

Sommerpotenziale 2026

Urlaubsreisepläne in AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO

April 2026

Studie der Österreich Werbung und des NIT

KOSTENPFLICHTIGE 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 (Sommerpotenzialstudie 2026 von Österreich Werbung/NIT) genutzt werden. Die Vervielfältigung der Studie oder vollständige Weitergabe an Dritte (**gilt auch für Tochter- und Schwestergesellschaften im Ausland**) ist jedoch nicht gestattet und nur nach schriftlicher Genehmigung der Österreich Werbung erlaubt.

Vorwort Potenzialstudien

Studienziele

Die Potenzialstudien analysieren Reiseabsichten, geplantes Reiseverhalten sowie generelle Reiseinteressen der 18- bis 75-jährigen Bevölkerung in den wichtigsten europäischen Herkunftsmärkten Österreichs. Ziel ist es, Reisewünsche und -interessen besser zu verstehen, das touristische Potenzial für Österreich zu quantifizieren, Österreich im Wettbewerbsumfeld einzuordnen sowie Marktpotenziale und thematische Interessen (z. B. Skifahren, Wandern, Winterpräferenzen) sichtbar zu machen. Ein besonderer Fokus liegt auf den Reiseplanenden – also Personen, die in der kommenden Saison sicher oder möglicherweise eine oder mehrere Urlaubsreisen planen. Diese werden vertiefend zu ihrem geplanten Reiseverhalten und ihren Reisewünschen befragt. Innerhalb dieser Gruppe befinden sich auch Personen, die in der kommenden Saison einen Österreichurlaub planen oder für die Österreich grundsätzlich infrage kommt. Der Vergleich zwischen allen Reiseplanenden und dem Österreich-Potenzial ermöglicht es, spezifische Interessen, Affinitäten und Marktchancen zu erkennen, den potenziellen Österreich-Gast besser zu verstehen und die gezielte Ansprache neuer Gäste zu unterstützen.

Studiendesign

Die Studie wird halbjährlich von der Österreich Werbung gemeinsam mit dem NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH) durchgeführt.

Methodik: Onlinebefragung über ein Access-Panel von Dynata mit 10.000 Interviews pro Welle, repräsentativ für die Bevölkerung im Alter von 18 bis 75 Jahren

Marktabdeckung: Zehn Märkte pro Saison, die rund 80 % bis 85 % der Ankünfte der jeweiligen Vorsaison abdecken. Diese setzen sich aus sieben Kernmärkten (AT, DE, CH, NL, UK, CZ, PL) sowie drei variablen Zusatzmärkten (bisher BE, DK, IT, FR, SK, HU, RO) zusammen.

Zeithorizont: Der Fokus liegt auf der kommenden Saison. Vergangenes Verhalten spielt eine untergeordnete Rolle und wird nur punktuell berücksichtigt.

Einordnung der Ergebnisse

Die meisten Fragen beziehen sich auf Urlaubsreisen allgemein und nicht ausschließlich auf Österreich. Auch potenzielle Österreich-Gäste antworten häufig aus der Perspektive ihrer generellen Reisepläne und -interessen. Nur bei Fragen mit explizitem Österreich-Bezug steht die Destination selbst im Mittelpunkt. Die Ergebnisse bilden nicht primär tatsächliches Verhalten ab, sondern geben Aufschluss darüber, welche Urlaubsformen, Aktivitäten und Reiseerlebnisse Menschen grundsätzlich in Betracht ziehen und bevorzugen. Diese allgemeinen Reisewünsche sind im Kontext der spezifischen Angebote und Stärken der Destination Österreich zu interpretieren, da sich ähnliche Bedürfnisse je nach Destination unterschiedlich ausprägen können. Gleichzeitig zeigen sie auf, welche zusätzlichen Angebote in Zukunft interessant sein könnten.

Studiendesign

Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre

Fallzahlen: 10.000 Befragte

Österreich n=1.000 Italien (ohne Inseln + Süden) n=1.000

Deutschland n=1.000 Polen n=1.000

Deutschschweiz n=1.000 Tschechien n=1.000

Niederlande n=1.000 Ungarn n=1.000

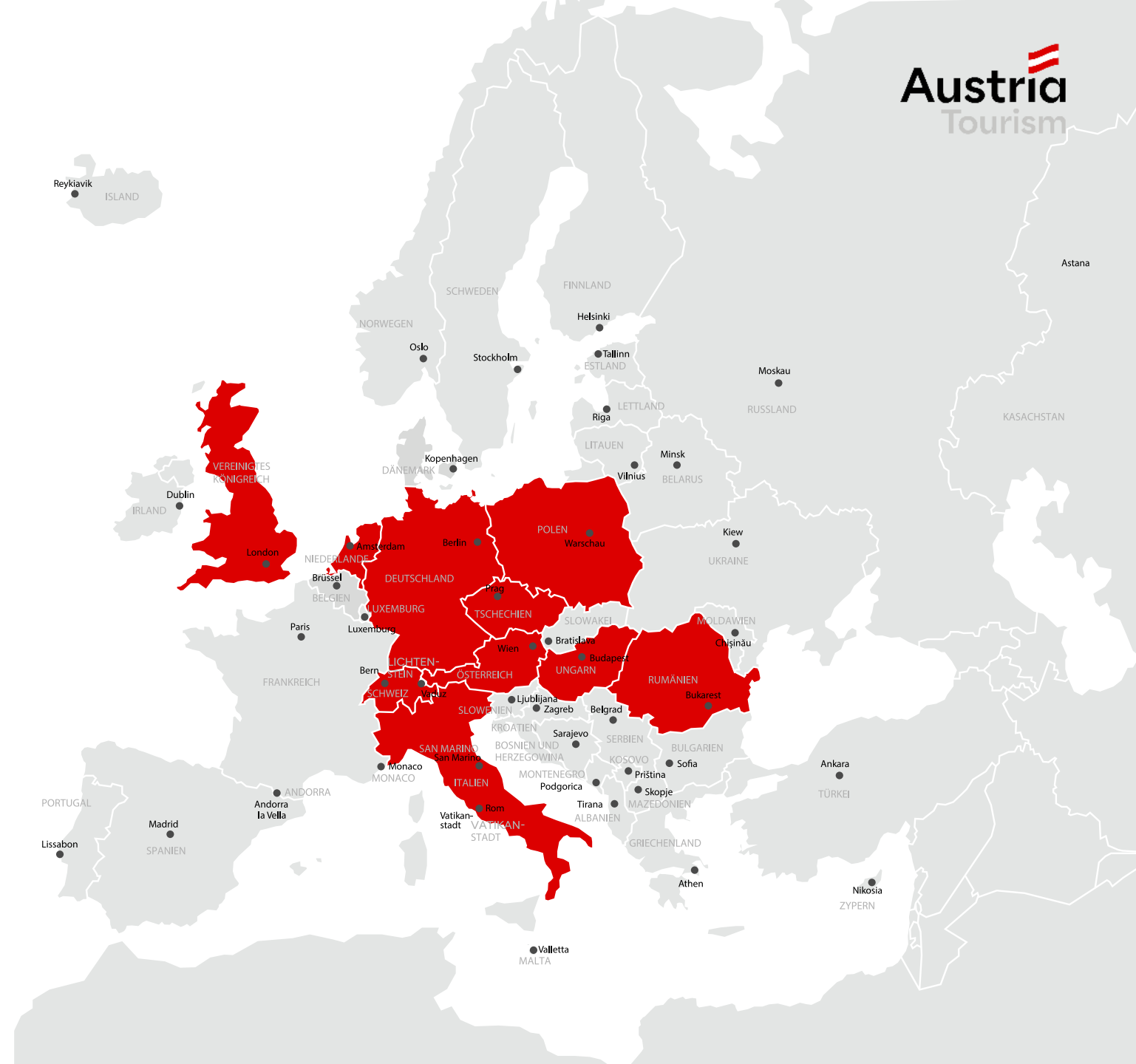
UK n=1.000 Rumänien n=1.000

Zeitraum: 18.03. bis 08.04.2026

Methode: Online-Panel Dynata

Länder ergeben **81 % aller Ankünfte** in Österreich im Sommer 2025.

NIT NIT - Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH im Auftrag von Austria Tourism



Studieninhalte

- Reisepläne und Urlaubsvoraussetzungen Sommer 2026
 - Persönliche wirtschaftliche Situation / Belastung durch Inflation / Lebensbereiche mit Einsparungen
 - Reisen-Wollen und -Können im Sommer 2026 / Reisepläne Sommer 2026 im Vorjahresvergleich
- Geplante Reiseziele Sommer 2026
 - Top-Reiseziele / Alpen/Berge-Potenzial / Österreich-Potenzial im Vorjahresvergleich / Österreich-Potenzial Summe aller 10 Märkte
- Geplantes Inspirations- und Buchungsverhalten
 - Beginn der Reiseplanung / Inspirationsquellen / KI als Inspirationsquelle im Zeitverlauf
 - Sommerurlaub 2026 schon gebucht? / Buchungszeitpunkt / Buchungsstellen
- Geplantes Reiseverhalten Sommer 2026
 - Anzahl Reisen / Reisezeitpunkt / Reisebegleitung / Verkehrsmittel / Unterkunft / Nachhaltigkeit und Reiseentscheidung
- Geplante Ausgaben Sommer 2026
 - Ausgabenpläne im Vorjahresvergleich / geplante Ausgaben pro Person und Reise / Preisvergleiche / geplante Einsparungen
- Geplante Urlaubsarten und Aktivitäten
 - Urlaubsarten / Urlaubsaktivitäten
- Bekanntheit & Sommerthemen Österreich / Bedeutung von Musik & Kultur / Reiseimpuls ESC
 - Bekanntheit / Wien & Regionen / Sommerthemen in Österreich / Sommerthemen nach Wien- bzw. Region-Denkenden
 - Bedeutung von Kultur & Musik im Urlaub / Image Österreichs als Kultur- & Musikdestination / Beitrag von Kultur & Musik zum Sommer in Österreich / Reiseimpuls ESC
- Preissensibilität bei Sommerreisen
 - Preis- und Qualitätseinstellung / Einflussfaktoren auf Entscheidung für Reiseziele
 - Image Preis-Leistungsverhältnis von europäischen Reisezielen / Wahrnehmung der Preisentwicklung in Österreich / Wahrgenommene Preissteigerungen im Kernpotenzial
- Generative KI und Reisen
 - KI-Nutzung bei Urlaubsreisen / KI-Nutzung entlang der Customer Journey / KI-Nutzende: Bewertung der Erfahrung bei KI und Reisen
- Anhang
 - Zielgruppen und Fallzahlen

Summary 1: Urlaubsvoraussetzungen und Reisepläne Sommer 2026

Zum Zeitpunkt der Befragung waren die Auswirkungen des Iran-Krieges, der Ende Februar begann, für die Befragten bereits spürbar und medial omnipräsent. Dazu zählten steigende Energie- und Treibstoffpreise, großflächige Flugsperren über dem Nahen Osten mit Umrountungen insbesondere bei Asien-Verbindungen sowie eine wachsende Verunsicherung hinsichtlich der Sicherheitslage zahlreicher Reiseziele im östlichen Mittelmeerraum und im Nahen Osten.

Noch nicht bekannt waren hingegen eine mögliche Kerosin-Knappheit sowie der Ausgang der ungarischen Parlamentswahlen Mitte April 2026, bei denen Péter Magyars TISZA-Partei einen Machtwechsel herbeiführte und Viktor Orbán im Amt ablöste. Die Ergebnisse dieser Studie sind daher vor dem Hintergrund dieses spezifischen Informationsstandes zu interpretieren.

Persönliche wirtschaftliche Situation

Zwischen 60 % und 75 % der 18- bis 75-Jährigen in den zehn untersuchten Märkten erwarten in den kommenden zwölf Monaten eine stabile oder verbesserte finanzielle Situation. Im Vorjahr lag dieser Anteil noch zwischen 65 % und 80 %. Gleichzeitig ist der Anteil derjenigen, die eine Verschlechterung befürchten, in allen Märkten – mit Ausnahme von Tschechien und Ungarn – gestiegen. Insgesamt fällt die Einschätzung der eigenen wirtschaftlichen Lage damit etwas pessimistischer aus als im Vorjahr.

Zwischen 18 % (CH, UK) und 41 % (HU, RO) fühlen sich durch die Preissteigerungen stark belastet. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Werte in Österreich deutlich gestiegen; in Deutschland, Italien und Großbritannien haben sie leicht zugenommen.

Am häufigsten wurde im vergangenen Jahr in den Bereichen Gastronomie, Kleidung, Lebensmittel und Dienstleistungen gespart. Zwischen 17 % (PL, NL) und 31 % (AT, RO) haben auch bei Urlaubs- und/oder Kurzreisen Abstriche gemacht.

Geld, Zeit, Lust auf Sommerurlaub 2026

Die Voraussetzungen für Sommerurlaub sind in allen Märkten dennoch gut: 50 % bis 66 % der Befragten geben an, über ausreichende finanzielle Mittel für Reisen zu verfügen. 60 % bis 75 % haben zudem Zeit und Lust zu verreisen. Nur in Ungarn liegen die Werte jeweils rund 10 Prozentpunkte darunter. Im Vergleich zum Vorjahr zeigen sich leichte Anstiege in Deutschland, der Schweiz, Großbritannien und Polen. In Österreich, den Niederlanden und Italien sind moderate Rückgänge zu beobachten, während sich die Werte in Tschechien stabil entwickeln.

Urlaubspläne Sommer 2026

Zwischen 69 % (AT) und 83 % (UK) der Bevölkerung planen, im Sommer 2026 sicher zu verreisen; in Ungarn liegt dieser Anteil mit 64 % etwas niedriger. Damit sind die Reiseabsichten im Vergleich zum Vorjahr in den meisten Märkten gestiegen. Nur in Österreich und den Niederlanden gibt es einen leichten Rückgang, in Tschechien sind die Werte stabil. Berücksichtigt man auch jene, die vielleicht verreisen möchten, steigen die Anteile auf 80 % (HU) bis 92 % (IT, UK, PL).

Summary 2: Reisezielplanung Sommer 2026

Geplante Reiseziele Sommer 2026

Auch im Sommer 2026 zählen in allen untersuchten Märkten das Inland, die jeweiligen Nachbarländer sowie der Mittelmeerraum zu den beliebtesten Reisezielen. Am Mittelmeer verschieben sich die Gewichte jedoch leicht in Richtung Spanien und Kroatien, während Griechenland und die Türkei etwas an Boden verlieren.

Für Österreich sieht es erfreulich aus – mit Zuwächsen in Deutschland, der Schweiz, Tschechien, Ungarn und Polen sowie Stabilität in den restlichen Märkten. Im Inland ist ein leichter Rückgang zu beobachten, dennoch bleibt Österreich mit deutlichem Abstand das meistgenannte Reiseziel. In fünf der zehn Märkte zählt Österreich zu den Top 10 (AT, DE, CH, CZ, HU).

Nicht nur das Volumen der Österreich-Planenden* ist gestiegen – auch beim Kernpotenzial** gibt es Zuwächse in Deutschland, Italien, Tschechien und Ungarn. Beim Gesamtpotenzial*** zeigt sich sogar in nahezu allen Märkten ein steigendes Interesse (Ausnahmen: AT und NL). Österreich ist damit wieder stärker im „Relevant Set“ der Reiseziele vertreten und erreicht teils neue Höchststände.

Alpen- und Bergpotenziale Sommer 2026

Im Segment der Alpen- und Bergdestinationen ist Österreich durchgehend gut bis sehr gut positioniert und belegt je nach Markt Rang 1 bis 4. Lediglich in Polen liegt Österreich auf Platz 6. Die größten Mitbewerber sind – neben den heimischen Alpen-/Bergregionen der jeweiligen Märkte – vor allem die alpinen Destinationen in Norditalien.

Volumen in absoluten Zahlen: Sommer-Reiseplanende und Österreich-Kernpotenzial

In den zehn untersuchten Märkten planen insgesamt rund 193 Mio. Personen eine oder mehrere Reisen im kommenden Sommer. Das Österreich-Kernpotenzial** liegt bei rund 24 Mio. Personen. Zum Vergleich: Im Sommer 2025 wurden aus diesen Märkten 21,9 Mio. Ankünfte verzeichnet.

Summary 3: Inspiration & Buchung

Geplante Inspirationsquellen

In nahezu allen Märkten zählen Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld (Familie, Freunde, Kollegen), eigene Erfahrungen, Reiseportale, Suchmaschinen, Reisebüros/Reiseveranstalter sowie Social Media zu den wichtigsten Inspirationsquellen. Darüber hinaus zeigen sich teils deutliche Unterschiede: Reiseziel-Websites spielen beispielsweise in Großbritannien, Italien, Polen, Tschechien und Rumänien eine deutlich wichtigere Rolle. In Deutschland und Großbritannien sind Reisesendungen besonders beliebt, Foren/Communities in Polen und Ungarn.

Social Media dient 30 % bis 49 % der Sommer-Reiseplanenden als Inspirationsquelle. Die höchsten Anteile verzeichnen Rumänien, Großbritannien und Polen; die niedrigsten Österreich, die Niederlande und Tschechien.

Die Nutzung von KI-Anwendungen zur Inspiration hat in den letzten eineinhalb Jahren deutlich zugenommen: Von 3 % im September 2024 auf 13 % in der aktuellen Sommerbefragung (März/April 2026). Besonders dynamisch ist die Entwicklung in der Gen Z (18–31 Jahre), wo der Anteil von 5 % auf 24 % gestiegen ist. In den übrigen Altersgruppen erhöhte sich die Nutzung von 2 % auf 10 %.

KI wird aber nicht nur zur Inspiration eingesetzt: Zwischen 21 % und 43 % der Befragten haben KI-Anwendungen bereits im Zusammenhang mit Reisen genutzt. Die höchsten Werte zeigen Ungarn, Rumänien und Großbritannien, die niedrigsten die Schweiz, die Niederlande und Tschechien. Weitere 30 % bis 42 % wollen KI-Anwendungen künftig nutzen.

Die wahrgenommenen Vorteile liegen vor allem in der Ideengenerierung für Reiseziele, der Unterstützung bei der Informationssuche, bei Übersetzungen und Sprachassistenten vor Ort sowie bei Navigation und Orientierung. Die bisherigen Erfahrungen werden überwiegend positiv bewertet.

Geplanter Buchungszeitpunkt

Zwischen 18 % und 39 % der Sommer-Reiseplanenden hatten ihre Reise(n) Mitte März/Anfang April bereits vollständig gebucht. Besonders hoch ist dieser Anteil in Deutschland, den Niederlanden, der Schweiz und Großbritannien, während er in Ungarn, Rumänien und Italien am niedrigsten ausfällt.

Zwischen 50 % und 70 % hatten zu diesem Zeitpunkt noch nicht oder nur teilweise gebucht. Wer noch nicht vollständig gebucht hat, plant dies meist ein bis drei Monate vor der Abreise (54 % kumuliert über alle zehn Märkte). Weitere 43 % buchen erst in den letzten vier Wochen vor Reiseantritt. Vom Österreich-Kernpotenzial – also jenen, die Österreich spontan genannt haben oder ziemlich sicher planen – wollen 48 % erst in den letzten vier Wochen buchen.

Summary 4: Geplantes Reiseverhalten Sommer 2026

Art und Anzahl der Reisen: Zwischen 46 % und 62 % der Reiseplanenden beabsichtigen, eine längere Reise zu unternehmen; 25 % bis 43 % planen mehrere längere Reisen. Eine Kurzreise ziehen 25 % bis 38 % in Betracht, während 25 % bis 58 % mehrere Kurztrips planen. Besonders viele Kurzreisen sind in Tschechien, Polen, Ungarn und Rumänien vorgesehen.

Der Vergleich jener acht Märkte, die auch 2025 erhoben wurden, zeigt: Weniger Personen planen mehrere Kurz- oder Langreisen. Gleichzeitig ist der Anteil jener gestiegen, die nur eine Reise planen.

Reisezeitpunkt: Die CEE-Märkte konzentrieren sich stark auf Juli und August. In den übrigen Märkten verteilt sich die Nachfrage deutlich gleichmäßiger über den Sommer.

Reisebegleitung: In allen Märkten reisen etwa 25 % bis 40 % als Paare und rund 25 % bis 35 % als Familien mit Kindern oder Jugendlichen.

Verkehrsmittel: Auto und Flugzeug sind mit Abstand die wichtigsten Verkehrsmittel. In fast allen Märkten liegt das Auto vor dem Flugzeug, nur in Großbritannien ist es umgekehrt. Die Bahn möchten 17 % bis 32 % nutzen – am häufigsten in der Schweiz, in Großbritannien, Polen und Ungarn, am seltensten in den Niederlanden und Rumänien. Der Bus ist vor allem in den CEE-Märkten verbreitet (20 % bis 24 %).

Unterkunft: Mittelklassehotels sowie Ferienwohnungen/-häuser zählen in den meisten Märkten zu den bevorzugten Unterkunftsarten. In Österreich und Großbritannien liegt die gehobene Hotellerie vorne, während in Deutschland und Tschechien mittlere und gehobene Hotels gleich beliebt sind.

Im Vergleich zu 2025 gewinnt die gehobene Hotellerie in Österreich, Deutschland, Großbritannien und Italien an Bedeutung. Mittelklassehotels legen vor allem in Italien, Polen und Tschechien zu. Ferienwohnungen/-häuser sind in diesem Sommer in Großbritannien, der Schweiz und Ungarn stärker nachgefragt als im Vorjahr.

Urlaubsarten: Zu den Top 5-Urlaubsformen zählen Badeurlaub am Meer, Erholungsreisen, Natururlaub, Familienurlaub und Städtereisen. Das Österreich-Kernpotenzial plant überdurchschnittlich häufig Wanderurlaube (in den Bergen und anderen Landschaften), Urlaub in den Bergen, Wellness- und Radurlaub. Leicht über dem Schnitt liegen zudem Natur- und Erlebnisreisen, Mountainbike-Urlaub und Urlaub am See (mit oder ohne Baden).

Summary 5: Reiseausgaben und Preissensibilität /1

Geplante Ausgaben und Sparverhalten

Geplante Ausgaben pro Person und Reise: Im Durchschnitt der zehn Märkte sind Ausgaben von 929 Euro pro Person und Reise geplant, bei Österreich-Reisen sind es 680 Euro. Am meisten planen Reisende aus der Schweiz (1.448 Euro) und Großbritannien (1.332 Euro) ein, am wenigsten jene aus Ungarn (405 Euro). In allen Märkten sind die Ausgabenpläne gestiegen.

Preisvergleich vor der Buchung: Die große Mehrheit vergleicht vor der Buchung Preise. 40 % bis 70 % tun dies intensiv, weitere 25 % bis 45 % gelegentlich.

Ausgaben im Vorjahresvergleich: Vier von zehn Reiseplanenden wollen etwa gleich viel ausgeben wie im Vorjahr. 29 % planen etwas höhere, 11 % deutlich höhere Ausgaben. 12 % möchten sparen. Höhere Ausgaben planen Reisende aus der Schweiz, Großbritannien, Polen und Ungarn. Geringere Ausgaben werden von den Reisenden aus Österreich und den Niederlanden angestrebt.

Sparverhalten im Urlaub: Wenn gespart wird, dann vor allem bei Gastronomie, Souvenirs, Einkäufen vor Ort sowie bei der Unterkunft. Damit gibt es keine Änderungen gegenüber dem Vorjahr. Das Österreich-Kernpotenzial plant etwas häufiger Einsparungen bei Einkäufen vor Ort, bei der Unterkunft sowie bei der An-/Abreise.

Preis- und Qualitätseinstellung

Zwischen 4 % und 12 % der Reiseplanenden wollen bei ihren Sommerreisen Luxus pur genießen. Für weitere 6 % bis 21 % steht die Qualität im Vordergrund, für die man auch einen angemessenen Preis zu zahlen bereit ist. Zählt man beides zusammen, dann ist für 14 % (RO, HU) bis 31 % (CH) der Reiseplanenden die Qualität wichtiger als der Preis.

Zwischen 44 % und 61 % achten gleichermaßen auf Preis und Qualität. Für 18 % (AT, CH) bis 40 % (PL) steht hingegen ein möglichst günstiger Preis im Vordergrund – auch wenn diese Abstriche bei Qualität und Komfort bedeutet.

Entwicklung in den letzten drei Jahren: In Rumänien, Polen und Ungarn geben 40 % bis 56 % der Reiseplanenden an, heute stärker auf den Preis zu achten als vor drei Jahren. In den übrigen Märkten zeigt sich hingegen ein gestiegenes Qualitätsbewusstsein (29 % bis 36 %). Bei 25 % bis 40 % hat sich die Einstellung nicht verändert.

Summary 6: Reiseausgaben und Preissensibilität /2

Wahrgenommene Preisentwicklung von Österreich im Wettbewerbsvergleich

Zwischen 23 % und 47 % der Bevölkerung in den zehn untersuchten Märkten empfinden Österreich heute als etwas oder deutlich teurer als noch vor drei bis fünf Jahren. Besonders häufig wird diese Einschätzung in den Nachbarländern Deutschland, Tschechien, Ungarn und der Schweiz geäußert. Im Inland sind es sogar 70 %. Wahrgenommene Preissteigerungen betreffen vor allem Gastronomie und Unterkünfte. Zwischen 6 % und 15 % sind hingegen der Ansicht, dass Österreich günstiger geworden ist. In Großbritannien sind es sogar 26 %. Zwischen 20 % und 30 % nehmen keine Veränderung des Preisniveaus wahr.

Preis-Leistungsimage von Österreich im Vergleich europäischer Sommerreiseziele

Bei Ski-Reisezielen nimmt Österreich beim Preis-Leistungs-Verhältnis mit deutlichem Abstand den ersten Platz ein (Quelle: Winterpotenzialstudie 2025/26 von NIT/ÖW). Im Vergleich der europäischen Sommerreiseziele liegt Österreich hingegen im Mittelfeld. Führend sind hier vor allem Mittelmeerdestinationen wie Griechenland, Italien, Kroatien, Spanien und die Türkei.

Summary 7: Bekanntheit Österreichs; Sommerthemen

Bekanntheit von Österreich als Urlaubsland

In allen untersuchten Märkten hat Österreich eine hohe Bekanntheit (war bereits dort oder hat viel darüber gehört/gelesen). Am bekanntesten ist Österreich in Deutschland, der Schweiz, Ungarn und Tschechien mit Werten von 67 bis 74 %. Am geringsten ist die Bekanntheit in Großbritannien (49 %) und Polen (45 %).

Wien und Regionen: Bei einem Sommerurlaub in Österreich denkt der Großteil sowohl an Wien als auch an die Orte/Regionen. Dies gilt insbesondere in Rumänien (59 %), Tschechien (56 %) und Großbritannien (54 %). Wien als Hauptassoziation nennen 8 % (AT) bis 23 % (IT, RO, UK, CH), während die Befragten in Österreich (61 %) und den Niederlanden (43 %) vorwiegend an die Regionen und Orte denken.

Sommerthemen des Urlaubslandes Österreich (Basis: Österreich-Gesamtpotenzial)

Die Erlebniswünsche, die man an einen Österreich-Urlaub im Sommer stellt, sind vielfältig: In (fast) allen Märkten will man vor allem die Natur/Landschaft, das Wasser, die Berge, Wanderungen, die Städte und Sehenswürdigkeiten sowie das imperiale Österreich erleben. Auch Erholung zählt zu den zentralen Reisemotiven.

Darüber hinaus zeigen sich je nach Markt unterschiedliche Schwerpunkte: Tradition und Brauchtum sind besonders für Reisende aus Rumänien, Polen, Großbritannien und Italien wichtig. Kulinarik spielt vor allem in der Schweiz und in Polen eine große Rolle, während Wellness insbesondere in Österreich gefragt ist. Klassische Kunst und Kultur sowie das musikalische Österreich (z. B. Mozart, Strauss) stoßen vor allem in Großbritannien, Italien und Rumänien auf Interesse. Drehorte aus Filmen und Serien sind insbesondere für Befragte aus Großbritannien, den Niederlanden, Polen und Rumänien attraktiv. Fotopoints und Selfie-Spots sprechen vor allem Reisende aus Großbritannien, Polen und Rumänien an.

Unterschiede nach Assoziation (Wien vs. Regionen): Personen, die bei einem Sommerurlaub in Österreich primär an Wien denken, interessieren sich vor allem für das imperiale Österreich, Städte, Natur, Tradition und Brauchtum sowie Sehenswürdigkeiten. Wer hingegen vor allem an die Regionen denkt, legt den Fokus vor allem auf Natur, Berge, Wasser, Wandern und Erholung.

Summary 8: Kultur & Musik im Urlaub; Eurovision Song Contest

Kultur & Musik im Sommerurlaub

Kultur & Musik sind für 33 % bis 44 % der Reiseplanenden vor allem ein ergänzendes Erlebnis im Sommerurlaub.

Als Hauptmotiv für eine Reise werden sie von 5 % bis 17 % genannt. Ein wichtiger zusätzlicher Reisegrund sind sie für 13 % bis 34 %. Zählt man Hauptmotiv und wichtigen zusätzlichen Grund zusammen, ergeben sich Werte von 20 % (CZ) bis 46 % (RO, UK, IT).

36 % der Bevölkerung in allen Märkten verbinden den Sommer in Österreich (sehr) stark mit Kultur- und Musikangeboten.

Überdurchschnittliche Werte zeigen Österreich (56 %), Rumänien (50 %), Großbritannien (46 %) und Italien (45 %), während die Niederlande (26 %) und Tschechien (23 %) deutlich darunter liegen.

Im Vergleich mit anderen Sommerreisezielen wird Österreich von rund einem Drittel der Befragten hinsichtlich seines Kultur- und Musikangebots als (deutlich) attraktiver eingeschätzt (überdurchschnittliche Werte in AT, UK, RO). Lediglich 15 % bewerten Österreich als weniger attraktiv (21 % in IT).

Eurovision Song Contest

Die Wahrnehmung der ESC-Berichterstattung variiert stark zwischen den Märkten. Neben Österreich selbst ist das Interesse in Deutschland, der Schweiz, Italien und Polen am größten, während es in den Niederlanden am geringsten ausfällt (keine Teilnahme am ESC). Entsprechend unterschiedlich ist auch die Bekanntheit Österreichs als Austragungsland: 89 % im Inland, 60 % in der Schweiz sowie rund 50 % in Deutschland, Italien und Polen.

Der ESC aktiviert in allen Märkten zusätzliches Reiseinteresse für Österreich: Rund 15 % der 18- bis 75-Jährigen in den zehn Märkten zeigen ein neues oder wieder erwachtes Interesse an Österreich als Reiseziel. In absoluten Zahlen entspricht das etwa 36 Mio. Personen, davon knapp 11 Mio. in Deutschland.

Fazit: Sommerreisepotenziale 2026 – Österreich im Aufwind trotz geopolitischer Unsicherheit /1

Die Sommerpotenzialstudie 2026 zeichnet ein differenziertes Bild: Trotz der spürbaren Auswirkungen des Iran-Krieges – steigende Energie- und Kraftstoffpreise, Flugsperrn über dem Nahen Osten und eine wachsende Verunsicherung hinsichtlich der Sicherheitslage – bleiben die Reiseabsichten der Bevölkerung in den zehn Kernmärkten auf hohem Niveau. Zwischen 69 % und 83 % wollen im Sommer 2026 sicher verreisen, die Werte liegen in vielen Märkten über dem Vorjahr.

Österreich mit steigender Nachfrage. Als sicheres und gut erreichbares Reiseziel verzeichnet Österreich Zuwächse in mehreren wichtigen Märkten, darunter Deutschland, Schweiz, Polen, Tschechien und Ungarn. Das Kernpotenzial* liegt bei rund 24 Mio. Personen. In der Sommersaison 2025 wurden knapp 22 Mio. Ankünfte aus diesen zehn Märkten gezählt. Die Zahlen sprechen also für Wachstum. Österreich ist in vielen Märkten wieder stärker ins relevante Set der Reiseziele gerückt und erreicht dabei sogar teils neue Höchstwerte. Gleichzeitig verschieben sich am Mittelmeer die Gewichte: Griechenland und die Türkei verlieren an Boden, während Spanien und Kroatien dazugewinnen.

Im Reiseverhalten zeigen sich leichte Veränderungen. Etwas weniger Personen planen mehrere Kurz- oder Langreisen; stattdessen steigt der Anteil jener, die sich auf eine einzelne Reise konzentrieren. Bei den Unterkunftsarten gewinnt die gehobene Hotellerie im Vergleich zur Vorjahresbefragung in Österreich, Deutschland, Großbritannien und Italien an Bedeutung; Mittelklassehotels legen vor allem in Italien, Polen und Tschechien an Interesse zu. Zwischen 50 % und 70 % hatten zum Zeitpunkt der Befragung Mitte März bis Anfang April noch nicht oder nicht vollständig gebucht. Wer noch nicht gebucht hat, plant dies überwiegend ein bis drei Monate vor der Abreise. 43 % wollen erst in den letzten vier Wochen buchen – beim Österreich-Kernpotenzial liegt dieser Anteil sogar bei 48 %. Die kurzfristige Buchungstendenz verstärkt sich diesen Sommer nochmals.

Die Ausgabenbereitschaft steigt, aber auch die Preissensibilität – Sicherheit wird zum wichtigen Faktor. In allen Märkten sind die Ausgabenpläne gegenüber dem Vorjahr gestiegen; rund 40 % planen höhere Budgets. Gleichzeitig vergleicht die Mehrheit intensiv Preise vor der Buchung.

Österreich wird von 23 % bis 47 % der Befragten als teurer empfunden als vor drei bis fünf Jahren – im Inland sogar von 70 %. Beim Preis-Leistungsverhältnis der europäischen Sommerreiseziele landet Österreich nur im Mittelfeld, während die Mittelmeerziele Griechenland, Italien, Kroatien, Spanien und die Türkei führen. Dennoch steigen die Reisepläne für Österreich – ein Hinweis darauf, dass im aktuellen geopolitischen Umfeld das Sicherheitsgefühl für viele Reiseplanende schwerer wiegt als der Preis.

Fazit: Sommerreisepotenziale 2026 – Österreich im Aufwind trotz geopolitischer Unsicherheit /2

Inhaltlich punktet Österreich mit einem vielfältigen Themenset. Natur, Berge, Wasser, Wandern und Städte stehen in nahezu allen Märkten auf der Wunschliste. Je nach Herkunftsmarkt kommen Schwerpunkte wie Tradition und Brauchtum, Kulinarik oder Wellness hinzu. Kultur und Musik sind dabei ein wichtiger Baustein: Ein Drittel des Österreich-Gesamtpotenzials sieht darin eine Bereicherung ihres Aufenthalts in Österreich, für 16 % sind sie ein eigenständiger Reiseanlass.

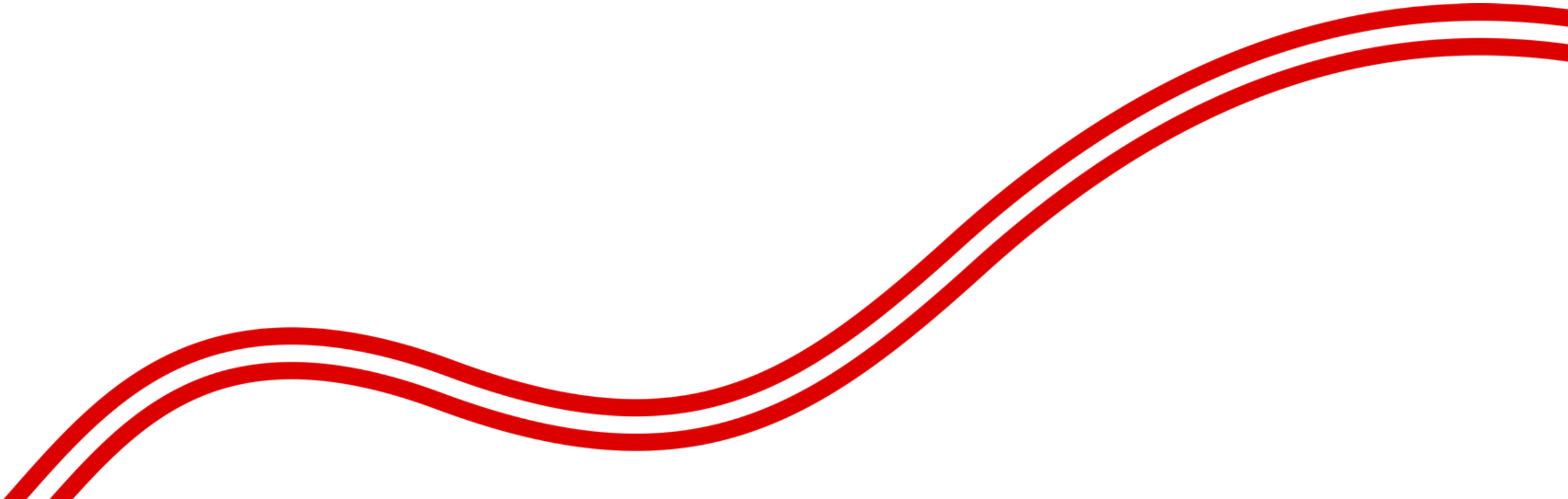
Der Eurovision Song Contest als konkretes Großevent verstärkt diesen Effekt: Rund 15 % der 18- bis 75-Jährigen über alle Märkte hinweg zeigen durch den ESC ein neues oder neuerlich erwachtes Interesse an Österreich – das entspricht 36 Mio. Personen, davon knapp 11 Mio. aus Deutschland.

Zusammengefasst: Die Ausgangslage für den Sommer 2026 ist für Österreich vielversprechend. Die geopolitische Unsicherheit lenkt Reiseströme in Richtung sicherer, gut erreichbarer Destinationen – davon profitiert Österreich unmittelbar.

Grundsätzlich zeigt sich über alle Märkte hinweg der Wunsch, trotz Krisenstimmung wie gewohnt Urlaub zu machen. Die Reiseplanenden setzen alles daran, ihre Pläne umzusetzen – auch wenn manche eher auf Nummer sicher gehen oder noch abwarten. Es zeichnet sich zudem ein leichter Trend zu weniger, dafür bewusster geplanten Reisen und etwas kurzfristigeren Buchungen ab – ein Zeichen dafür, wie sensibel die Nachfrage derzeit auf das Weltgeschehen reagiert.

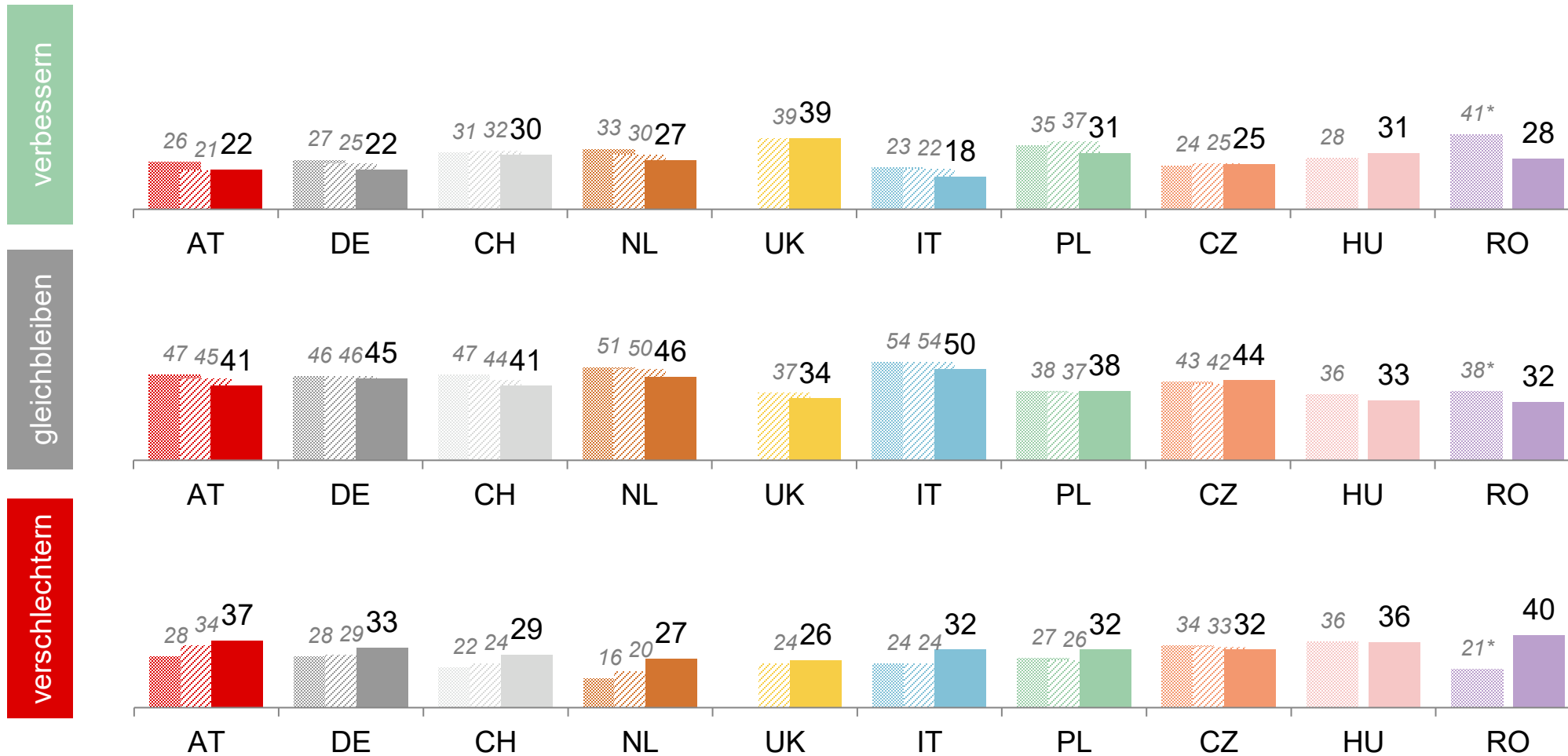
Wie schnell sich die Rahmenbedingungen ändern können, zeigen die möglichen Szenarien: Eine Kerosinknappheit im Sommer, eine unerwartete Eskalation oder auch ein Ende des Iran-Krieges könnten die Reiseströme rasch wieder neu verteilen. Die Lage bleibt also volatil.

Reisepläne & Urlaubsvoraussetzungen Sommer 2026



Persönliche wirtschaftliche Situation im Vorjahresvergleich

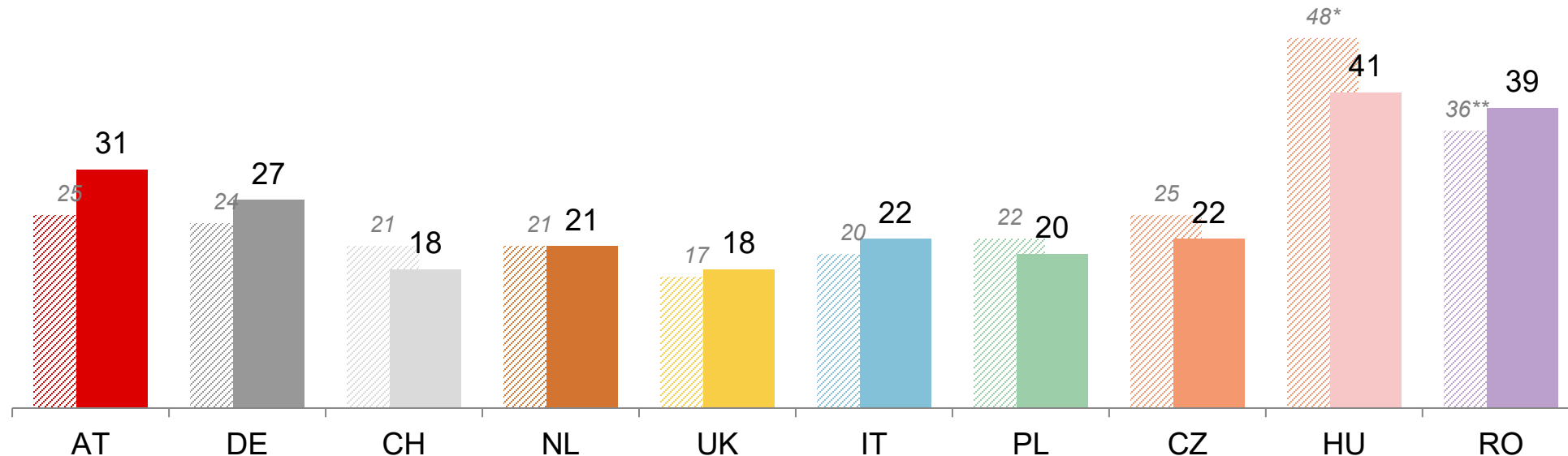
Die meisten erwarten Stabilität oder Verbesserung; allerdings etwas schlechter als im Vorjahr; UK, CZ und HU noch am stabilsten



„Was schätzen Sie, wie wird Ihre persönliche wirtschaftliche Situation in ca. einem Jahr sein? Wird sie sich eher verbessern, verschlechtern oder gleich bleiben?“
 Angaben in % – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen) und März/April 2024 bzw. *September 2024 für RO (gepunktete Balken/graue Zahlen)
 Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Hohe Belastung durch Inflation 2026 im Vorjahresvergleich

Zwischen 18 % (CH, UK) und 41 % (HU); Steigerungen in AT und DE



„Wie belastet fühlen Sie sich derzeit durch die gestiegenen Preise?“ Antwortoption: „sehr belastet“

Angaben in % – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen) bzw. März/April 2024 (*HU) bzw. September 2024 (**RO)

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Lebensbereiche mit Einsparungen in den letzten 12 Monaten

Vor allem Gastronomie, Kleidung, Lebensmittel, Dienstleistungen

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Restaurant-, Café-, Bar-Besuche	49	45	42	37	45	44	40	32	47	58
Kleidung	46	40	40	35	38	44	34	37	48	48
Lebensmittel	37	30	27	21	22	19	19	31	30	23
Dienstleistungen (z.B. Friseur)	36	25	26	18	23	30	23	31	34	27
Geschenke und Feierlichkeiten	34	26	24	20	28	37	28	27	36	42
Freizeit (Kultur, Sport, Hobby)	31	27	24	19	25	26	22	32	30	27
Urlaubsreisen	31	26	25	19	25	27	17	24	26	30
Auto / Benzin, Diesel	31	27	24	26	21	24	21	21	28	37
Tagesausflüge	30	31	24	29	25	26	18	18	24	17
Stromverbrauch	30	29	17	32	26	26	33	26	32	34
Kurz- und Wochenendreisen	29	25	22	18	23	28	19	20	28	31
Elektronik und Technik	28	20	21	14	19	24	23	20	29	39
Wohnen / Wohnungseinrichtung	26	15	17	18	20	20	20	21	30	41
Heizenergieverbrauch	23	27	11	31	28	29	22	25	26	29
Kommunikation/Medien	17	13	16	10	12	10	11	12	18	15
Wasserverbrauch	17	21	12	19	15	14	27	25	21	19
Gesundheit	13	9	10	6	6	10	10	6	12	14
Vorsorge (z.B. Altersvorsorge)	12	11	11	3	7	7	7	12	14	11
In keinem dieser Bereiche	13	14	17	21	18	11	14	15	8	6

i
 NL und AT: Im Vergleich zum Vorjahr etwas mehr Einsparungen bei Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen

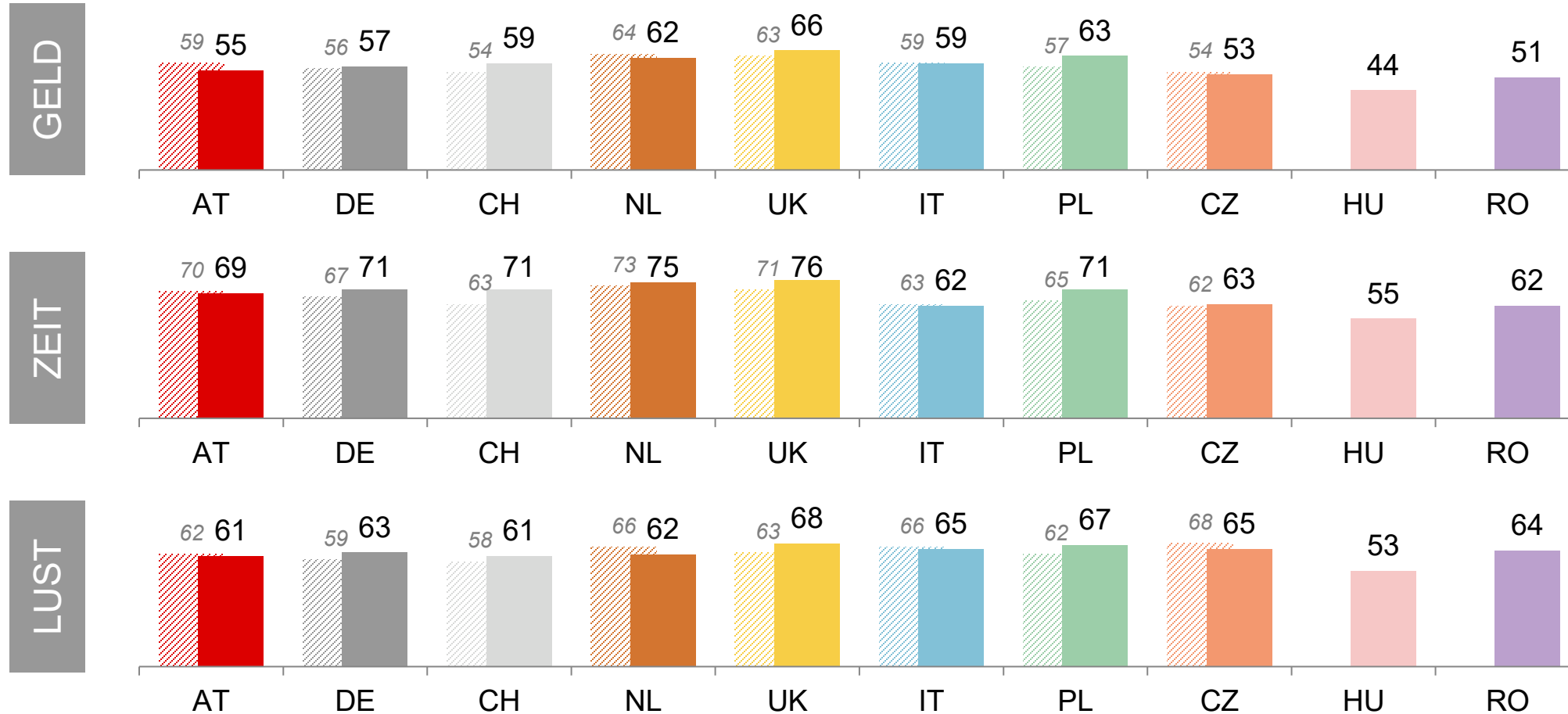
„In welchen der folgenden Lebensbereiche haben Sie in den letzten 12 Monaten finanzielle Einsparungen vorgenommen bzw. beim Verbrauch eingespart?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Reisen-Wollen und -Können Sommer 2026 im Vorjahresvergleich

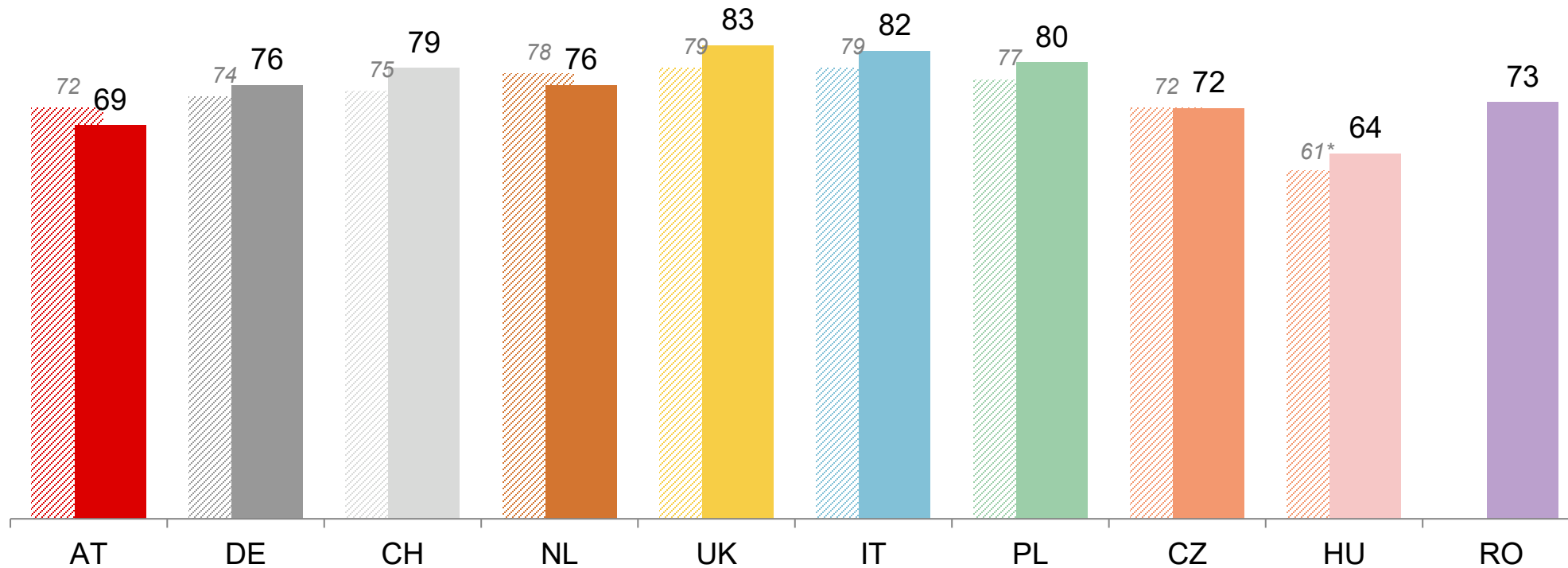
Hohe Werte mit leichten Anstiegen in DE, CH, UK, PL;
ansonsten weitgehend stabil



„Sie sehen hier Aussagen zu Urlaubsreisen im kommenden Sommer (also Mai bis Oktober 2026). Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?“
Angaben in %; Werte für „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“ – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen)
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Positive Reisepläne im Sommer 2026 im Vorjahresvergleich

Insgesamt hohe und fast überall leicht höhere Werte als im Vorjahr, außer AT und NL

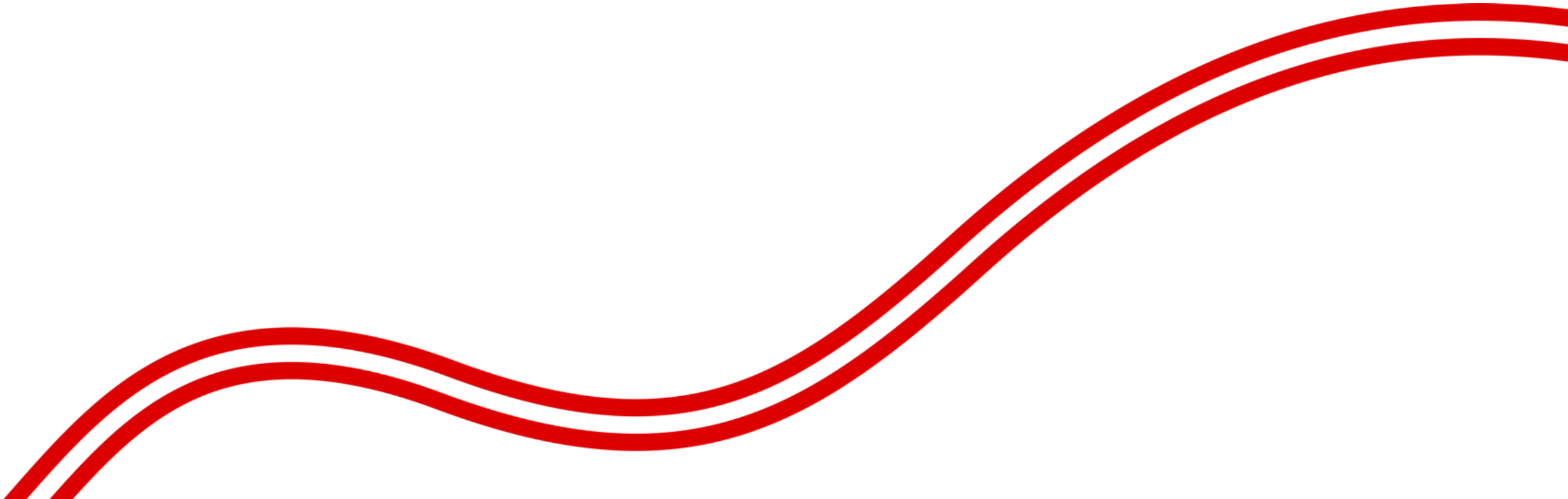


„Haben Sie für den Sommer (Mai, Juni, Juli, August, September, Oktober 2026) schon Urlaubspläne?“

Angaben in %, Werte für „Ja, Ziel sicher“ und „Ja, Ziel noch unsicher“ – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen) bzw. März/April 2024 (*HU)

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Geplante Reiseziele Sommer 2026



Top 10-Reiseziele im Sommer 2026 „höchstwahrscheinlich“

Österreich in DE, CH, PL, CZ und HU etwas höhere Werte als 2025

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
1	AT 41% 42%	DE 50% 52%	IT 32% 33%	NL 33% 34%	UK 37% 34%	IT 72% 69%	PL 59% 57%	CZ 51% 53%	HU 48% 48%	RO 52%
2	IT 29% 31%	IT 20% 18%	CH 30% 31%	DE 24% 23%	ES 26% 24%	ES 24% 19%	IT 19% 19%	SK 19% 15%	HR 21% 17%	GR 26%
3	HR 23% 22%	ES 15% 16%	DE 24% 25%	ES 20% 21%	FR 19% 17%	GR 14% 15%	HR 15% 16%	IT 16% 18%	IT 19% 15%	IT 18%
4	DE 18% 20%	GR 11% 11%	FR 18% 15%	FR 20% 20%	IT 16% 18%	FR 13% 13%	GR 14% 14%	HR 15% 15%	GR 14% 12%	ES 12%
5	GR 12% 11%	FR 11% 11%	ES 16% 16%	IT 15% 15%	US/CA 16% 12%	UK 7% 6%	ES 14% 13%	PL 15% 10%	AT 10% 8%	TR 9%
6	ES 11% 11%	AT 10% 9%	AT 13% 11%	BE 14% 13%	GR 13% 16%	HR 7% 8%	DE 8% 8%	GR 15% 16%	ES 8% 6%	BG 8%
7	TR 6% 6%	HR 9% 8%	GR 11% 11%	GR 10% 14%	PT 9% 10%	PT 6% 6%	UK 8% 7%	ES 11% 12%	DE 7% 6%	DE 6%
8	Fern 6% 5%	DK 8% 7%	HR 9% 6%	Fern 7% 8%	DE 9% 8%	Fern 5% 6%	TR 6% 9%	AT 9% 7%	TR 6% 6%	FR 6%
9	FR 6% 7%	NL 8% 9%	PT 7% 8%	UK 6% 6%	Fern 9% 9%	DE 5% 6%	FR 6% 6%	DE 7% 9%	FR 4% 4%	N-Afrika 6%
10	HU 4% 4%	Fern 5% 7%	UK 7% 6%	TR 6% 8%	IE 7% 6%	IE 5% 5%	CZ 6% 5%	N-Afrika 7% 8%	RO 4%	UK 5%
				11. AT 6% 6%	22. AT 3% 3%	13. AT 4% 4%	13. AT 4% 2%			14. AT 3%

„Wo werden Sie Ihre Urlaubsreise(n) im Sommer 2026 höchstwahrscheinlich verbringen?“

Angaben in %; Werte in kursiv = Vergleich zu den Vorgängerstudien Sommer 2025 bzw. Sommer 2024 (HU)

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Alpen/Berge-Potenziale im Sommer 2026

Österreich häufig in den Top 3; italienische Alpen sind starke Konkurrenz

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Österreich	83	72	67	50	49	65	41	59	67	62
Italien (Alpen)	69	72	68	58	59	85	62	56	67	74
Schweiz	46	60	78	43	50	59	40	46	47	61
Bayern	45	65	46	38	28	54	35	36	40	37
Slowenien	44	39	31	36	28	53	44	47	53	48
Französische Alpen	35	48	45	43	42	51	38	37	38	56
Tschechische Rep.	34	39	28	39	33	43	50	87	46	47
Slowakei	29	33	25	30	27	40	47	66	47	43
Bulgarien	26	34	25	24	32	32	40	39	39	58
Polen	23	39	28	28	43	39	84	61	44	48
Rumänien	22	27	23	20	30	34	31	27	39	93

i

IT:
 77 % Trentino;
 76 % Südtirol;
 70 % Aostatal;
 65 % Veneto;
 65 % Friaul-Julisch Venetien;
 63 % Piemont;
 54 % Lombardei

UK:
 27 % Andorra

„Und wie sieht ihr Interesse für die verschiedenen Alpenregionen aus? Welche dieser Ziele planen Sie im Sommer 2026 „ziemlich sicher“ zu bereisen bzw. welche kommen für Sie „generell in Frage“?“

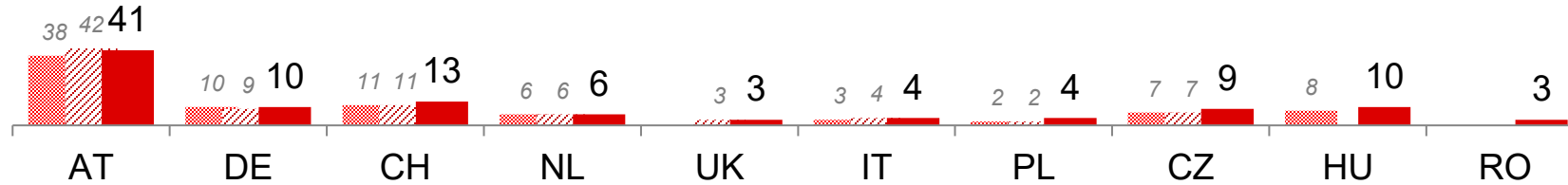
Angaben in %; Werte für „plane ziemlich sicher“ und „kommt generell in Frage“

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

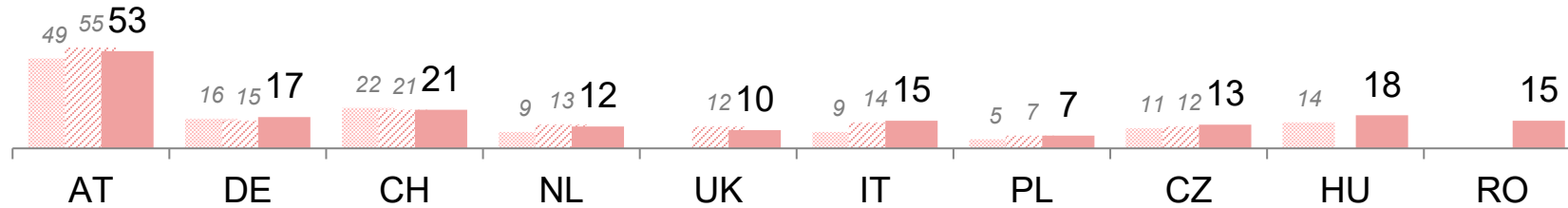
Österreich-Potenzial Sommer 2026 im Vorjahresvergleich

Leichte Anstiege in vielen Märkten bei den Ö-Planenden;
Anstiege beim Ö-Kernpotenzial in DE, IT, CZ und HU

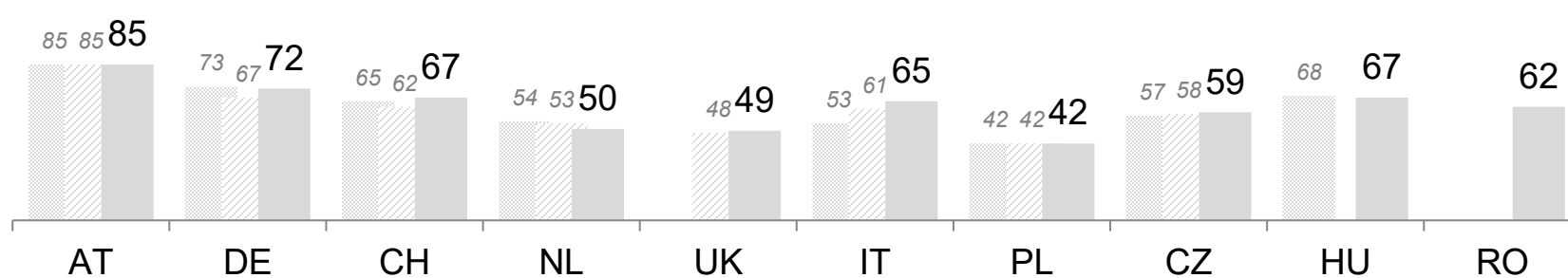
Österreich-Planende
Sommer 2026
in Ö fest geplant



Ö-Kernpotenzial
Sommer 2026 in Ö
fest geplant ODER
ziemlich sicher



Ö-Gesamtpotenzial
Sommer 2026 in Ö
fest geplant ODER
ziemlich sicher ODER
kommt generell in
Frage

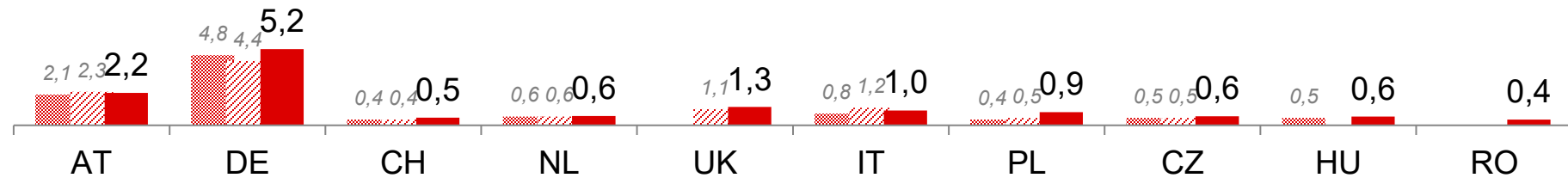


„Sie sehen hier Aussagen zu Urlaubsreisen im kommenden Sommer (also Mai bis Oktober 2026). Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?“
Angaben in % – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen) und März/April 2024 (gepunktete Balken/graue Zahlen)
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

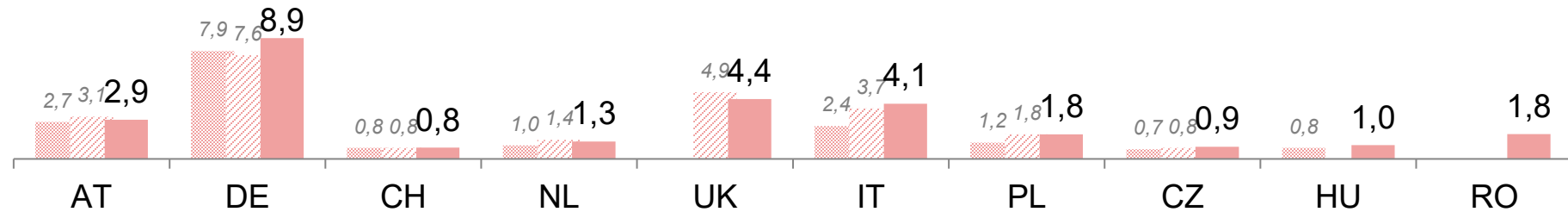
Österreich-Potenzial Sommer 2026 im Vorjahresvergleich / in Mio.

In den meisten Märkten Zuwächse im Volumen (vor allem DE);
 Ö-Gesamtpotenzial erreicht in mehreren Märkten neue Höchststände

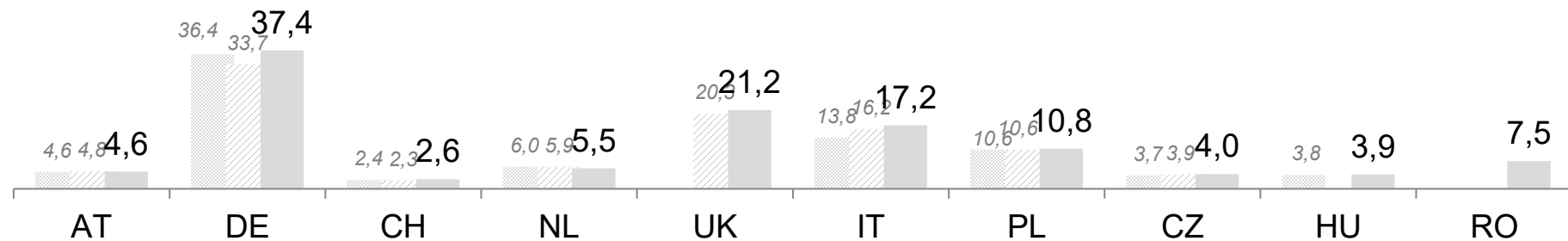
Österreich-Planende
 Sommer 2026
 in Ö fest geplant



Ö-Kernpotenzial
 Sommer 2026 in Ö
 fest geplant ODER
 ziemlich sicher



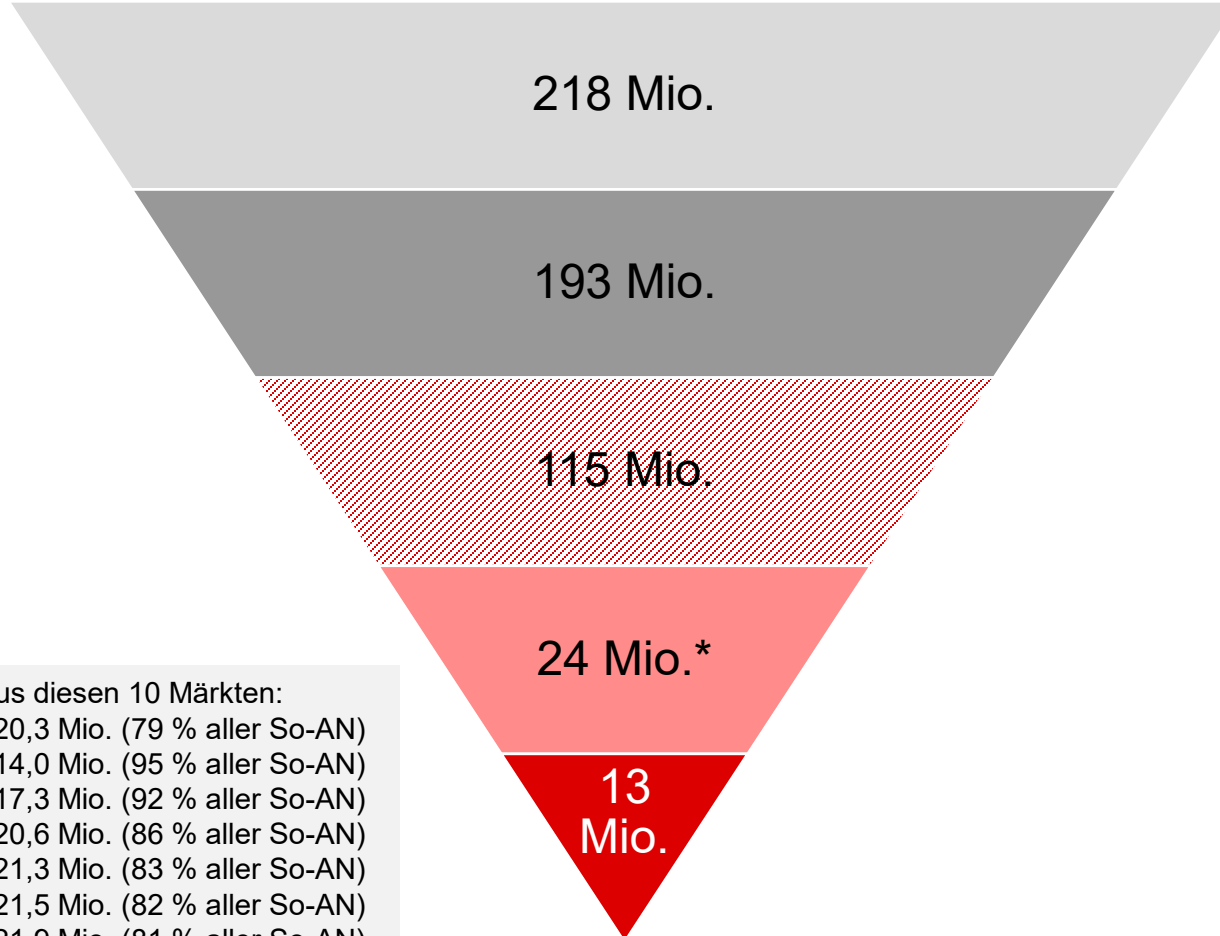
Ö-Gesamtpotenzial
 Sommer 2026 in Ö
 fest geplant ODER
 ziemlich sicher ODER
 kommt generell in Frage



„Sie sehen hier Aussagen zu Urlaubsreisen im kommenden Sommer (also Mai bis Oktober 2026). Inwieweit treffen diese Aussagen auf Sie persönlich zu?“
 Angaben in Millionen – Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen) und März/April 2024 (gepunktete Balken/graue Zahlen)
 Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Österreich-Potenzial im Sommer 2026: Summe aller 10 Märkte

Mehr Reiseplanende und mehr Österreich-Planende als im Vorjahr



Gesamtbevölkerung

in den 10 untersuchten Märkten

Menschen mit Reiseplänen

in den 10 untersuchten Märkten

Österreich-Gesamtpotenzial

Sommerurlaub in Österreich fest geplant, ziemlich sicher oder kommt generell in Frage

Österreich-Kernpotenzial

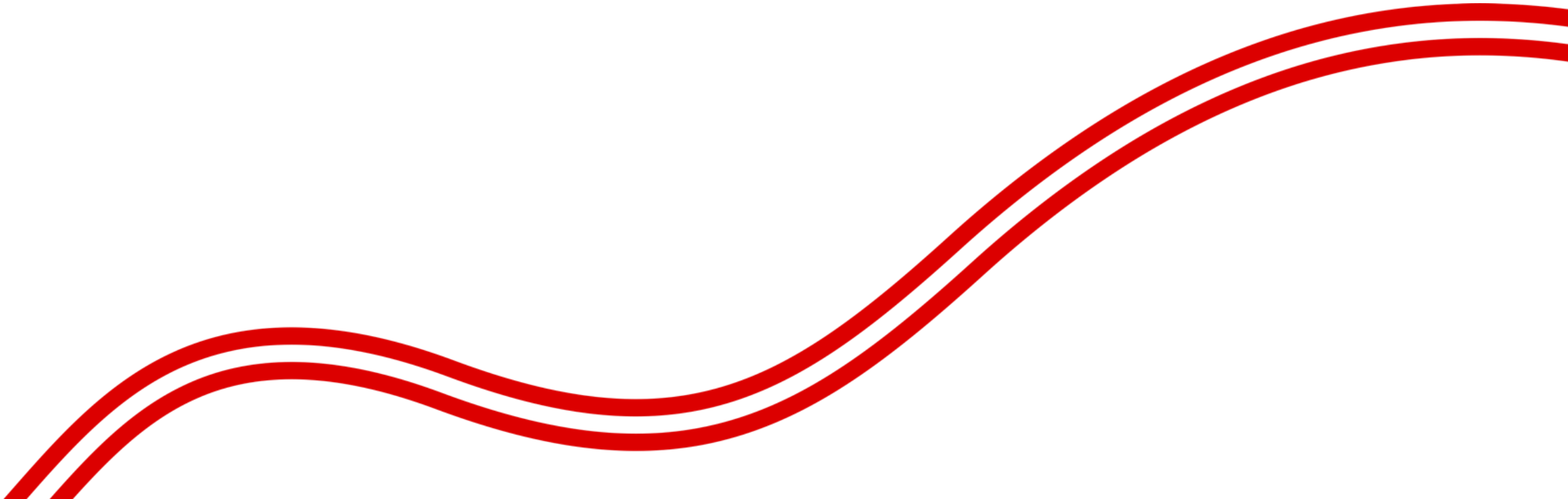
Sommerurlaub in Österreich fest geplant oder ziemlich sicher

Österreich-Planende

Sommerurlaub in Österreich fest geplant

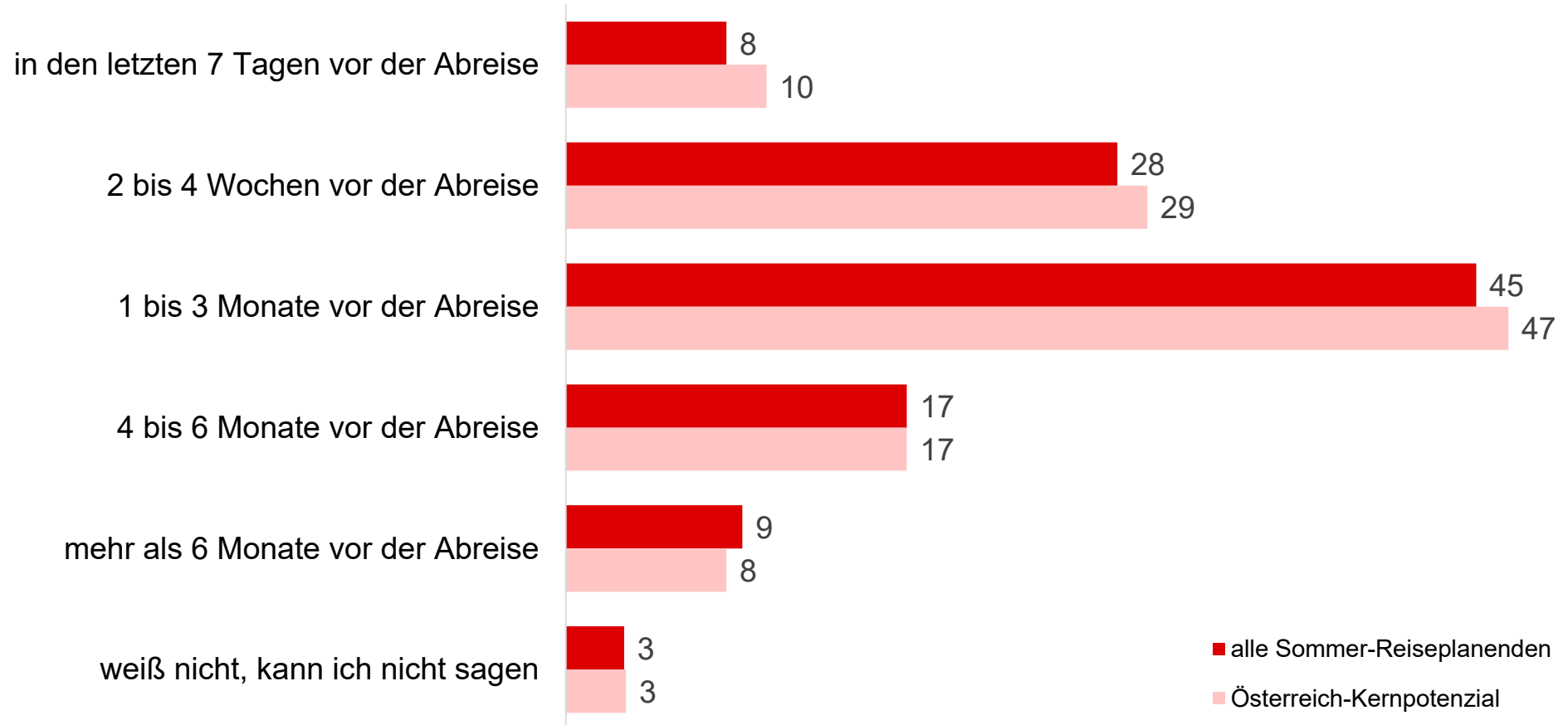
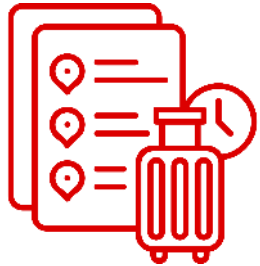
Ankünfte in Ö aus diesen 10 Märkten:
 Sommer 2019: 20,3 Mio. (79 % aller So-AN)
 Sommer 2020: 14,0 Mio. (95 % aller So-AN)
 Sommer 2021: 17,3 Mio. (92 % aller So-AN)
 Sommer 2022: 20,6 Mio. (86 % aller So-AN)
 Sommer 2023: 21,3 Mio. (83 % aller So-AN)
 Sommer 2024: 21,5 Mio. (82 % aller So-AN)
 Sommer 2025: 21,9 Mio. (81 % aller So-AN)
 Quelle: Statistik Austria

Inspiration & Buchung Sommer 2026



Geplanter Beginn der Reiseplanung Sommer 2026

Die meisten beginnen ein bis drei Monate vorab mit der Planung; Ö-Kernpotenzial etwas kurzfristiger als der Durchschnitt



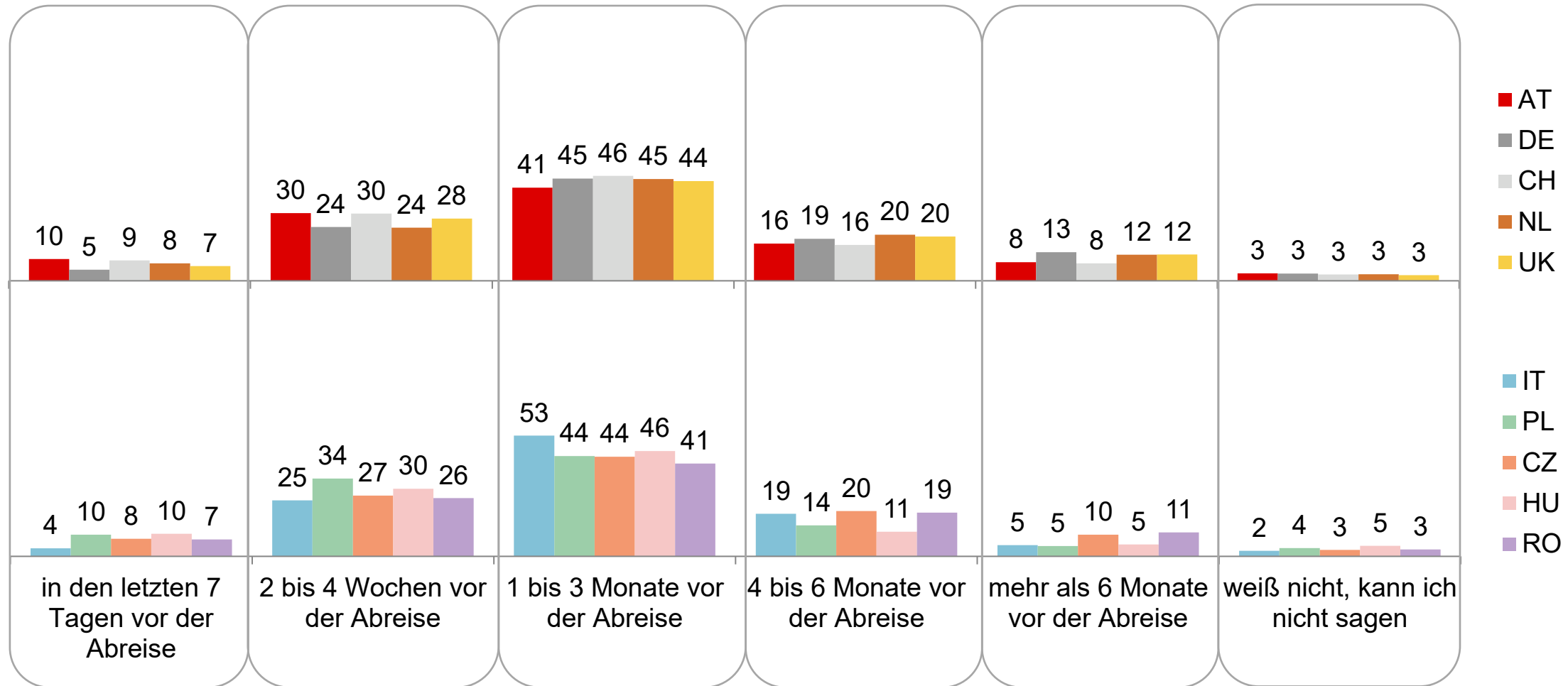
„Wie lange vor der Abreise werden Sie voraussichtlich mit der Planung für Ihre Reise(n) im kommenden Sommer beginnen? Denken Sie bitte an alle Reisen im kommenden Sommer. Sie können mehrere Antworten geben.“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende und Ö-Kernpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeilen B und E)

Geplanter Beginn der Reiseplanung Sommer 2026

AT, CH, PL und HU planen kurzfristiger als der Rest



„Wie lange vor der Abreise werden Sie voraussichtlich mit der Planung für Ihre Reise(n) im kommenden Sommer beginnen? Denken Sie bitte an alle Reisen im kommenden Sommer. Sie können mehrere Antworten geben.“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Präferierte Inspirationsquellen bei Urlaubsreisen

Oft Familie/Freunde & eigene Erfahrung vorne; Reisezielwebsites stark in IT, PL, UK, CZ, RO; Social Media in RO, UK, PL

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Familie / Freunde / Kollegen	37	39	44	30	33	30	36	40	32	39
Eigene Erfahrung	33	37	34	33	35	25	31	38	30	29
Google oder andere Suchmaschine	26	27	30	30	29	33	35	32	31	30
Buchungsplattformen / Online-Reiseportale	26	30	24	25	36	28	21	18	25	24
Reisebüro / Reiseveranstalter	24	22	21	19	31	24	34	31	18	36
Prospekt / Flyer / Katalog (print oder online)	22	19	18	14	18	14	10	15	12	17
Reisesendungen / Dokumentationen	20	27	22	16	28	23	15	9	11	19
Reisemagazine etc. (print oder online)	17	19	17	14	22	18	16	12	13	14
Reiseführer/-literatur	14	20	15	13	29	19	23	14	9	24
Unterkunft direkt / Unterkunftswebsites	14	19	19	23	24	14	23	22	25	15
Reisezielwebsites	13	21	20	23	38	49	47	36	20	36
YouTube*	13	17	15	12	21	16	23	11	12	24
Blogger / Influencer*	12	14	15	9	15	16	15	12	11	19
Instagram*	11	17	21	15	19	20	14	14	9	17
ChatGPT oder sonstige KI-Anwendungen	11	13	16	12	18	14	15	10	13	14
Bewertungsplattformen	10	12	9	11	23	10	12	14	8	8
TikTok*	8	8	12	11	14	9	11	7	10	14
Spielfilm / Kinofilm / TV-Serie	7	6	8	3	11	8	7	5	3	7
Tourist-Info der Region / des Ortes	7	12	11	6	16	20	17	22	5	28
Facebook*	7	9	9	7	13	10	20	15	21	25
Reise-/Freizeitmessen	6	7	7	6	6	4	3	3	5	8
Foren / Communities	5	7	6	4	9	15	22	17	23	19
Tourismuszentrale des Reiselandes	4	8	8	4	12	10	6	2	4	10
Bücher mit Lokalkolorit, Insel-Krimis	4	5	6	4	10	6	5	4	4	3
Sonstige Social Media-Kanäle*	3	3	5	4	7	3	3	3	2	4
Verkehrsunternehmen	3	4	3	4	11	4	4	6	7	10
Podcasts	2	2	2	2	4	3	4	4	2	5
Radio	2	4	3	1	2	3	3	3	1	4
Live-Streaming-Plattformen*	1	2	2	2	4	2	2	1	2	3



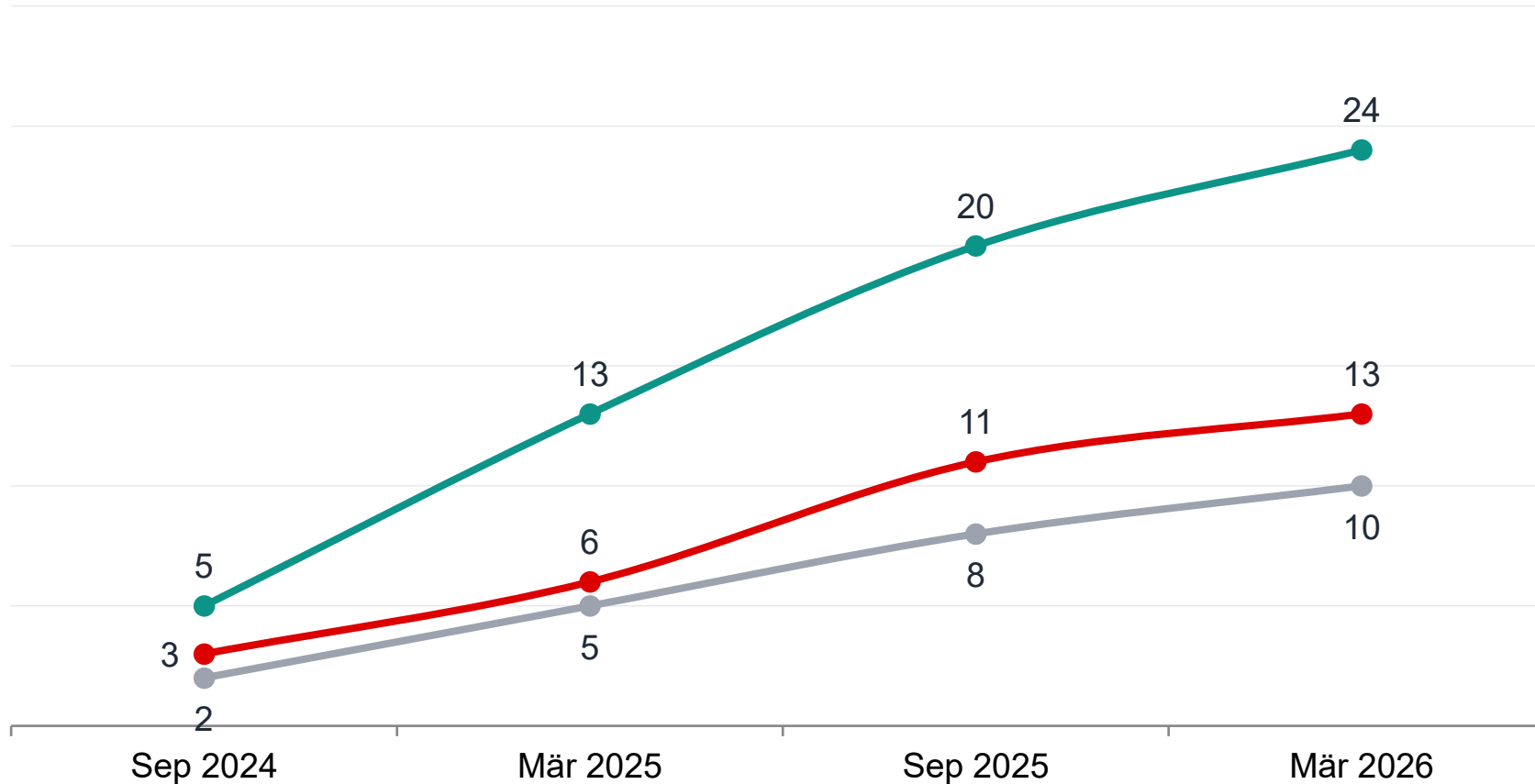
**Nettowerte
Social Media:**

- AT: 30 %
- DE: 36 %
- CH: 37 %
- NL: 31 %
- UK: 46 %
- IT: 39 %
- PL: 44 %
- CZ: 32 %
- HU: 36 %
- RO: 49 %

→ In UK, HU und RO auf Platz 1

ChatGPT etc. als Inspirationsquelle im Zeitverlauf

Deutlich steigende Nutzungsraten – besonders in der Gen Z



Gen Z
24 %
+19 Prozentpunkte seit Sep 2024

Alle Reiseplanenden
13 %
+10 Prozentpunkte seit Sep 2024

Nicht Gen Z
10 %
+8 Prozentpunkte seit Sep 2024

„Von welchen Medien/Quellen lassen Sie sich gerne bei der Planung Ihrer Urlaubsreise(n) für den kommenden Sommer inspirieren?“

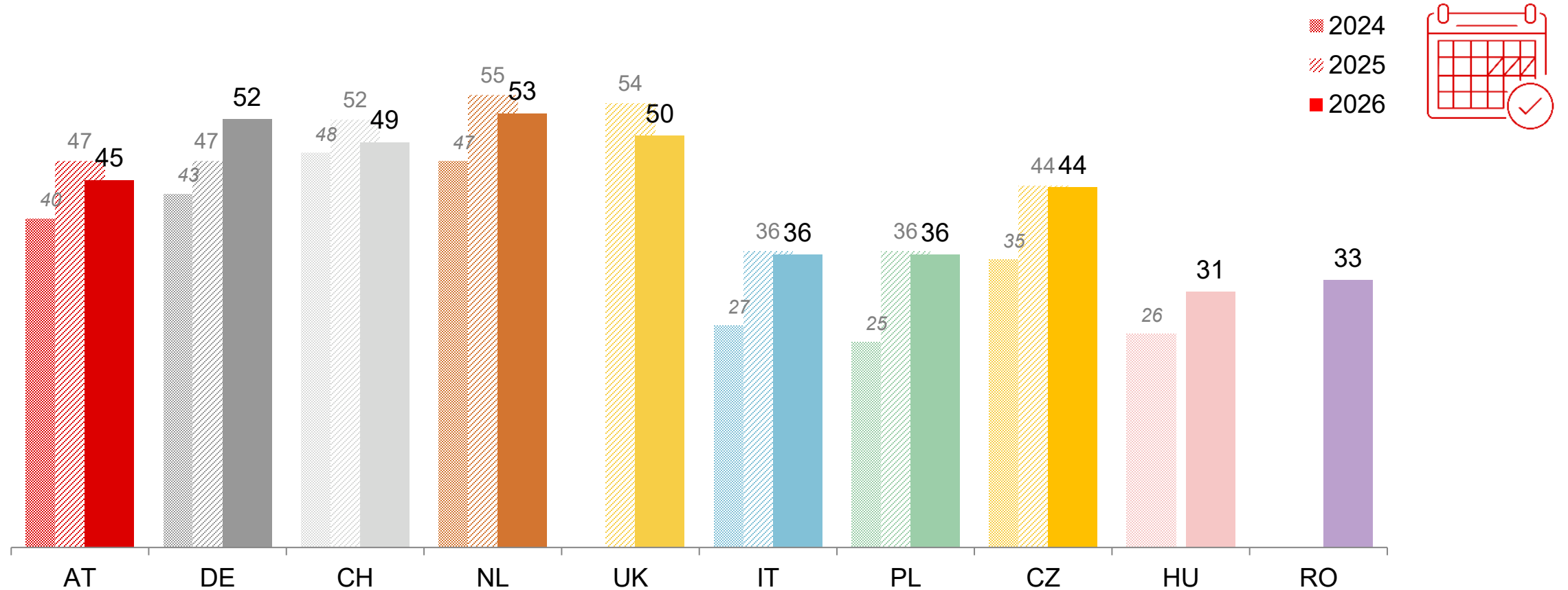
Angaben in % - Antwort für ChatGPT oder sonstige KI-Anwendungen

Angaben in % der Reiseplanenden jener sechs Länder, die in allen vier Potenzialstudien erhoben wurden (= AT, DE, CH, NL, UK, CZ)

Quelle: Studie Sommer- und Winterpotenzialstudien von NIT/ÖW | Basis: Reiseplanende, Gen Z (Jahrgänge ab 1995), Nicht Gen Z (vor 1995 Geborene)

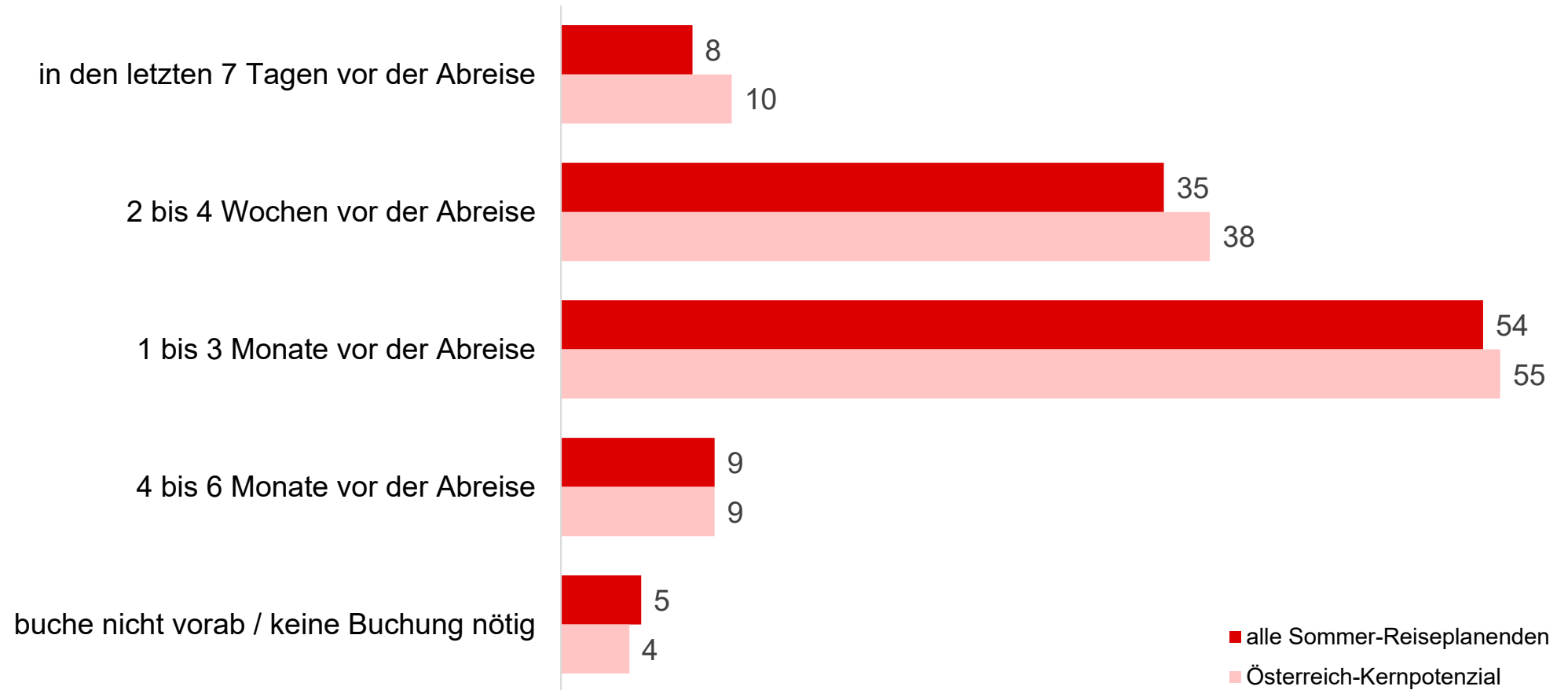
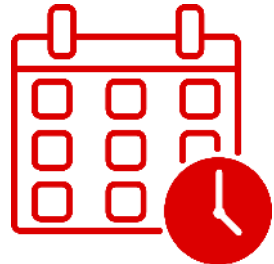
Sommerurlaub 2026 schon gebucht? (im Vorjahresvergleich)

Höchste Raten in NL, DE, UK; große Unterschiede zwischen den Märkten in Größenordnung und Dynamik



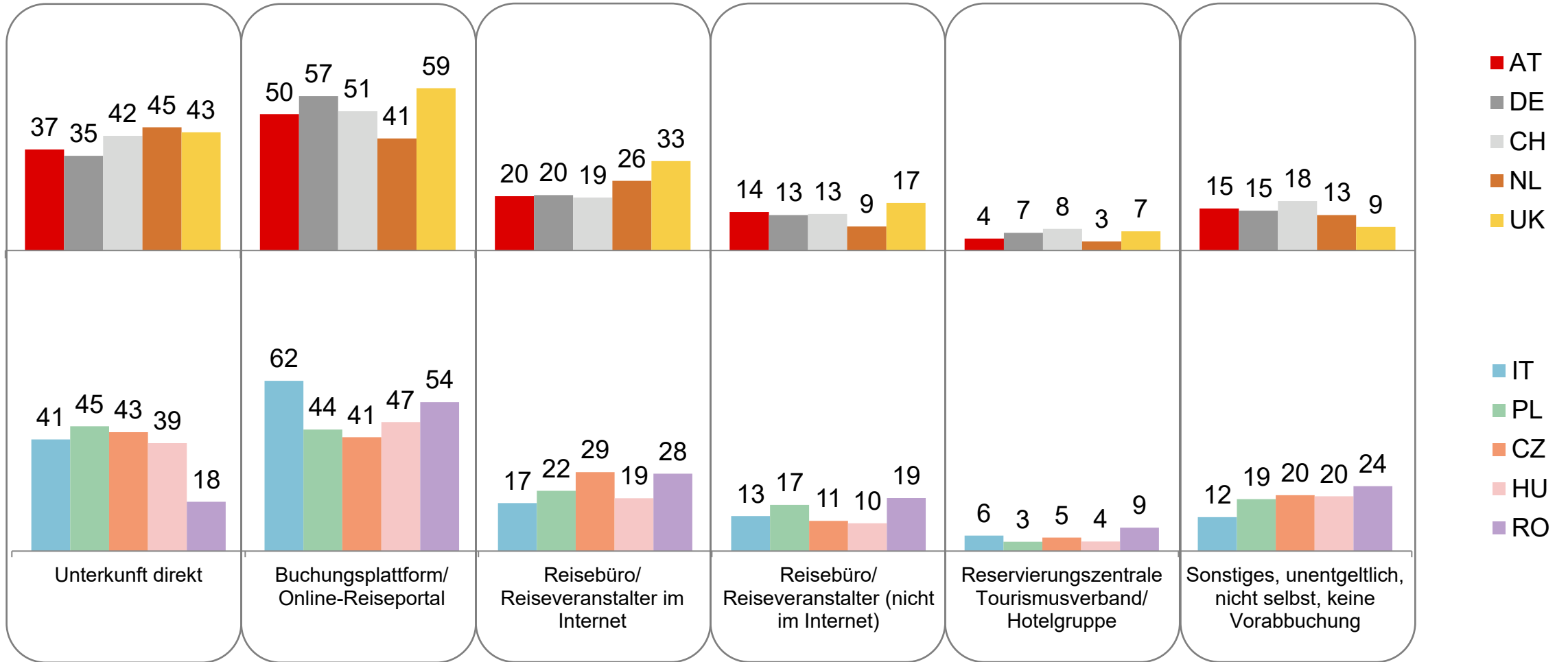
Geplanter Buchungszeitpunkt Sommer 2026

43 % buchen erst in den letzten vier Wochen;
Ö-Kernpotenzial etwas kurzfristiger als der Durchschnitt



Geplante Buchungsstellen im Sommer 2026

Fast überall Unterkunft direkt oder Online-Portale am wichtigsten

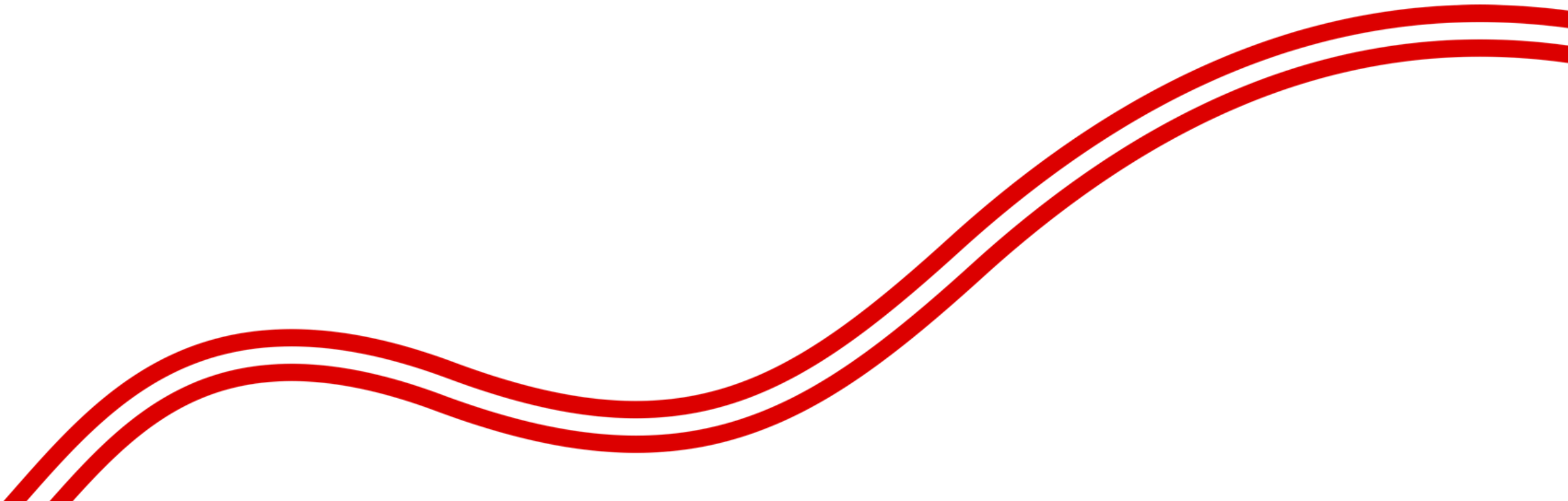


„Und wo/bei wem werden Sie die Unterkunft (bzw. das Pauschalangebot) für Ihre Sommerreise(n) buchen bzw. wo/bei wem haben Sie bereits gebucht?“ Mehrfachnennungen

Angaben in %

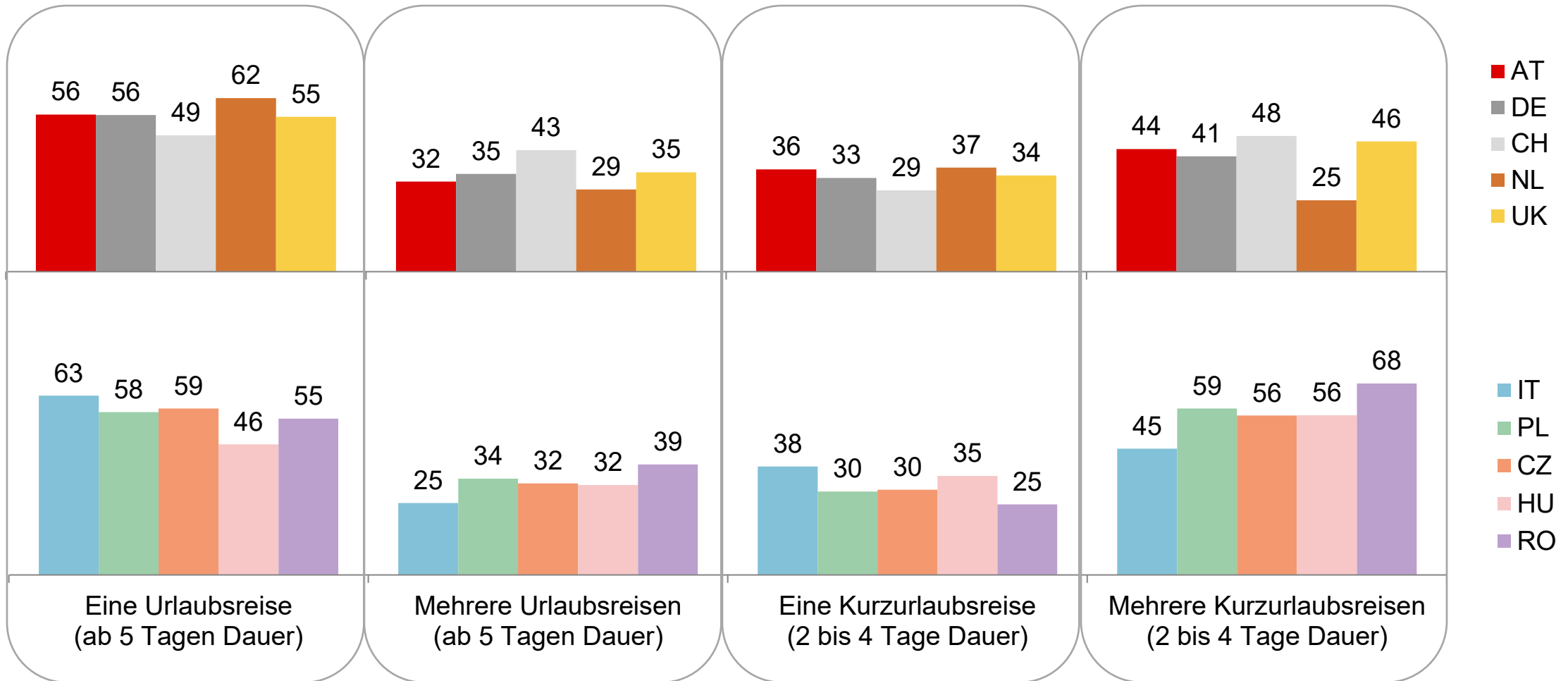
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplantes Reiseverhalten Sommer 2026



Geplante Reiseanzahl im Sommer 2026

Die meisten planen eine Urlaubsreise bzw. mehrere Kurzreisen; besonders bei Kurzurlaubsreisen große Unterschiede



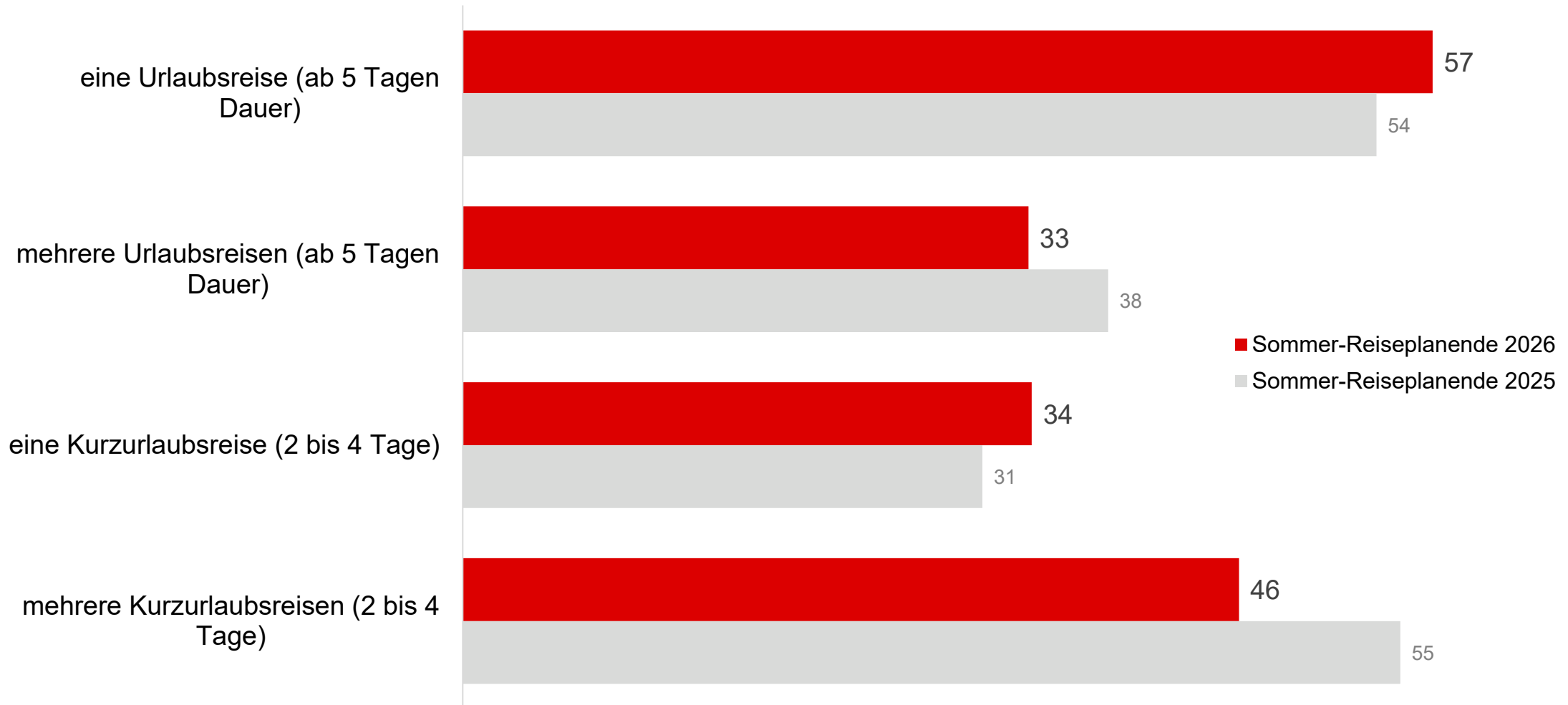
„Wie viele Reisen planen Sie im kommenden Sommer (also von Mai bis Oktober) zu unternehmen?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Reiseanzahl Sommer 2026 vs. Sommer 2025

Aktuell stärkere Fokussierung auf die Durchführung einer längeren Reise



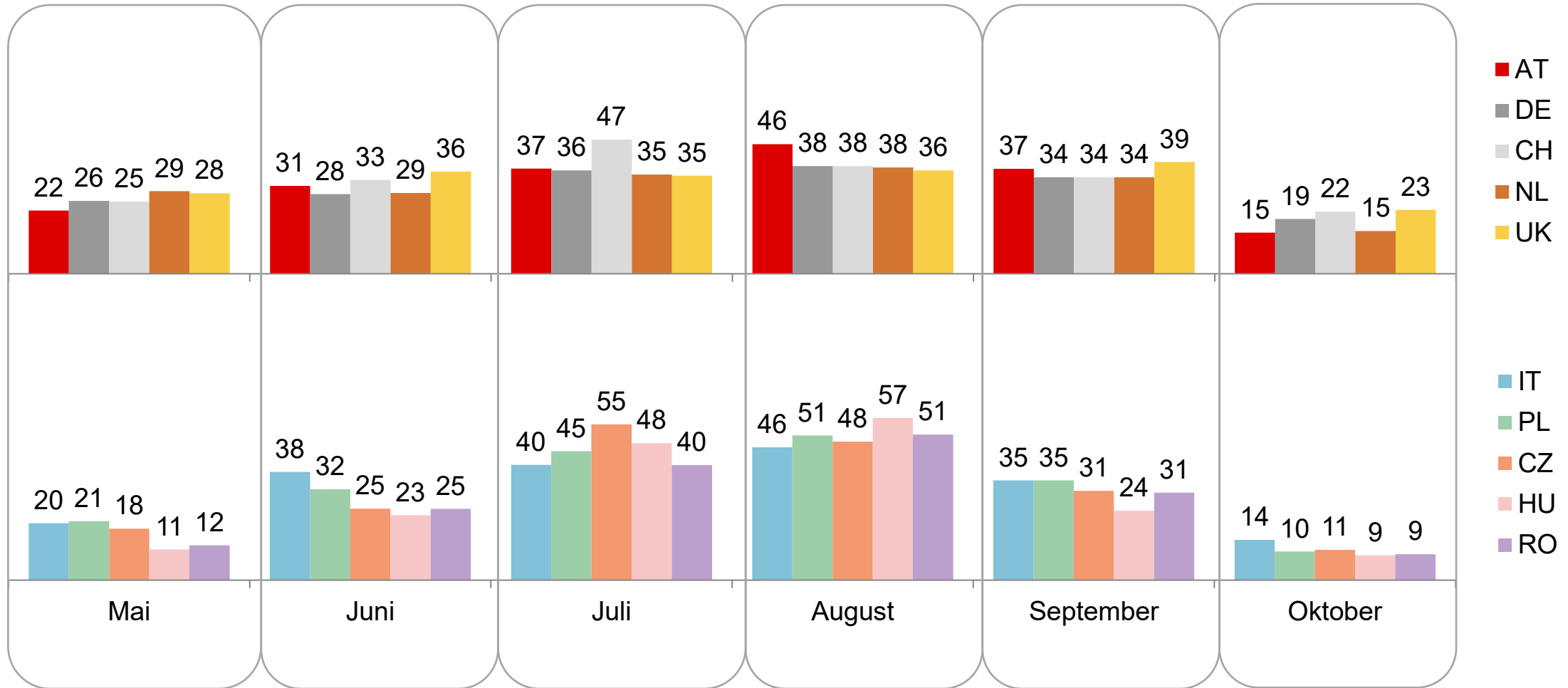
„Wie viele Reisen planen Sie im kommenden Sommer (also von Mai bis Oktober) zu unternehmen?“

Angaben in %, Vergleich jener acht Länder, die in beiden Saisonen befragt wurden (AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ)

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 bzw. Sommerpotenziale 2025 von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende 2026 n=7.049 vs. Sommer-Reiseplanende 2025 n=6.939

Angepeilter Reisezeitpunkt im Sommer 2026

Schwerpunkt Juli/August, September und teilweise Juni ebenfalls stark

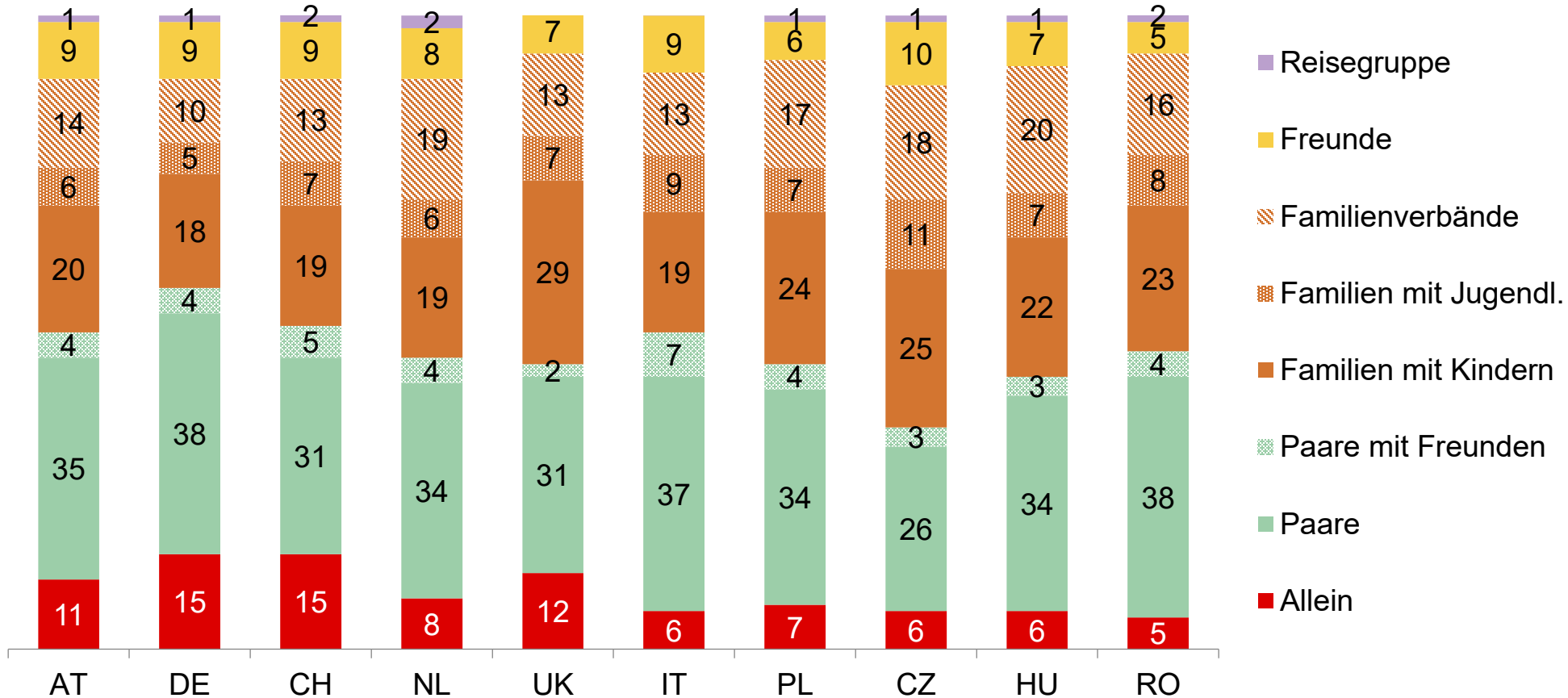


„Wann werden Sie Ihre Reise(n) wahrscheinlich unternehmen?“ Mehrfachnennungen
Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Reisebegleitung im Sommer 2026

In allen Märkten entweder Paare oder Familien am stärksten



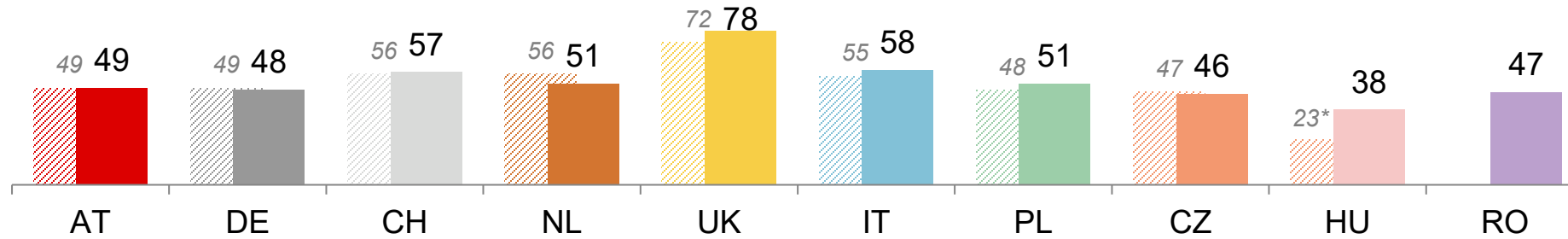
„Mit wem werden Sie diese Reise(n) unternehmen?“ Mehrfachnennungen; dargestellt: Reisekombinationen

Angaben in %

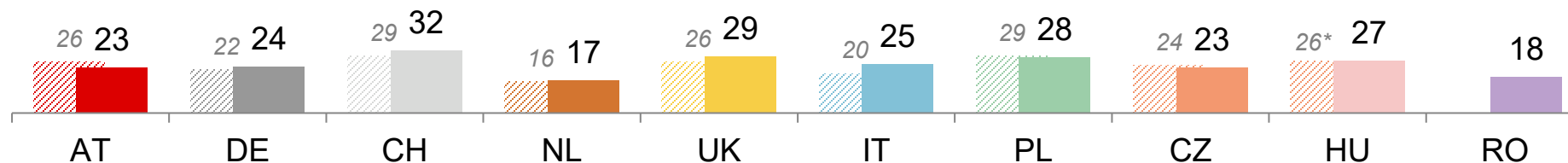
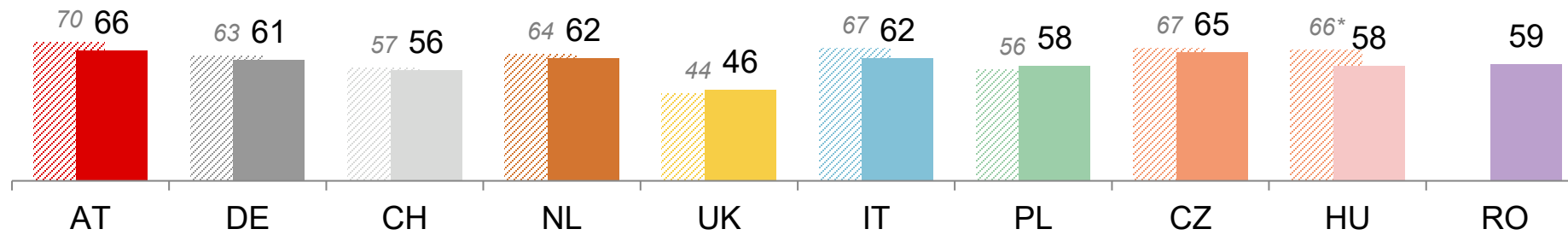
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Anreiseverkehrsmittel im Vorjahresvergleich

Auto bleibt dominantes Verkehrsmittel - außer in UK; Flugzeug gewinnt fast überall dazu



inkl. E-Auto



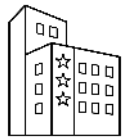
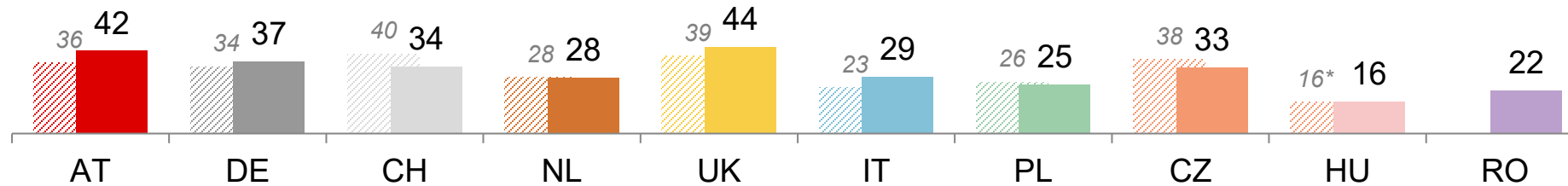
„Welche(s) Verkehrsmittel werden Sie zur An-/Abreise bei dieser(n) Reise(n) hauptsächlich nutzen?“ Mehrfachnennungen
 Angaben in %; Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen); *HU Vergleich zu März/April 2023
 Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Bevorzugt geplante Unterkünfte im Vorjahresvergleich

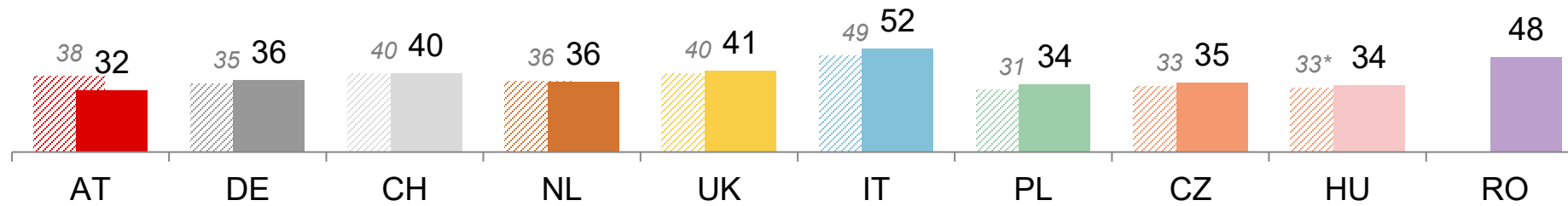
Zuwächse für gehobene Hotellerie in AT, DE, UK und IT; für mittlere Hotellerie in IT, PL und CZ; für FeWo/Ferienhaus in CH, UK und HU



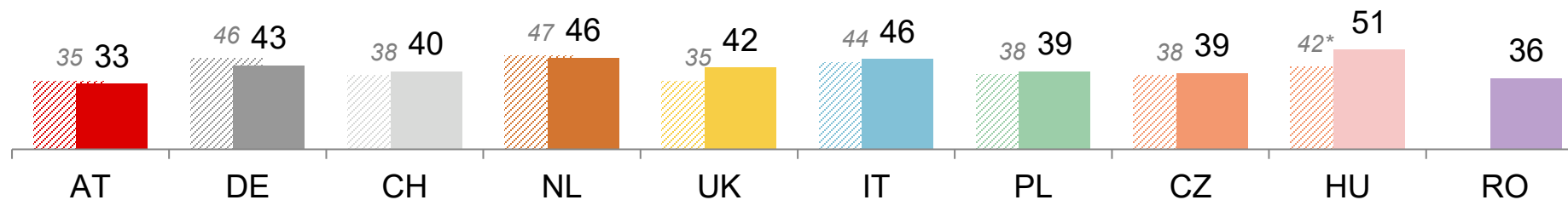
Hotel gehoben



Hotel mittel



FeWo/FeHa



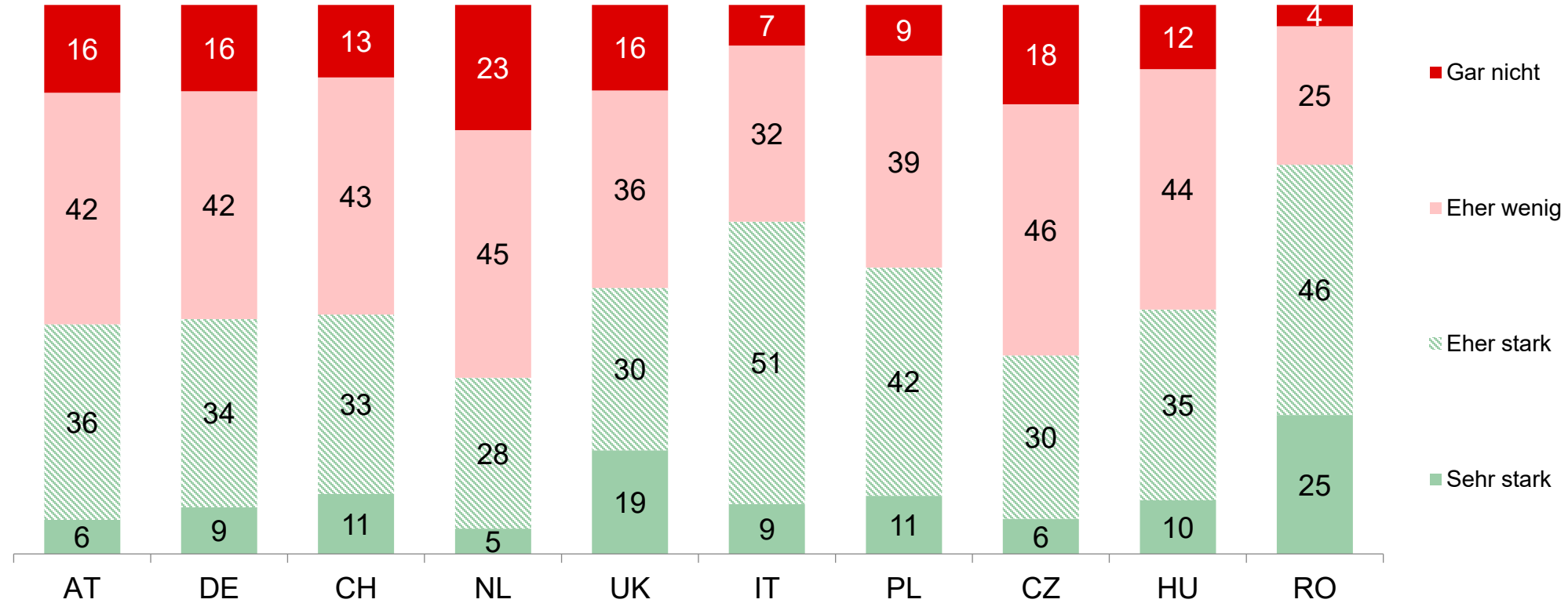
„Welche Unterkunftsart(en) werden Sie bei dieser(n) Reise(n) voraussichtlich wählen?“ Mehrfachnennungen

Angaben in %; Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/grau Zahlen) *HU Vergleich zu März/April 2024

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Nachhaltigkeit und Reiseentscheidung im Sommer 2026

Für 32 % bis 71 % (eher) starke Relevanz von Nachhaltigkeit



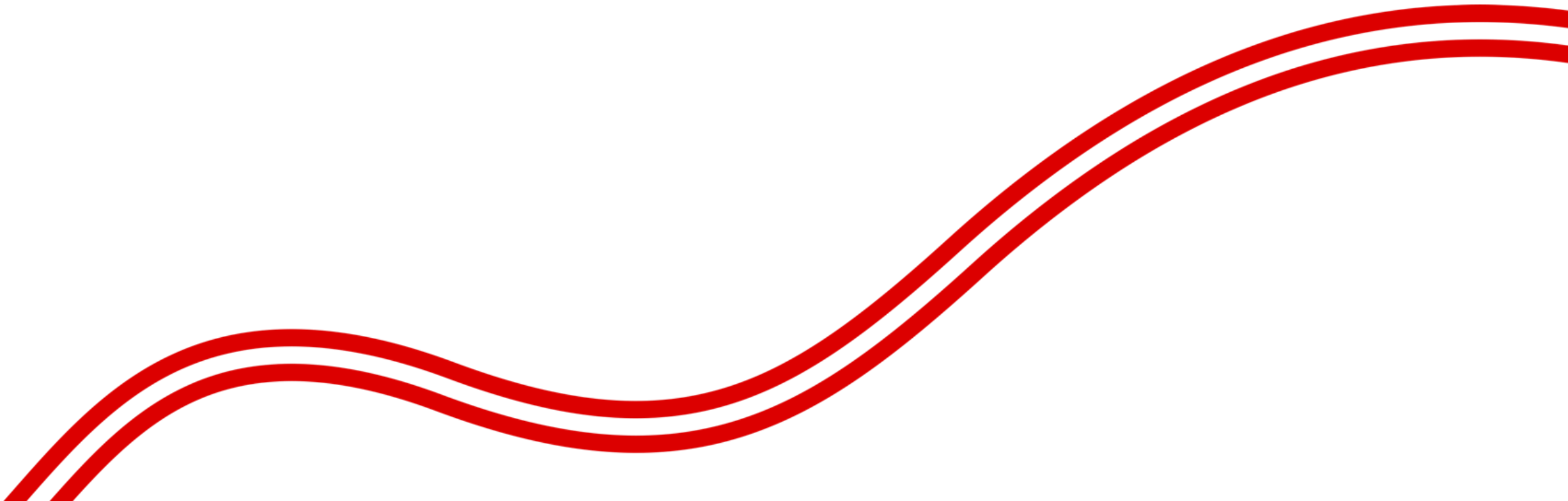
Bitte beachten: Die Märkte weisen beim Thema Nachhaltigkeit unterschiedliche Entwicklungsstände auf – sei es im Hinblick auf das Bewusstsein, das Verhalten oder die alltägliche Umsetzung. Die Angaben der Befragten beziehen sich zudem auf ihr geplantes Reise- und Entscheidungsverhalten in der kommenden Sommersaison. Gerade im Bereich der Nachhaltigkeit ist jedoch ein – in zahlreichen Studien belegter – Attitude-Behavior-Gap zu berücksichtigen, also die Diskrepanz zwischen Einstellung und tatsächlichem Verhalten. Auch wenn Nachhaltigkeit die tatsächlichen Entscheidungen möglicherweise weniger stark beeinflusst als hier angegeben, unterstreichen die hohen Werte dennoch die generelle Bedeutung des Themas.

„Wie stark beeinflussen Nachhaltigkeitsüberlegungen insgesamt Ihre Reiseentscheidung für den Sommer 2026?“

Angaben in %

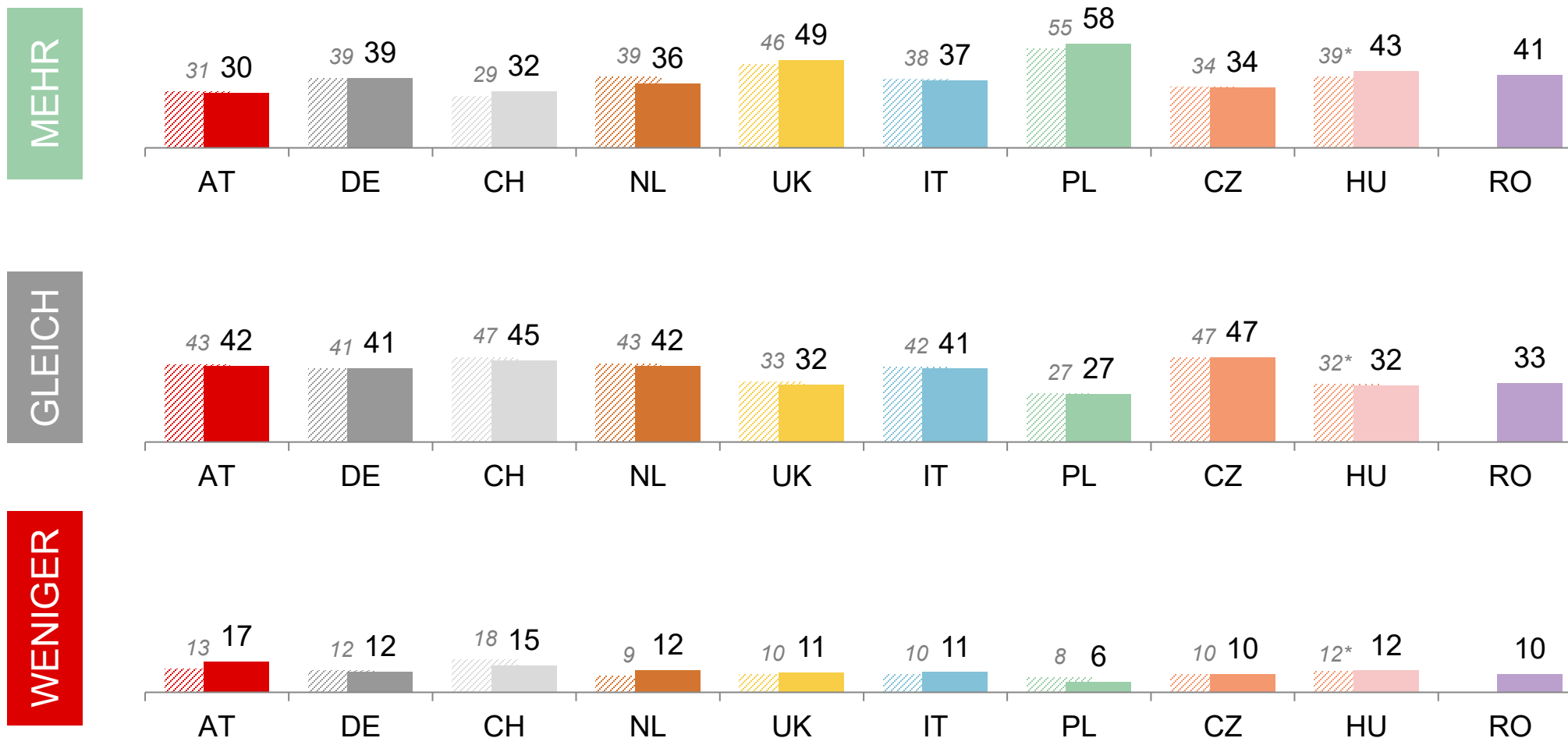
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Urlaubsausgaben Sommer 2026



Geplante Urlaubsausgaben im Vorjahresvergleich

Überall planen die allermeisten mit mehr oder gleich hohen Ausgaben; in AT, NL, UK und IT höherer Anteil jener, die weniger ausgeben wollen



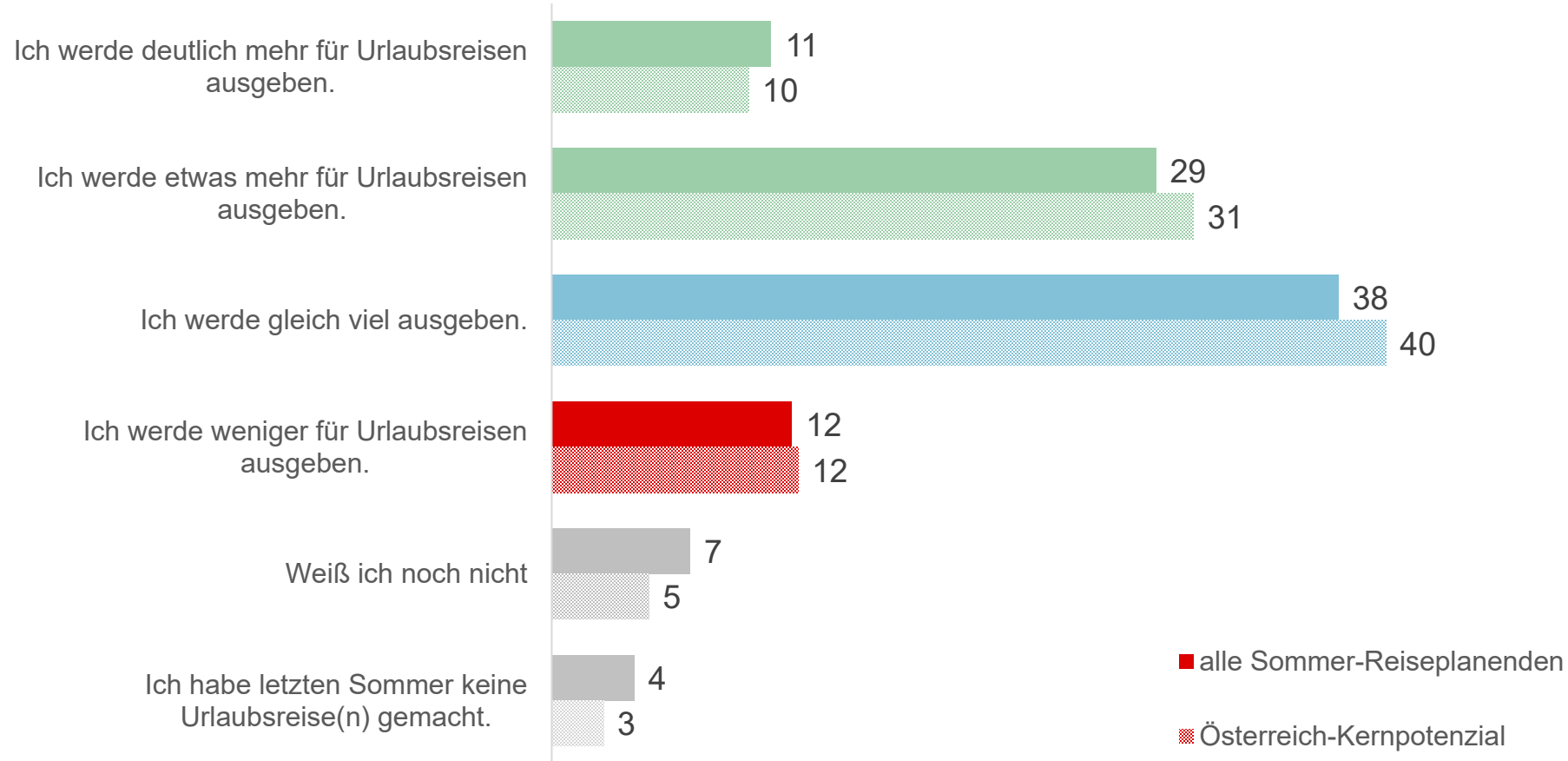
„Wenn Sie an die Kosten für Ihre Reisen im Sommer 2026 (also Mai bis Oktober) denken: Was planen Sie aus heutiger Sicht im Vergleich zum letzten Sommer? Werden Sie weniger, mehr oder gleich viel ausgeben?“

Angaben in %; Vergleich zur Vorgängerstudie vom März/April 2025 (gestrichelte Balken/graue Zahlen); *HU Vergleich zu März/April 2024

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Ausgabenpläne Sommer 2026

Nur 12 % mit Sparplänen bei Urlaubsreisen



„Wenn Sie an die Kosten für Ihre Reisen im Sommer 2026 (also Mai bis Oktober) denken: Was planen Sie aus heutiger Sicht im Vergleich zum letzten Sommer?“

Werden Sie weniger, mehr oder gleich viel ausgeben?“

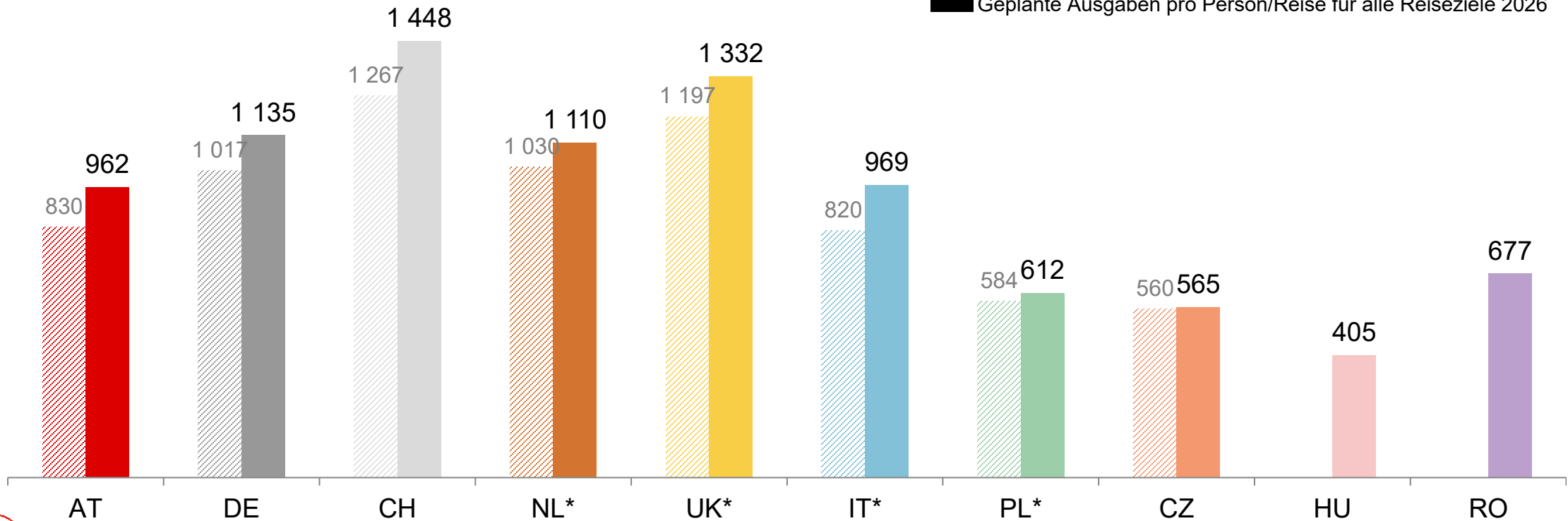
Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende und Ö-Kernpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B und Zeile E)

Geplante Urlaubsausgaben pro Person und Reise Sommer 2026

Höchste geplante Ausgaben in UK und CH, niedrigste HU und CZ;
im Vergleich zum Vorjahr in allen Märkten Anstiege

▨ Geplante Ausgaben pro Person/Reise für alle Reiseziele 2025
 ■ Geplante Ausgaben pro Person/Reise für alle Reiseziele 2026



Geplante Ausgaben pro Person/Reise für Österreich als Reiseziel 2026:

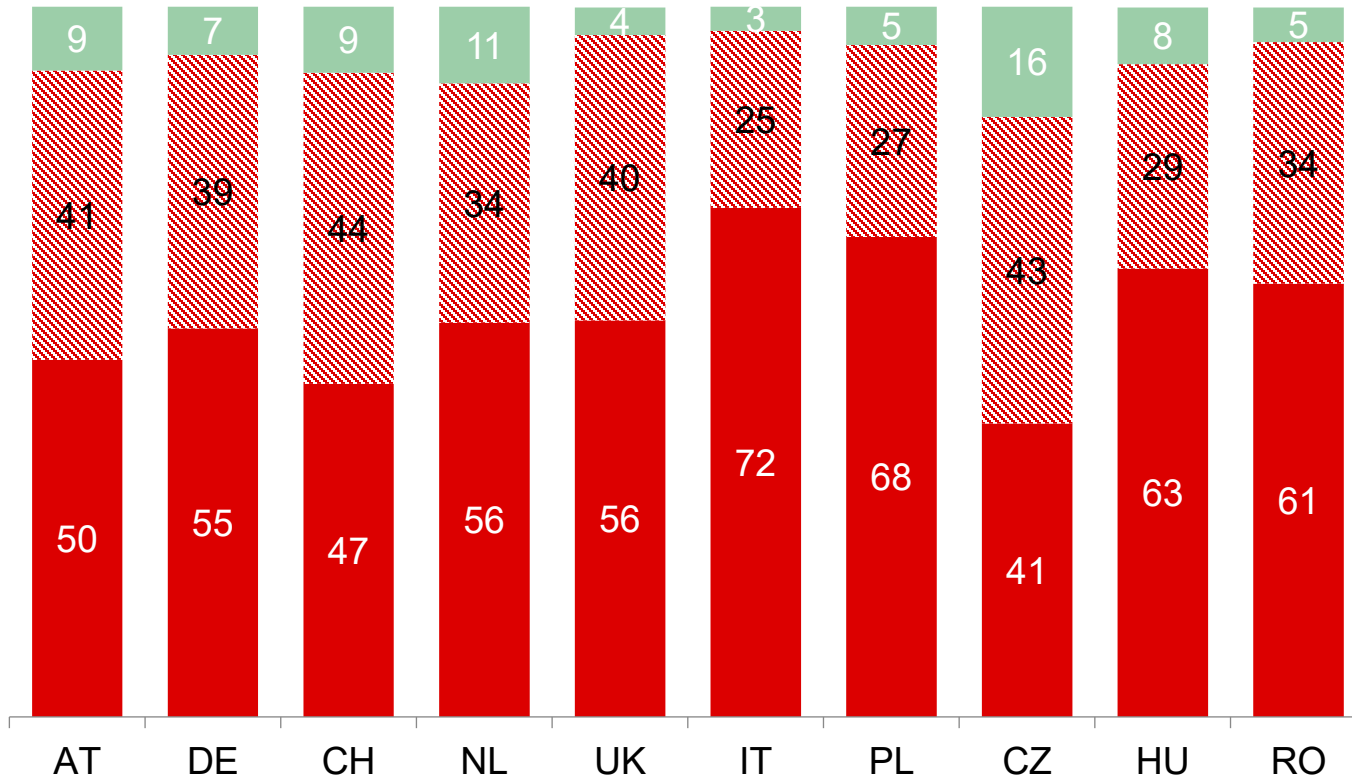
AT	DE	CH	NL*	UK*	IT*	PL*	CZ	HU	RO
668	800	815					424	358	

„Sie haben gesagt, dass Sie höchstwahrscheinlich eine Reise nach [Reiseziel] unternehmen werden. Was schätzen Sie? Wie viel werden Sie für diese Reise für sich und Ihre Begleitung (z.B. Partner:in, Kinder) ausgeben? Mit Ausgaben sind die Anreise, die Unterkunft (inkl. aller im Preis enthaltenden Mahlzeiten), sonstige Mahlzeiten und Nebenausgaben (z.B. Eintritte, Leihgebühren, Einkäufe) gemeint.“; Angaben in EUR.

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende mit Ausgabenangaben (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile D)

Preisvergleich vor der Buchung Sommer 2026

IT, PL, HU und RO vergleicht am häufigsten intensiv, CZ am seltensten



■ Nein ■ Ja, gelegentlich ■ Ja, intensiv



Im Winter werden in den Niederlanden intensiver Preise verglichen. In den anderen Ländern bleibt es auf einem ähnlichen Niveau.

„Vergleichen Sie vor der Buchung aktiv Preise?“

Angaben in %; Verglichen mit Studie Winterpotenziale 2025/26 von NIT/ÖW

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Einsparungen bei Urlaubsreisen im Sommer 2026

Oft bei Gastronomie, Mitbringsel, Einkäufen und Unterkunft

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Bei Souvenirs / Mitbringsel	24	22	27	19	21	31	26	26	26	37
Bei Restaurant- und Cafébesuchen	23	26	23	27	28	32	32	28	34	41
Beim Einkäufen in der Urlaubsregion	22	24	20	14	24	24	22	24	18	36
Bei der Unterkunft / den Unterkünften	21	19	21	21	23	17	24	20	28	31
Verstärkt Angebote/Preise vergleichen	17	18	19	12	18	24	18	22	18	30
Bei kostenpflichtigen Aktivitäten vor Ort	16	16	17	12	16	14	11	14	16	13
Bei der An-/Abreise	14	13	15	11	12	19	12	9	13	18
Günstigeres Reiseziel wählen	12	10	12	9	12	12	13	13	22	22
Vverstärkt nach Sonderangeboten suchen	12	12	13	10	19	17	15	11	10	19
Kürzere Reisen machen	11	9	11	8	10	14	7	9	11	12
Urlaub in der günstigeren Nebensaison	11	10	10	8	12	13	9	9	9	12
Bei der Mobilität vor Ort	10	11	12	8	10	12	15	12	15	18
Bei organisierten Ausflügen	9	10	11	9	12	14	10	12	11	15
Bei Pauschalreisen	8	11	9	8	18	12	13	5	11	19
Weniger Reisen unternehmen	7	8	9	8	13	9	5	9	7	10
Verstärkt auf All-Inclusive-Angebote achten	7	7	7	4	14	10	7	10	7	15
Näher gelegenes Reiseziel wählen	6	8	9	7	8	9	6	9	13	14
Stammgast, aber diesmal Alternative	1	1	1	0	2	1	2	3	3	5
Ich werde nirgends einsparen.	25	26	24	31	25	11	17	23	13	7

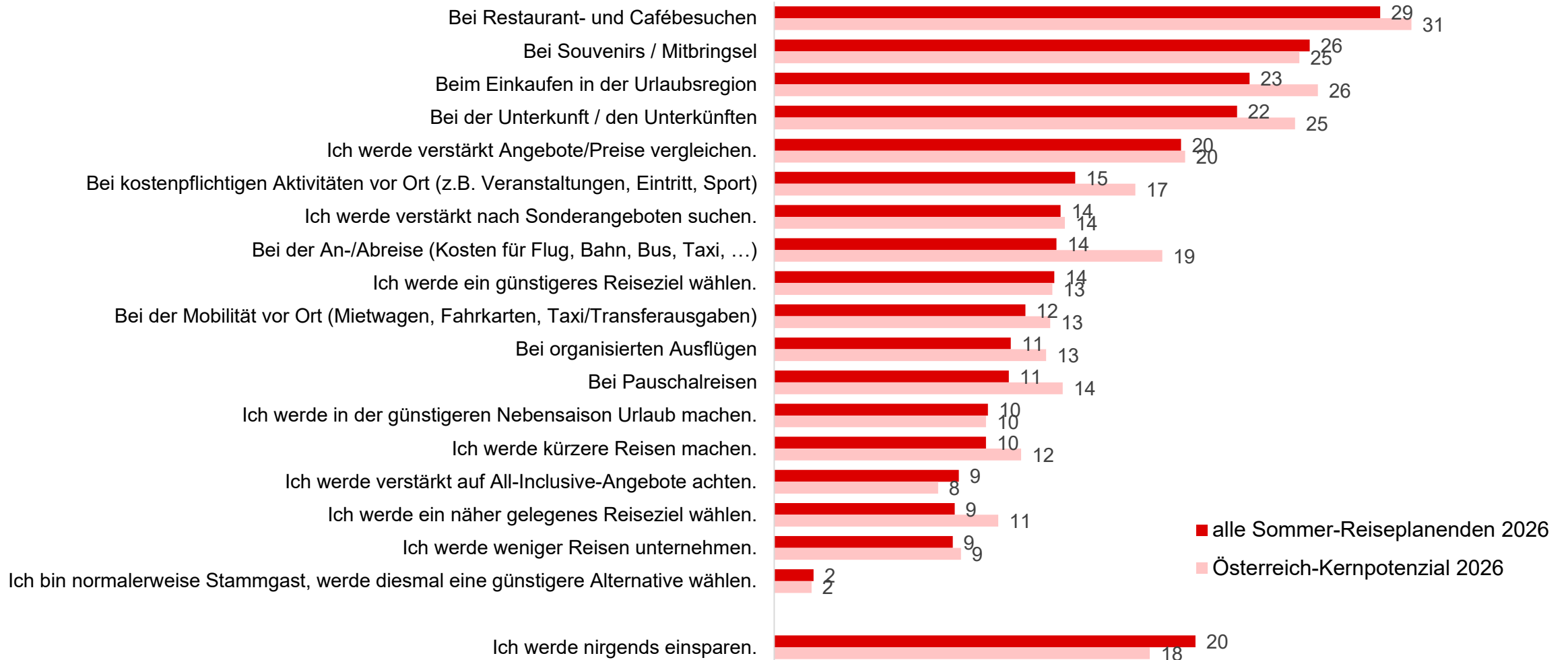
„In welchen der folgenden Bereiche haben Sie im Zusammenhang mit Urlaubsreisen im Jahr 2026 Einsparungen vorgenommen?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Einsparungen Sommer 2026

Österreich-Kernpotenzial will tendenziell öfter sparen

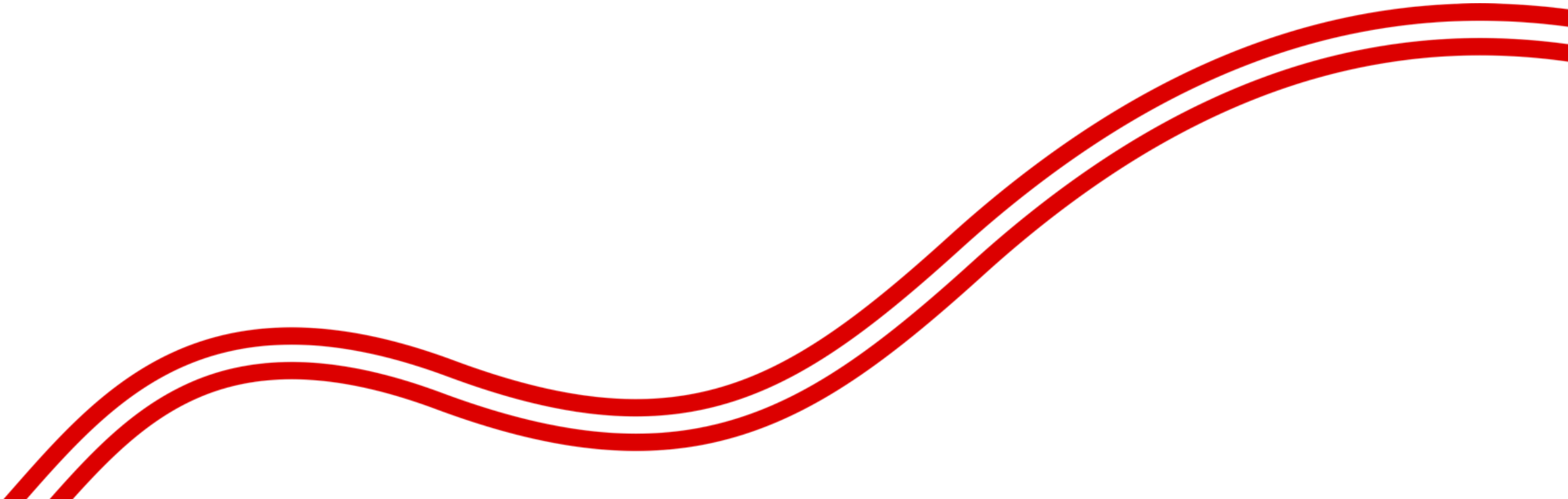


„In welchen der folgenden Bereiche werden Sie Ihre Urlaubsausgaben in diesem Sommer eventuell einschränken?“ Mehrfachnennungen

Angaben in %;

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Urlaubsarten, Aktivitäten Sommer 2026




Bevorzugt geplante Urlaubsarten im Sommer 2026

Oft Baden/Meer, Erholung, Städte und Natur vorne; einige Unterschiede

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Badeurlaub am Meer	47	42	46	33	46	58	40	48	42	50
Erholungsreise / Entspannungsurlaub	33	39	33	35	35	42	33	24	53	26
Städtereise	21	24	26	28	30	13	20	9	26	16
Wanderurlaub in den Bergen	17	16	20	11	10	16	18	22	22	28
Natururlaub	17	22	23	21	26	27	32	32	34	36
Erlebnisreise / Entdeckungsreise	16	16	22	10	12	21	10	22	21	11
Familienurlaub	15	14	18	18	23	16	21	25	29	35
Wellnessurlaub	14	11	12	4	9	11	4	17	19	8
Badeurlaub am See/Fluss	13	10	11	8	10	5	14	16	24	11
Sightseeingurlaub / Besichtigungsreise	12	10	12	9	26	3	22	20	28	25
Kulturreise	12	9	12	11	16	28	11	10	13	10
Besuchsreise	10	7	12	7	14	10	15	13	13	22
Urlaub am Meer (ohne Baden/Schwimmen)	10	18	15	8	14	6	13	6	17	14
Wanderurlaub in anderen Landschaften	10	12	13	16	9	12	9	19	20	19
Radurlaub, Radreise	8	9	8	9	6	5	11	10	10	5
Urlaub in den Bergen	8	11	11	11	7	13	18	11	13	23
Rundreise	7	8	9	12	11	17	13	3	8	6
Shoppingreise	6	4	8	5	9	5	6	5	4	9
Abenteuerurlaub (Herausforderung, Action)	6	7	8	8	13	5	5	7	7	8
Urlaub am See/Fluss (ohne Baden/Schwimmen)	5	5	7	4	5	3	5	4	12	6
Campingurlaub	5	7	7	9	6	5	5	7	8	6
Eventreise (z.B. Festival, Konzert...)	5	5	6	4	7	7	5	6	7	7
Gesundheitsurlaub	5	5	5	2	5	6	5	5	4	20
Reise mit Hund	5	5	6	5	6	5	5	6	3	2
Kulinarische Reise / Weinreise	4	4	7	2	4	8	7	3	5	7
Sonstiger Sporturlaub	4	5	8	3	5	3	2	4	6	3
Mountainbike-Urlaub	4	5	5	3	5	3	6	6	5	3
Fun-Urlaub / Partyurlaub	3	2	5	3	8	5	6	4	7	14
Kreuzfahrt auf See / Flusskreuzfahrt	3	5	4	2	9	5	8	7	3	5
Workation (Kombination aus Arbeit und Urlaub).	1	1	2	1	2	2	1	1	1	3

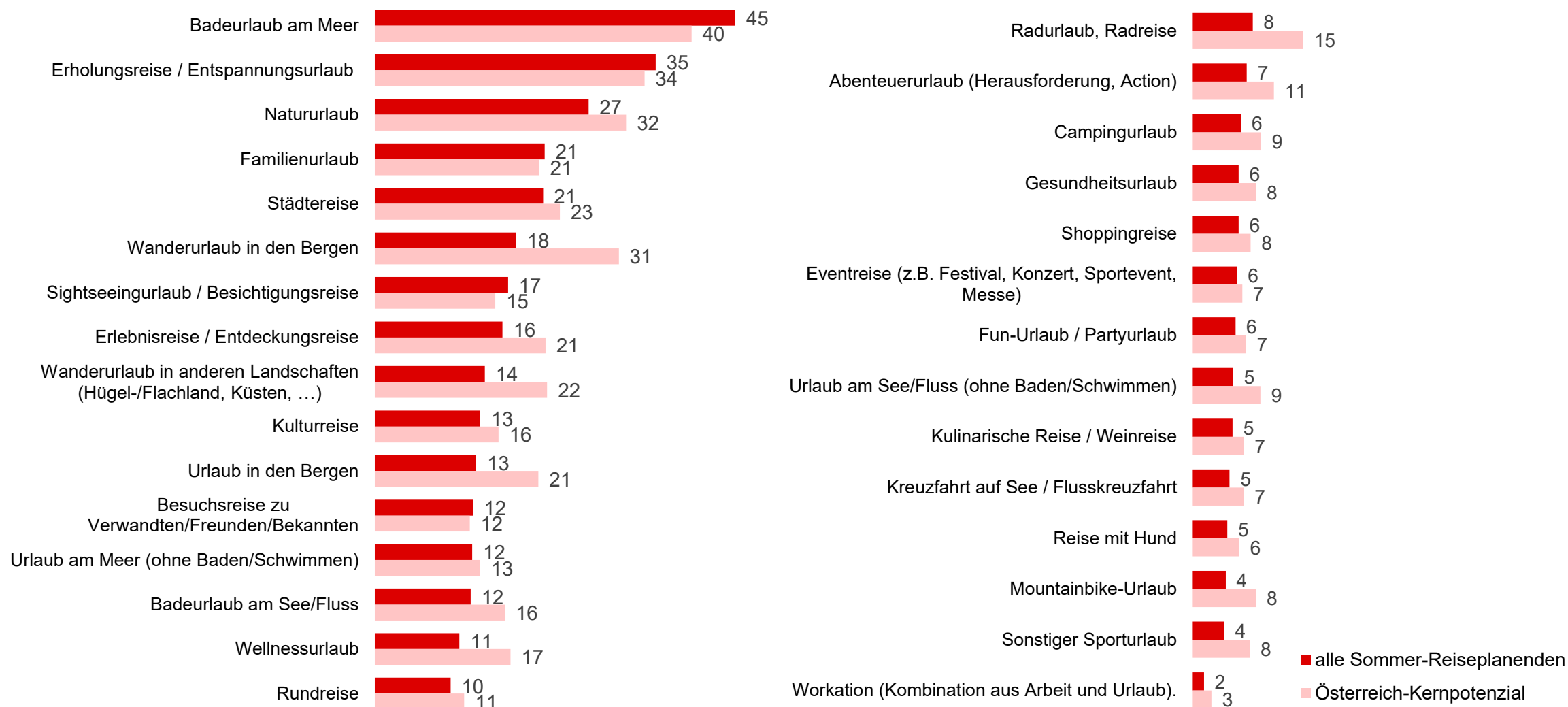
 Ähnliches Ranking wie im Vorjahr

 Nur IT: Community-Treffen: 1,2 %

„Welche Art von Urlaubsreisen planen Sie im kommenden Sommer (also im Zeitraum Mai bis Oktober 2026) wahrscheinlich zu unternehmen?“ Mehrfachnennungen; Angaben in %
 Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Geplante Urlaubsarten Sommer 2026

Baden im Meer und Erholung ganz vorne – Ö-Kernpotenzial aktiver orientiert



„Welche Art von Urlaubsreisen planen Sie im kommenden Sommer wahrscheinlich zu unternehmen?“ / Mehrfachnennungen

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende bzw. Ö-Kernpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B und E)

Geplante Urlaubsaktivitäten im Sommer 2026

Spazieren, Baden, Entspannen, Sehenswürdigkeiten oft vorne

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Spaziergänge in der Natur	57	60	57	48	51	51	65	61	62	67
Schwimmen/baden im Meer	50	45	51	35	32	55	47	49	39	54
Stadtbesichtigung	40	39	38	45	32	35	53	43	51	43
Entspannen, nichts tun	37	42	38	51	45	35	37	37	35	36
Sehenswürdigkeiten besuchen	34	38	36	38	39	38	38	33	39	42
Flanieren, bummeln	31	27	31	19	43	28	45	37	26	48
Wandern (eher auf leichten Wanderwegen)	30	30	35	27	17	29	33	43	29	42
Schwimmen/baden im Pool	30	28	34	35	39	16	27	36	30	36
Typische Speisen / Getränke aus der Region genießen	29	28	30	22	34	23	27	20	21	36
Schwimmen/baden im See	23	20	22	17	11	9	23	23	30	18
Shopping (nicht Supermärkte)	19	19	24	33	26	15	15	14	14	23
Naturattraktionen / Nationalparks besuchen	16	24	19	19	40	27	30	25	30	39
Radfahren	14	17	13	17	10	6	18	12	12	6
Bars / Clubs / Nachtleben	14	10	16	10	16	11	12	9	7	9
Wellness-/Schönheitsangebote nutzen	13	10	14	6	9	7	7	11	13	8
Museen / Ausstellungen besuchen	13	17	16	15	21	26	21	13	18	24
Freizeitparks / Freizeitanlagen / Tierparks besuchen	12	13	13	10	14	10	16	14	14	23
Wassersport	8	8	12	7	10	4	5	5	6	4
Musikveranstaltungen besuchen	8	9	10	7	13	11	10	11	11	13
Veranstaltungen mit Brauchtum besuchen	7	7	8	9	10	11	10	6	8	15
Bergsteigen (= sportive Berg- und Gipfeltouren)	7	7	7	12	7	3	15	11	5	4
Besuch von Weinfesten, kulinarischen Veranstaltungen	7	7	6	6	10	13	8	6	8	10
E-Bike fahren	7	8	9	5	5	4	4	6	4	5
Mountainbiken (im hügeligen, bergigen Gelände)	5	4	6	3	6	3	7	4	4	3
Weitwandern/Hüttentouren	5	6	7	4	8	7	8	4	5	11
Yoga, Qi Gong, Meditation und Ähnliches	5	4	7	2	9	4	4	4	4	4
Kulturveranstaltungen besuchen	4	6	7	5	7	8	5	5	6	8
Klettern / Klettersteige	4	6	6	2	4	3	3	3	4	5
Sportveranstaltungen besuchen	4	5	7	5	11	5	6	4	3	6
Mountain-E-Bike fahren	4	5	6	2	4	5	3	4	1	3
Bekannte Fotopoints/Selfie-Spots aufsuchen	3	3	4	5	10	3	15	8	3	10
Trad. Handwerkskunst kennenlernen/probieren	3	5	6	5	5	8	5	2	5	8
Abenteuersportarten	2	4	4	4	7	2	3	3	4	4

 Ähnliches Ranking wie im Vorjahr

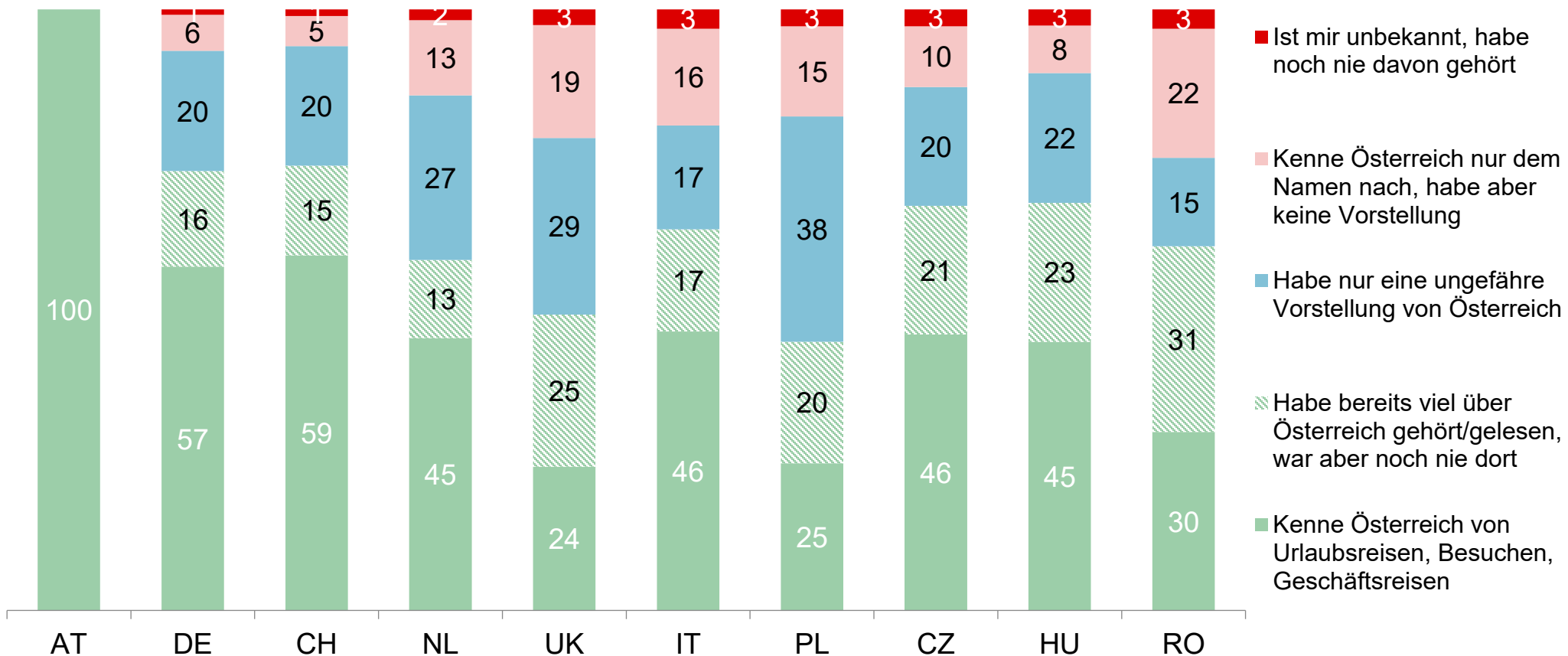
Bekanntheit & Sommerthemen Österreich

inkl. Musik & Kultur im Urlaub und Reiseimpuls ESC



Bekanntheit von Österreich als Reiseziel

Am bekanntesten in CH, DE, IT, CZ und HU



i
Etwas höhere Bekanntheitswerte als im Vorjahr - außer in NL und UK

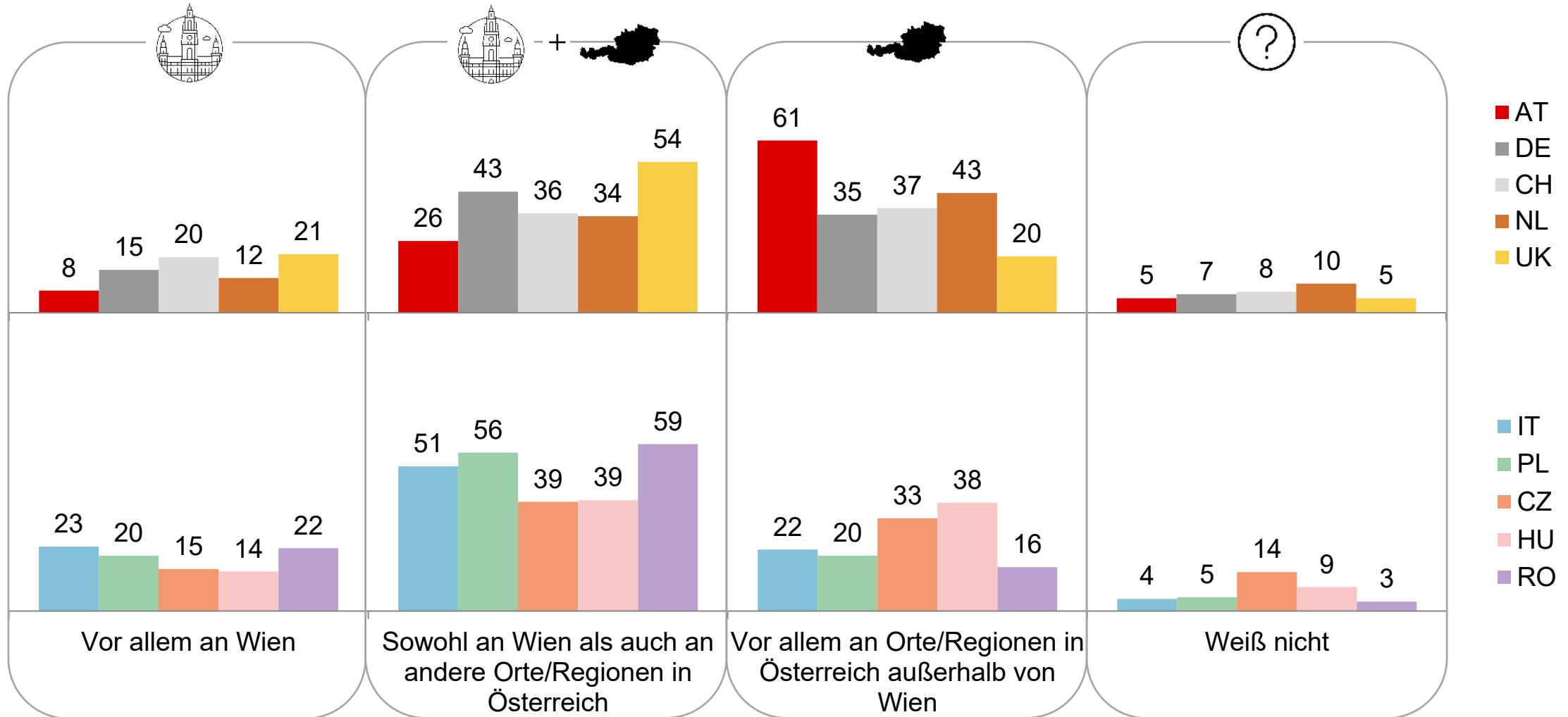
„Wie gut kennen Sie Österreich?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Wien und Regionen

In 8 von 10 Märkten wird Wien von der Mehrheit mitbedacht;
AT und NL denken primär an die Regionen



„Wenn Sie an einen Sommerurlaub in Österreich (Mai bis Oktober) denken: Woran denken Sie dabei hauptsächlich?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Österreich-Gesamtpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile F)

Sommerthemen des Urlaubslandes Österreich

Fast überall Natur, Wasser, Berge und Wandern, RO und HU auch Tradition und imperiales Österreich, Kultur in UK, IT und RO

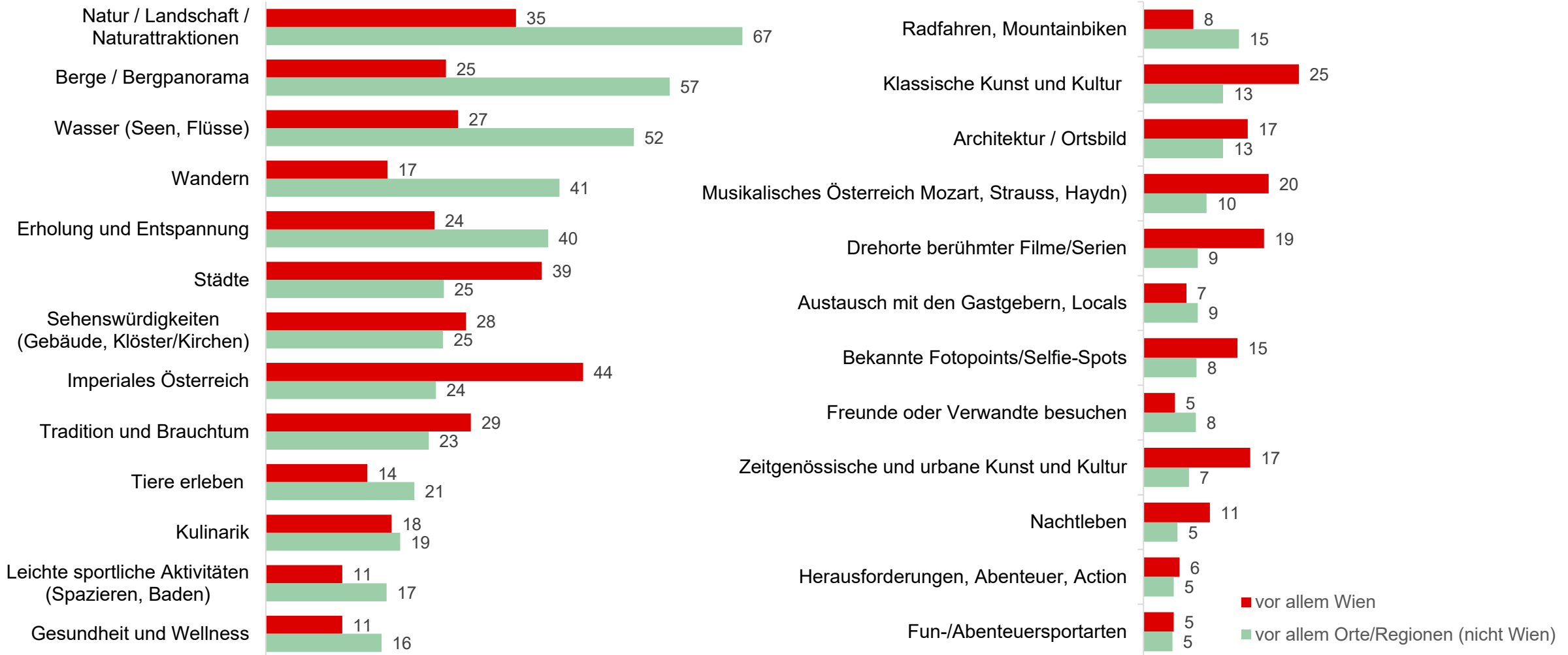
	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Natur / Landschaft / Naturattraktionen	57	58	55	53	43	48	46	65	53	60
Wasser (Seen, Flüsse)	50	47	41	38	38	24	34	52	47	38
Berge / Bergpanorama	38	49	44	49	40	35	45	50	47	52
Erholung und Entspannung	36	41	34	46	26	29	33	30	42	38
Wandern	36	33	30	32	15	24	29	42	25	29
Städte	29	36	31	34	35	36	31	24	34	38
Tiere erleben	24	20	17	22	21	13	16	13	21	14
Sehenswürdigkeiten	23	30	27	29	25	26	34	22	36	36
Imperiales Österreich (z.B. Schlösser)	22	30	34	32	36	49	37	27	44	47
Gesundheit und Wellness	22	14	18	9	17	13	7	16	13	16
Kulinarik, typ. Speisen & Getränke	19	20	28	14	22	21	26	13	15	20
Tradition und Brauchtum	18	26	26	25	33	31	38	21	24	45
Radfahren, Mountainbiken	18	12	15	14	10	7	10	13	7	7
Freunde oder Verwandte besuchen	16	4	7	2	7	4	5	4	8	7
Leichte sportliche Aktivitäten	16	18	17	18	20	9	12	17	11	13
Klassische Kunst und Kultur	13	17	21	15	29	32	19	13	20	30
Musikalisches Österreich (z.B. Mozart)	12	14	15	12	28	22	16	10	18	28
Zeitgenössische und urbane Kunst/Kultur	10	11	11	8	17	20	16	6	12	20
Austausch mit Gastgebern/Einheimischen	10	10	12	6	15	6	6	6	6	11
Architektur / Ortsbild	9	14	16	18	17	19	19	13	20	25
Schauplätze Filme/Serien, Literatur	8	14	12	20	27	12	18	13	14	19
Nachtleben	8	6	9	3	12	7	13	5	9	9
Bekannte Fotopoints/Selfie-Spots	8	12	11	12	23	8	25	16	12	22
Fun-/Abenteuersportarten	3	5	5	9	14	4	5	5	5	5
Herausforderungen, Abenteuer, Action	3	5	4	7	10	4	14	6	4	10


Ähnliche
Ergebnisse wie
in den Vorjahren

Sommerthemen in Österreich nach Wien- bzw. Region-Denkenden

Wien only: Imperiales Österreich, Städte, Natur, Tradition, Sightseeing

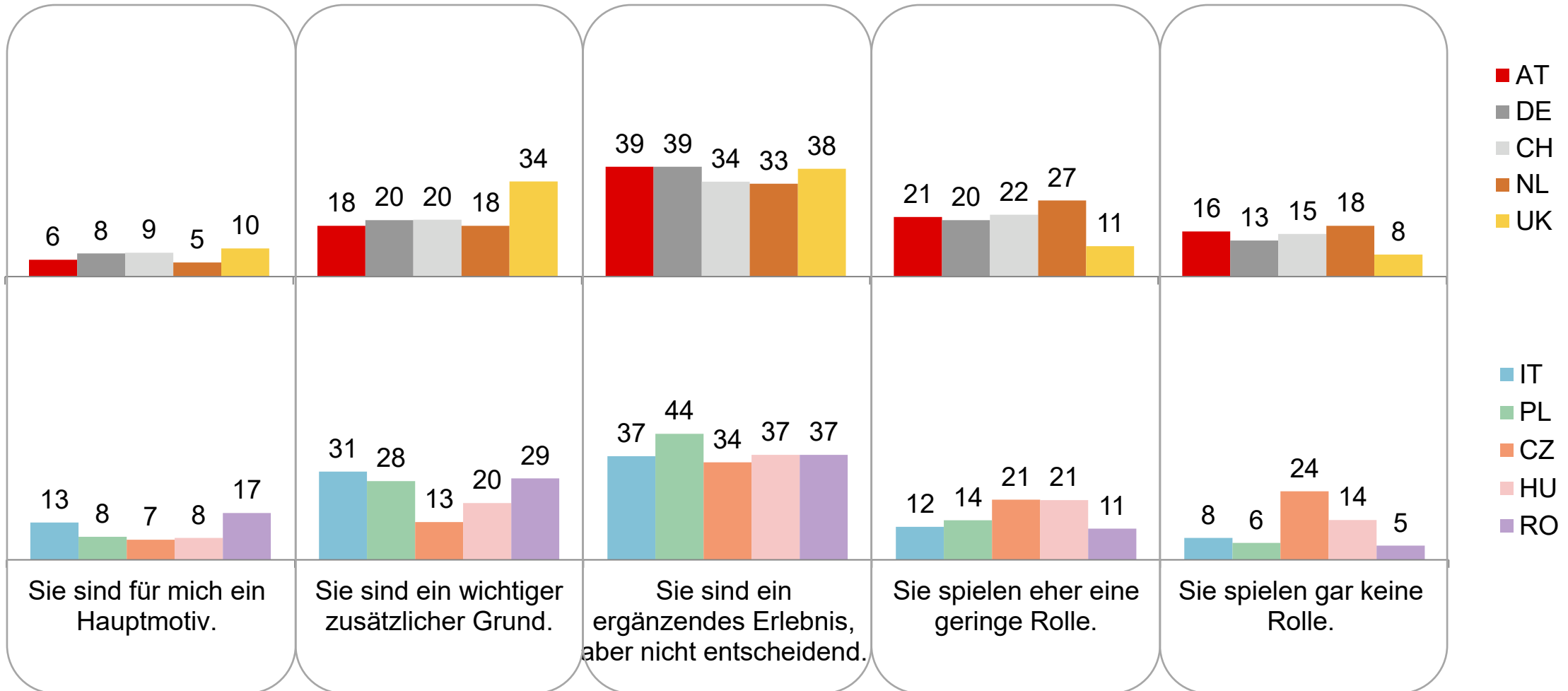
Regionen only: Natur, Berge, Wasser, Wandern, Erholung



„Welche Themen interessieren Sie, wenn Sie an Sommerurlaub in Österreich denken? Was möchten Sie in der Sommersaison (Mai bis Oktober) in Österreich sehen und erleben?“, Mehrfachnennungen
 „Wenn Sie an einen Sommerurlaub in Österreich (Mai bis Oktober) denken: Woran denken Sie dabei hauptsächlich?“ (vor allem Wien, sowohl Wien als auch andere Orte/Regionen, vor allem Orte/Regionen) 58
 Angaben in %
 Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Österreich-Gesamtpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile F)

Bedeutung von Kultur & Musik im geplanten Sommerurlaub

Oft ergänzendes Erlebnis; wichtiger Reisegrund besonders in RO, UK und IT (44 % bis 46 %), am wenigsten in CZ (20 %)



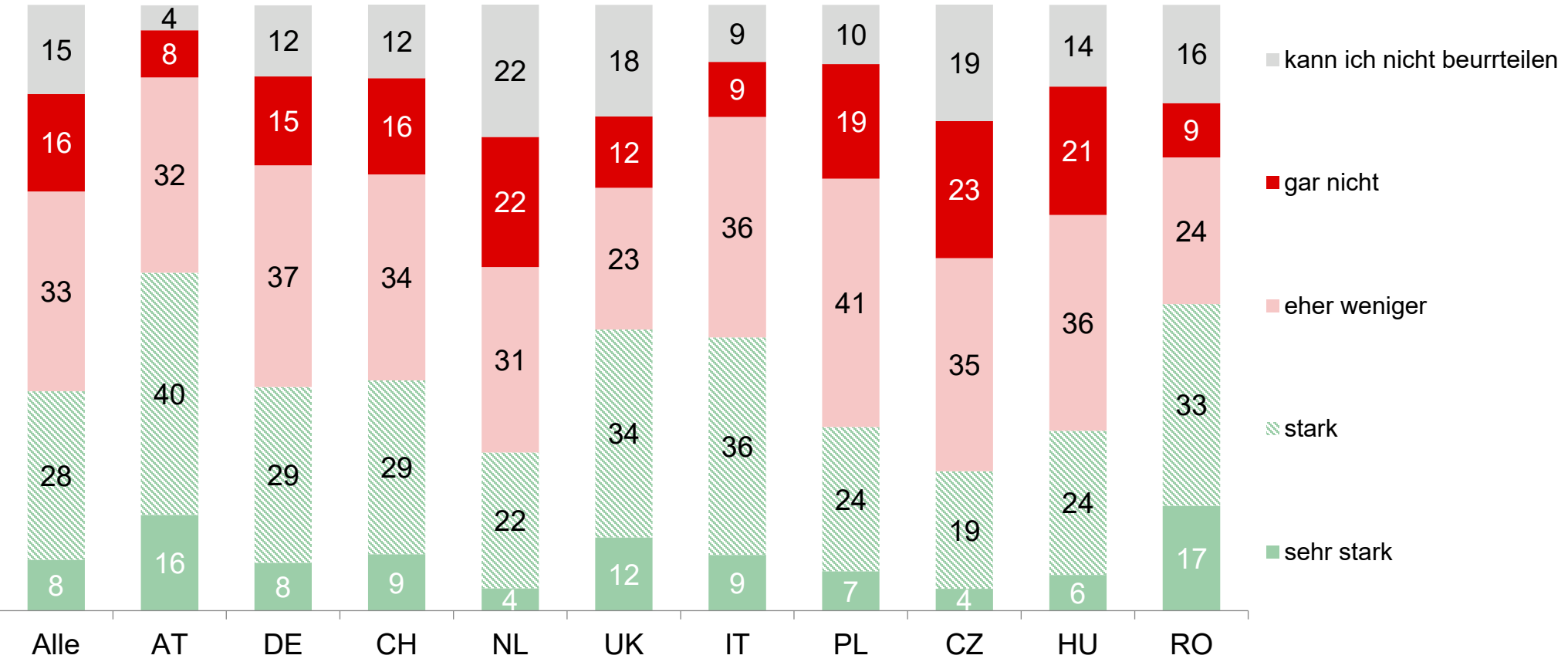
„Wenn Sie an Ihre geplanten Sommerreisen 2026 insgesamt denken: Welche Rolle spielen Kultur- und Musikangebote bei der Wahl eines Reiseziels bei ihren Sommerreisen?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Image von Österreich als Kultur-/Musikdestination im Sommer

Starkes Image vor allem in AT, RO, UK und IT; schwächer in CZ und NL



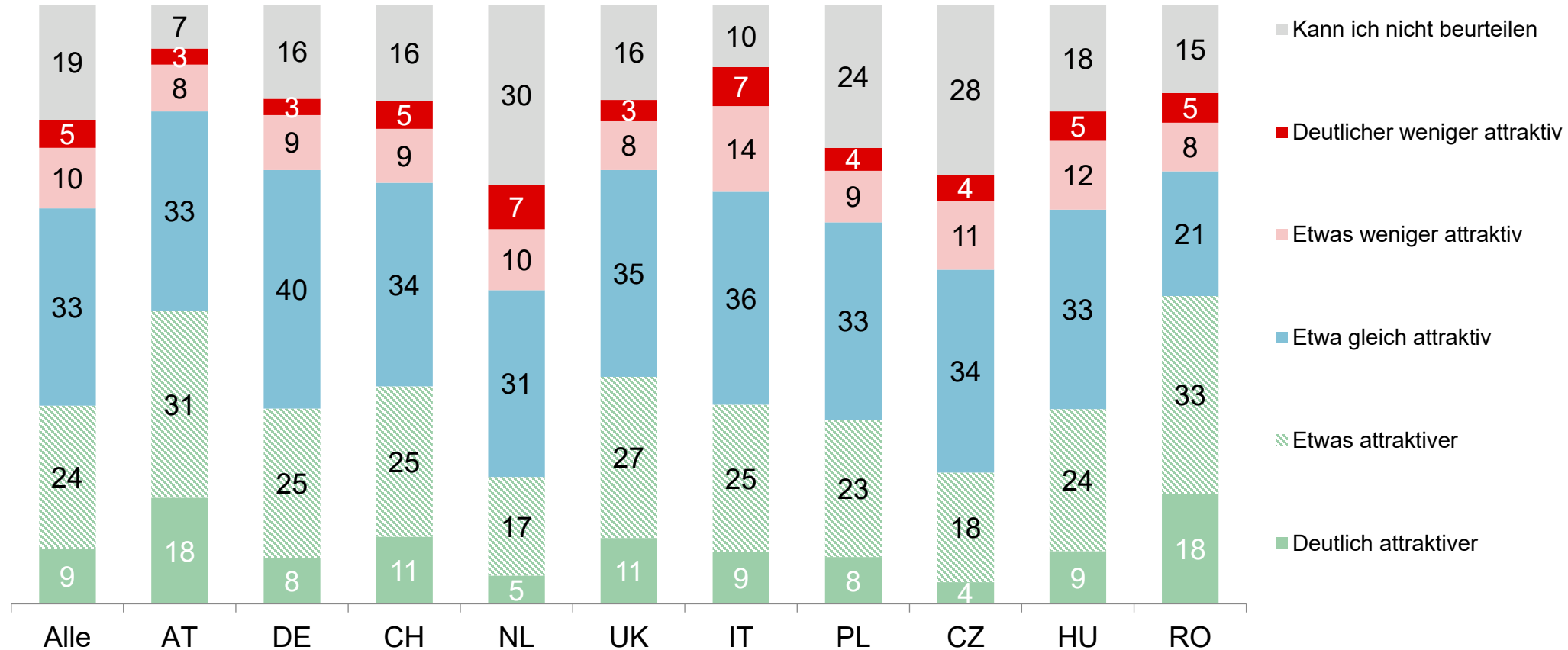
„Wie sehr verbinden Sie Österreich im Sommer mit Kultur- und Musikangeboten?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre, die Österr. zumindest dem Namen nach kennt (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile H)

Wahrnehmung von Österreich im Wettbewerbsvergleich

Zwischen 22 % (NL, CZ) und 51 % (RO, AT) bewerten Österreichs Kultur- und Musikangebot attraktiver als den Wettbewerb; im Schnitt jeder Dritte



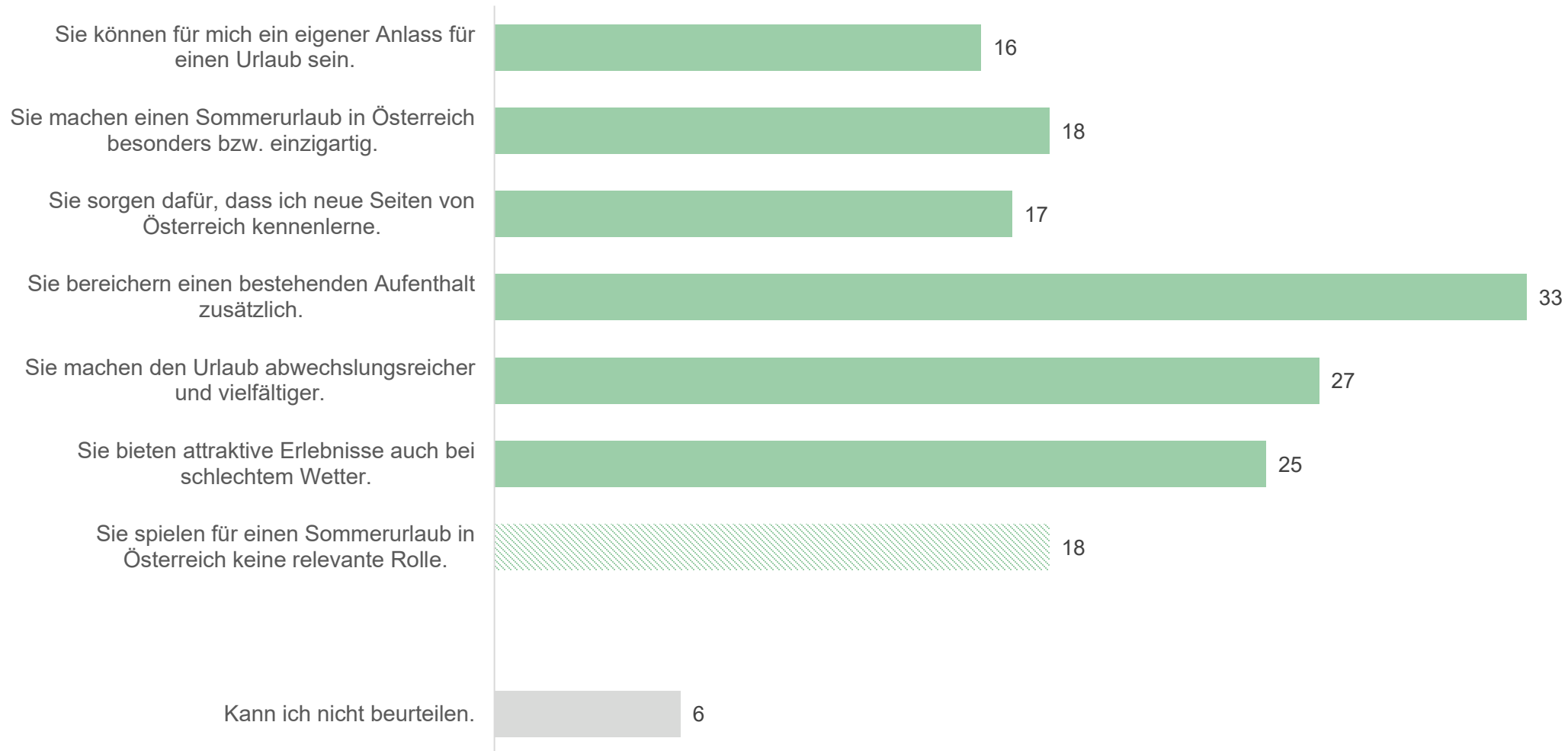
„Im Vergleich zu anderen Sommerreisezielen: Wie schätzen Sie Österreich in Bezug auf Kultur- und Musikangebote ein?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre, die Österr. zumindest dem Namen nach kennt (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile H)

Beitrag von Kultur & Musik zum geplanten Sommer in Österreich

Für ein Drittel eine Bereicherung des Aufenthalts, für 16 % ein eigenständiger Reiseanlass, nur 18 % sehen keine Rolle



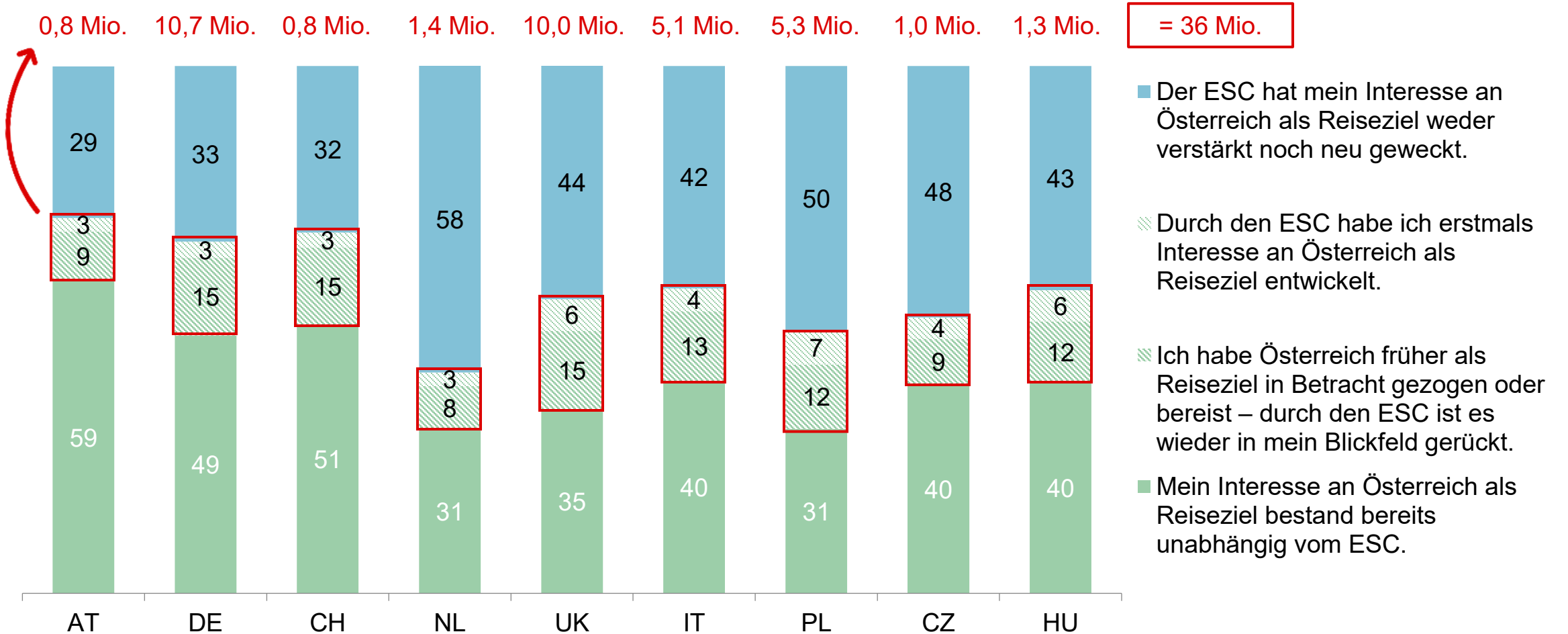
„Welche Bedeutung haben Kultur- und Musikangebote für Sie bei Sommerreisen nach Österreich?“, Mehrfachnennungen

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Ö-Gesamtpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile F)

Der ESC als Reiseimpuls für Österreich

ESC aktiviert in allen Märkten zusätzliches Reiseinteresse für Österreich

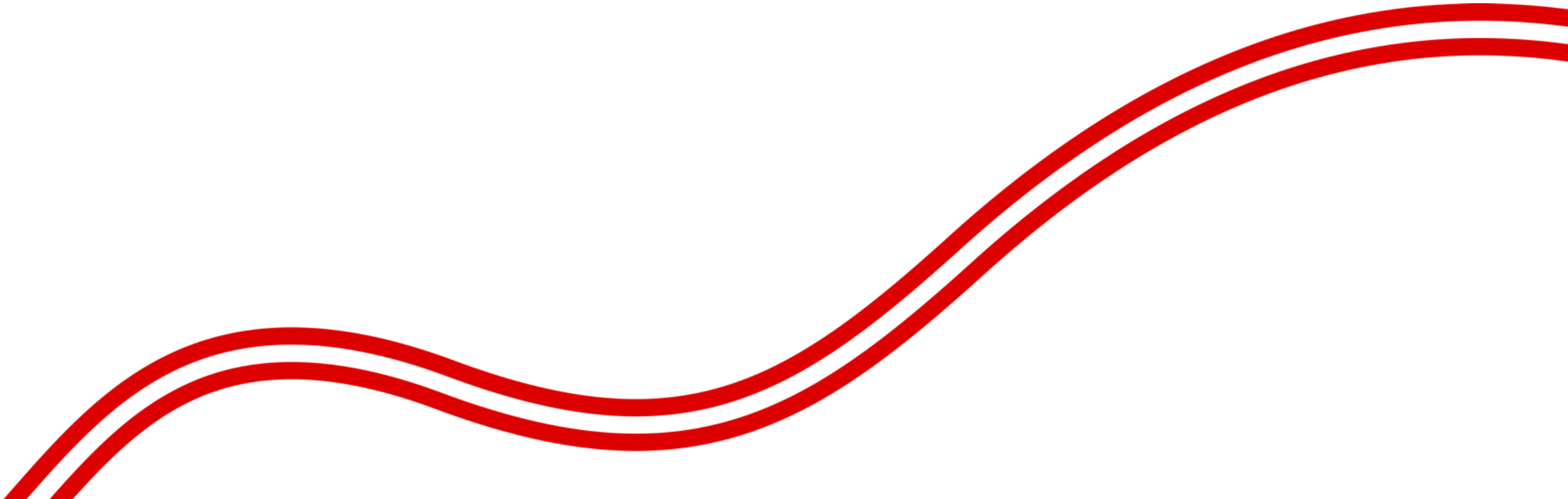


„Welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie am ehesten zu?“

Angaben in %

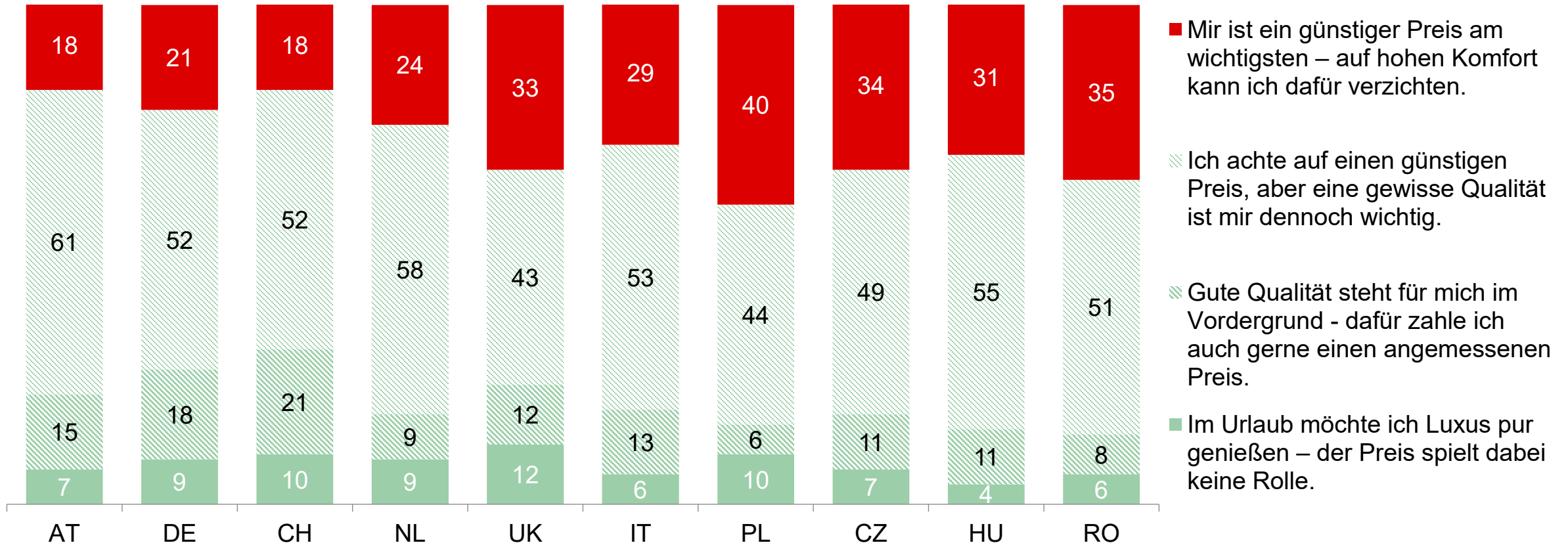
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

Preissensibilität bei Urlaubsreisen



Preis- und Qualitätseinstellung bei Urlaubsreisen

Qualitätsbewusstsein überwiegt in allen Märkten deutlich



„Hier sehen Sie vier Aussagen zur Einstellung gegenüber Preis und Qualität bei Urlaubsreisen. Welche dieser Aussagen beschreibt Ihre persönliche Haltung am besten?“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Einflussfaktoren auf die Entscheidung für das Reiseziel

Vor allem Unterkunftsqualität/-ausstattung und Preis sind entscheidend

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Qualität und Ausstattung der Unterkunft	83	81	83	86	87	79	79	75	81	82
Preis	80	80	75	83	83	86	85	82	88	91
Flexibilität bei Umbuchung oder Stornierung	63	61	57	53	58	75	69	57	64	80
Bewertungen auf Reiseportalen (z. B. Booking, Google, Tripadvisor)	55	59	52	56	68	64	64	55	56	77
Kosten für Infrastruktur und Aktivitäten vor Ort (z.B. Bergbahnen, Eintritte, Angebote)	51	50	52	47	55	64	64	47	62	65
Nachhaltigkeit / Umweltfreundlichkeit	43	43	44	32	47	47	46	30	46	65
Bekanntheit und Image des Reiseziels	32	35	34	47	63	38	47	43	50	72

Image Preis-Leistungsverhältnis von europäischen Reisezielen

Im Sommer führen über alle Märkte Italien, Kroatien und Spanien

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Kroatien	27	19	17	15	11	28	27	17	34	11
Italien	24	13	28	14	14	33	19	19	22	23
Österreich	22	7	15	4	3	3	3	7	9	5
Griechenland	18	16	16	21	20	33	21	15	27	45
Türkei	17	20	18	13	17	7	21	12	15	26
Bulgarien	15	12	7	5	7	5	15	18	13	29
Ungarn	14	6	6	6	4	4	7	10	25	7
Spanien	12	15	21	27	35	35	13	9	9	15
Rumänien	11	7	6	5	4	9	7	6	9	23
Tschechien	9	6	3	8	4	4	11	32	3	2
Slowenien	8	6	5	6	3	8	5	5	9	2
Deutschland	7	28	17	28	8	3	5	4	5	5
Portugal	6	6	12	10	14	15	5	3	3	4
Polen	5	13	6	4	6	6	27	30	7	3
Zypern	5	2	4	1	6	3	6	3	5	6
Slowakei	4	6	2	4	2	3	10	20	9	2
Frankreich	3	6	11	14	16	4	4	3	2	5
Großbritannien	2	2	2	3	20	2	4	1	2	3
Irland	2	3	2	2	6	4	1	1	1	0
Dänemark	2	6	3	4	3	2	1	1	0	2
Finnland	1	1	3	1	2	2	1	1	1	2
Schweiz	1	1	10	2	3	1	2	1	1	4
Schweden	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Norwegen	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2
Belgien	1	3	1	14	5	2	1	1	1	2
Niederlande	0	7	3	16	4	2	2	2	1	1
Andorra	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1

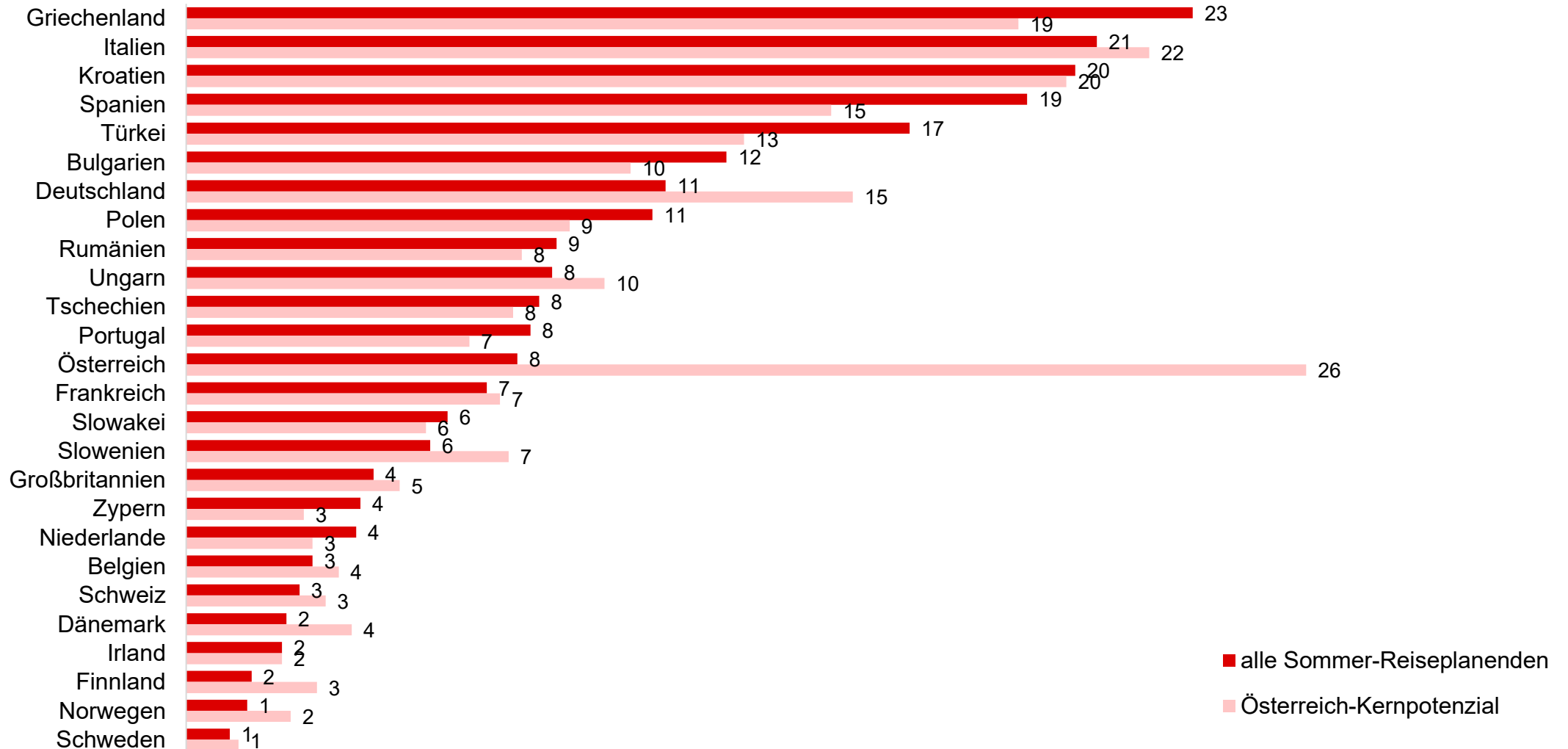
„Welche Länder bieten Ihrer persönlichen Einschätzung nach das beste Preis-Leistungs-Verhältnis für einen Sommerurlaub in Europa? Bitte wählen Sie maximal drei Länder aus.“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B)

Image Preis-Leistungsverhältnis von europäischen Reisezielen

Mittelmeerziele führend; Österreich nur im Mittelfeld



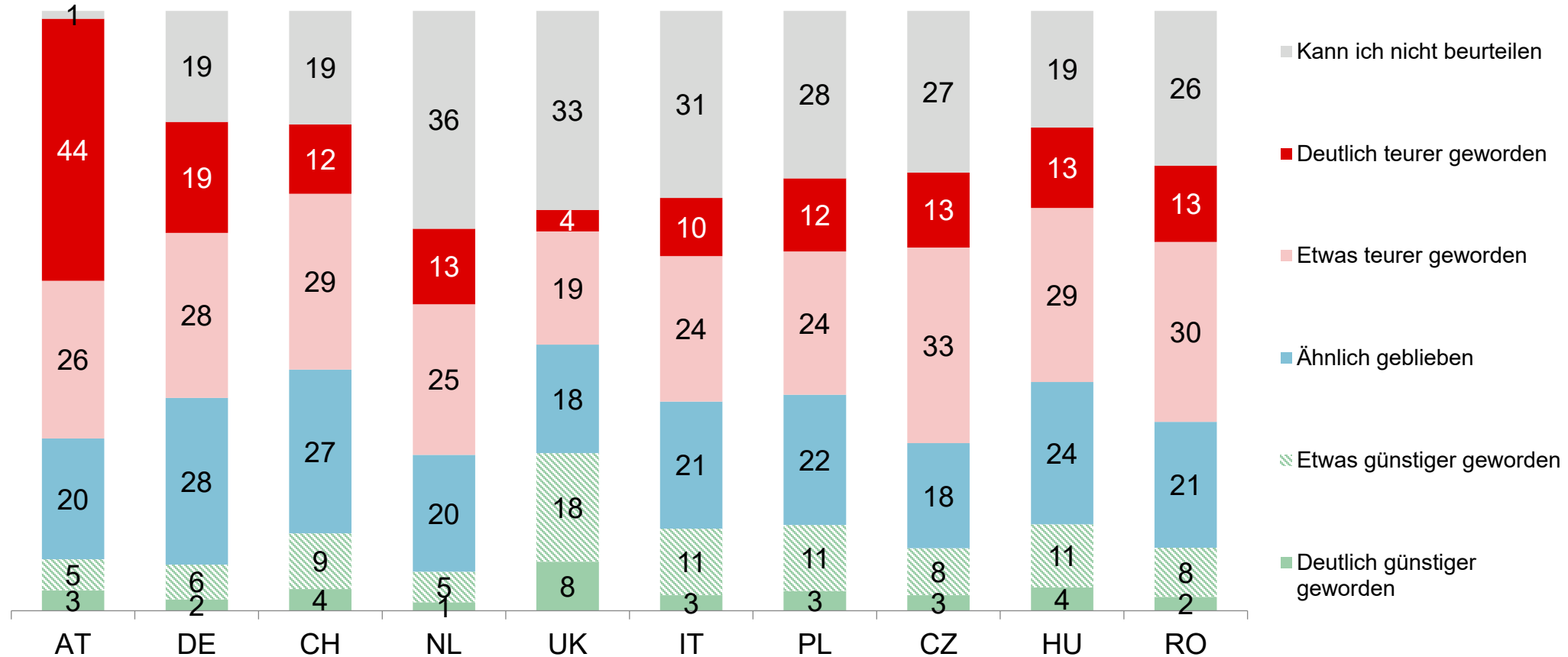
„Welche Länder bieten Ihrer persönlichen Einschätzung nach das beste Preis-Leistungs-Verhältnis für einen Sommerurlaub in Europa? Bitte wählen Sie maximal drei Länder aus.“

Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Sommer-Reiseplanende und Österreich-Kernpotenzial (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile B und E)

Wahrnehmung der Preisentwicklung von Österreich im Vergleich

23 % (UK) bis 47 % (DE, CZ) empfinden Österreich etwas oder deutlich teurer als vor drei bis fünf Jahren; im Inland sind es sogar 70 %



i
Ergebnisse passen sehr gut zum allgemeinen Inflationsempfinden in den verschiedenen Märkten

Wahrgenommene Preissteigerungen im Österreich-Kernpotenzial

Steigerungen vor allem bei Gastronomie und Unterkünften wahrgenommen

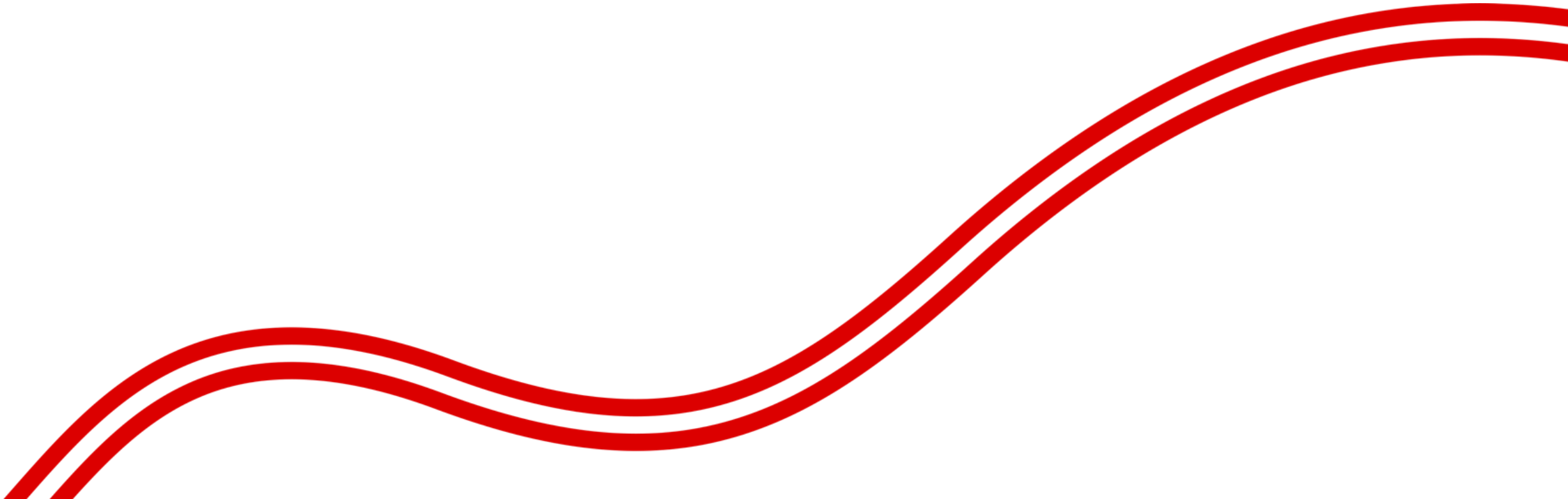
	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO
Gastronomie (z. B. Restaurants, Hütten, Cafés)	39	42	32	23	43	37	27	34	40	37
In vielen Bereichen / generell	39	14	17	18	13	12	18	19	14	9
Lebensmittel im Supermarkt	32	27	23	16	37	18	20	20	22	28
Unterkünfte (z. B. Hotels, Ferienwohnungen)	30	38	37	27	44	34	31	44	31	41
Seilbahnen und Lifte	24	30	30	24	18	25	25	30	14	20
Freizeit- und Urlaubsaktivitäten insgesamt	24	35	20	14	27	21	20	17	21	29
Anreise und Mobilität vor Ort (z. B. Bahn, Auto, öffentlicher Verkehr)	19	18	17	13	30	25	24	16	14	21
Kultur- und Sehenswürdigkeiten	16	19	17	20	40	22	23	19	16	33
Einkäufe und Souvenirs	14	21	20	27	26	20	27	16	26	36
In keinem dieser Bereiche	1	2	2	0	2	1	2	1	2	2
Kann ich nicht beurteilen	3	6	13	14	5	15	6	8	16	12

„In welchen Bereichen haben Sie in Österreich in den letzten Jahren stärkere Preissteigerungen wahrgenommen als in anderen Sommerreisezielen?“

Angaben in %; Mehrfachnennungen

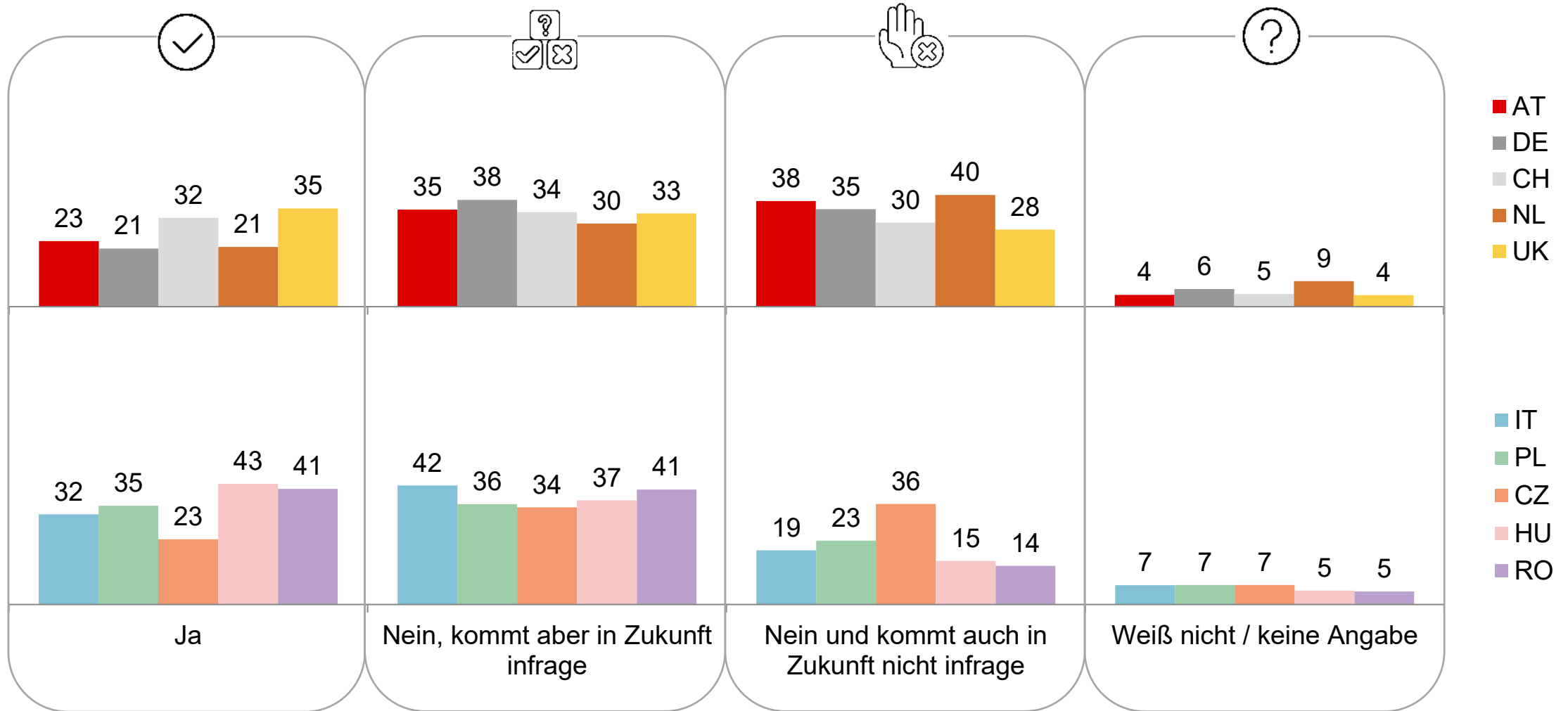
Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Ö-Kernpotenzial, das Ö zumindest dem Namen nach kennt (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile I)

Generative KI und Reisen



KI-Nutzung bei Urlaubsreisen

Zwischen 20 % und 40 % nutzen bereits KI bei Reisen

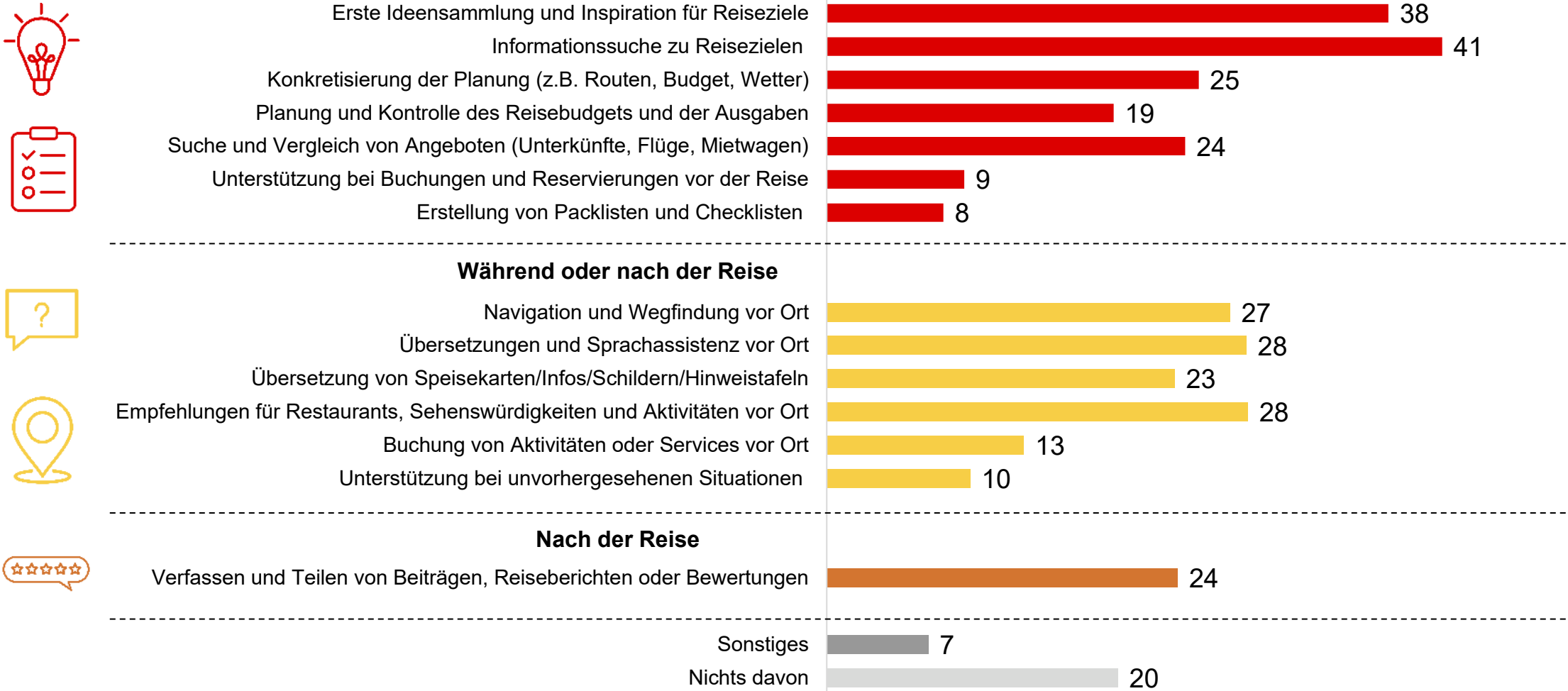


„Haben Sie im Zusammenhang mit Urlaubsreisen (bei der Planung, während oder nach der Reise) schon einmal zumindest eine der genannten KI-gestützten Anwendungen (also ChatGPT, Gemini, Copilot, DeepL, Claude, Perplexity) verwendet?“; Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: Bevölkerung 18 bis 75 Jahre (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile A)

KI-Nutzung entlang der Customer Journey

Hauptsächlich bei der Inspiration und Planung



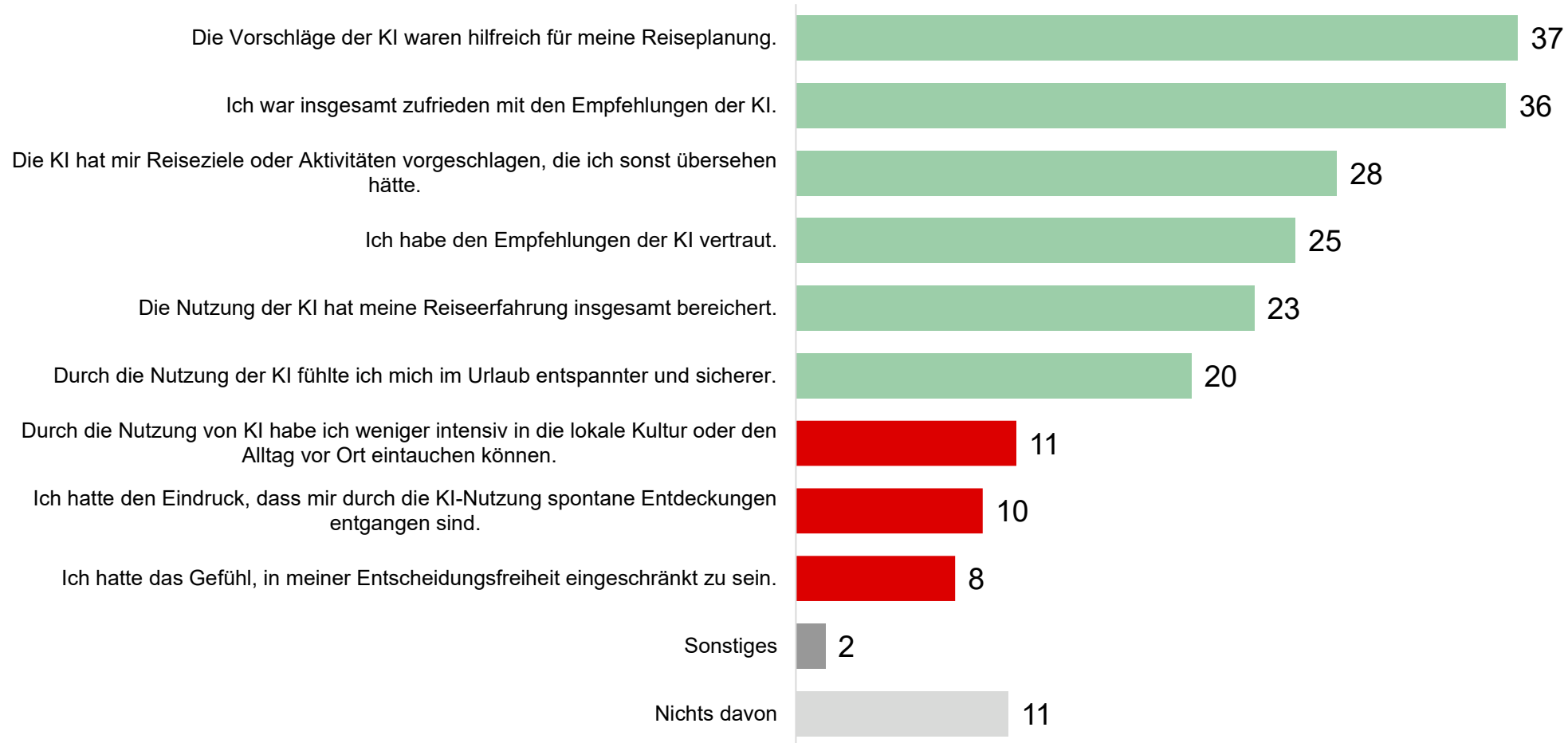
„Für welche Aufgaben rund um Urlaubsreisen haben Sie KI-gestützte Anwendungen bereits genutzt bzw. für welche Aufgaben können Sie sich vorstellen, KI-gestützte Anwendungen künftig zu nutzen?“

Mehrfachnennungen, Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: KI bei Urlaubsreisen schon genutzt oder offen dafür (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile L)

KI-Nutzende: Bewertung der Erfahrung bei KI und Reisen

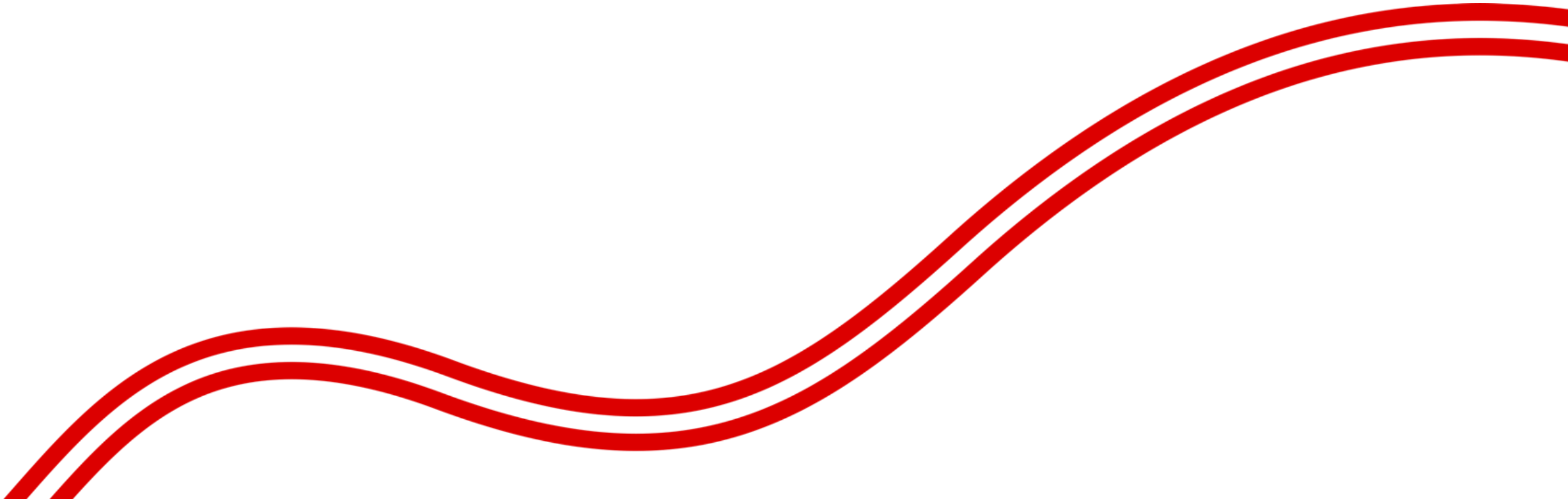
Positive Erfahrungen überwiegen



„Welche der folgenden Aussagen treffen auf Ihre letzte Urlaubsreise zu, bei der Sie KI-gestützte Anwendungen genutzt haben?“ Mehrfachnennungen
Angaben in %

Quelle: Studie Sommerpotenziale 2026 AT, DE, CH, NL, UK, IT, PL, CZ, HU, RO von NIT/ÖW | Basis: KI bei Urlaubsreisen genutzt (Fallzahlen siehe Anhang, Zeile M)

Anhang



Anhang 1: Zielgruppen und Fallzahlen

	AT	DE	CH	NL	UK	IT	PL	CZ	HU	RO	Alle 10 Märkte
A Bevölkerung	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	10.000
B Sommerreise-Planende, die im Sommer (sicher, wahrscheinlich oder vielleicht) verreisen werden	822	861	895	860	917	923	915	856	792	867	8.708
C Sommerreise-Planende, die noch nichts gebucht haben	458	418	463	407	463	599	596	491	551	587	5.034
D Sommerreise-Planende mit Ausgabenangaben	794	839	828	817	877	904	876	830	752	823	8.340
E Ö-Kernpotenzial, d.h. Ö-Reise im Sommer fest geplant bzw. ziemlich sicher	435	147	192	100	92	141	63	113	139	131	1.553
F Ö-Gesamtpotenzial, d.h. Ö-Reise im Sommer fest geplant, ziemlich sicher oder kommt generell in Frage	701	623	601	432	447	599	380	506	533	534	5.355
G Österreich kein Reiseziel und fehlendes Interesse insgesamt	299	377	399	568	553	401	620	494	467	466	4.645
H Österreich, zumindest dem Namen nach bekannt	1.000	991	989	982	974	968	972	972	973	968	9.789
I Ö-Kernpotenzial, bei dem Ö zumindest dem Namen nach bekannt ist	435	147	192	100	91	138	63	110	138	126	1.540
J Bevölkerung mit Angaben bei Reiseerlebnissen	844	821	834	864	916	878	854	828	782	819	8.440
K Ö-Gesamtpotenzial mit Angaben bei Reiseerlebnissen	613	533	501	385	421	544	337	432	452	466	4.684
L KI bei Urlaubsreisen schon genutzt oder offen dafür	581	588	656	510	684	740	706	575	796	816	6.652
M KI bei Urlaubsreisen genutzt	234	208	317	213	351	319	350	231	427	409	3.060
N KI-Ablehnende	377	348	300	399	275	192	226	356	154	137	2.763