

IM GESPRÄCH MIT ...



Péter Szedlák

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?

Der (Sommer-)Aufenthalt am Meer wird immer kürzer und die (Sommer-)Aufenthalte bei uns immer länger. Die Gründe: Hitze und Overtourism. Außerdem lieben es Kroatinnen und Kroaten einen Shopping Trip mit einem Kurzaufenthalt in Österreich zu kombinieren.

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?

Integrierte Partner-Kampagnen. Hier sollte auf Kooperationen mit klassischen Medien nicht vergessen werden! Hohes Potenzial haben die Verbesserung der Bahn-Anreise sowie die ganzjährige Attraktivität von Events in Österreich, ganzjähriger Urlaub in den Bergen sowie Kultur-, Shopping und Wellness-Wochenenden.

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

Das Interesse an Bergsportarten nimmt stark zu, womit die Sommersaison auch immer mehr Potenzial zeigt. Einsteiger-Programme, um neue Sportarten zu probieren, haben eine hohe Bedeutung am Markt.

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?

Die Gäste aus Kroatien sind sehr mobil und verfügen über Lebenserfahrung und Familienverbindungen auf der ganzen Welt. Nicht zuletzt besonders nach Österreich (Großraum Graz und Wien).

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?

Man muss ein gewisses Maß an Flexibilität und Spontanität im Umgang mit kroatischen Geschäftspartner:innen mitbringen. Das ist einfach der Spontanität der Kroaten und Kroatinnen geschuldet! Grundsätzlich wird in Kroatien selten direkt hinterfragt, ob sich Gäste gewisse Dinge überhaupt leisten können. Diese Frage beantwortet meist der Kontostand auf der Kreditkarte.

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?

Wir wollen starke Destinationsmarken für ein gemeinsames und mittelfristiges Engagement etablieren und damit den Marktdruck erhöhen sowie eine zielgruppenorientierte Kommunikation für Urlaub in Österreich sicherstellen. Der Fokus liegt weiterhin auf Winter und dem Ausbau des Sommers.



Péter Szedlák

Market Representative

Kroatien, Slowakei

und Slowenien

peter.szedlak@austria.info

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