



Sozioökonomie³

Einwohnerzahl: 9,1 Mio.
Fläche: 83.879 km²
Hauptstadt: Wien (2,0 Mio. Einwohner)
Durchschnittsalter: 44,5 Jahre

Wirtschaft: BIP pro Kopf: 61.694 Euro
Arbeitslosenquote: 5,6%
Inflationsrate: 3,5%

Übernachtungsstatistik Deutschland 2025¹

Übernachtungen absolut: 4.404.842 (-0,3%)
Ankünfte absolut: 2.140.838 (+0,0%)
Aufenthaltsdauer: 2,1 Tage

Top 3 Regionen Niedersachsen (nach ÜN)

1. Hannover-Hildesheim 30.189 (+8,2%)
2. Lüneburger Heide 16.355 (+3,3%)
3. Braunschweiger Land 16.342 (+12,0%)

Übernachtungsstatistik Niedersachsen 2025²

Übernachtungen absolut: 118.611 (+5,6%)
Ankünfte absolut: 54.004 (+4,7%)
Aufenthaltsdauer: 2,2 Tage

Top 3 Städte Niedersachsen (nach ÜN):

1. Hannover 18.325 (+5,7%)
2. Braunschweig 7.533 (+10,6%)
3. Göttingen 4392 (+10,5%)

Reiseverhalten & Urlaubserlebnis³

Auslandsreiseintensität 238,1% = 2,3 Reisen pro Person

Top 4 Auslandsreiseziele:

1. Deutschland
2. Italien
3. Spanien
4. Kroatien

Top 4 Bundesländer:

1. Bayern (45%)
2. Baden-Württemberg (13%)
3. Berlin (7%)
4. Hamburg (7%)

Reisezweck der Deutschlandreisen (2,1 Mio. Ankünfte):

55% Urlaubsreisen / 25% VFR + sonstige Reisen / 19% Geschäftsreisen

Urlaubsart bei Reisen nach Deutschland:

51% Städte- und Eventreisen / 16% Urlaub in Feriengemeinden / 10% Rundreisen

Buchungsverhalten:

81% Vorausbuchung / 74% via Internet

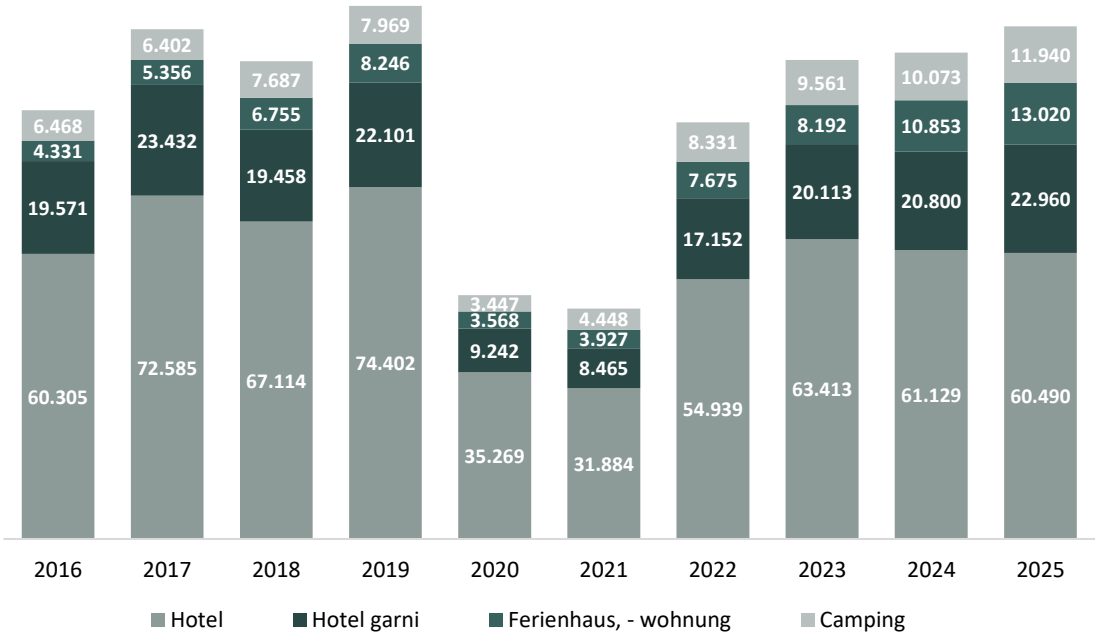
Anreise:

59% PKW, 22% Bahn, 16% Flug, 2% Bus

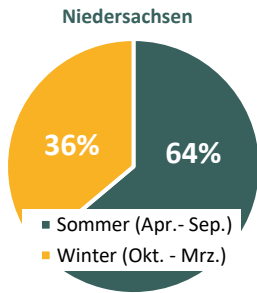
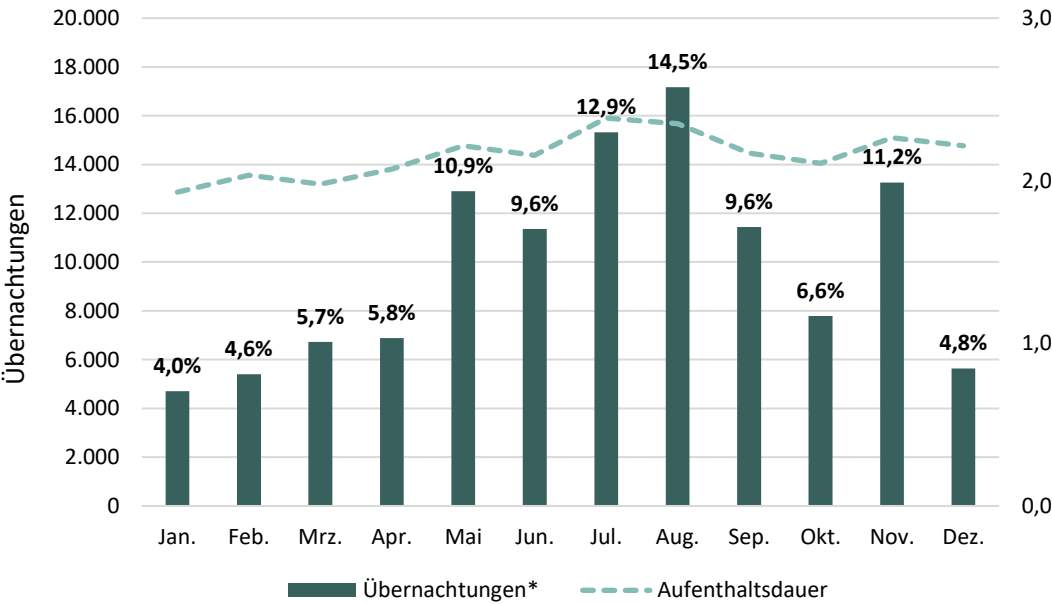
Umsatzvolumen Deutschlandreisen:

3,7 Mrd. Euro

Übernachtungen nach Betriebsart



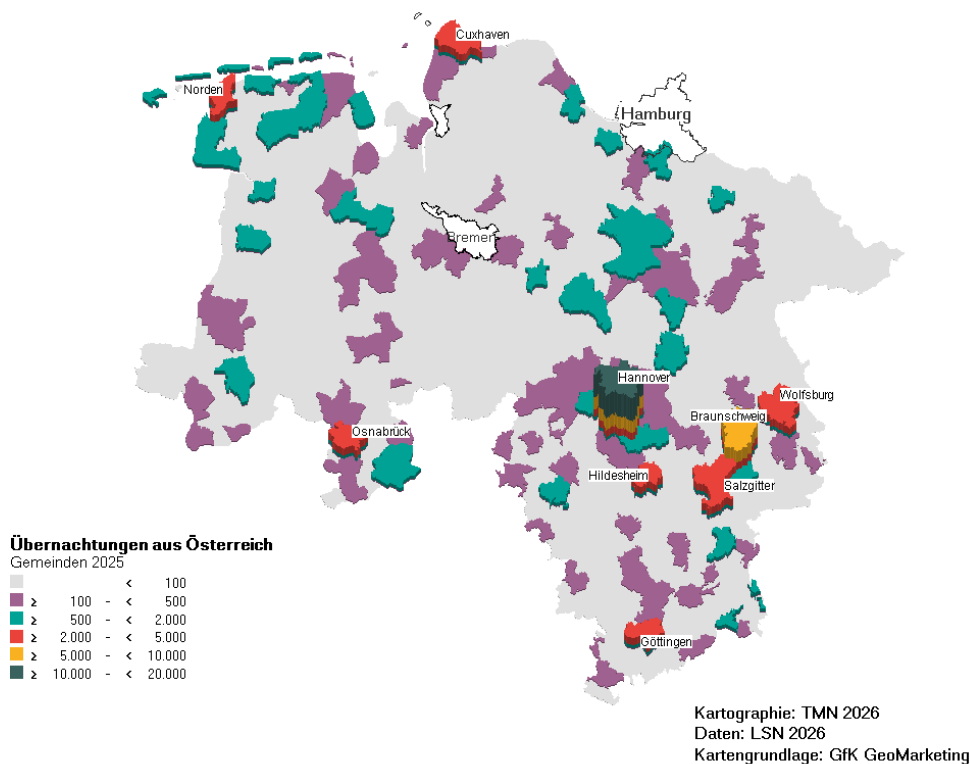
Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2025



*mit Übernachtungsanteil je Monat in Prozent aus Österreich

Zeitraum Sommerferien: ab 28. Juni - 07. September 2025

Übernachtungsziele 2025



Reisemotive

- ✓ Städtereisen mit Besuch kultureller und historischer Sehenswürdigkeiten, auch in Kombination mit Shopping.
- ✓ (Familien)Urlaub/Badeurlaub am Meer.
- ✓ Interesse an Wellness- und Erholungsreisen mit Fokus auf Achtsamkeit, v.a. in der Natur oder beim Aktivurlaub.
- ✓ Genuss und Kulinarik mit regionalen Speisen und Getränken.

Mediennutzung/Informationsquellen

- ✓ Die Österreicher nutzen vorwiegend elektronische Medien, allen voran das Internet und Social Media. Neben TV- und Musik-Streamingdiensten werden aber auch klassische Medien wie TV und Radio weiterhin genutzt.
- ✓ Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld (Freunde, Verwandte, Bekannte) haben großen Einfluss auf die Reiseentscheidung.
- ✓ Zur weiteren Reiseinspiration dienen Preisvergleichs-, Bewertungs- und Reisevermittlungsportale sowie Social Media (YouTube, Facebook, Instagram).

Besonderheiten der Gäste aus Österreich

✓ **Sprache und Ansprache**

Die Ansprache in Österreich ist etwas förmlicher als in anderen europäischen Ländern. Besonders im Geschäftsleben, aber auch im Alltag, wird großer Wert auf die korrekte Nennung akademischer Grade, Ämter und Titel (z.B. Dr./Magister) gelegt. Gerade die mittlere und besonders die ältere Generation der Österreicher ist diesbezüglich sehr traditionsbewusst.

✓ **Besondere Essgewohnheiten**

Österreicher sind in ihrem Urlaub immer auf der Suche nach regionaler Küche von guter Qualität. Mittag- und Abendessen sind die Hauptmahlzeiten, außerdem gibt es oft Pausen für eine kleine „Brotzeit“ am Vormittag sowie eine Kaffee- und Kuchenpause am Nachmittag. Insgesamt ähneln die Essgewohnheiten und -zeiten weitgehend denen in Deutschland.

✓ **Kulturelle Besonderheiten**

Die Österreicher sind stolz auf ihr Land, ihre Kunst und Kultur und die landeseigenen Marken. Sie pflegen ihr Brauchtum sowie ihre Traditionen. Entsprechend groß ist auf Reisen das Interesse an historischen Bezügen, traditionellem Handwerk oder festlich gelebtem Brauchtum.