So international ist die Steiermark im Sommer

Für jede Nation gibt's passendes Angebot

Nächstes Jahr große Marketing-Initiative

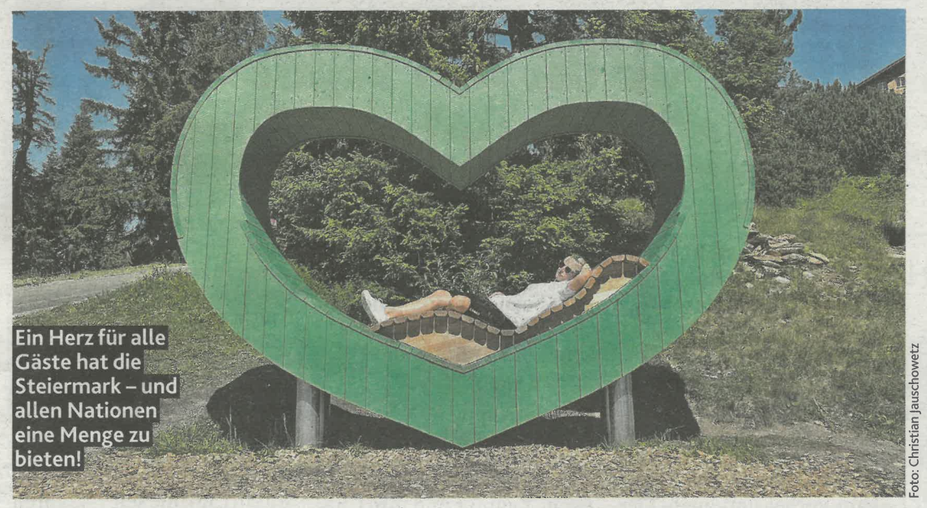
Thema des Tages

STEIERMARK SPEZIAL

CHRISTA BLÜMEL

Es ist verblüffend, wie unterschiedlich die einzelnen Urlauber-Nationen auf unsere weiß-grünen Tourismusangebote „anspringen": So lieben etwa die Chinesen Shopping, die Polen Gipfelsiege und die Deutschen Radwege ohne Asphalt. Das steirische Angebot wird im kommenden Jahr noch maßgeschneiderter werden.

„Dafür wird Geld in die Hand genommen. Wir sind gerade beim Umschichten unseres Budgets, um für dieses äußerst wichtige Thema genügend Kapazitäten zu haben", sagt der steirische Tourismusboss Erich Neuhold über einen Schwerpunkt im nächsten Jahr. Umfassende Analysen und Befragungen haben nämlich eindeutige Tendenzen gebracht, was – zwar nicht jeder Einzelne, aber ganz generell – die Urlauber aus den diversen Ländern bei uns mögen. Und da gibt es gewaltige Unterschiede.



Ein Herz für alle Gäste hat die Steiermark – und allen Nationen eine Menge zu bieten!

Foto: Christian Jauschowetz

„Nehmen wir die chinesischen Gäste", sagt Neuhold. „Sie haben wenig Zeit, sie wollen in kürzester Zeit so viele Höhepunkte wie möglich sehen." Ferien im Schnelldurchlauf würde wiederum Italienern den Urlaub komplett vermiesen (siehe auch Berichte unten).

Sogar bei der so wichtigen Bildsprache – also das, was man über Fotos ausdrücken will – heißt es höllisch aufzupassen: Ein asphaltierter Radweg hat für die Deutschen nämlich nicht dieselbe Wirkung wie für die Niederländer. Was aber sämtliche Zielgruppen eint ist Wasser: „Bilder von erfrischendem, kühlem, sauberem Wasser sehen alle gern." Kulinarik ist vielen ganz wichtig und Kern unserer Marke – während andere der Nahrungsaufnahme im Urlaub nicht viel Bedeutung zumessen.

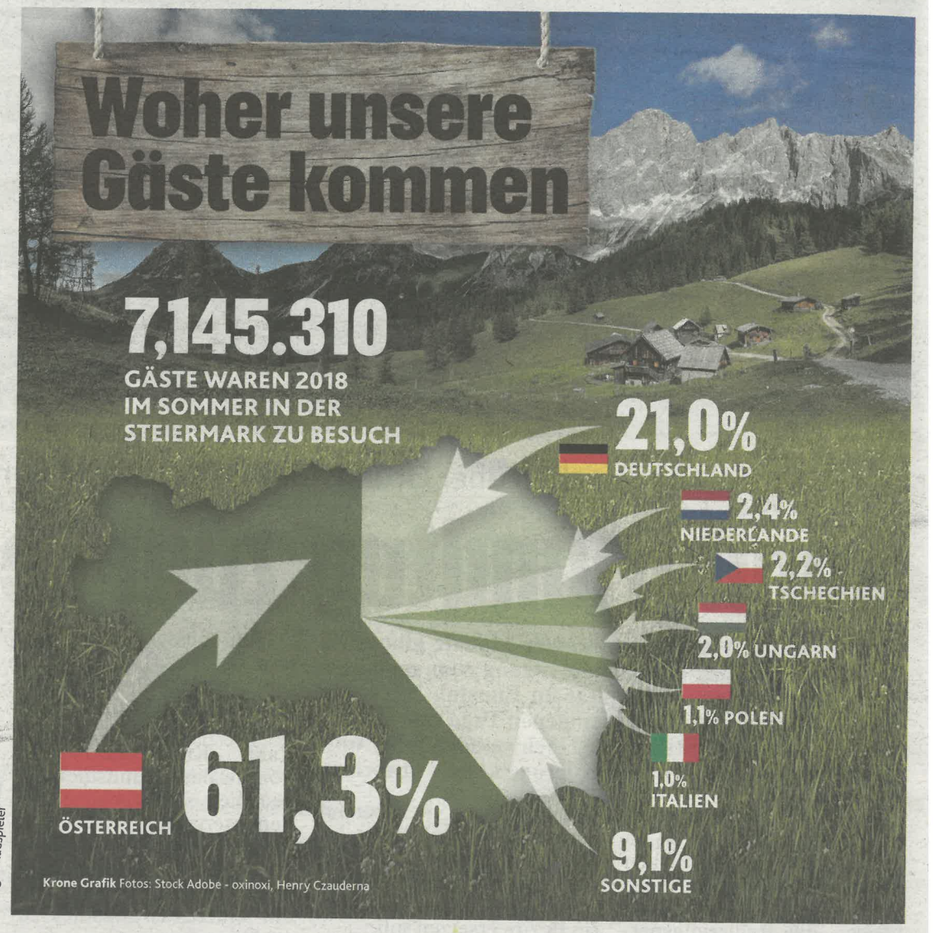
Grundsätzlich ist bei den internationalen Gästen in der Steiermark noch Luft nach oben. „Wir haben als ganz wichtige Basis den österreichischen Heimmarkt", sagt Neuhold. Aber andere Märkte holen auf: „Allein in den vergangenen fünf Jahren haben wir aus Tschechien, Ungarn und Polen 351.000 zusätzliche Übernachtungen verzeichnet. Das ist eine sehr dynamische Entwicklung."

Vor allem in Europa werde man mit dem Internationalisierungsschwerpunkt Akzente setzen. Aber nicht nur dort. Neuhold: „In China haben wir mit mittlerweile auch schon 43.000 Übernachtungen mehr als einen Fuß in der Tür!" Auch hier wird es spezielle, gezielte Angebote geben.

Den österreichischen Markt gilt es zu hegen und zu pflegen. Den internationalen jedoch kann man noch intensiv ausbauen.

Erich Neuhold, Chef von Steiermark Tourismus

Foto: Jürgen Radspieler



Chinesen: Der Urlaub ist gut, wenn es viel zu kaufen gibt

Die Chinesen sind mit 43.000 Übernachtungen im Jahr schon eine echte Größe in unserem Tourismusland – allerdings macht sich Experte Neuhold in gewissen Belangen keine großen Illusionen. „An unserer Kultur und Kulinarik sind viele nicht extrem interessiert, sie suchen sogar lieber chinesische Lokale auf." Dafür haben sie eine andere große Passion: „Shoppen! Vom Urlaub kommen viele sehr gerne vor allem mit neuen Luxusgütern im Gepäck retour." Die Wirtschaft sieht das natürlich nicht ungern . . .

Foto: Martin Jöchl

Italiener: Im Kreise der Familie lassen sie es sich schmecken

Italiener werden laut Neuhold in ihrem Urlaubsverhalten dem Klischee gerecht: „Sie reisen vielfach im großen Familienkreis an. Sie inszenieren sich gerne, kleiden sich demnach stilsicher und stilecht, wenn sie zum Beispiel spazieren gehen. Sie genießen schöne Plätze, außergewöhnliche Veranstaltungen und natürlich bestes Essen." Mit der Familie um sich ist der italienische Gast glücklich. In punkto Kulinarik sind viele Urlaubergruppen nicht nur wählerisch, sondern auch sehr zufrieden bei uns.

Foto: Steiermark Tourismus / ikarus

Radfahren: Die einen stehen auf Asphalt, andere auf Natur

Die Bildsprache ist fast das Wichtigste im Tourismusmarketing. So wollen die deutschen Gäste, so weiß Erich Neuhold aus wichtigen Umfragen und Analysen, keine asphaltierten Radwege in Broschüren etc. sehen, „weil sie das mit Straßenverkehr verbinden". Diverse Staaten Zentraleuropas wiederum springen genau auf asphaltierte Straßen bei Radrouten an, „weil das impliziert, dass die Wege auch gut ausgebaut sind". Hochinteressant – und Zeichen dafür, dass man auf jedes Volk anders zugehen muss.

Foto: Steiermark Tourismus / ikarus.cc

Wanderer zwischen Gipfelsturm und gemütlicher Hütteneinkehr

Auch beim Wandern zeigen sich die Unterschiede bei den Steiermark-Urlaubern. Neuhold: „Die Ungarn zum Beispiel machen sich keinen Stress. Für sie muss es kein Gipfelsieg sein, sie haben es lieber gemütlich, und wenn bald einmal eine Hütte zum Einkehren da ist, sind sie recht froh". Die Tschechen und Polen wiederum „lieben die sportliche Herausforderung! Sie nehmen Berge gerne an und wollen ganz hoch hinaus." Auch darauf ist bei zielgerichtetem Marketing natürlich sehr zu achten.

Foto: Steiermark Tourismus / ikarus.cc