

TIROLER TOURISMUS BESCHLIESST WINTERSAISON MIT POSITIVEM ERGEBNIS

Mit April ist die Wintersaison 2023/24 im Tiroler Tourismus zu Ende gegangen. Bei den Ankünften und Nächtigungen gab es ein Plus im Vergleich zum Vorjahr, die Aufenthaltsdauer ist leicht zurückgegangen. Positiv hat sich die Wertschöpfung entwickelt.

Innsbruck, 22. Mai 2024 – Aufgrund der Verschiebung der Osterferien, die im Vorjahr im April lagen und heuer großteils im März, gab es für Tirols Tourismus im April ein Minus bei Ankünften und Nächtigungen. Das ändert allerdings nichts an der guten Entwicklung der bisherigen Wintersaison und so fällt das Gesamtergebnis für den Zeitraum von 1. November 2023 bis 30. April 2024 positiv aus: 26,0 Millionen Nächtigungen bedeuten ein leichtes Plus von 1,2 Prozent, 6,0 Millionen Ankünfte eine Zunahme um 3,6 Prozent – begünstigt auch durch den Schalttag im Februar. Da die Ankünfte stärker gewachsen sind als die Nächtigungen, ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 4,4 Tagen im abgelaufenen Winter leicht rückläufig und liegt etwas unter dem Vorjahreswert von 4,5 Tagen.

Plus trotz Herausforderungen

„Angesichts der schwierigen Bedingungen in der zweiten Winterhälfte mit den ungewöhnlich warmen Temperaturen ist dieses Ergebnis erfreulich und keine Selbstverständlichkeit“, macht Tirols Tourismuslandesrat Mario Gerber deutlich. „Diese Bilanz spiegelt die außerordentlichen Leistungen aller im Tourismus Tätigen wider.“ Für dieses große Engagement gebühre ihnen daher besonderer Dank, so Gerber. „Ankünfte und Nächtigungen sind allerdings nur eine Seite der Medaille. Schließlich geht’s uns schon längst nicht um ein Mehr, sondern um ein Besser. Daher ist die Wertschöpfung viel wichtiger und aussagekräftiger.“ Diese liegt nach einer Berechnung des MCI Tourismus bei 3,76 Milliarden Euro und damit inflationsbereinigt um 1,5 Prozent über dem Wert des vorigen Winters.

Nahmärkte bilden stabile Grundlage

Die Basis für das positive Gesamtergebnis der abgelaufenen Wintersaison bildeten die Nahmärkte, allen voran Deutschland. Die Nächtigungen deutscher Gäste wuchsen um 1,3

Prozent auf 13,4 Millionen, was einem Anteil an den Gesamtnachtungen von rund 51 Prozent entspricht. Stabil blieb der zweitwichtigste Markt Niederlande mit 3,7 Millionen Nachtungen (+/- 0%). Zuwächse gab es mit 2,5 Prozent am Heimatmarkt Österreich auf 1,7 Millionen Nachtungen. Dahinter liegen fast gleichauf Belgien (+2,6%), die Schweiz (+0,5%) und das Vereinigte Königreich (-0,7%) mit jeweils 1,0 Millionen Übernachtungen.

Vielfältiges Winterangebot

„Der Winterurlaub in unserem Land übt weiterhin große Anziehungskraft aus“, hält Tirol Werbung-Geschäftsführerin Karin Seiler fest. Skifahren bleibe dabei auf absehbare Zeit das Kernprodukt. Rund 80 Prozent der Wintergäste sind während ihres Tirol-Urlaubs auf Ski unterwegs. „Wir definieren den Wintertourismus aufgrund veränderter Bedürfnisse und Rahmenbedingungen allerdings schon längst deutlich breiter, daher gibt es ein stetig wachsendes Angebot ergänzend zum Pistensport“, so Seiler. Dieses sogenannte Skifahren plus reiche vom Wandern über Wellness und Veranstaltungen bis zur Kulinarik und gewinne zunehmend an Vielfalt. Zudem beschäftige sich die Tirol Werbung aktiv mit dem Klimawandel. „Unser Future Lab arbeitet beispielsweise an der Fragestellung, wie wir mit der klimabedingten Verknappung von Schnee umgehen oder wie attraktiver Ganzjahrestourismus in Tirol aussehen kann“, erläutert Seiler.