

IM GESPRÄCH MIT ...



Oskar Hinteregger

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

In der Branche hat sich ein Bild etabliert, dass die Gäste aus Ungarn - speziell im Vergleich zu den Gästen aus Tschechien nicht unbedingt Sport-begeistert sind. Das hat sich sehr geändert. Ob Klettern, Mountain-biking, Rennradeln oder Wassersport - die Sportausrüstung ist mit im Gepäck! Chancen sehen wir diesbezüglich bei der jungen Zielgruppe bis 30 Jahren - speziell als Teilnehmer:innen bei den vielen Sport-events in Österreich.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Der Marketing Mix soll auf eine Multi-Channel Kommunikation setzen und sowohl soziale, digitale wie auch klassische oder hybride Kanäle (Magazine, Radio, OOH) beinhalten.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Naturnaher Urlaub ist absolut „hip“. Eine Nacht im Biwak oder auf einer Almhütte zum Beispiel. Und das Skifahren zu erlernen, erfreut sich in der Zielgruppe sehr hohen Interesses. Zudem sind die Gäste überproportional an Sehenswürdigkeiten interessiert.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Die „Aufbau-Generation nach dem Fall des Eisernen Vorhangs“ hat viel geleistet und Eigentum geschaffen. Sie sind jetzt als Pensionisten gut situiert, reisen gerne und suchen Anlässe dafür. Aufgrund der eigenen Bäder-Kultur suchen die Gäste auch gerne Wellness-Angebote in Österreich.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Vielleicht braucht es etwas länger als gewohnt um eine:n Geschäftspartner:in auszuloten. Einmal unverrichteter Dinge auseinanderzugehen bedeutet nicht, dass man nicht zusammenkommt. Dranbleiben, gut zuhören und mit Fakten und Sympathie gelingt es immer zu überzeugen.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Sukzessive jüngere Zielgruppen anzusprechen und die Technologien noch besser zu nutzen, um die Treffsicherheit im Marketing zu erhöhen. Zudem ist es wünschenswert, dass wir gemeinsam mit den Partner:innen mehr in die Kommunikation von konkreten Angeboten investieren.



Oskar Hinteregger

Head of Markets
Ungarn, Rumänien, Kroatien,
Slowakei, Slowenien
oskar.hinteregger@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Ungarn finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)