

# IM GESPRÄCH MIT ...



Gabriele Lenger

**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?**

Ich sehe noch großes Potenzial für Sommerurlaub in Österreich als Alternative zum Mittelmeer mit einem umfangreichen Angebot an Freizeitaktivitäten. Ebenso großes Potenzial für die Anreise mit dem Zug. Reiseveranstalter bestätigen diese erhöhte Nachfrage.

**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?**

Ein ausgewogener Marketingmix mit Schwerpunkt Online, ergänzt um DOOH und Social Media Aktivitäten ist am Markt zielführend. Aber auch die Zusammenarbeit mit schwedischen Medien und Influencer:innen ist sehr wichtig, um hochwertigen Content zum Thema Aktivurlaub und Nachhaltigkeit in Österreich zu generieren. Blog-Artikel, Reiseführer und Erfahrungsberichte sind hierbei besonders wirksam.

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

Im Zuge der Digitalisierung und der steigenden Akzeptanz von Remote-Arbeit hat die Zielgruppe ein großes Interesse an Workation-Urlauben entwickelt. Sie möchte die Möglichkeit haben, von attraktiven Urlaubszielen aus zu arbeiten und gleichzeitig ihre Reiseerlebnisse zu genießen. Aber auch Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind wichtige Aspekte bei der Wahl eines Reiseziels. Die Schwedinnen und Schweden suchen nach Reisezielen, die naturnah sind und Möglichkeiten für Outdoor-Aktivitäten 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?**

Schwedische Gäste legen vermehrt Wert auf umweltfreundliche Reiseoptionen. Sie bevorzugen Destinationen und Unterkünfte, die sich aktiv für Umweltschutz und Nachhaltigkeit einsetzen, beispielsweise durch Abfallvermeidung, Recycling und den Einsatz erneuerbarer Energien. Die Liebe zur Natur und die Sehnsucht nach Outdoor-Erlebnissen haben seit der Pandemie zugenommen. Schwedische Gäste suchen nach Reisezielen, die Wandern, Radfahren, Kajakfahren und andere umweltfreundliche Aktivitäten bieten.

**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?**

Home Office und flexible Arbeitszeitmodelle sind in Schweden üblich - Familie und Freizeit haben höchste Priorität. Die offene, direkte und informelle Kommunikation der Schwedinnen und Schweden empfinde ich sehr positiv. Und sage niemals nein zu einem traditionellen „fika“ (Kaffee und Kuchen) beim Meeting - so baust du am besten eine langfristige erfolgreiche Geschäftsbeziehung auf.

**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 wird als nachhaltiges Reiseziel im Sommer wie auch im Winter positioniert. In der Kommunikation setzen wir u.a. auf Maßnahmen zur Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks, umweltfreundliche Transportmöglichkeiten und Unterkünfte. Ein Buch zum Thema „Zug / Nachhaltige Wanderungen“ in Österreich wird 2025 in Schweden herausgegeben. Glaubwürdiger Content ist King und wir setzen auf enge Zusammenarbeiten mit Journalist:innen, Reiseveranstaltern sowie anderen schwedischen Multiplikatoren.



**Gabriele Lenger**

Head of Markets

Dänemark und Schweden

gabriele.lenger@austria.info

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