

Österreich erfindet das Rad neu

Mit der internationalen Kampagne „You like it? Bike it!“ präsentiert sich Österreich als Urlaubsland für Radfahrer. Damit soll in den nächsten Jahren nicht nur der Sommertourismus angekurbelt werden.

FRED FETNER

BERLIN. Im Getümmel der weltgrößten Tourismusmesse ITB, die noch bis Sonntag dauert, strampelt die Österreich Werbung (ÖW) gegen den globalen Trend zum Ferienflug an: Man setzt auf den Gast aus der Nähe und diesen gern aufs Rad – als Teil eines zeitgeistigen Lebensstils. „Gesundheit, Klimabewusstsein, Lifestyle, Design – vier dominierende Megatrends finden sich beim Rad wieder“, betonte ÖW-Geschäftsführerin Petra Stolba bei der Präsentation der Kampagne. Sie soll über mehrere Jahre den Auftritt in den Märkten Deutschland, Niederlande und Tschechien prägen.

Im ersten Jahr konzentriert sich die Kampagne unter dem Motto „You like it? Bike it!“ auf zwei Themenbereiche: Genussrad und Mountainbike. Genussradler sind aufrecht mit offenem Blick in der Natur unterwegs und halten dabei häufig nach Gelegenheiten Ausschau, um die verlorenen Kalorien qualitativ wieder zuzuführen. Im Mountainbike-Bereich will man überwiegend männliche Sportler ansprechen. Obwohl die Radweltmeisterschaft ein Auslöser für den Bike-Schwerpunkt war, will man sich der Rennradler erst 2020 annehmen. Wie Martin Lohmann, wissenschaftlicher Leiter der seit 49 Jahren durchgeführten Deutschen Reiseanalyse (RA), anmerkt, passt die Radkampagne gut zu Österreich, verstärkt aber ein Bild: „Wer in die Berge fährt, sieht sich zur Aktivität gefordert. Dass man da auch einfach rumhängen kann, ist nicht in den Köpfen.“ Der Kampf um die Gäste ist hart: Seit 2007 wuchs das Segment Strandurlaub um 76 Prozent, der Land- und Bergurlaub aber nur um 23 Prozent. Die Position Österreichs wird in der Reiseanalyse 2019 als ebenso stabil wie der deutsche Reisemarkt insgesamt beschrieben. Die Veränderungen bei den Auslandsreisen finden sich eher in Details. Unverändert ist Österreich beliebtestes Winterurlaubsziel, gesunken ist im Vorjahr der Marktanteil bei den Kurzreisen, wodurch die Niederlande in puncto Beliebtheit knapp vor Österreich



Ob Mountainbiken oder Genussradeln – Österreich setzt auf die Lust der Urlauber aufs Radfahren.

BILD: SN/PHOTOFLORENZO - STOCKADobe.COM

liegen. Bei den Haupturlaubsreisen hat die Türkei Österreich wieder überholt. Österreich ist somit auf Platz fünf der beliebtesten Urlaubsziele der Deutschen.

Bei dem auf Befragung von ADAC-Mitgliedern basierenden „Reisemonitor“ steigt Österreich als Urlaubsziel noch besser aus: fünf



„Megatrends finden sich beim Rad.“

Petra Stolba, Österreich Werbung

Prozent beim Haupturlaub, zehn Prozent bei weiteren Urlaubsreisen. Auffällig sind 2019 besonders zwei Werte: Die meisten der mit Kindern Verreisenden planen nun Österreich als ihr Reiseziel – noch vor Italien. Generell stieg bei den Reiseplanungen 2019 der Österreich-Anteil um 0,5 Prozent. Stärker als jedes

Auslandsziel ist bei Deutschen der Inlandsurlaub, bei Radtourismus wird das besonders deutlich.

Dass Pläne nicht immer in Realität umschlagen, sieht man beim Reisebudget, das in positiven Konjunkturzeiten immer höher geplant wird. Wie aber die RA zeigt, sanken die Reiseausgaben der Deutschen 2018 auf immer noch 1017 Euro pro Person und Reise, was sich auf 71,2 Milliarden Euro summierte. Was insofern erstaunt, als der Fluganteil neue Rekordhöhen erreichte. Als Ursachen für die niedrigeren Reiseausgaben werden das schöne Wetter in Mitteleuropa – Indoorprogramme sind teurer –, die leicht rückläufige Reisedauer, aber auch das Comeback von Billigflugzielen wie Türkei und Ägypten vermutet. Die Ausgaben für Österreich-Urlaube stiegen aber um 100 Millionen auf 2,9 Milliarden Euro.

Auch Radfahrer sind durchaus ausgabefreudig. Die stark von Niederösterreich getragene und nicht

repräsentative Österreichische Radreiseanalyse zeigt für Radreisende durchschnittliche Tagesausgaben von 83,60 Euro. Davon fließen 65,20 Euro in Hotel und Gastronomie. Radwege und Beschilderung werden positiv gesehen, das Hauptmanko bilden Abstellmöglichkeiten, vor allem die sichere Gepäckverwahrung. „Da muss nachgeschärft werden“, bestätigt Petra Nocker-Schwarzenbacher, Tourismus-Spartenobfrau in der Wirtschaftskammer, „aber wir haben immer mehr zertifizierte Hotelbetriebe mit guten Unterstellmöglichkeiten für Räder, Radwaschanlagen und Reparaturstellen.“

Die Kampagne „You like it? Bike it!“ bietet infrastrukturell nichts Neues. Die Arbeitsgruppe zur einheitlichen Beschilderung österreichischer Radwege könnte dadurch einen neuen Anstoß erhalten, mehr nicht. Der 27 Raderlebnisse vereinende „Fächer“ ist das greifbare neue Werbemittel, der Schwer-

punkt liegt aber im digitalen Auftritt. Das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMNT) steuert zum Gesamtbudget von zwei Millionen 300.000 Euro bei. Wie Tourismusministerin Elisabeth Köstinger erklärte, befindet sich das Ministerium mit der zweiten ÖW-Eigentümergeberin, der Wirtschaftskammer, in „intensiver Debatte“, um das ÖW-Budget nach 23 Jahren abseits von Einzelaktionen dauerhaft anzupassen. Fix ist jedoch, dass die Radaktion, an der sich 2019 außer Wien und Vorarlberg alle Landestourismusorganisationen beteiligen, als erstes Umsetzungsbeispiel für den Tourismusmasterplan „Plan-T“ gesehen wird. „Als wichtigster Punkt hat sich die Notwendigkeit zur Kooperation herauskristallisiert. Österreich und die Bundesländer sind als Einheit zu verstehen“, sagte Köstinger in Berlin. Der Masterplan wird am 21. März in Salzburg feierlich aus der Taufe gehoben.