tirols tourismus beschliesst **wintersaison** mit positivem ergebnis

*Mit April ist auch die touristische Wintersaison zu Ende gegangen. Nach einer sehr guten ersten Saisonhälfte und einem herausfordernden zweiten Teil gibt es einen versöhnlichen Abschluss: Die Nächtigungen liegen um 1,4 Prozent über dem Vorjahr, die Ankünfte um 2,6 Prozent.*

**Innsbruck, 21. Mai 2025** – Die Wintersaison 2024/25 brachte Tirols Tourismusbranche ein Auf und Ab. Nach den ersten drei Monaten – von November bis Jänner – stand ein deutliches Plus bei Ankünften und Nächtigungen zu Buche. Mit dem ausbleibenden Naturschnee, warmen Temperaturen und damit einhergehend wenig Winterstimmung auf den Märkten sowie dem fehlenden Schalttag war die zweite Saisonhälfte von Herausforderungen geprägt, die sich auch auf das Ergebnis auswirkten. Ostern sorgte trotz des späten Termins nochmals für einen Nachfrageschub, sodass die Branche zum Saisonende mit einem leichten Plus bilanziert: Die Nächtigungen haben gegenüber dem Vorjahr um 1,4 Prozent auf 26,4 Millionen zugelegt, die Ankünfte sind um 2,6 Prozent auf 6,1 Millionen gewachsen. Da die Ankünfte stärker gewachsen sind als die Nächtigungen, ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 4,3 Tagen leicht rückläufig. Sie liegt etwas unter dem Vorjahreswert von 4,4 Tagen.

**Schwierige Ertragslage**
Für Tourismuslandesrat Mario Gerber verdeutlichen diese Zahlen die Anziehungskraft des Urlaubslandes Tirol, die für ihn allerdings keine Selbstverständlichkeit ist: „Das ist ganz klar der Verdienst unserer zahlreichen Familienbetriebe mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ihnen gebührt großer Dank. Sie liefern ein attraktives Angebot und kümmern sich tagtäglich um ihre Gäste, sodass Tirol weiterhin mit einem überdurchschnittlichen Stammgästeanteil von 76 Prozent punktet.“ Gleichzeitig sei auf Seiten der Gäste eine leichte Konsumzurückhaltung zu spüren. „Ankünfte und Nächtigungen bilden nur eine Seite der Medaille. Auf der anderen, der wirtschaftlichen Seite bleibt die Ertragssituation der Unternehmen angespannt“, so Gerber. Das zeigt auch eine erste Berechnung der Wertschöpfung durch MCI Tourismus. Diese weist für die abgelaufene Wintersaison zwar eine stabile, aber leicht rückläufige Entwicklung aus und liegt für die Wintersaison 2024/25 bei 3,6 Milliarden Euro. Inflationsbereinigt bedeutet das ein leichtes Minus von -0,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Gleichzeitig sei es wichtig zu betonen, dass der Tourismus ein wesentlicher Motor für die heimische Wirtschaft bleibe, da die Einnahmen zum allergrößten Teil wieder in die regionale Wirtschaft investiert werden.

**Unterschiedliche Märkteentwicklung**

Ein gemischtes Bild liefert der Blick auf die Herkunftsmärkte. Stabil präsentiert sich dabei Deutschland. Mit 13,4 Millionen Nächtigungen und einem minimalen Rückgang von 0,1 Prozent ist das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr nahezu gleich geblieben. Die Nächtigungen niederländischer Gäste sind um 4,6 Prozent auf 3,9 Millionen gewachsen. Aus dem Heimmarkt Österreich gab es mit 1,8 Millionen Nächtigungen ein Plus von 3,4 Prozent. Weniger oft genächtigt haben hingegen Gäste aus dem Vereinigten Königreich (-0,6 Prozent), Belgien (-2,4 Prozent) und der Schweiz (-3,9 Prozent), die für jeweils rund eine Million Nächtigungen sorgten. Besonders gefragt war der Winterurlaub in Tirol bei Gästen aus Polen, deren Nächtigungen um 10,2 Prozent auf 620.000 zulegten.

**Erfolg dank Anpassungsfähigkeit**

„Die abgelaufene Wintersaison hat einmal mehr gezeigt, wie entscheidend die hohe Anpassungsfähigkeit des heimischen Tourismus für die stabile Entwicklung der Branche ist“, erläutert Tirol Werbung-Geschäftsführerin Karin Seiler. „Skifahren bleibt auf absehbare Zeit das Kernprodukt des Tiroler Wintertourismus, rund 80 Prozent unserer Gäste sind während ihres Urlaubs auf Ski unterwegs. Gleichzeitig prägen veränderte Bedürfnisse und Rahmenbedingungen schon längst das heimische Angebot ergänzend zur Piste und fördern eine breite Palette an Aktivitäten. Dieses sogenannte Skifahren plus reicht vom Winterwandern über Veranstaltungen bis hin zu Wellness oder Kulinarik und gewinnt weiterhin an Vielfalt, zumal gerade zu den saisonalen Randzeiten die Aktivitäten verschwimmen. Die Kombination von Skifahren am Vormittag und Radfahren am Nachmittag im Frühjahr ist nur ein Beispiel dafür.“ Das unterstreiche die Vielfalt Tirols und ebne den Weg in Richtung eines ausgeglichenen Ganzjahrestourismus, den die Tirol Werbung als klares strategisches Ziel formuliert hat, so Seiler.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **​​Mag. Florian​ ​Neuner​** ​​Branchen- und Unternehmenskommunikation​   |  |  |
| **Tirol Werbung** GmbH Maria-Theresien-Straße 55 6020 Innsbruck Österreich  |  |  |
| +43 512 5320-​320​  |  | *t* |
| +43 676 88158-​320​  |  | *m* |
| ​​florian.neuner​@tirolwerbung.at  |  | *e* |