

TIROLS TOURISMUS BESCHLIESST HERAUSFORDERNDEN WINTER MIT POSITIVEM ERGEBNIS

Mit April ist auch die Wintersaison 2025/26 zu Ende gegangen. Die finale Bilanz liegt leicht über dem Vorjahr: Tirols Tourismusbetriebe haben 6,3 Millionen Gäste (+2,5%) beherbergt und 26,9 Millionen Nächtigungen (+1,8%) verzeichnet.

Innsbruck, 21.05.2026 – Trotz rückläufiger Zahlen im März und April bilanziert die touristische Wintersaison in Tirol mit einem leichten Plus: 6,3 Millionen Gäste im Zeitraum von 1. November 2025 bis 30. April 2026 bedeuten einen leichten Zuwachs um 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, die Nächtigungen sind um 1,8 Prozent auf 26,9 Millionen gestiegen. Gleich geblieben ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit 4,3 Tagen.

„Es war kein einfacher Winter“, konstatiert Tourismuslandesrat Mario Gerber. „Trotz vielfältiger Herausforderungen wie geopolitischer Krisen und schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ist es – gemessen an der Nachfrage – gelungen, ein positives Ergebnis zu erzielen. Diese hohe Attraktivität des Urlaubslandes Tirol ist allerdings kein Selbstläufer, sondern beruht auf dem Engagement der zahlreichen Familienbetriebe und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“ Ihnen gebühre großer Dank für diese robuste Entwicklung der Branche, die wesentlich zur Stabilität der Tiroler Wirtschaft und des Landes insgesamt beitrage.

Kernwinter mit hoher Anziehungskraft

Gleichzeitig ist es Landesrat Gerber wichtig, den Nächtigungsrückgängen im März (-8,5%) und April (-8,3%) besonderes Augenmerk zu schenken. „Der Kernwinter ist und bleibt ein Erfolgsmodell mit hoher Anziehungskraft. Im Spätwinter sehen wir allerdings eine Veränderung beim Reiseverhalten, wodurch der klassische Winterurlaub an Boden verliert.“ Die Branche schnüre ein breites Paket, um die Gäste auch zum Saisonfinale anzusprechen. Dazu zählen Veranstaltungen wie Konzerte und Sportevents, ebenso gezielte Kampagnen. Darüber hinaus werden neue Angebotsformen forciert, die beispielsweise verschiedene Aktivitäten wie Skifahren und

Radfahren kombinieren. „Wir müssen zudem verstärkt Zielgruppen ansprechen, welche die Schneesicherheit Tirols auch im Spätwinter zu schätzen wissen“, so Gerber. Das schließt eine Internationalisierung mit Augenmaß ein.

Wachstumsmärkte

Zu den Märkten, die selbst im März und April für ein Nächtigungsplus gesorgt haben, zählen unter anderem Polen, Tschechien oder die USA. Sie bilanzieren auch im Gesamtwinter positiv: 690.000 Übernachtungen polnischer Gäste im Zeitraum November bis April bedeuten ein Plus von 11,6 Prozent, tschechische Gäste nächtigten 610.000-mal in Tirol (+6,6%), der US-amerikanische Markt steuerte 270.000 Nächtigungen (+20,2%) bei.

Ebenfalls positiv entwickelten sich in der abgelaufenen Wintersaison die Nächtigungen aus den wichtigsten Märkten: Deutschland (+1,4% auf 13,6 Millionen), Niederlande (+0,6% auf 3,9 Millionen), Österreich (+0,7% auf 1,8 Millionen) sowie Vereinigtes Königreich (+2,2% auf 1,0 Millionen). Leichte Rückgänge wiesen die Nächtigungen belgischer Gäste (-1,9% auf 980.000) sowie Schweizer Gäste auf (-0,3% auf 980.000).

Vielfältige Maßnahmen für Spätwinter

Die Tirol Werbung hat auf die Herausforderungen im Spätwinter bereits reagiert und heuer Extramittel in die Bewerbung des Sonnenskilaufs investiert. Rund eine halbe Million Euro sind zusätzlich in die Winterkampagne, in den „Gletscherfrühling“ gemeinsam mit den 5 Tiroler Gletschern sowie in Livebilder aus den Skigebieten geflossen. „Zusammen mit unseren Partnern haben wir unseren Zielgruppen damit auf vielfältige Weise die Top-Pistenverhältnisse aufgezeigt“, erläutert Tirol Werbung-Geschäftsführerin Karin Seiler. Auch Märkte mit weiterem Entwicklungspotenzial stehen im Fokus der Tirol Werbung. „Neben der klassischen Bewerbung auf den Kernmärkten ist daher gemeinsam mit Tiroler Tourismusverbänden ein großer Auftritt in Polen geplant. Anstatt nur mit flächendeckenden Aktivitäten zu werben, konzentrieren wir uns dabei auf ausgewählte Schlüsselstädte, sogenannte Key Cities“, so Seiler. „Im Herbst sind wir daher über mehrere Wochen in Polens Hauptstadt Warschau präsent, um die Zielgruppen intensiv und auf unterschiedlichste Weise anzusprechen. Dadurch erzeugen wir Effekte selbst auf nationaler Ebene.“ Darüber hinaus hat die Tirol Werbung das Projekt „Attraktiver Ganzjahrestourismus“ lanciert, an dem bereits 16 Tourismusverbände – insbesondere aus dem Tiroler Unterland – aktiv mitarbeiten. Ein wesentliches Ziel ist es, passende Angebote für die Monate März und April zu entwickeln.

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*