T-MONA
Österreichgäste im Sommer 2025

Mai 2026

Studie der Österreich Werbung

KOSTENFREIE PUBLIKATION
Der Inhalt dieser Studie ist Eigentum der Österreich Werbung und darf vom Auftraggeber grundsätzlich nur zum internen Gebrauch verwendet werden. Für die Pressearbeit dürfen einzelne Studien-Ergebnisse unter Angabe der Quelle (T-MONA Österreichgäste im Sommer 2025, Österreich Werbung) genutzt werden. Die Vervielfältigung der Studie und vollständige Weitergabe an Dritte ist jedoch nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Österreich Werbung erlaubt.

Sommergäste in Österreich – Zusammenfassung



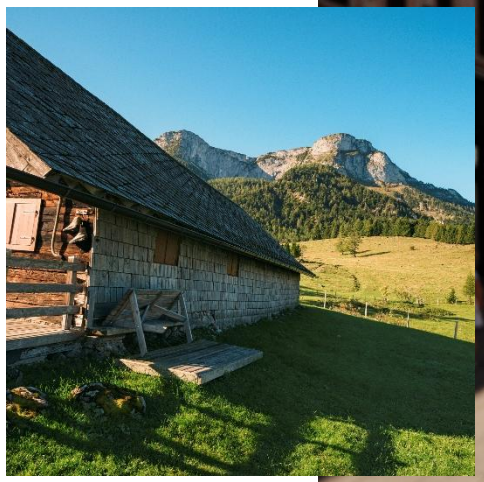


Gästeprofil unverändert zum Vorjahr

- **Gästeprofil:**
  Die Gästebefragung T-MONA zeigt, dass der durchschnittliche Sommergast 52,4 Jahre alt ist, ein Wert, der bis 2023 angestiegen und seitdem konstant geblieben ist. 44% der Sommergäste kommen aus Deutschland, mit 29% ist Österreich das zweitwichtigste Herkunftsland, weit dahinter folgen die Niederlande mit 5% der Sommergäste. Ein sehr hoher Anteil der Gäste verfügt über einen Hochschul- oder Universitätsabschluss (48%). Das Haushaltsnettoeinkommen ist vergleichsweise hoch. Jeder zweite Gast hat ein HH-Nettoeinkommen von 4.000 Euro oder mehr und dieser Wert steigt von Jahr zu Jahr merklich. Die häufigste Reisekonstellation sind Paare (42%). Es handelt sich zudem um eine Zielgruppe mit einem sehr hohen Stammgästeanteil (66%).

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Sommergäste in Österreich – Zusammenfassung





In Österreich buchen viele Gäste direkt

- **Customer Journey und Buchungsverhalten:**
  Bei der Unterkunftssuche werden primär Suchmaschinen (36%) wie Google und Internet-Reiseportale (35%) genutzt. Auffallend ist, dass die Buchung der Unterkunft mehrheitlich direkt bei der Unterkunft (63%) erfolgt. Internet-Buchungsportale (z.B. Booking.com) werden von 22% der Gäste für die Buchung genutzt, mit leicht steigender Tendenz (+2 %-Punkte). Die Optimierung der Online-Sichtbarkeit, der Informationsbereitstellung sowie der direkten Buchungsmöglichkeiten ist wichtig.

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Sommergäste in Österreich – Zusammenfassung





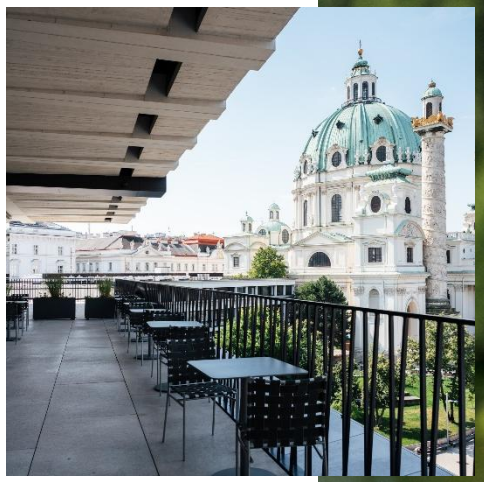
Aktivität und Erholung in der Natur

- **Entscheidungsfaktoren für Destination und Unterkunft:**
  Die wichtigsten Gründe für die Wahl der Destination sind Natur/Landschaft (60%), die Unterkunft selbst und Sehenswürdigkeiten/Kultur (jeweils 28%). Im Detail sind Berge (50%), das Angebot an Wanderwegen (35%) und Seen/Flüsse (29%) besonders wichtig. Bei der Wahl der Unterkunft sind die Lage (68%) und der Preis (51%) die entscheidendsten Faktoren. Dies unterstreicht die Bedeutung der natürlichen Attraktionen und der Qualität der Beherbergungsbetriebe.

- **Urlaubsarten und Aktivitäten:**
  Die beliebtesten Urlaubsarten im Sommer sind Wander-/Bergsteig-Urlaub (45%), Erholungsurlaub (43%) und Natururlaub (35%). Das Wandern ist mit 65% die häufigste sportliche Aktivität. Auch Schwimmen/Baden (43%) und Radfahren / MTB (26%) sind weit verbreitet. 23% geben jedoch an, dass sie keinen Sport ausgeübt haben, hier kommt es zu einem Anstieg von 3 %-Punkten zum Vorjahr. Spazierengehen (62%), Sehenswürdigkeiten besuchen (56%) und Essen gehen (52%) sind weitere häufige Aktivitäten.

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Sommergäste in Österreich – Zusammenfassung





¾ kommen nach wie vor mit Auto, aber Bahnanteil steigt

- **Aufenthaltsdauer und Mobilität vor Ort:**
  Die Gäste verbrachten im Sommer 2025 im Durchschnitt 6,8 Nächte in Österreich. 86% der Gäste verbleiben dabei in einem Urlaubsort (Single-Destinationsurlaube). Die Anreise erfolgt zu knapp drei Viertel mit dem Auto (72%), wobei der Bahnanteil seit 2018 gestiegen ist und 2025 bei 14% liegt. Auch vor Ort wird häufig das eigene Auto genutzt, allerdings lassen knapp 4 von 10 Autofahrern ihr Auto im Urlaub stehen. Der ÖPNV steigt um 4%-Punkte und wird im Sommer 2025 von 31% häufig genutzt.

- **Ausgabenverhalten:**
  Die Gesamtausgaben pro Person und Tag (exkl. Anreise) sind leicht auf 193€ gestiegen (Vorjahr 187€). Die Ausgaben zeigen seit dem Pandemiejahr 2020 jährliche Steigerungen, der größte Anteil entfällt dabei auf die Unterkunft (91€). Für die An- und Rückreise zum Urlaubsort werden durchschnittlich 37€ ausgegeben.

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Sommergäste in Österreich – Zusammenfassung

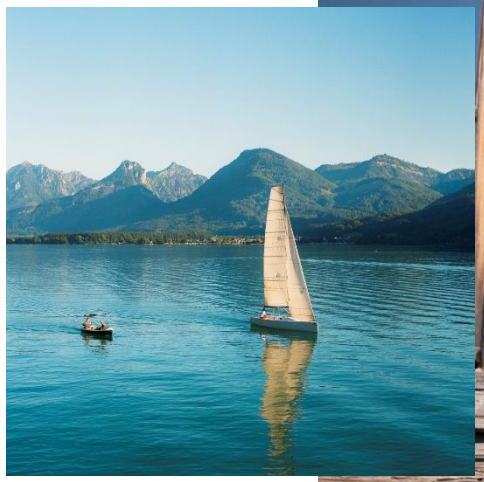




Image und Zufriedenheit konstant auf hohem Niveau

- **Zufriedenheit und Image:**
  Die Gästezufriedenheit ist konstant auf einem sehr hohen Niveau, mit einem Gesamtdurchschnittswert von 1,6 auf einer Skala von 1 (äußerst begeistert) bis 6 (eher enttäuscht). Besonders gut bewertet werden Landschaft und Natur (1,5) sowie Ortsbild/Architektur, Gastfreundschaft und Wanderwege (jeweils 1,6).
  Die Weiterempfehlungsabsicht bleibt mit 94% unverändert hoch vs. 2024.
  Das Image Österreichs wird als erholsam (58%), (gast-) freundlich (56%) und naturnah/ursprünglich (50%) wahrgenommen, wobei die Imagewerte über die Zeit stabil sind. Etwas zugenommen hat die Wahrnehmung Österreichs als sichere Destination, hier kommt es zu einem Anstieg von 39% auf 41%. Diese hohen Zufriedenheits- und Imagewerte sind eine solide Basis.

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Österreichgäste im Sommer –
Auf einen Blick: Märkteübersichten

Österreichgäste im Sommer 2025

Herkunft



DE: 44%
AT: 29%
NL: 5%

Alter



52,4 Jahre

Bildung

48%

Akademiker

Reisebegleitung

42%

Paare

Besuchshäufigkeit

66%

Stammgäste

Hotelsuche

36%

Google

Suchmaschine

Buchung

63%

direkt bei Unterkunft

Anreise

72%

Auto

Mobilität vor Ort („häufig“)

39%

Auto

Unterkunft/Übernachtungen

31%

4-Stern Hotels

Aktivitäten

65%

Wandern

Ausgaben

193€

Pro Person und Tag

Zufriedenheit

1,6 (1 bis 6)

Gesamtaufenthalt

Image

58%

erholsam

Gästemeinung

„Gastfreundlichkeit sowohl in der Unterkunft als auch in den Restaurants. Sehr gutes hochwertiges Essen. Schöne und ruhige Landschaft.“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Deutsche Gäste im Sommer 2025

Herkunft 44% Anteil	Alter 52,4 Jahre	Bildung 40% Akademiker	Reisebegleitung 42% Paare	Besuchshäufigkeit 68% Stammgäste
Hotelsuche 35% Google Suchmaschine	Buchung 68% direkt bei Unterkunft	Anreise 80% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 40% Auto	Unterkunft/Übernachtungen 30% Ferienwohnung/-haus
Aktivitäten 80% Wandern	Ausgaben 169€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,6 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 64% erholsam	Gästemeinung „Naturnahe Erholung, Küche mit regionalen Produkten, Freundlichkeit der Bevölkerung, Ausreichende und gute Touristikinfo, Sauberkeit.“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Inländische Gäste (Österreicher:innen) im Sommer 2025

Herkunft 29% Anteil	Alter 54,4 Jahre	Bildung Je 33% Akademiker Lehre / Mittlere Reife / Pflichtschule	Reisebegleitung 45% Paare	Besuchshäufigkeit 87% Stammgäste
Hotelsuche 31% OTA Internet-Buchungsplattform	Buchung 66% direkt bei Unterkunft	Anreise 79% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 44% Auto	Unterkunft/Übernachtungen 38% 4-Stern Hotels
Aktivitäten 58% Spazieren / Flanieren	Ausgaben 185€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,6 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 60% erholsam	Gästemeinung „Authentische, herzliche und ehrliche Gastfreundschaft. Exzellente Kulinarik - im Hotel und in der Region Malerische Landschaft, herrliche Umgebung für Erholung“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Niederländische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 5% Anteil	Alter 52,5 Jahre	Bildung 55% Akademiker	Reisebegleitung 41% Paare	Besuchshäufigkeit 71% Stammgäste
Hotelsuche 43% Google Suchmaschine	Buchung 66% direkt bei Unterkunft	Anreise 79% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 59% Auto	Unterkunft/Übernachtungen 34% Ferienwohnung/-haus
Aktivitäten 87% Wandern	Ausgaben 166€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,7 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 67% (gast-)freundlich	Gästemeinung „Prachtige omgeving, zeer goed openbaar vervoer en goed onderhouden bergpaden voor hiketochten. Goede faciliteiten voor toeristen. Goed te communiceren in Duits en Engels.”

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Schweizer Gäste im Sommer 2025

Herkunft 3% Anteil	Alter 53,9 Jahre	Bildung 40% Lehre / Mittlere Reife / Pflichtschule	Reisebegleitung 45% Paare	Besuchshäufigkeit 58% Stammgäste
Hotelsuche 44% Google Suchmaschine	Buchung 78% direkt bei Unterkunft	Anreise 72% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 39% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen 44% 4-Stern Hotels
Aktivitäten 71% Wandern	Ausgaben 220€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,7 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 59% (gast-)freundlich	Gästemeinung „Erholsam, gemütlich, gutes Essen, gut organisierter ÖV, sehr schönes Hotel, sehr freundliche Menschen überall.“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Italienische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 2% Anteil	Alter 50,3 Jahre	Bildung 58% Akademiker	Reisebegleitung 40% Paare	Besuchshäufigkeit 31% Stammgäste
Hotelsuche 51% Google Suchmaschine	Buchung 49% direkt bei Unterkunft	Anreise 55% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 49% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen 33% Ferienwohnung/-haus
Aktivitäten 79% Sehenswürdigkeiten besuchen	Ausgaben 171€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,7 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 45% gemütlich	Gästemeinung „Tutto! Clima, natura, possibilità di rilassarsi anche in città.“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Amerikanische Gäste (USA) im Sommer 2025

Herkunft

2% Anteil

Alter

52,1 Jahre

Bildung

93%

Akademiker

Reisebegleitung

43%

Paare

Besuchshäufigkeit

57%

1

Erstbesucher

Hotelsuche

56%

Google

Suchmaschine

Buchung

59%

direkt bei Unterkunft

Anreise

41%

(100%)

nicht 100%, da nach „hauptsächlicher Anreise“ gefragt wurde und manche Gäste Anreise innerhalb Europas angaben

Flugzeug

Mobilität vor Ort („häufig“)

72%

Öffis

Unterkunft/Übernachtungen

34%

4-Stern Hotels

Aktivitäten

92%

Sehenswürdigkeiten besuchen

Ausgaben

467€

Pro Person und Tag

Zufriedenheit

1,6 (1 bis 6)

Gesamtaufenthalt

Image

74%

genussvoll

Gästemeinung

„Beautiful landscape and unique architecture. Countless museums and shops to choose from. We ate several delicious meals.”

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Tschechische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 2% Anteil	Alter 48,8 Jahre	Bildung 60% Akademiker	Reisebegleitung 44% Familie	Besuchshäufigkeit 65% Stammgäste
Hotelsuche 45% Google Suchmaschine	Buchung 52% direkt bei Unterkunft	Anreise 84% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 57% Auto	Unterkunft/Übernachtungen 28% Ferienwohnung/-haus
Aktivitäten 81% Wandern	Ausgaben 169€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,5 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 58% naturnah / ursprünglich	Gästemeinung „ Byla to nádhera, strašně jsme si to užili. Nádherná příroda, řeka, vinice, kláštery, zříceniny, zajímavosti, krásné podzimní počasí, fajn lidé. Všem doporučujeme“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Britische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 2% Anteil	Alter 55,9 Jahre	Bildung 78% Akademiker	Reisebegleitung 52% Paare	Besuchshäufigkeit 39% 1 Erstbesucher
Hotelsuche 54% Google Suchmaschine	Buchung 44% direkt bei Unterkunft	Anreise 69% nicht nahe 100%, da nach „hauptsächlicher Anreise“ gefragt wurde und manche Gäste Anreise (Last Mile) angaben Flugzeug	Mobilität vor Ort („häufig“) 78% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen 43% 4-Stern Hotels
Aktivitäten 90% Spazieren / Flanieren	Ausgaben 204€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,6 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image Je 72% sicher genussvoll	Gästemeinung „Wonderful location. Fabulous welcoming hotel. Summer travel ticket superb idea. Many activities for all ages.”

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Belgische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 1% Anteil	Alter 54,1 Jahre	Bildung 67% Akademiker	Reisebegleitung 36% Paare	Besuchshäufigkeit 64% Stammgäste
Hotelsuche 36% Google Suchmaschine	Buchung 59% direkt bei Unterkunft	Anreise 77% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 40% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen 38% 4-Stern Hotels
Aktivitäten 83% Wandern	Ausgaben 184€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,5 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 69% (gast-)freundlich	Gästemeinung „Wondermooie omgeving natuur. Pittoreske steden en dorpen.Mooie resort verblijf. Vriendelijke mensen die Oostenrijkers veiligheid en netheid.”

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Französische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 1% Anteil	Alter 53,5 Jahre	Bildung 71% Akademiker	Reisebegleitung 49% Paare	Besuchshäufigkeit 45% 1 Erstbesucher
Hotelsuche 51% Google Suchmaschine	Buchung 39% direkt bei Unterkunft	Anreise 48% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 56% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen 29% Ferienwohnung/-haus
Aktivitäten 85% Sehenswürdigkeiten besuchen	Ausgaben 226€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 1,6 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 63% authentisch	Gästemeinung „Hospitalité juste exceptionnelle, Jamais de mauvaises surprises Donne toujours envie de revenir"

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Polnische Gäste im Sommer 2025

Herkunft 1% Anteil	Alter 43,7 Jahre	Bildung 88% Akademiker	Reisebegleitung 44% Paare	Besuchshäufigkeit 45% 1 Erstbesucher
Hotelsuche 60% OTA Internet-Buchungsplattform	Buchung 39% direkt bei Unterkunft	Anreise 53% Auto	Mobilität vor Ort („häufig“) 62% Öffis	Unterkunft/Übernachtungen Je 26% 3-Stern- / 4-Stern Hotels
Aktivitäten 86% Sehenswürdigkeiten besuchen	Ausgaben 177€ Pro Person und Tag	Zufriedenheit 2,1 (1 bis 6) Gesamtaufenthalt	Image 43% sicher	Gästemeinung „O wycieczkach w górach, o ładnych widokach, o nocnych wędrówkach po górach, o żelkach marchewkowych, o krowach na pastwiskach, o jeziorze i kajakach i zabytkowym pociągu. “

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

Asiatische Gäste im Sommer 2025

Herkunft

1% Anteil

Alter

43,7 Jahre

Bildung

92%

Akademiker

Reisebegleitung

36%

Paare

Besuchshäufigkeit

63%

1

Erstbesucher

Hotelsuche

59%

OTA

Internet-Buchungsplattform

Buchung

35%

direkt bei Unterkunft

Anreise

48%

(100%)

nicht 100%, da nach „hauptsächlicher Anreise“ gefragt wurde und manche Gäste Anreise innerhalb Europas angaben

Flugzeug

Mobilität vor Ort („häufig“)

60%

Öffis

Unterkunft/Übernachtungen

29%

4-Stern Hotels

Aktivitäten

85%

Sehenswürdigkeiten besuchen

Ausgaben

467€

Pro Person und Tag

Zufriedenheit

1,7 (1 bis 6)

Gesamtaufenthalt

Image

58%

sicher

Gästemeinung

„自然景観が素晴らしい。たくさんのハイキングコースがあって十分にハイキングを楽しむことができる。“

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

gezeigt ist immer Top-Wert

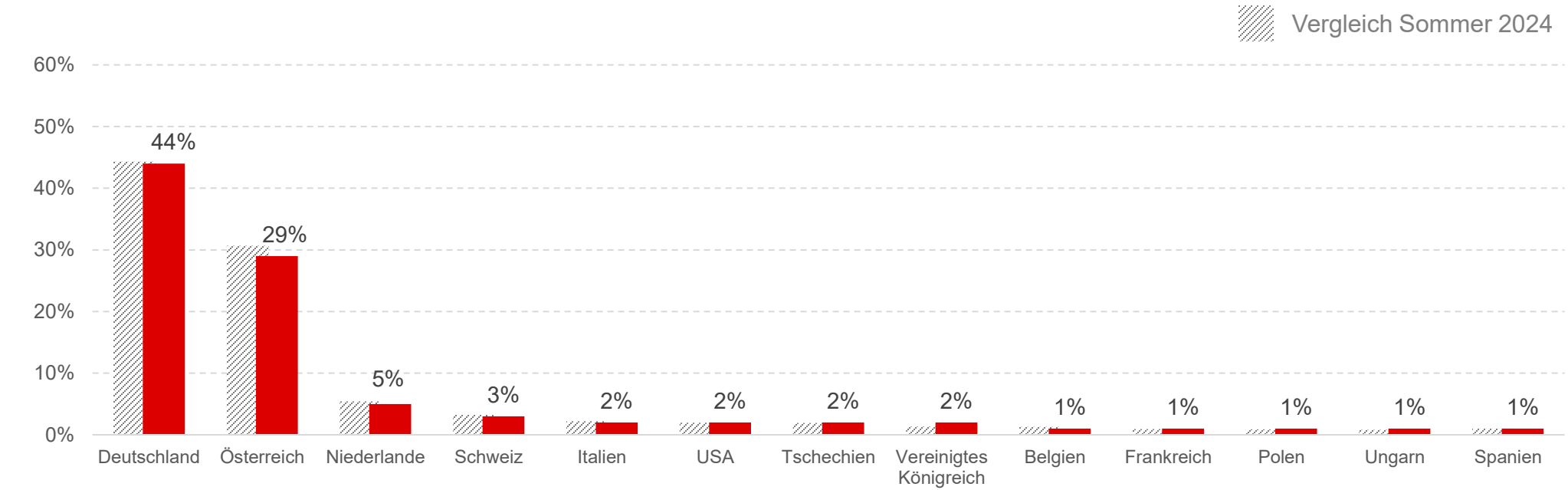
Österreichgäste im Sommer – Profil

Österreichgäste im Sommer – Profil

44% der Befragten kommen aus Deutschland

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Aus welchen **Ländern** kommen die Gäste?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

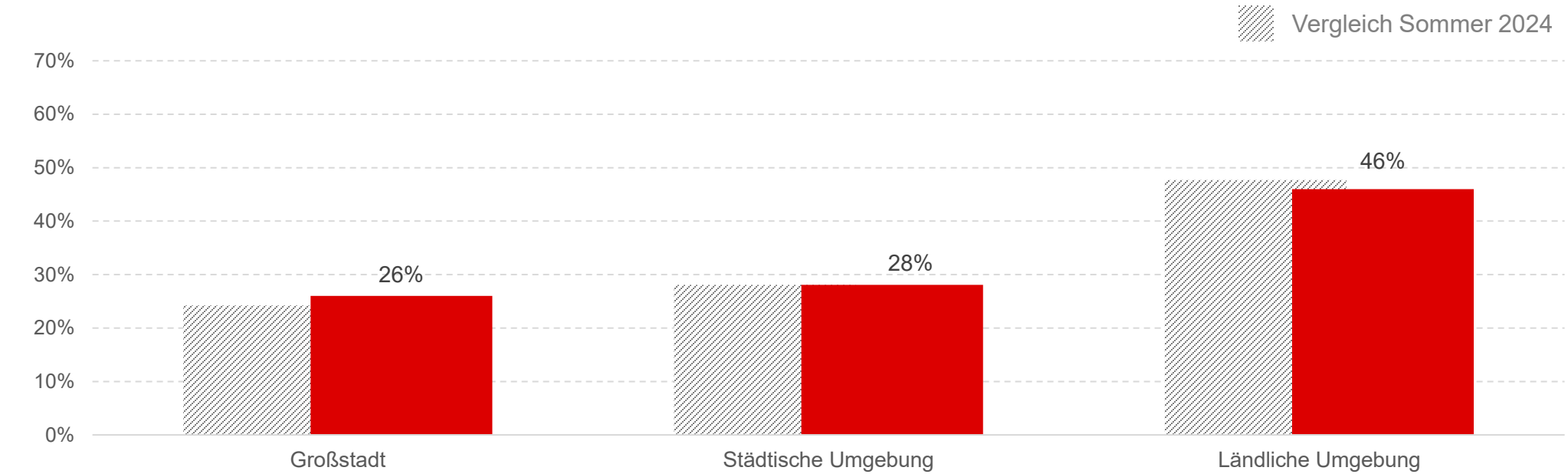
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Österreichgäste im Sommer – Profil

46% kommen aus ländlicher Umgebung

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Aus welcher **Umgebung** kommen die Gäste?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

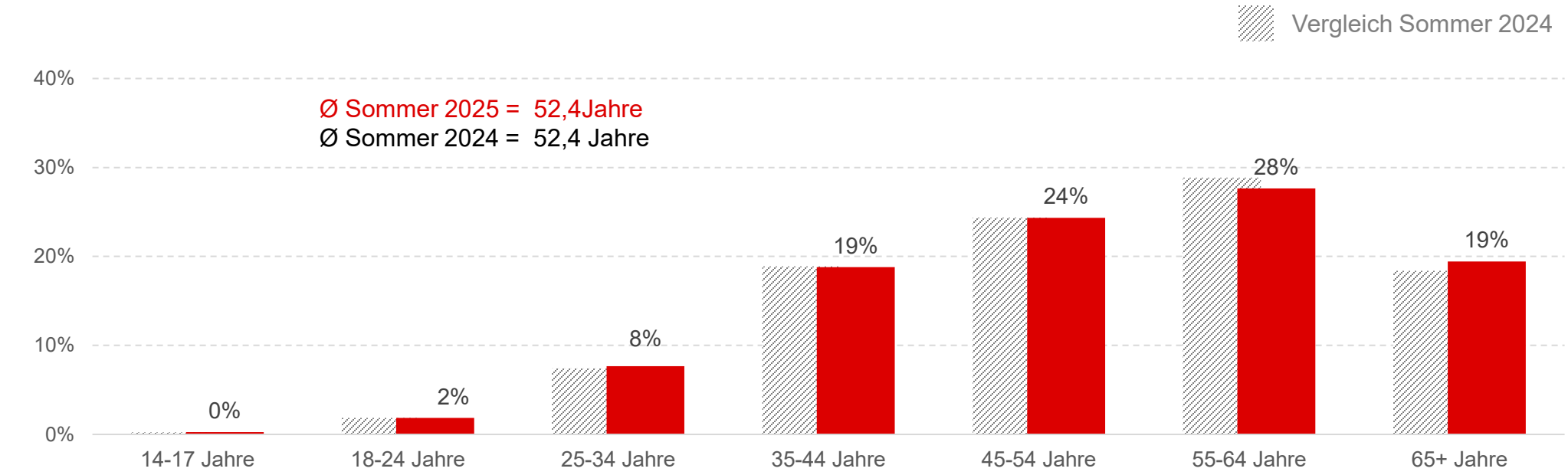
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.070)

Österreichgäste im Sommer – Profil

Durchschnittsalter der Gäste bei ca. 52 Jahren, unverändert zum Vorjahr

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Wie **alt** sind die Gäste?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

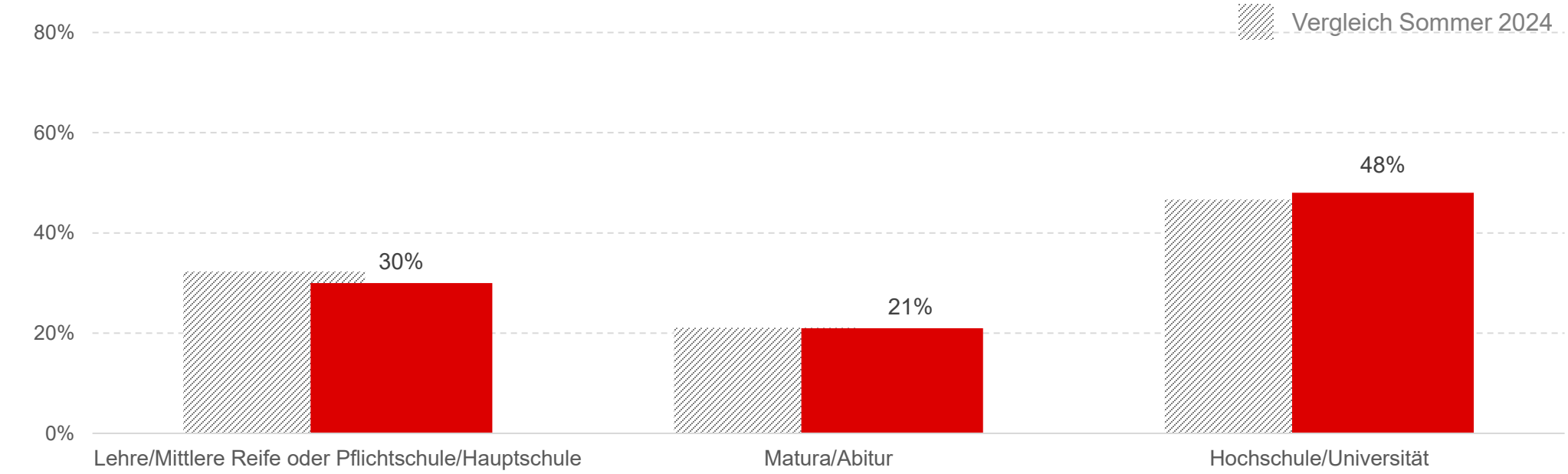
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.863)

Österreichgäste im Sommer – Profil

Fast die Hälfte der Gäste mit akademischem Abschluss

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Welche **Bildung** haben die Gäste?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

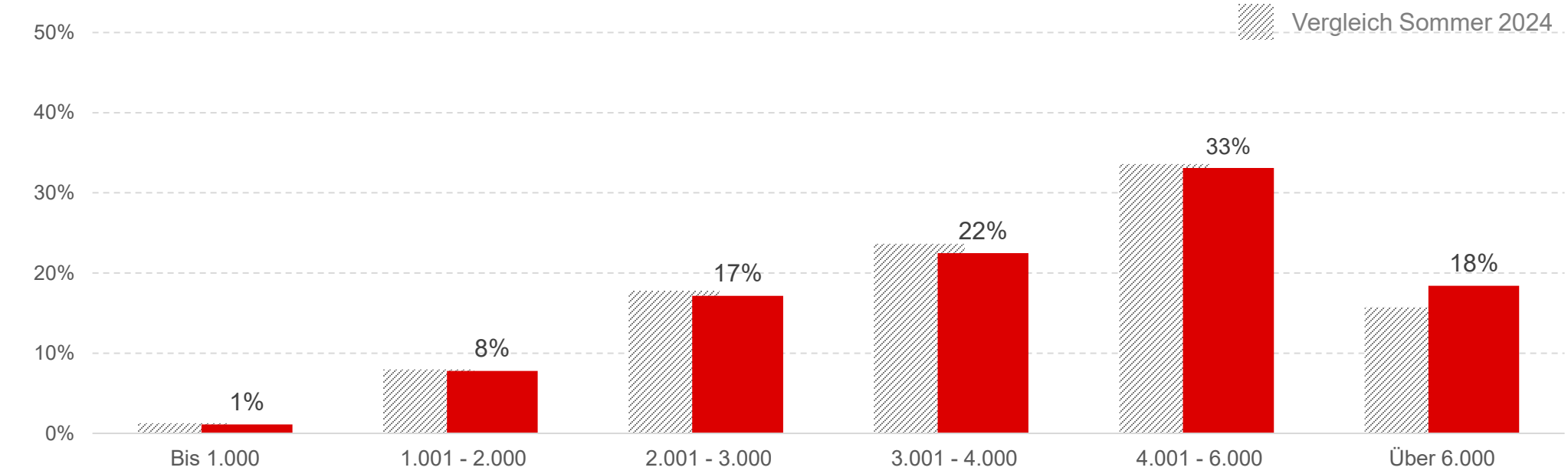
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=22.781)

Österreichgäste im Sommer – Profil

Haushaltseinkommen gestiegen im Vergleich zum Vorjahr

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Über welches **Einkommen** verfügen die Gäste? Monatl. Haushaltsnettoeinkommen



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

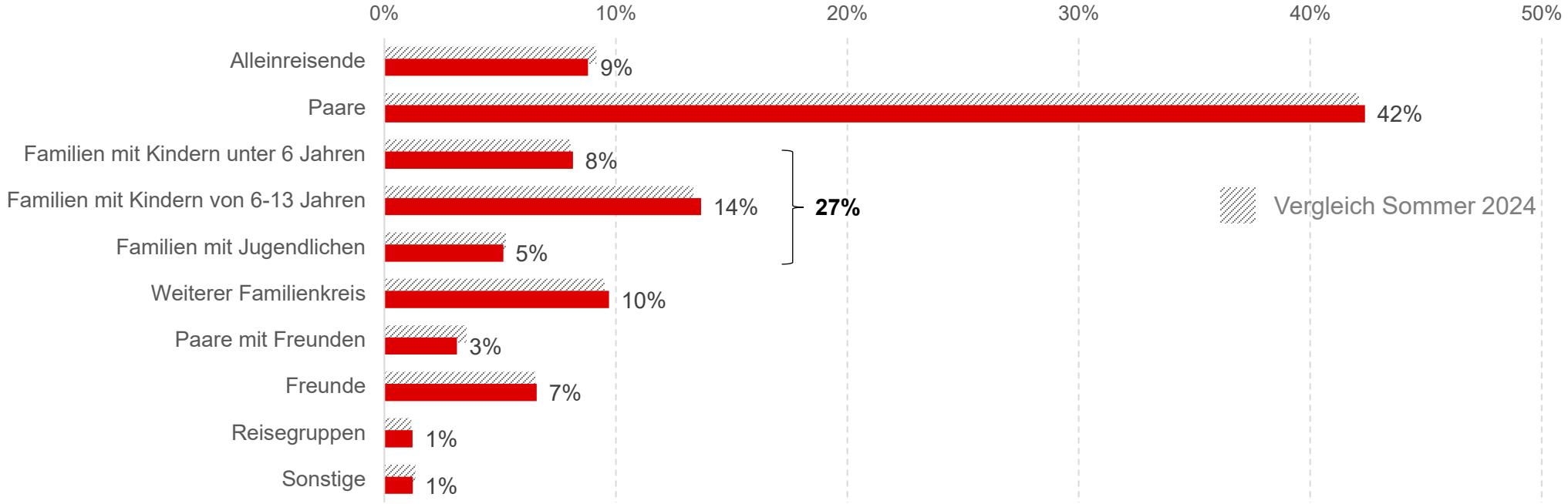
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=17.781)

Österreichgäste im Sommer – Profil

Reisekonstellationen stabil mit 42% Paaren u. 27% Familien

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

In welcher **Reisekonstellation** sind die Gäste auf Urlaub in der Destination?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

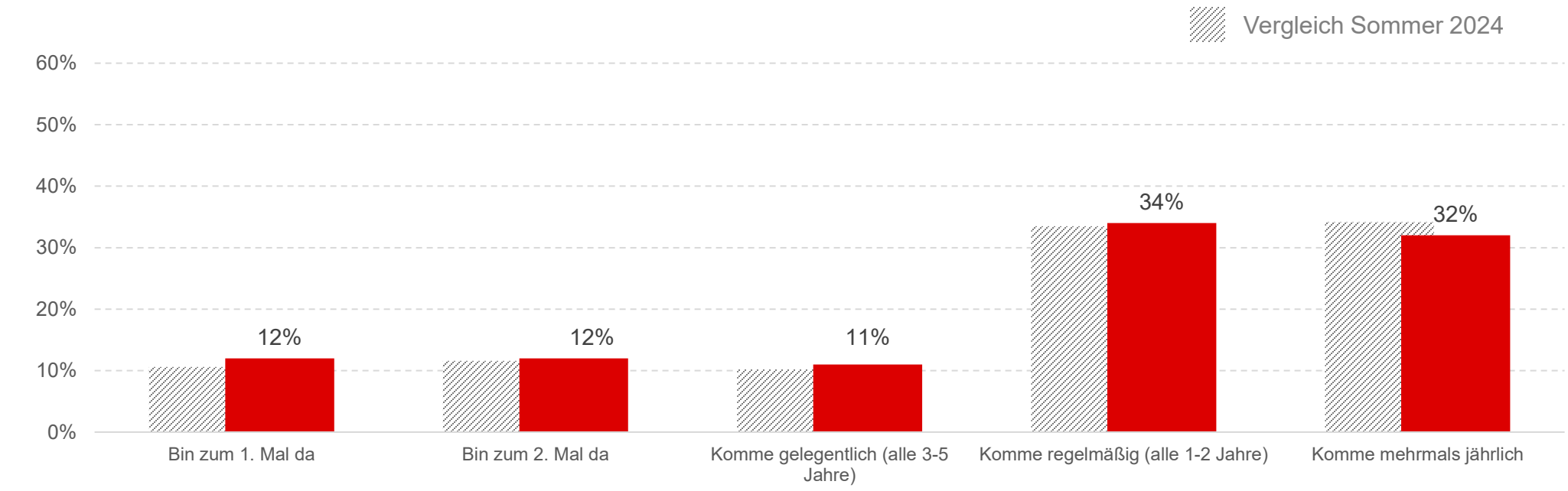
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.168)

Österreichgäste im Sommer – Profil

Österreich weiterhin mit sehr hohem Stammgästeanteil

Herkunft | Alter | Bildung | Einkommen

Wie häufig kommen Gäste auf Urlaub nach Österreich?



Reisebegleitung | Besuchshäufigkeit

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.027)

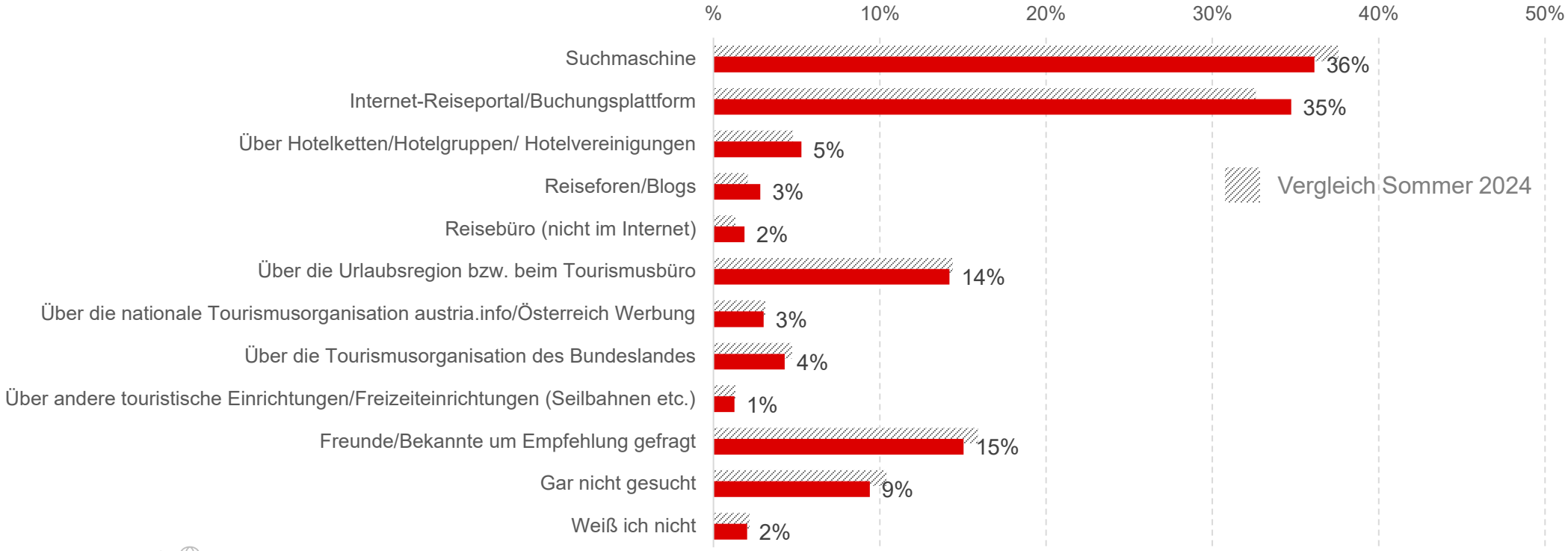
Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Unterkunftssuche via Google und Buchungsportale

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wie haben die Gäste die **Unterkunft gesucht**?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

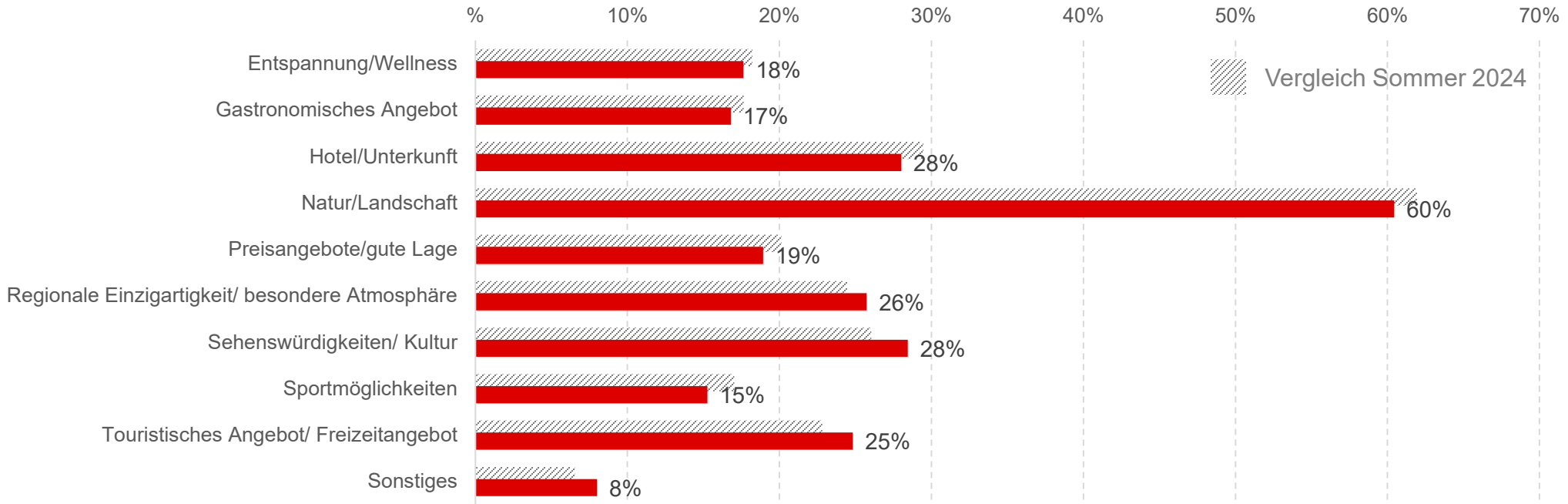
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=22.749)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Natur/Landschaft Hauptgrund, gefolgt von Unterkunft und Sehenswürdigkeiten

Hotelsuche | **Buchung** | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Was waren die Gründe für die **Wahl der Destination**? (Oberkategorien)



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

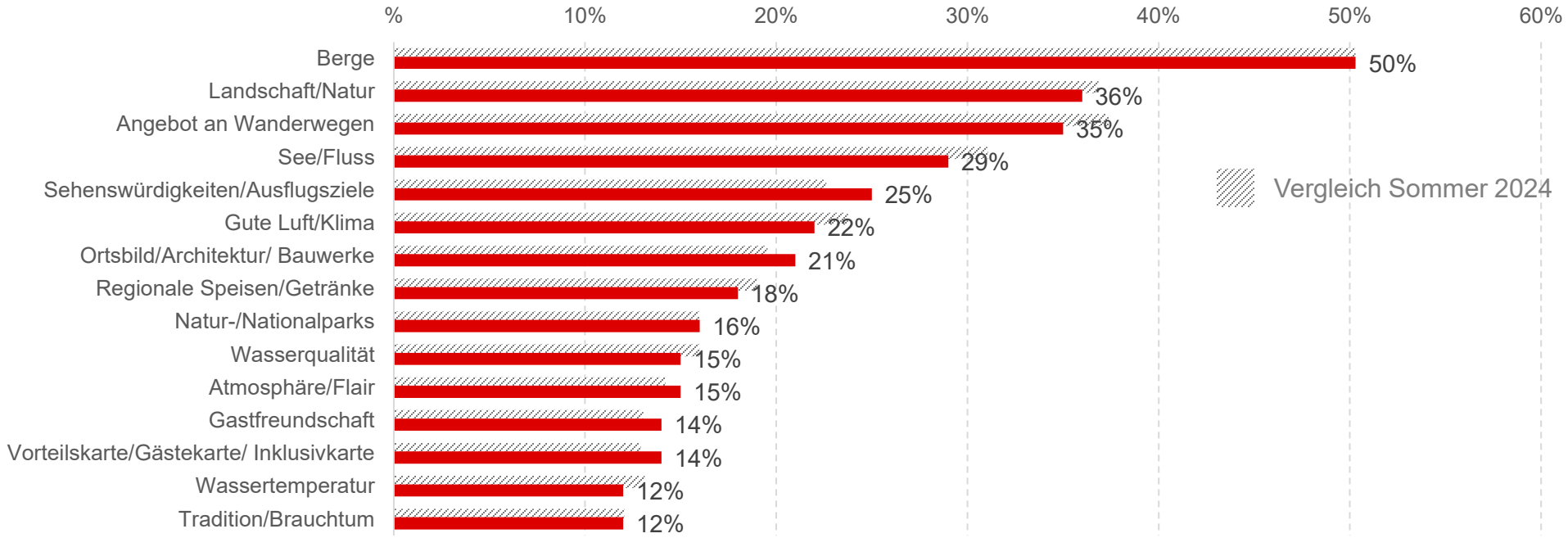
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.438)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Berge, Natur, Wandern und Seen sind am wichtigsten

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Was waren die Gründe für die **Wahl der Destination im Detail**? (Top 15)



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

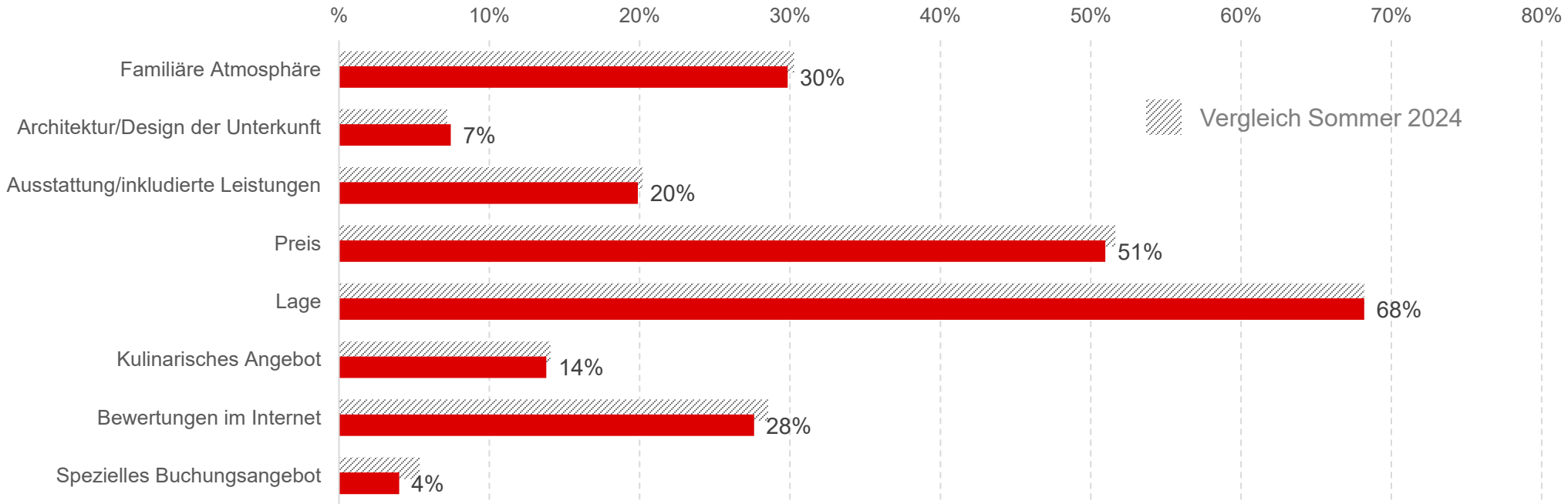
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.439)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Am wichtigsten sind Lage und Preis der Unterkunft

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Was waren die Gründe für die **Wahl der Unterkunft?**



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

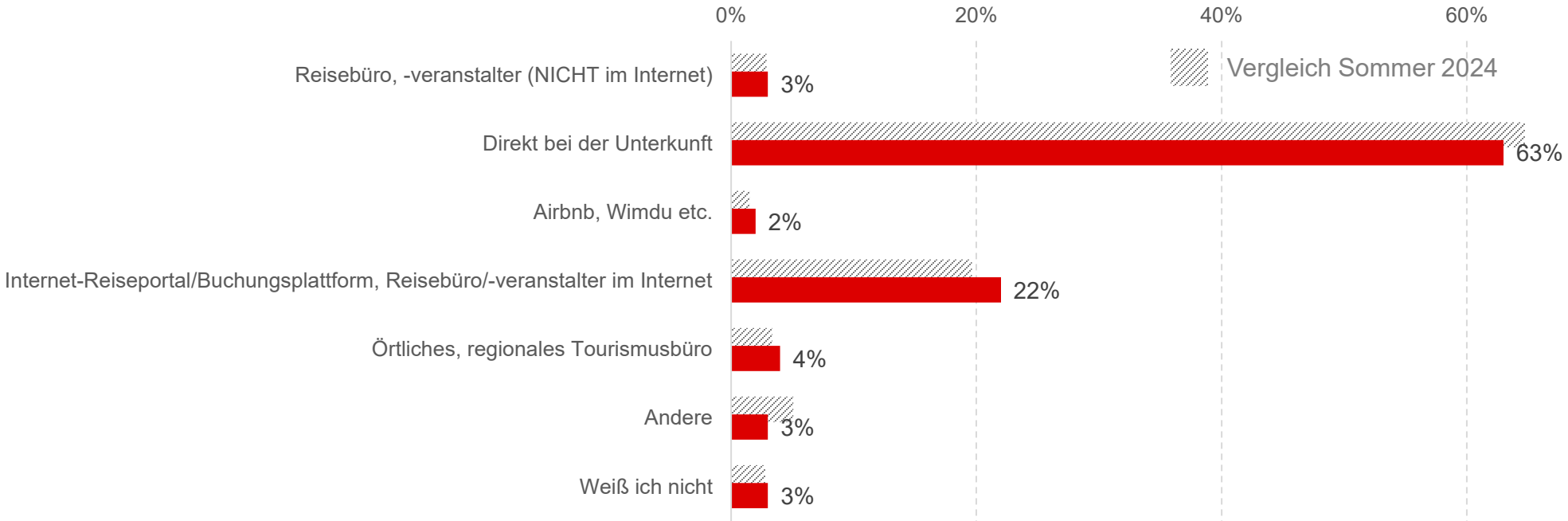
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=22.474)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Fast 2/3 der Gäste buchen die Unterkunft direkt

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wo haben die Gäste die **Unterkunft gebucht?**



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

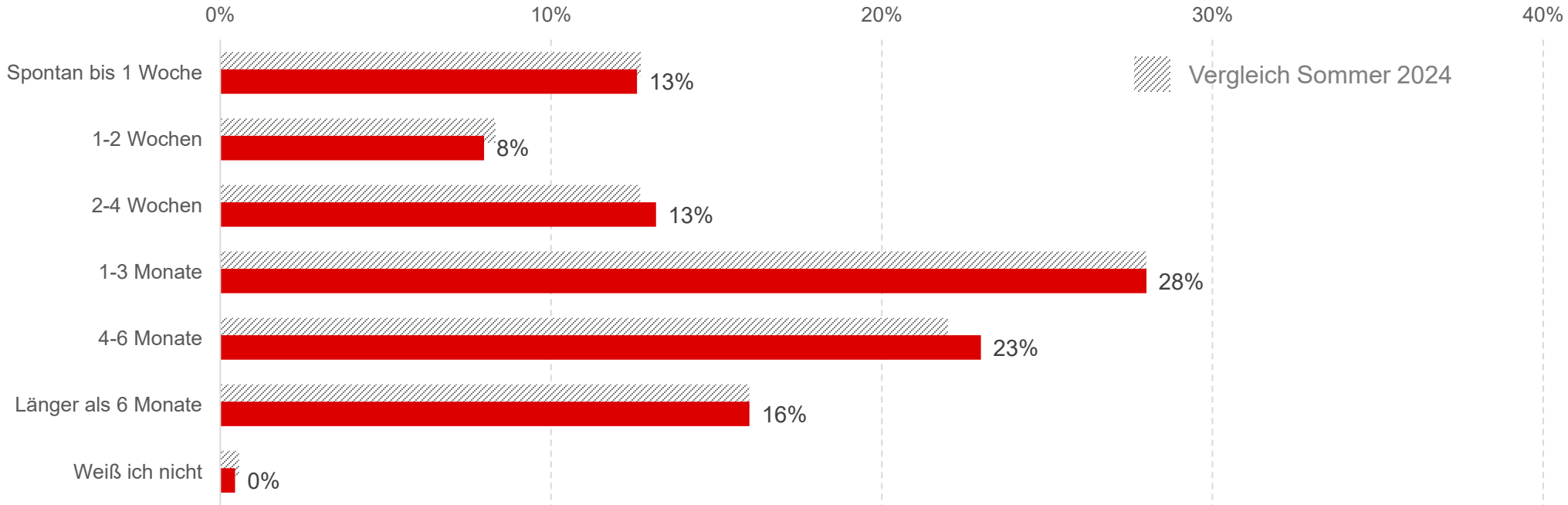
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=17.699)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

2 von 10 Gästen buchen kurzfristig (bis 2 Wochen vor Urlaub)

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wann haben die Gäste die **Unterkunft gebucht?**



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

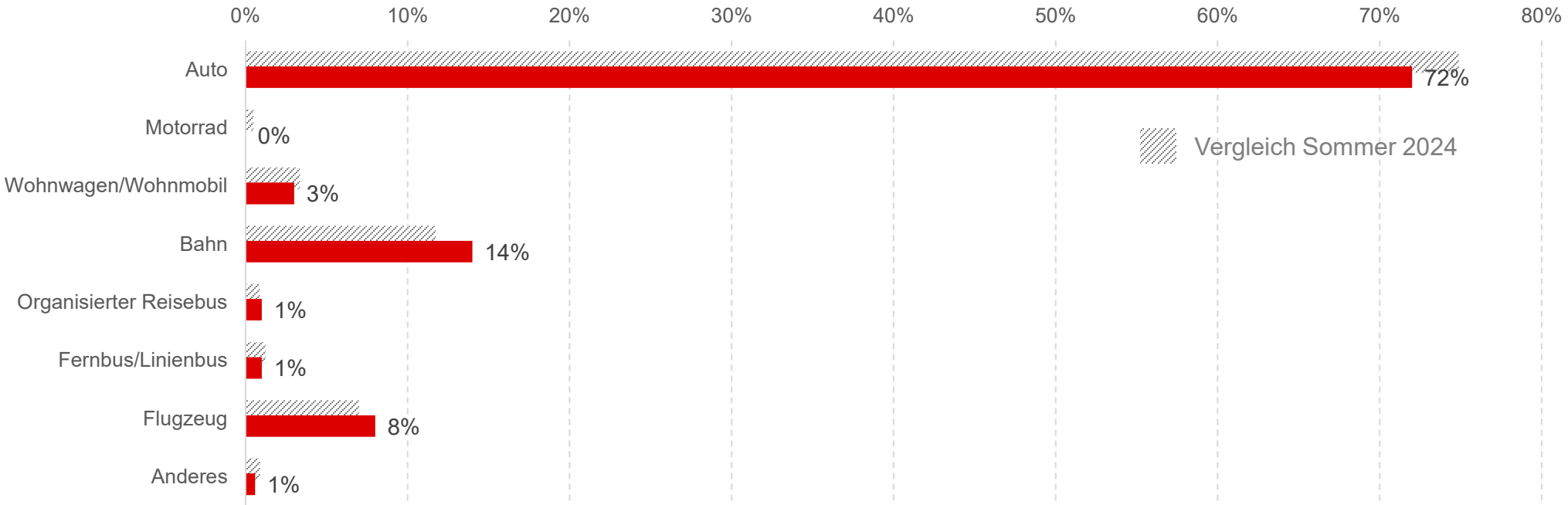
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=17.822)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Anreiseverkehrsmittel bei 7 von 10 Auto, leichte Anstiege bei Bahn u. Flugzeug

Hotelsuche | Buchung | **Anreise / Mobilität** | Unterkunft / Übernachtungen

Wie sind die Gäste hauptsächlich **angereist**?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

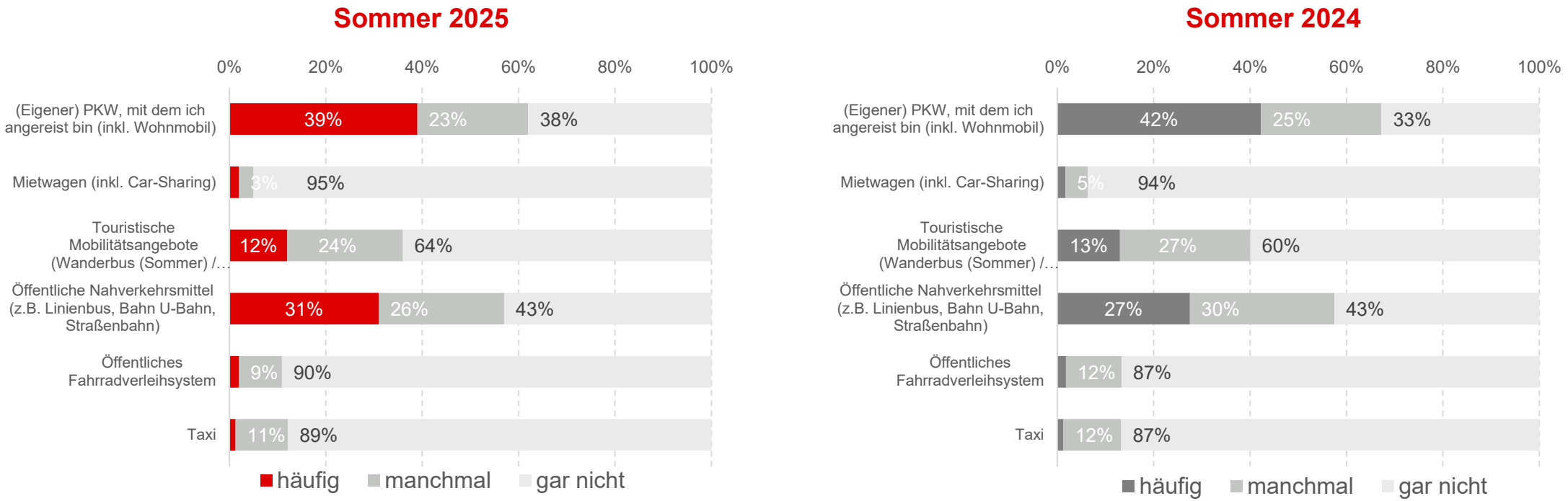
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.132)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Knapp 4 von 10 Autofahrern lassen im Urlaub vor Ort Auto stehen

Hotelsuche | Buchung | **Anreise / Mobilität** | Unterkunft / Übernachtungen

Wie sind die Gäste vor Ort **in der Region unterwegs**?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

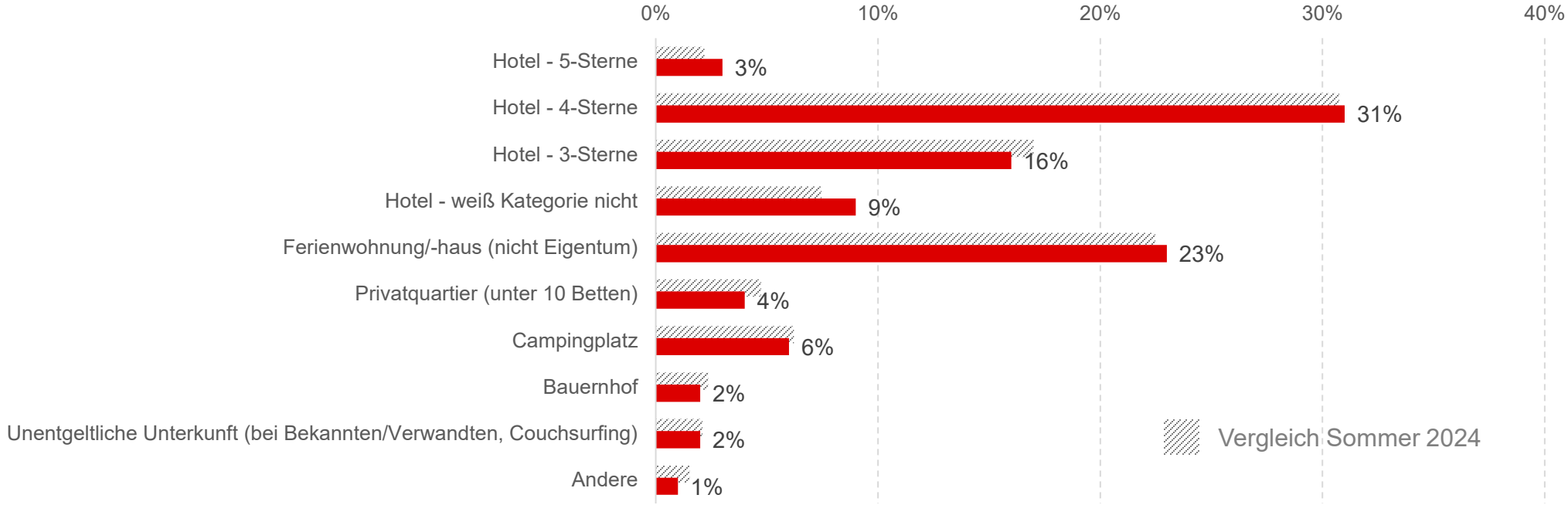
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.126)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Unterkunftsarten-Nachfrage stabil mit Top Nennung 4-Stern-Hotel

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

In welcher **Unterkunft** haben Gäste übernachtet?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

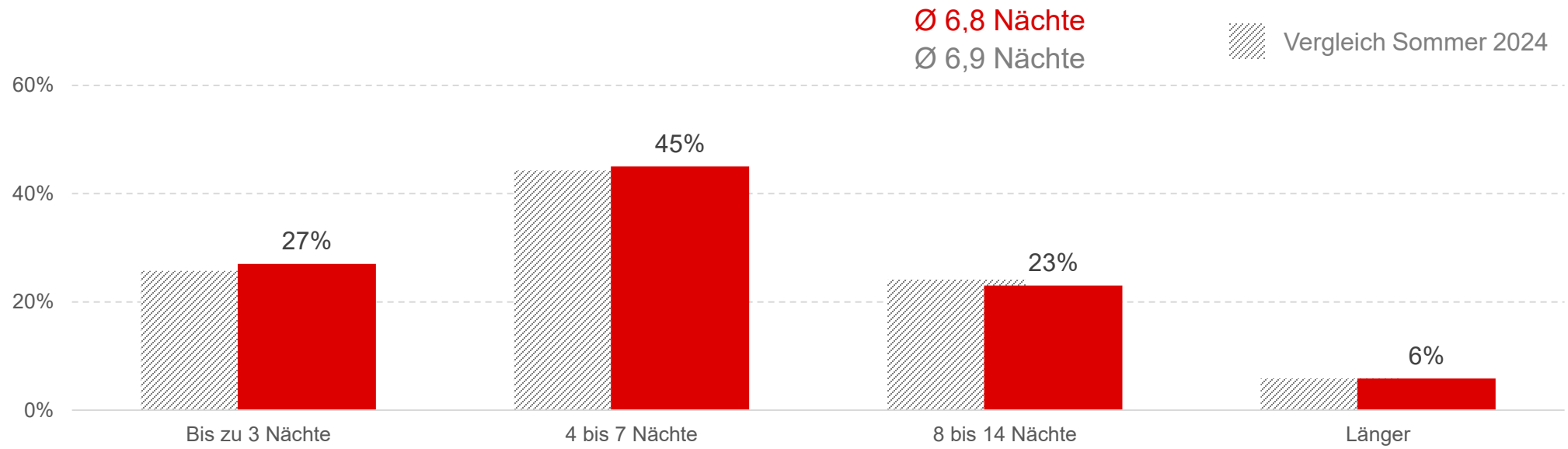
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.165)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Gäste haben im Schnitt ca. 7 Nächte in Österreich verbracht

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wie lange haben die Gäste in Österreich übernachtet?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.395)

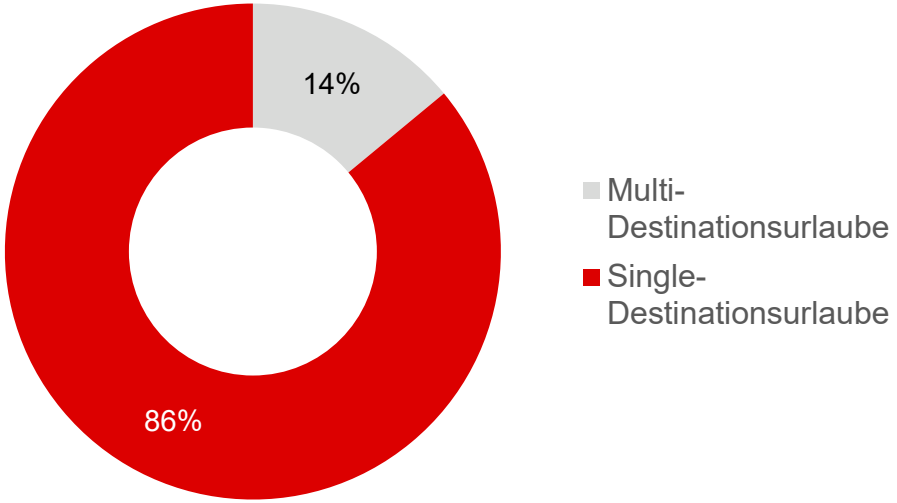
Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

86% der Gäste bleiben einem Urlaubsort treu

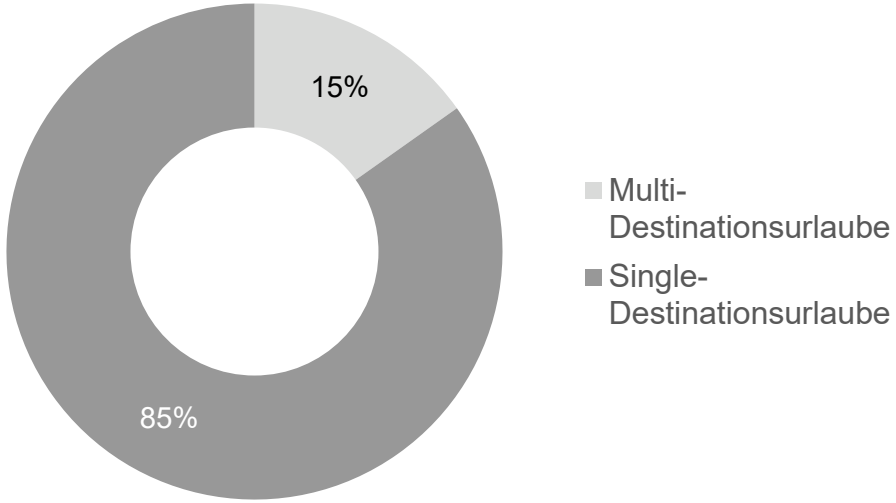
Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Haben die Gäste **in mehreren Orten** übernachtet?

Sommer 2025



Sommer 2024



Zu Multi-Destinationsurlauben zählen jene Aufenthalte, bei denen weniger als 70% der Nächte in nur einem Ort verbracht werden.

Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

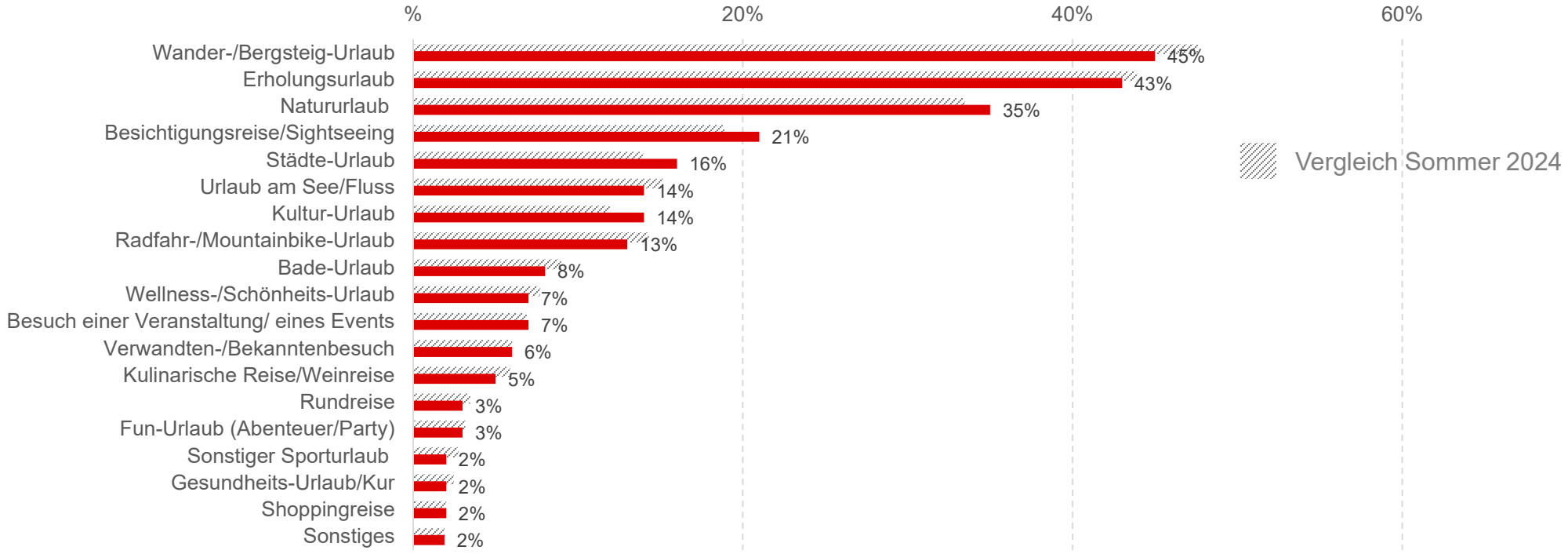
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.395)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Anteile Natur-Urlaub, Besichtigungsreise und Städte-Urlaub gestiegen

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Welche **Urlaubsarten** haben die Gäste gemacht?



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

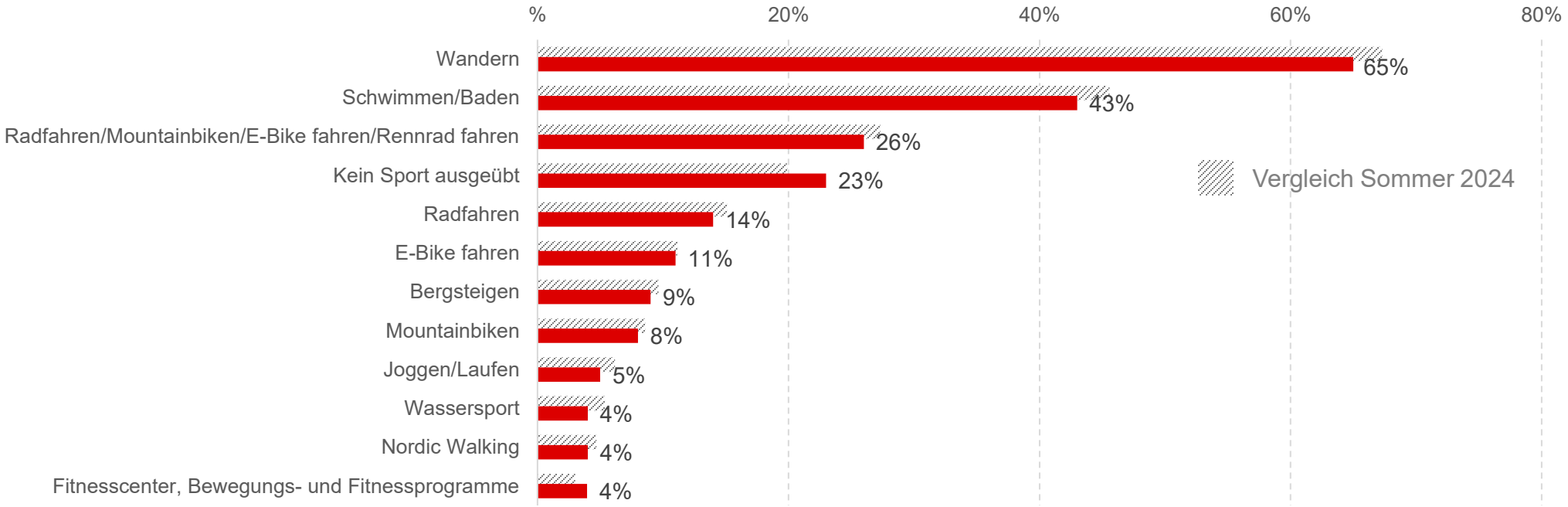
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.166)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Leichte Rückgänge bei sportlichen Aktivitäten generell

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Welche **sportlichen Aktivitäten** haben die Gäste gemacht? (Top 12 von 19 Aktivitäten)



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

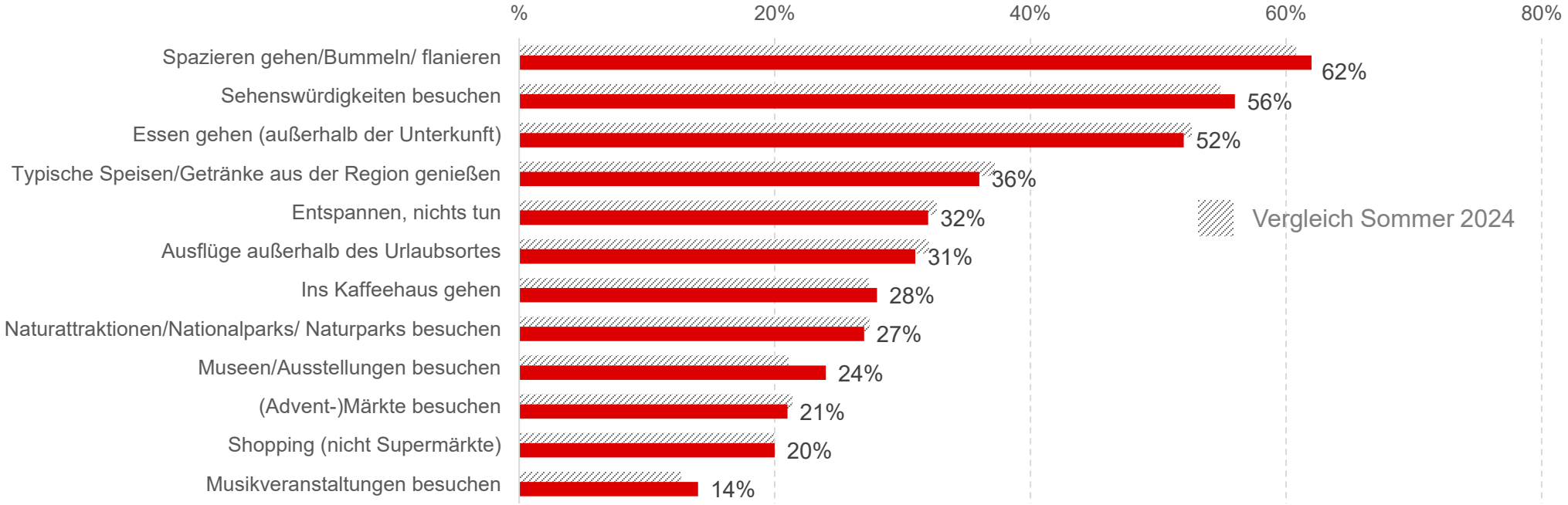
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.152)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Sonstige Aktivitäten stabil auf Vorjahresniveau

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Welche **sonstigen Aktivitäten** haben die Gäste gemacht? (Top 12 von 19 Aktivitäten)



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

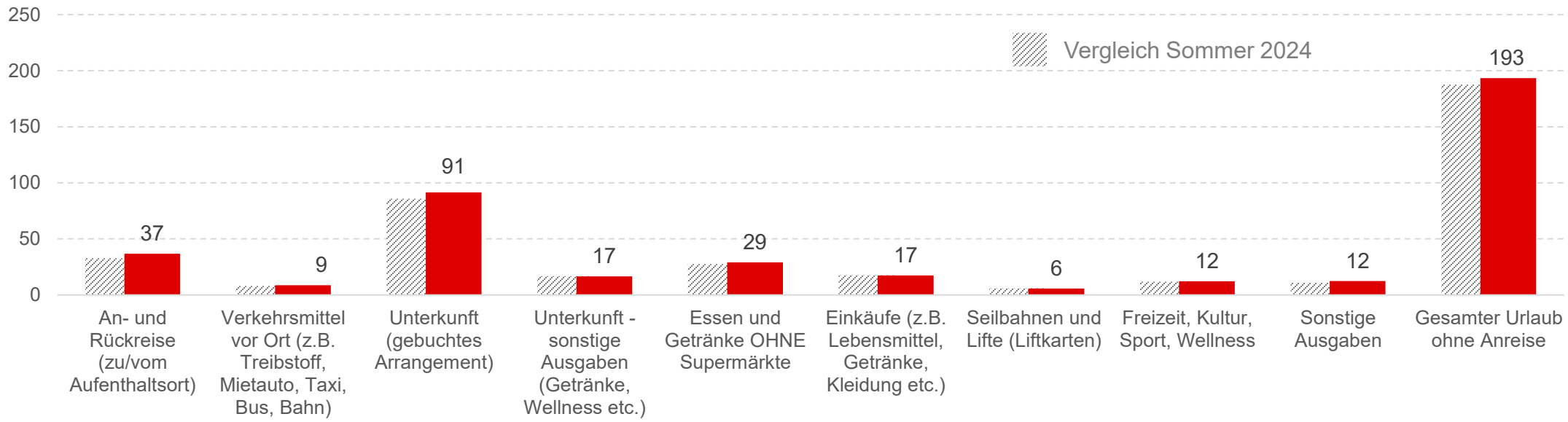
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.157)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Gesamtausgaben leicht von 187 Euro auf 193 Euro gestiegen

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wie viel haben die Gäste **ausgegeben**? Ausgaben pro Person und Tag in Euro



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

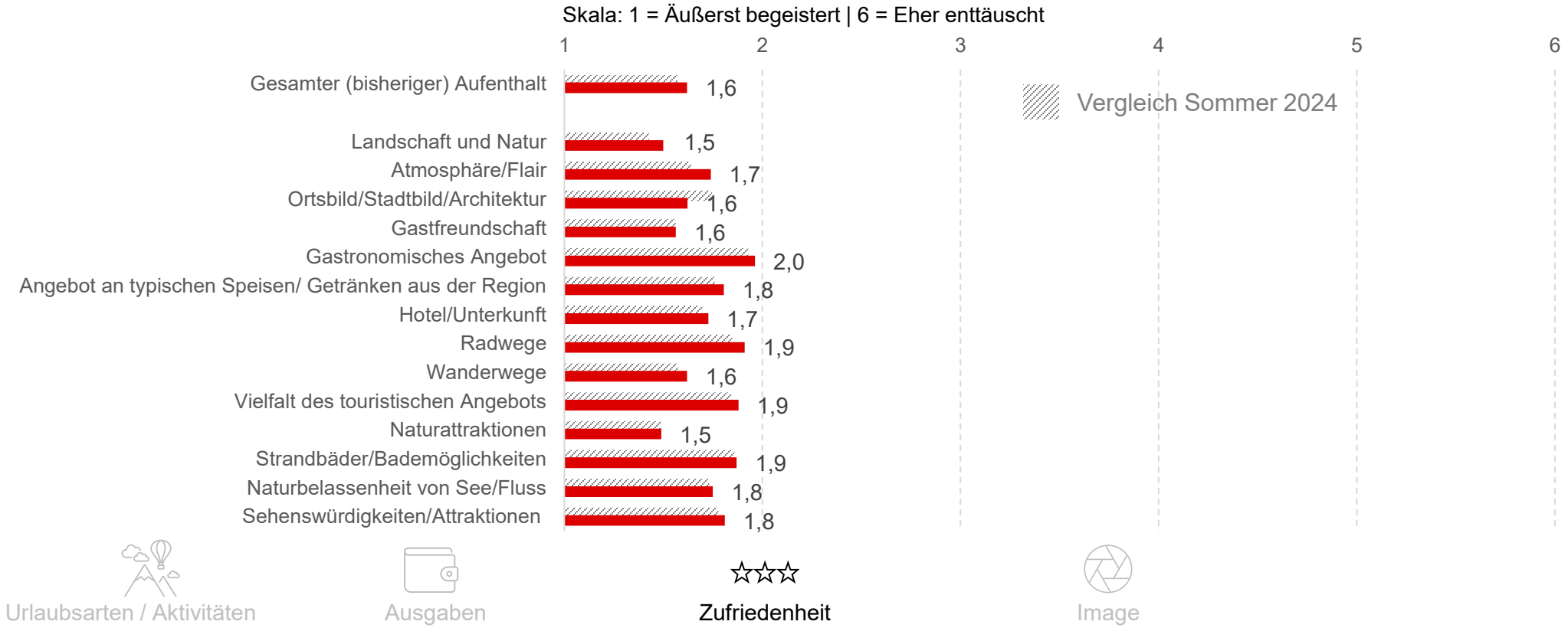
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=23.013)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Zufriedenheiten konstant auf sehr hohem Niveau

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Wie **zufrieden** sind die Gäste mit dem Urlaub in der Destination? (Gesamtdestination) => Mittelwerte auf 6er Skala



Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.078)

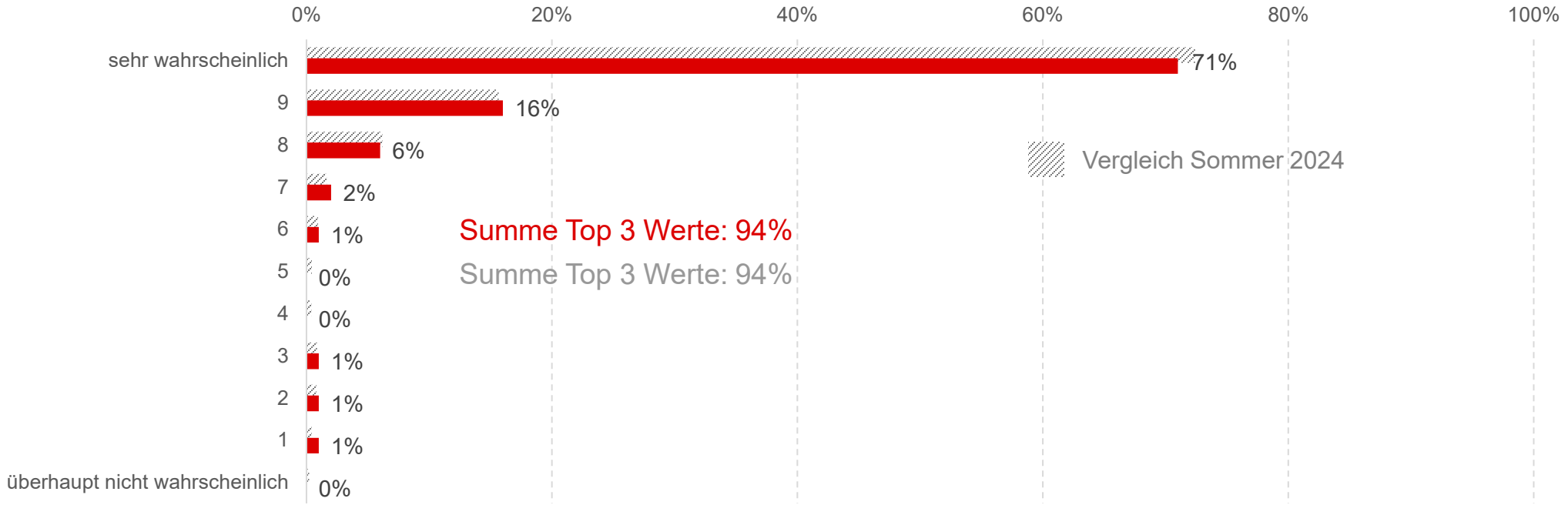
Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Weiterempfehlungsabsicht konstant hoch bei 94%

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Mit welcher Wahrscheinlichkeit würden Gäste den Urlaub in der Destination **weiterempfehlen**?

Sehr wahrscheinlich = 10 | Überhaupt nicht wahrscheinlich = 0



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | ☆☆☆ Zufriedenheit | Image

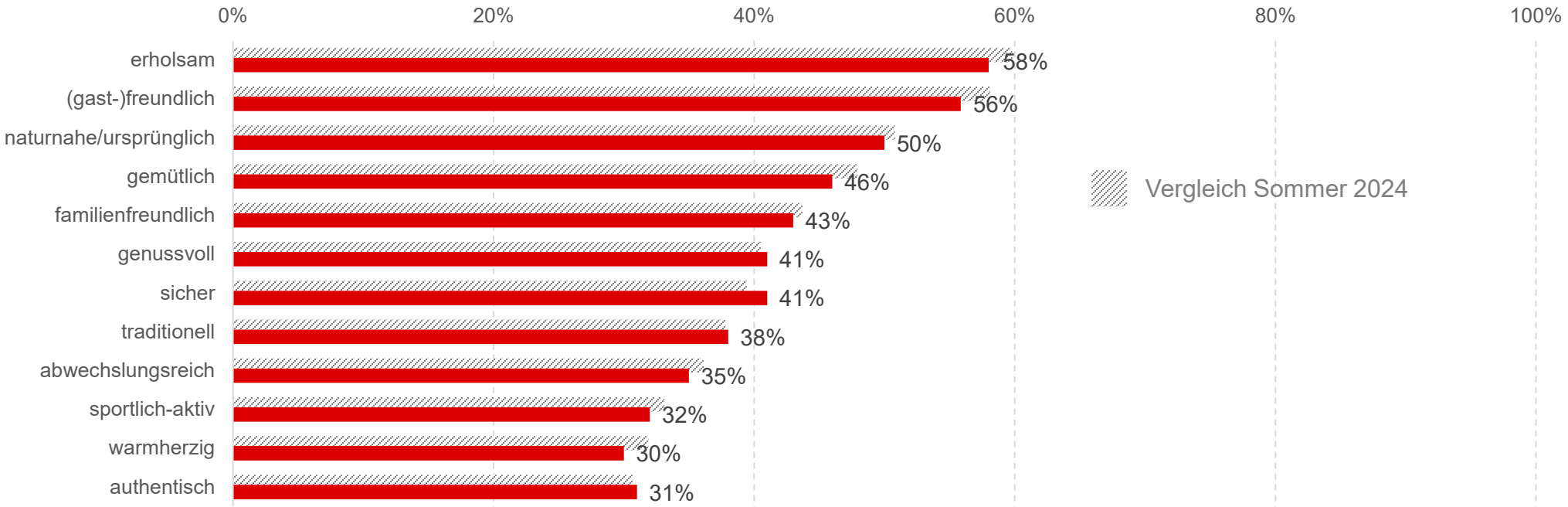
Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.146)

Österreichgäste im Sommer – Customer Journey

Imagewerte sehr konstant – AT etwas sicherer wahrgenommen

Hotelsuche | Buchung | Anreise / Mobilität | Unterkunft / Übernachtungen

Welches **Image** haben Gäste von der Destination? (Top 12 von 27)



Urlaubsarten / Aktivitäten | Ausgaben | Zufriedenheit | Image

Quelle: T-MONA Sommer 2025 (#Befragte=24.151)

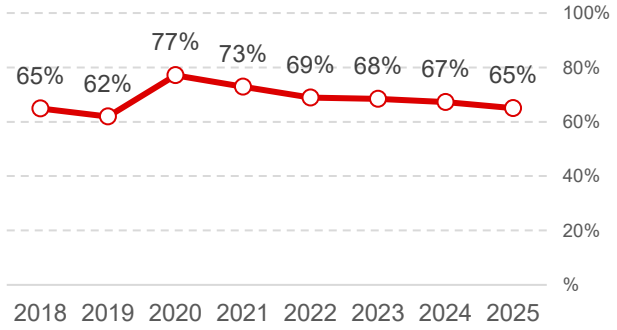
Zusatzauswertungen – Zeitreihen

Österreichgäste im Sommer – Sportliche Aktivitäten

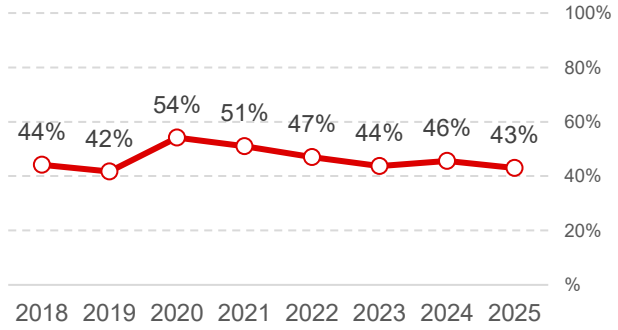
In Corona Jahren haben fast alle Gäste Sport ausgeübt, danach Anteil „kein Sport“ stetig steigend

Welche **sportlichen Aktivitäten** haben die Gäste gemacht?

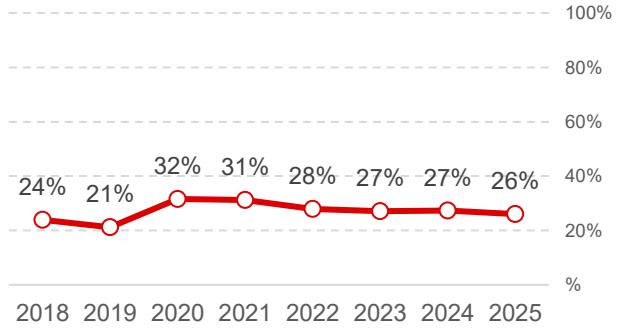
Wandern



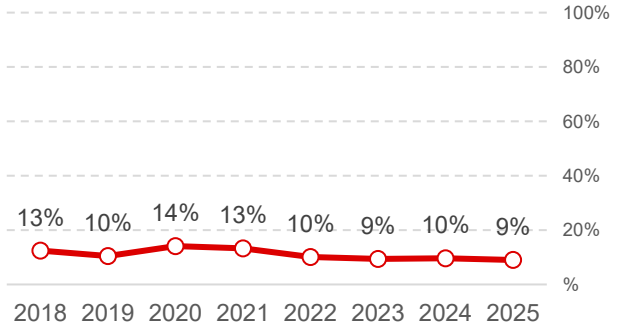
Schwimmen / Baden



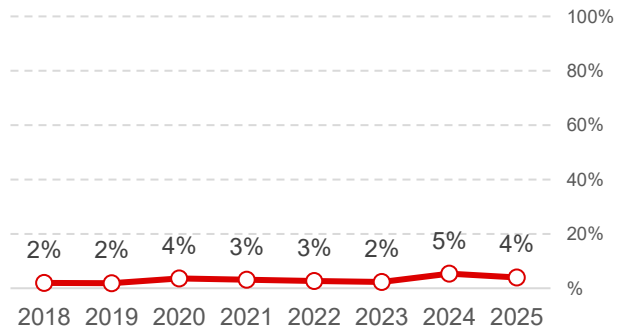
Rad / MTB / E-Bike / Rennrad



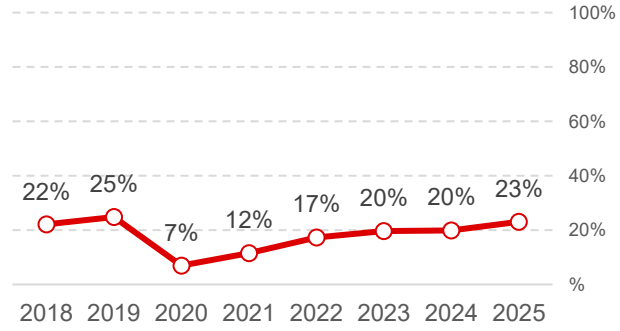
Bergsteigen



Wassersport



Keinen Sport ausgeübt

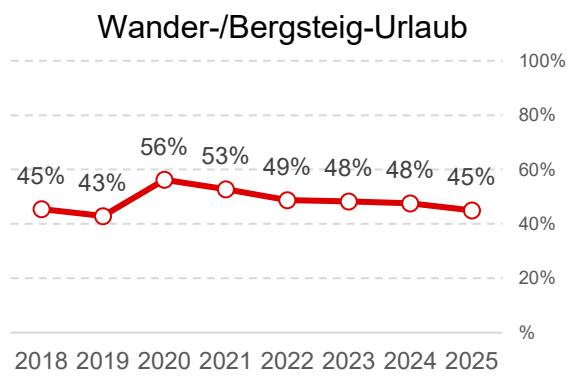


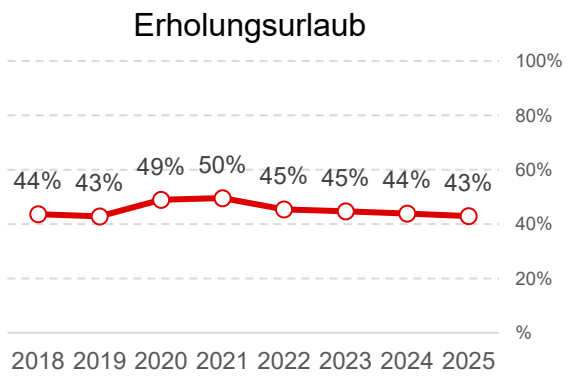
Quelle: T-MONA Sommer

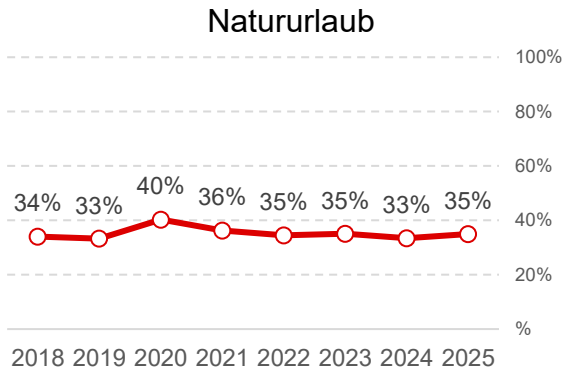
Österreichgäste im Sommer – Urlaubsarten

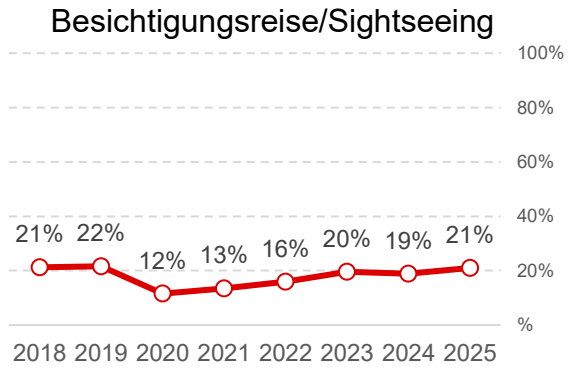
Rückgang von Rad- und Wanderurlaub nach Corona

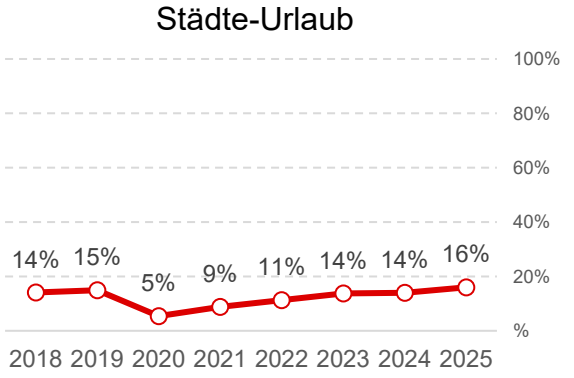
Welche **Urlaubsarten** haben die Gäste gemacht?

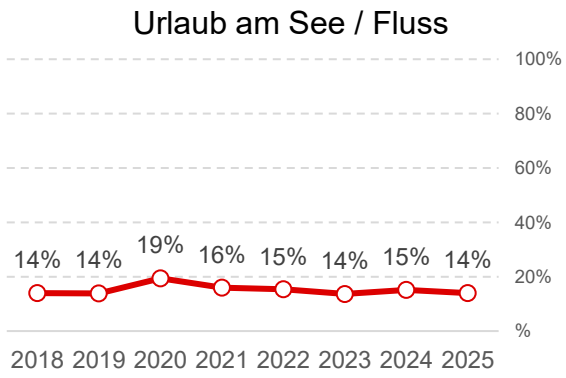


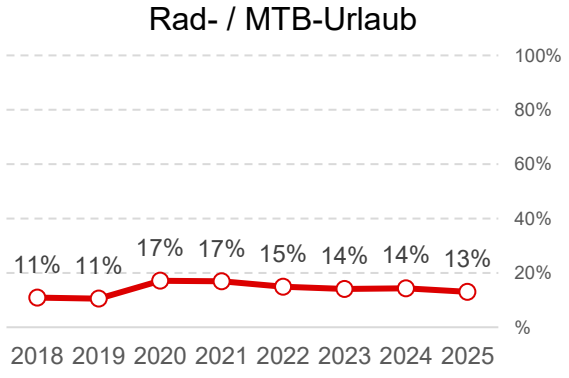


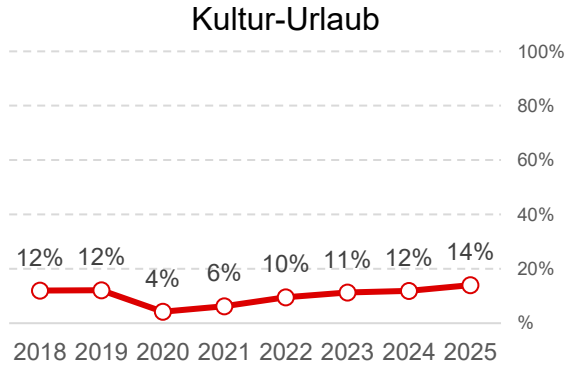












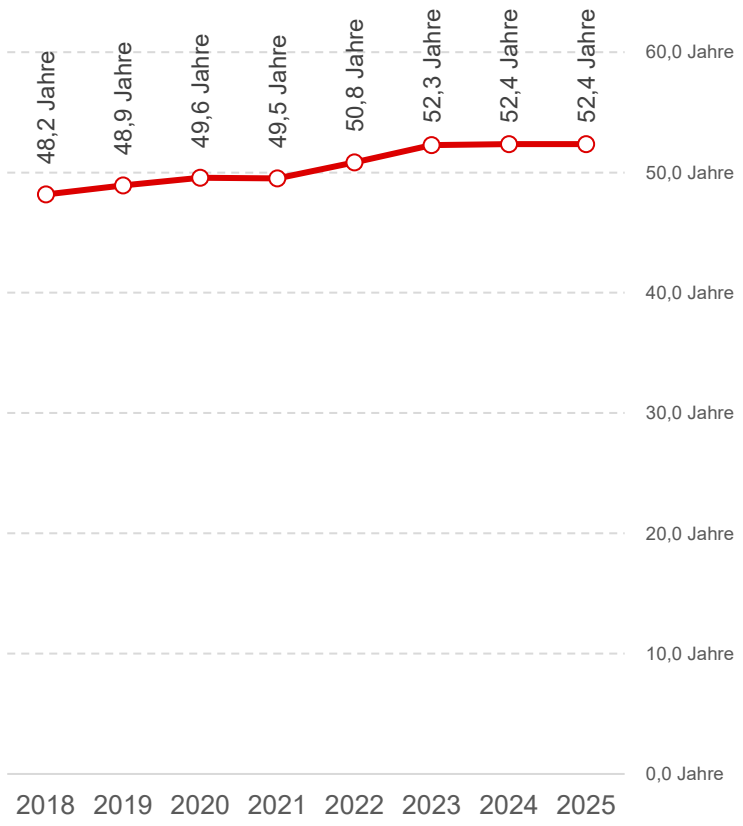
Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Alter

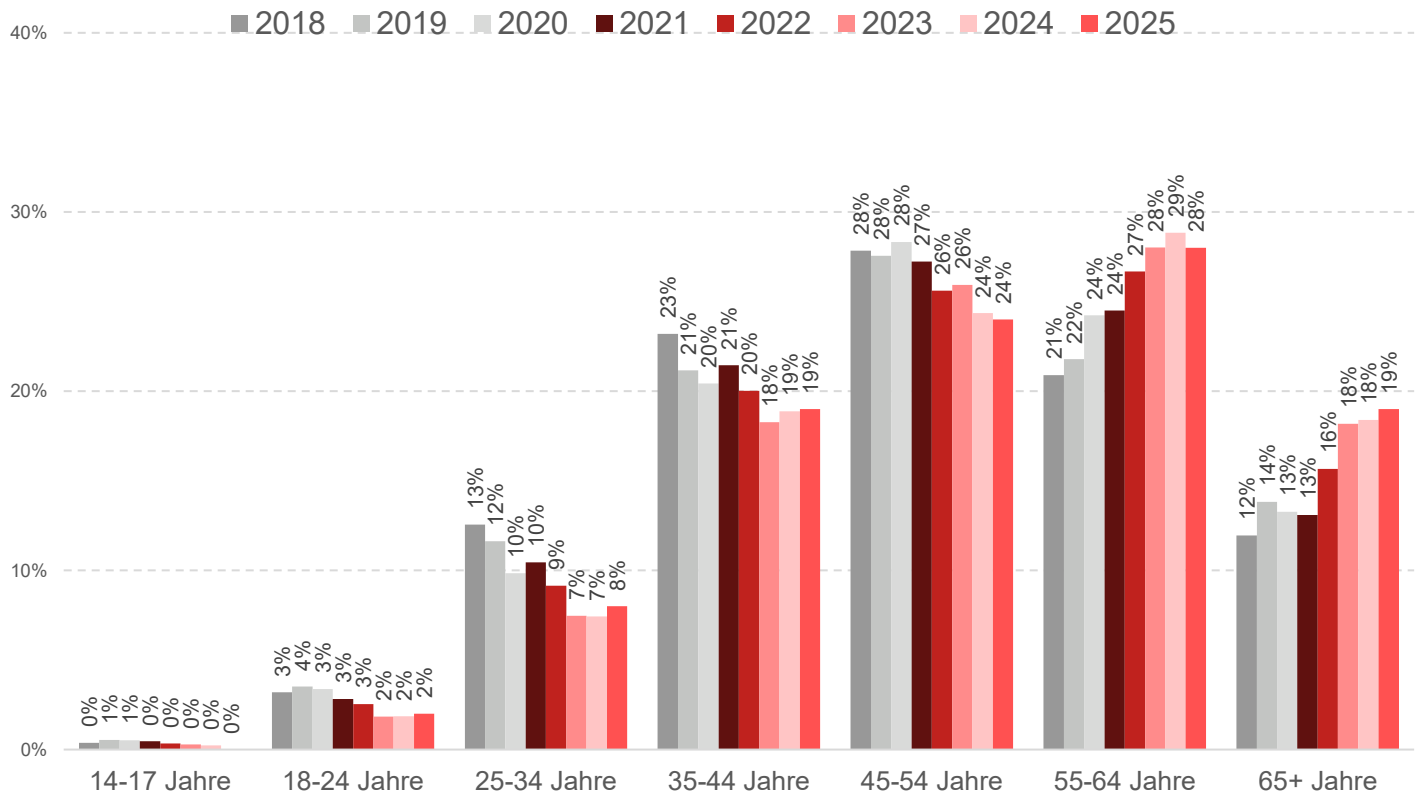
Durchschnitts-Alter der Gäste gleichbleibend, Anteil 65+ steigt

Wie **alt** sind die Gäste?

Durchschnittsalter der Gäste



Altersverteilung der Gäste

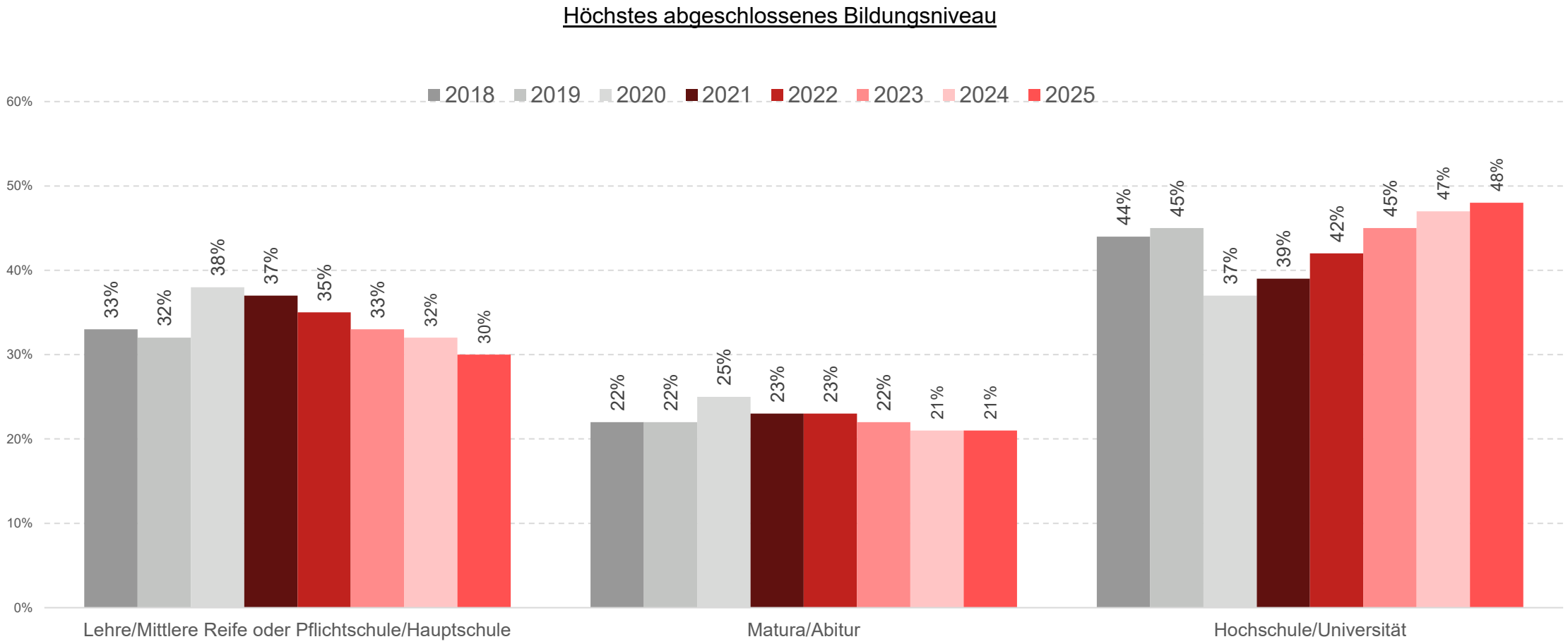


Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Bildung

Bildung korreliert u.a. mit Nationenmix (z.B. Fernmärktenachfrage)

Welche **Bildung** haben die Gäste?

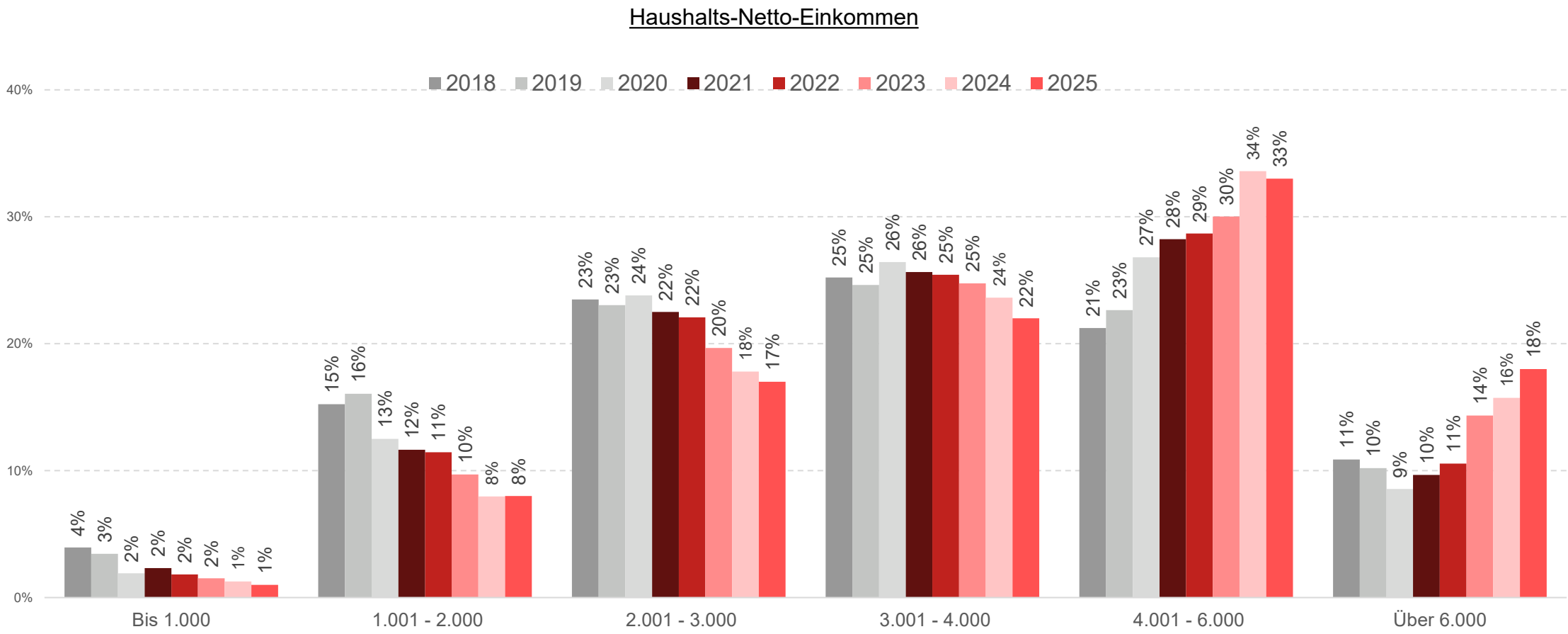


Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Einkommen

Einkommen der Gäste ist gestiegen

Über welches **Einkommen** verfügen die Gäste? (monatl. Haushaltsnettoeinkommen)

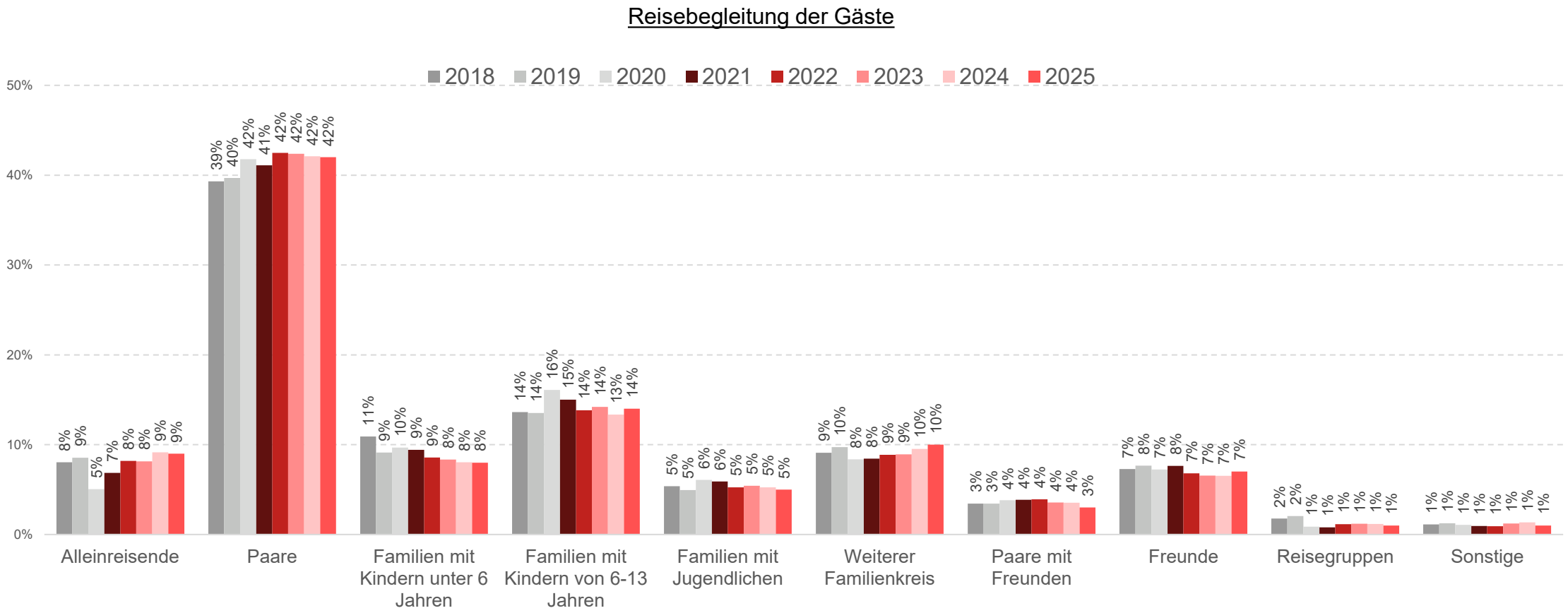


Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Reisebegleitung

Anteil „weiterer Familienkreis“ leicht ansteigend

In welcher **Reisekonstellation** sind die Gäste auf Urlaub in der Destination?

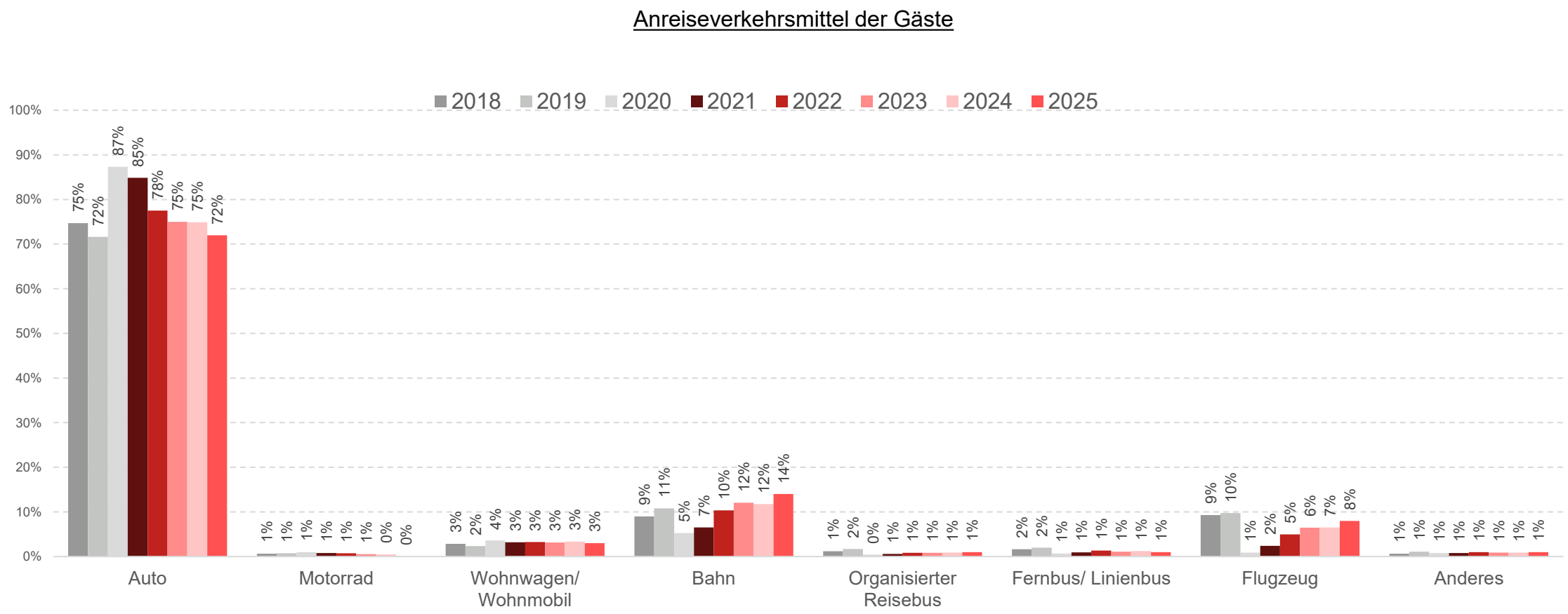


Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Anreiseverkehrsmittel

Auto rückläufig, Bahnanteil gestiegen seit 2018

Wie sind die Gäste hauptsächlich **angereist**?



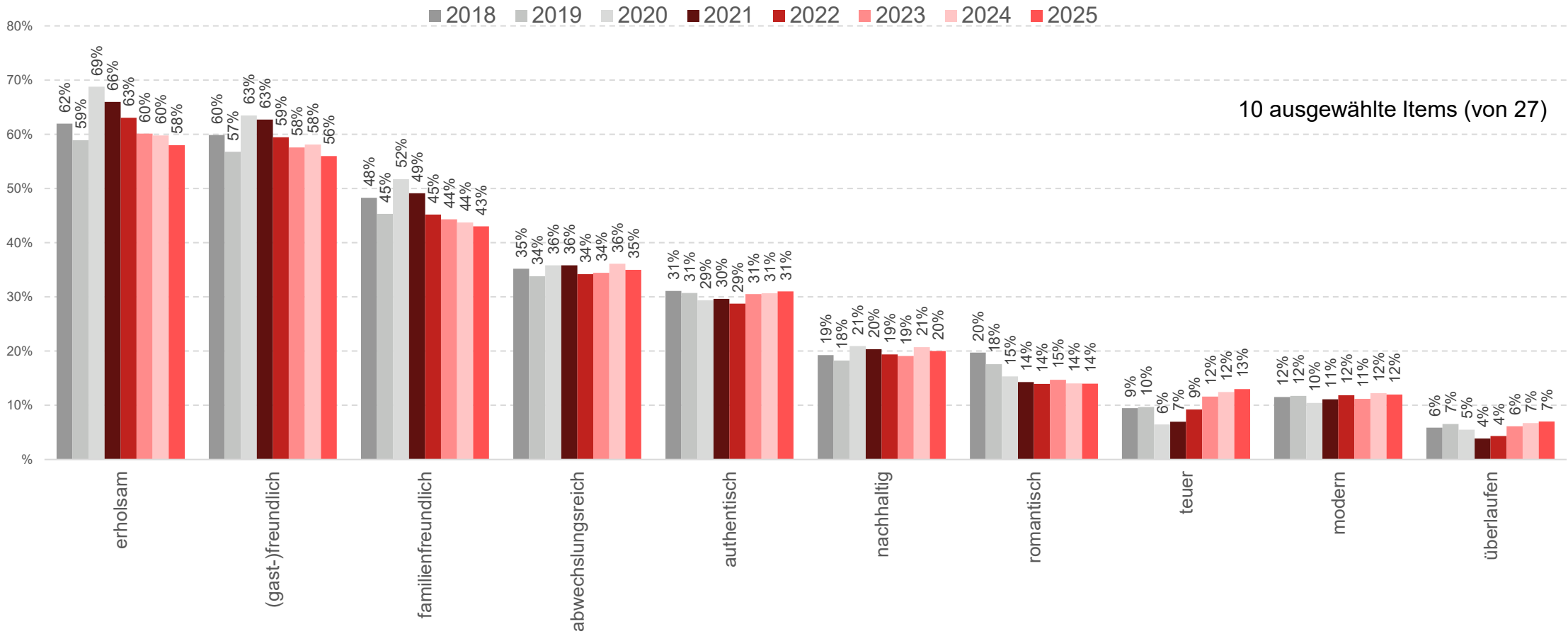
Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Image

Imagewerte über die Zeit sehr stabil; „erholsam“ u. „gastfreundlich“ leicht rückläufig

Welches **Image** haben Gäste von der Destination?

Image der Destinationen

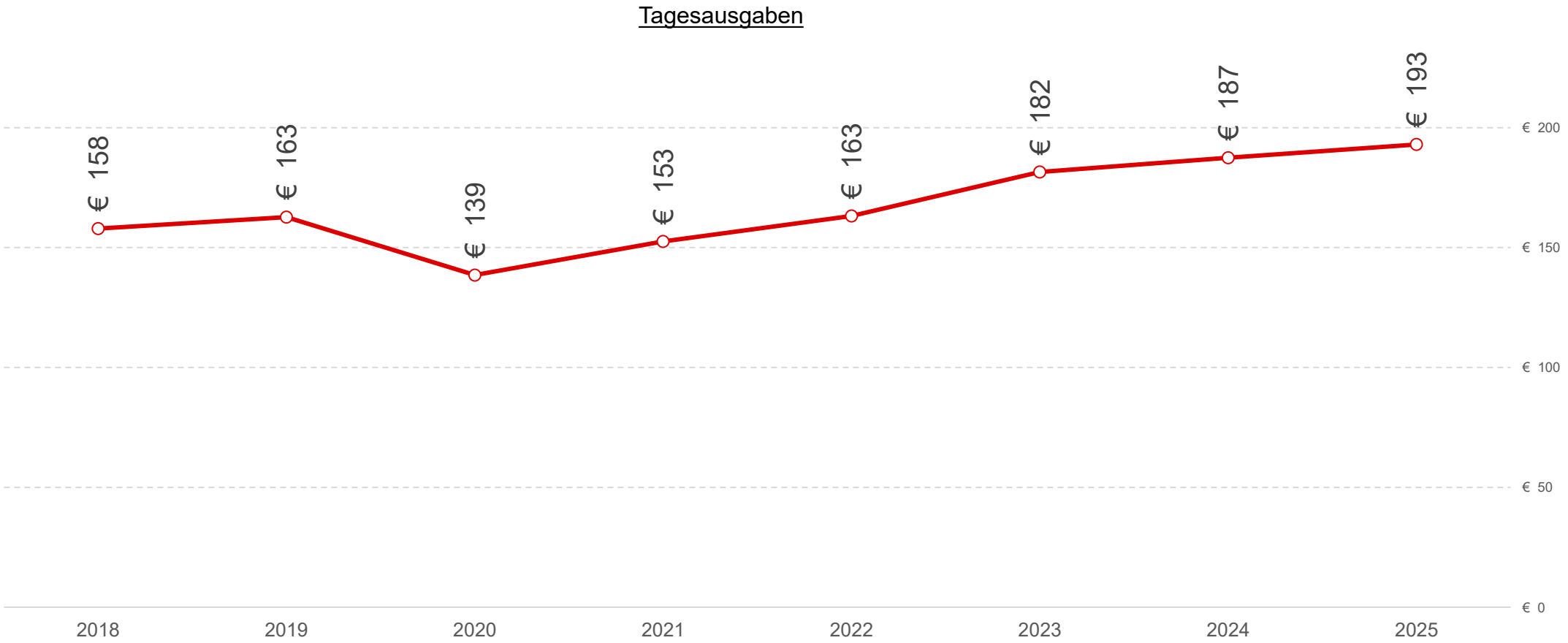


Quelle: T-MONA Sommer

Österreichgäste im Sommer – Ausgaben

Seit Pandemiejahr 2020 wieder jährliche Steigerungen

Wie viel haben die Gäste **ausgegeben**? Ausgaben pro Person und Tag in Euro



Quelle: T-MONA Sommer

Über T-MONA

- Die in dieser Studie verwendeten Befragungsergebnisse stammen aus T-MONA (kurz für Tourismus-Monitor Austria), einem seit 2004 bestehenden Kooperationsprojekt der Österreich Werbung mit den neun Landestourismusorganisationen unter Beteiligung von österreichischen Tourismusdestinationen. Die Umsetzung des Projekts erfolgt durch das Marktforschungsunternehmen MANOVA.

- T-MONA erfasst bis auf Ebene einzelner Destinationen umfangreiche Informationen über das Reiseverhalten der Urlauber in Österreich. Diese Daten dienen Entscheidungsträgern im Tourismus unter anderem als Basis für gezielte strategische Analysen, eine Definition bzw. Überprüfung der eigenen Positionierung und die (Weiter-) Entwicklung konkreter Destinationsangebote und Marketingmaßnahmen.

- Seit dem Befragungsjahr 2017/18 werden die Daten in T-MONA ausschließlich elektronisch erhoben (davor: durch Interviewer begleitete Selbstausfüller-Interviews mit Papierfragebogen). Um die Gäste auf diesem Weg zu erreichen, ist der Online-Fragebogen in diversen b2c-Kontaktkanälen von ÖW, Landestourismusorganisationen, teilnehmenden Destinationen sowie anderer touristischer Partner integriert.

- Zu den wesentlichen Eckpfeilern zählt dabei die Einbindung in die Websites sowie die Ausspielung der Befragung über Public WLAN-Hotspots an touristisch relevanten Standorten in ganz Österreich. Die Umfrage wird darüber hinaus über Social Media Kanäle (v.a. Facebook und Instagram), diverse Printprodukte, Newsletter und andere marktrelevante Kontaktkanäle kommuniziert.

- Adressiert werden Österreich-Urlauber sowohl aus dem In- als auch aus dem Ausland. Voraussetzung für die Teilnahme ist ein Mindestalter von 14 Jahren. Tagesgäste und (ausschließlich) Geschäftsreisende werden zu Beginn der Befragung zwar miterfasst, dann aber nicht weiter befragt.

- Da keine Quelle für Strukturdaten über die Grundgesamtheit aller Österreich-Urlauber existiert und die Befragung ausschließlich online durchgeführt wird, kann T-MONA keinen Anspruch auf Repräsentativität erheben. Die Auswahl der Befragungskanäle erfolgt allerdings mit großer Sorgfalt, sodass ein möglichst breiter Querschnitt unterschiedlicher soziodemografischer Gruppen und Urlaubsinteressen erreicht wird.

- Um die Verhältnisse einzelner Regionen, Zeiträume und Saisons zueinander wirklichkeitsgetreu darzustellen, werden die gesammelten Daten mit der amtlichen Nächtigungsstatistik gewichtet.

- Die Gesamtzahl der in den Sommersaison 2025 (1. Mai bis 31. Oktober) gesammelten Interviews beläuft sich rund 24.100.