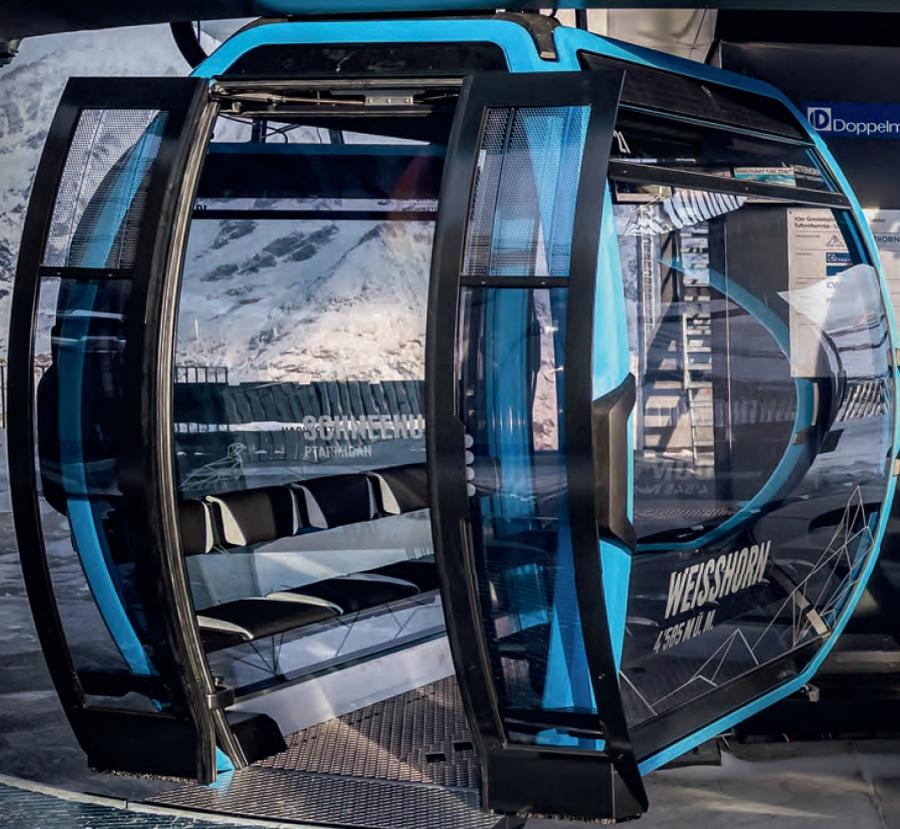




SEILBAHNEN INTERNATIONAL

DOPPELMAYR/GARAVENTA
INNOVATION TRIFFT
WIRTSCHAFTLICHKEIT



REISETRENDS
TESTEN TRIFFT
TOURISMUS

LENZERHEIDE
TECHNIK TRIFFT
INSZENIERUNG



SI-TRENDCHECK:

Marketing-Experte Oliver Pichler stellt Trends vor, die für die Seilbahn- & Tourismusbranche interessant sind.

CORONA PUSHT BARGELDLOSES ZAHLEN

Fast verdoppelt hat sich der Anteil der Bargeldlos-Zahlungen der Deutschen binnen eines Jahres. Im Dezember 2020 erfolgten sogar 60,4 Prozent aller Zahlungen bargeldlos. Im Gesamtjahr 2020 waren es 50,1 Prozent. 2019 erst 26,6 Prozent. Klar ist, Covid-19 pusht den Trend zum bargeldlosen Zahlen. Gerade auch bei kleinen Beträgen und in Geschäften (Bäckereien, Kioske u.ä.), in denen bisher vor allem mit Bargeld bezahlt wurde, sind heute Kartenzahlungen Standard.

DAHER: Die Konsumenten sind heute mehr denn je offen für bargeldlose, kontaktlose Kartenzahlungen, ob diese an klassischen Kassen oder digital/online erfolgen. Deshalb gilt es die Chance zu nutzen, mehr Gäste als bisher weg vom alt-hergebrachten Zahlen an Seilbahnkassen hin zu digital/online erfolgenden Käufen zu bringen. *Quelle: Statista „girocard.eu“, 10.2.2021*

RADIO WIRD BEI UNS HÄUFIG GEHÖRT

In den DACH-Ländern wird im internationalen Vergleich am meisten Radio gehört. 23,3 Prozent der Österreicher sind häufig am Radio. Das ist weltweit Platz 1. Bei den Deutschen sind es 22,3 und bei den Schweizern 17,6 Prozent. Am anderen Ende des Rankings liegen China und Indien mit jeweils gerade einmal drei Prozent. Nur die Nutzung des klassischen Küchenradios ist rückläufig. Smartphones, Smart Speaker u.ä. sind hingegen immer häufiger im Einsatz.

DAHER: Wer über breit gestreute Kommunikation in Österreich, Deutschland oder der Schweiz nachdenkt, sollte nicht auf Radio verzichten. Hier wirken klug gemachte Radiokampagnen nach wie vor sehr gut. *Quelle: Statista „Global Consumer Survey 2020“, 12.2.2021*



Foto: Zillertalarena

REISEN 2021: ZWISCHEN SEHNSUCHT & MÖGLICHKEIT

Studien und Befragungen türmen sich. Sie befassen sich aus verschiedensten Blickwinkeln mit immer gleichen Fragen. Alles dreht sich um das mögliche Reiseverhalten der Gäste, nachdem die größten Einschränkungen der Covid-19 Pandemie Geschichte sind. Interessante Erkenntnisse im Überblick.

Eher spontanes Planen & Buchen

Der Stellenwert Reisen zu können steigt, bedingt durch die Pandemie. Wenn man wieder reisen kann, werde man das mehr genießen als in der Vergangenheit. Das sind zwei zentrale Erkenntnisse einer Studie von Marketagent. Doch, auch wenn der eine oder andere Trip sehnlichst erwartet wird, er wird spontan geplant bzw. gebucht werden, denn völlige „Reise-Normalität“ würden die Österreicher für 2021 noch nicht erwarten. *Quelle: „Erwartungen an das Reisejahr 2021“, Marketagent & Lifestylehotels, 18.3.2021*

Rasche Erholung in Sicht

Eine schnelle Erholung des Reisemarktes erwartet die Deutsche Zentrale für Tourismus. Sorgfältige Analysen, innovative Produkte und antizyklisches Marketing sollten die Krise so schnell wie möglich bewältigen helfen. Deshalb prognostiziert Deutschland für den Tourismus im Land auch eine im internationalen Vergleich überdurchschnittlich schnelle Erholung. *Quelle: „Deutschland: schnelle Erholung prognostiziert“, tip-online, 18.3.2021*

Große Sehnsucht & Vorfreude

Der Reisewunsch ist groß. Sicherheit ist das dominierende Thema. Destinationen, die per Auto erreichbar und kurzfristig buchbar sind, sind besonders gefragt. Und über allem stehen besonders große Sehnsucht und Vorfreude. So lassen sich Erkenntnisse der erstmals digitalen Internationalen Tourismusmesse Berlin (ITB) zusammenfassen. Dass sich der internationale Tourismus in 2022 wieder erholen könnte, wäre für den Marktforscher Euromonitor International, der Idealfall. Und Tourismusforscher Martin Lohmann erwartet, dass ab 2022 die Menschen wieder zu ihren alten Reiseumstern zurückkehren. *Quelle: Sommerurlaub braucht erneut Flexibilität, ITB und ORF.at, 13.3.2021*

Deutsche zieht es nach Österreich

Gesteigertes Interesse der Deutschen an Urlaub in Österreich ortet die Deutsche Reiseanalyse 2021. Immerhin waren die Deutschen, die 2020 nach Österreich gereist waren, zu 77 Prozent „sehr zufrieden“ und zu 23 Prozent „zufrieden“. Und 25 Millionen Deutsche haben Interesse, in den nächsten drei Jahren nach Österreich zu reisen. Drei Millionen mehr als noch vor einem Jahr. *Quelle: Österreich Werbung, Deutsche Reiseanalyse 2021, 10.3.2021*

Scannen Sie den QR-Code um mehr von Oliver Pichler zu lesen.

