

Tirol Werbung

Tourismus als Fels in der Brandung

29.04.2010 - 14:10 Uhr, Tirol Werbung

Innsbruck (ots) - Das sensationelle Märzergebnis dreht die bisherige Wintersaison auf ein Plus. Besonders erfreulich ist, dass die Gästezahlen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz stark zugelegt haben und die Niederlande als zweitwichtigster Markt konstant sind. Die Aussichten auf den Sommer sind gut: Die Hälfte der Betriebe hält heuer bei ähnlichem Buchungsstand wie im Vorjahr, die positive Grundstimmung im Tourismus hat zugenommen. Gäste und Tagesausflügler setzten in der letzten Sommersaison 2,9 Milliarden Euro um.

Trotz der Krise ein Plus

Dieses Plus lässt sich sehen: +22,7 Prozent und damit 543.060 Gäste aus Deutschland urlaubten im März in Tirol und bescherten Tirol 2,9 Mio. Nächtigungen (+20,9%). Der März sorgt mit 965.655 (+14,8%) bei den Ankünften und 5,2 Mio. Nächtigungen (+12,3%) für den Umkehrschwung vom Minus ins Plus. "Das ist ein sensationelles Ergebnis, wir haben mit Sondermitteln des Landes gezielt geworben. 1,4 Millionen Euro haben wir in TV-Werbung investiert und damit 60 bis 70 Millionen Zuseher in Deutschland und Österreich erreicht", erklärte Tourismusreferent LH Günther Platter am Donnerstag. Das dicke Plus führte LH Platter auf das Wetter und die guten Schneebedingungen zurück. Außerdem fiel die Karwoche noch in den März, während sie letztes Jahr im April war. Die bisherige Winterbilanz sieht wie folgt aus: 4,5 Mio. Gäste (+2,8%) bescherten Tirol 23,1 Mio. (+0,8%) Nächtigungen. Ob das Plus bis zur endgültigen Bilanz hält, ist noch unklar: Zehn Prozent der Winternächtigungen werden im April erwirtschaftet. Zudem war Ostern Anfang April. Die Gewinner der bisherigen Wintersaison sind die gewerblichen Ferienwohnungen (+5,8%). Auch die Vier- und Fünf-Stern-Betriebe verzeichneten ein Plus (+2,5%). Die stärksten Verluste mussten die Privatzimmervermieter hinnehmen (-6,3%). "Ich warne davor, mit Dumping Preisen den Markt zu überschwemmen. Es dauert Jahre, bis die Preise wieder auf dem ursprünglichen Niveau sind. Dumping Preise schaden dem gesamten Wirtschaftszweig", erklärte Platter.

350 Touristiker befragt

"Der Verlauf der Wintersaison stimmt viele Touristiker optimistischer als im Vorjahr", erklärte Josef Margreiter, Geschäftsführer der Tirol Werbung. Jeweils am Beginn der Saison lässt die Tirol Werbung 350 Tiroler Beherberger befragen. 13 Prozent der befragten Unternehmer glauben demnach an eine positive Entwicklung im Tourismus, 60 Prozent denken, dass das Geschäft mit dem Tourismus gleich weiterlaufen wird. Ein Viertel schätzt, dass die allgemeine Entwicklung im Tourismus eher negativ sein wird. Im Oktober war noch ein gutes Drittel pessimistisch. Ebenso abgefragt wurde die Buchungslage für die Sommersaison. Die Hälfte der Befragten hält derzeit bei einem ähnlichen Buchungsstand wie im Vorjahr, zwölf Prozent konnten sogar mehr Buchungen verzeichnen, 30 Prozent verweisen auf eine schlechtere Buchungslage als im Vorjahr. "Wir stellen fest, dass immer noch kurzfristiger gebucht wird. Umso wichtiger ist es, auf die Online-Präsenz zu achten. Im Internet buchbar zu sein, Anfragen zu beantworten und schnell zu sein, ist unerlässlich", betonte Josef Margreiter. Bei den Marketingbudgets gehe es darum, Ressourcen für kurzfristige, zusätzliche Werbeaktivitäten beiseite zu legen.

Eine Milliarde Euro fürs Übernachten

Der Tourismus hat sich in Krisenzeiten als Fels in der Brandung bewahrt. In der Sommersaison sorgten Gäste und Tagesausflügler für einen Umsatz von 2,9 Milliarden Euro. 2,1 Milliarden gehen auf das Konto von nächtigenden Touristen, 840 Millionen setzten Tagesausflügler um. "Daraus resultiert eine Bruttowertschöpfung von 1,4 Milliarden Euro. Die Zahlen zeigen trotz Wirtschaftskrise keine

großen Abweichungen zur Wertschöpfungsanalyse 2005", berichtete Josef Margreiter. Am meisten Geld gaben Gäste im letzten Sommer für die Übernachtung (1 Mrd. Euro), gefolgt von Essen und Trinken (722 Mio. Euro) aus. Beim Shopping ließen die Tirol-Besucher 474 Millionen Euro liegen, in die Kassen der Seilbahner wurden 299 Mio. Euro gespült, bei den Lebensmittlern sorgten die Gäste für einen Umsatz von 161 Mio. Euro. "Die Zahlen zeigen die Bedeutung des Tourismus für die Gesamtwirtschaft in Tirol. Es sind Durchschnittswerte, einige Gastronomen und auch Hoteliers müssen mit empfindlichen Umsatzeinbußen zurechtkommen", betonte Josef Margreiter.

Die Zahlen haben das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr und das MCI in Innsbruck erhoben.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Anhänge abrufbar unter:
http://tourismuspresse.at/p.php?schluessel=TPT_20100429_TPT0009

Rückfragehinweis:
Mag. Anita Heubacher
Leitung PR&Medien
Tirol Werbung
Maria-Theresien-Str. 55
A-6010 Innsbruck
Tel.: +43 (0)512 5320-320
mailto:anita.heubacher@tirolwerbung.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/662/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT

TPT0009 2010-04-29/14:09

Originaltext:	Tirol Werbung
Medienmappe:	http://www.presseportal.ch/de/pm/100000449/tirol-werbung
Medienmappe als RSS:	http://presseportal.de/rss/pm_100000449.rss2