

# IM GESPRÄCH MIT ...



Michael Gigl

---

*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?*

Europareisen erleben aktuell einen riesigen Boom und wir gehen davon aus, dass die hohe Nachfrage auch in Zukunft anhält. Damit verbunden mehren sich wieder Berichte über Overcrowding, aber auch sommerliche Hitzewellen. Wir sehen daher besondere Chancen für Reisen im Frühjahr und Herbst.

*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?*

Die Größe und hohe Komplexität des Marktes sind spezielle Herausforderungen. Am Wichtigsten ist ein konsequentes und nachhaltiges Agieren am Markt. In der B2C-Kommunikation setzen wir dabei auf hochwertiges Storytelling und digitale Medienkooperationen. Umfangreiche Pressearbeit verstärkt diese Inhalte. Im Travel-Trade-Marketing fokussieren wir auf höchstmögliche Wertschöpfung im Luxus Segment. Wichtig ist es auch jüngere Zielgruppen anzusprechen, die oft recht wenig über Österreich wissen.

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

Erstmalig inkludiert unsere Zielgruppe gleich vier Generationen mit unterschiedlichen Informationsverhalten und Wertevorstellungen. Je jünger die potentiellen Gäste, umso wichtiger werden Themen wie Nachhaltigkeit und Diversität.

*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?*

Auch die Amerikaner:innen sind mit der Pandemie nachdenklicher geworden. Gesundheit, Ernährung, Familie und das Pflegen von Freundschaften werden bewusster wahrgenommen und gelebt.

*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?*

In einem riesigen Markt mit einer sehr komplexen Medien- und Vertriebslandschaft ist der Erfolg nur durch nachhaltiges Engagement möglich. Kurzfristige Aktivitäten verpuffen leicht, wer dran bleibt, auch mit relativ geringem finanziellen Einsatz, wird belohnt.

*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?*

Österreich ist seit Langem am Markt etabliert, erweckt aber relativ wenig natürliche Aufmerksamkeit. Durch „Storytelling“ auf hohem Niveau versuchen wir nicht nur unsere Highlights zu präsentieren, sondern auch zu überraschen.



**Michael Gigl**

Head of Market

USA

michael.gigl@austria.info

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