

IM GESPRÄCH MIT ...



Nicole Kirchmeyr

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?

Das Interesse an stadtnahen Naturregionen nimmt stark zu, ebenso das Interesse an längeren Aufenthaltsdauern. Österreich ist aufgrund seiner zentralen Lage im Herzen Europas bereits eine beliebte Drehscheibe für Rundreisen, hat aber noch großes Potenzial für Reisen mit mehr als zwei Übernachtungen.

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?

Taiwanische Gäste sind viel in sozialen Netzwerken unterwegs, suchen dort nach Inspiration und teilen gerne ihre Urlaubseindrücke und Reiseerinnerungen. Gewinnspiele, die zur Interaktion anregen, erfreuen sich großer Beliebtheit.

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

Das Interesse an stadtnahen, landschaftlich eindrucksvollen Ausflugszielen nimmt zu, aber auch kurze, leichte Wanderungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Aktive Bewegung wird wichtiger, man will seinem Körper eine Alternative zum oft sehr passiven Alltag bieten.

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?

Sowohl im FIT-Bereich als auch im Gruppenreisesegment ist der Wunsch nach „entschleunigtem“ Reisen deutlich spürbar. Längere Rundreisen mit längeren Aufenthalten pro Destination werden vermehrt nachgefragt, Europareisen unter zehn Tagen werden kaum mehr verkauft.

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?

Die persönliche Beziehungskomponente wird sehr geschätzt, ebenso das Interesse am taiwanischen Markt. Einladungen zu gemeinsamen Aktivitäten außerhalb von Geschäftstreffen sollten daher unbedingt angenommen werden.

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?

Mit einem möglichst ausgewogenen Marketing-Mix aus B2C- und B2B-Komponenten werden vielfältige Inhalte auf unterschiedlichen Online-Kanälen verbreitet, um Österreich in den verschiedensten Facetten in unterschiedlichen Medien zu präsentieren. Darüber hinaus wird der Kontakt zur heimischen Reisebranche durch Newsletter, regelmäßige Austauschbesuche und Veranstaltungen verstärkt.



Nicole Kirchmeyr
Market Representative
Japan und Taiwan
(Chinesisches Taipei)
nicole.kirchmeyr@austria.info

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