aktuellen Sommersaison zufrieden, 25 Prozent sogar sehr zufrieden.

Für Karin Seiler, Geschäftsführerin der Tirol Werbung, untermauert die zu Ende gehende Saison ein wesentliches Ziel: „Wir wollen den Sommer weiter stärken, damit er vor allem wirtschaftlich zum Winter aufschließt.“ Sechs von zehn Euro wurden im Tiroler Tourismus bislang im Winter verdient. „Unser Ziel ist es daher, den Sommertourismus noch mehr in Wert zu setzen, wie das auch in unserer Strategie Tiroler Weg verankert ist.“

### Deutsche Gäste bringen Wachstum

Zu verdanken ist das Nächtigungsplus in diesem Sommer zu einem großen Teil den deutschen Gästen, auf deren Konto fast sechs von zehn Nächtigungen in Tirol gehen. Ihre Übernachtungen nahmen im Vergleich zum Vorjahr um rund 800.000 (+7,3%) und zu 2019 um 1,1 Millionen (+10,0%) auf 11,9 Millionen zu. Ebenfalls positiv entwickelt hat sich der Markt Niederlande. 1,7 Millionen Nächtigungen bedeuten ein Plus von 13,4 Prozent zum Vorjahr und von 7,8 Prozent zu 2019. Bei den Gästen aus Österreich gab es mit zwei Millionen Nächtigungen einen leichten Rückgang von 2,0 Prozent verglichen mit dem Vorjahr und von 0,5 Prozent im Vergleich zu 2019.

### Zuversicht für den Winter

Die gute Entwicklung aus dem Sommer soll sich im Winter fortsetzen. „Laut Tourismusbarometer sind fast drei Viertel der Betriebe mit der Buchungslage für die kommende Wintersaison sehr zufrieden oder zufrieden“, erläutert Gerber. Die größten Erwartungen ruhen auch hier auf dem Markt Deutschland: 85% der Befragten sind mit der Buchungslage deutscher Gäste zufrieden bzw. sehr zufrieden.

### Energiekosten als Herausforderung

Verhaltener ist die Stimmung in puncto Umsatzerwartung. Knapp 40 Prozent rechnen damit, die Umsätze aus dem Vorjahr halten zu können, ein gutes Viertel erwartet ein Umsatzplus. 30 Prozent rechnen hingegen mit Einbußen. Für Gerber ist das ein klarer Hinweis auf die großen Herausforderungen im kommenden Winter. „Insbesondere die massiven Steigerungen bei den Energiekosten, die zum Teil mehr als das Zehnfache des bisherigen Preises betragen, wirken sich hier aus. Ich bin mir dieser großen Belastung für die Betriebe selbstverständlich bewusst und werde mich mit vollem Elan für die Branche einsetzen“, so Gerber.

Zudem sorgen Krisen und Teuerung für Unsicherheit bei den Gästen. „Diese warten teilweise sehr lange mit der Reiseentscheidung, daher müssen wir diesen Winter mit sehr kurzfristigen Buchungen rechnen“, macht Seiler deutlich. Die Mehrheit der Tiroler Unterkunftsbetriebe reagiert darauf laut Tourismusbarometer mit flexiblen Stornoregelungen, um Urlauber:innen zu frühzeitigen Buchungen zu animieren.

### Kampagne mit Tirol Gefühl

An diesem Wochenende hat die Tirol Werbung ihre Winterkampagne „Das Tirol Gefühl“ gestartet. Damit wird insbesondere auf den Kernmärkten Österreich, Deutschland, Niederlande und Schweiz das Urlaubsland Tirol beworben. Den Schwerpunkt der Ausspielung bildet der Onlinebereich, ergänzt von TV- und Radiospots, Printanzeigen sowie Außenwerbung.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mag. Florian Neuner**Branchen- und Unternehmenskommunikation  |  |  |
| **Tirol Werbung** GmbHMaria-Theresien-Straße 556020 InnsbruckÖsterreich |  |  |
| +43.512.5320-320 |  | t |
| +43.676.88158-320 |  | m |
| florian.neuner@tirolwerbung.at |  | e |