



## **Analyse Tagesausflug AnTagA Winter 2022/23**

Ergebnisse einer Befragung aus den  
Herkunftsmärkten Oberösterreich,  
Niederösterreich und Wien



**Erlebenswert echt.**  
oberoesterreich.at

# Studiendesign

# Allgemeines zur Stichprobe

- **Art der Untersuchung:** CATI, wöchentliche Befragungen von je 160 Personen ab 14 Jahren
- **Erhebungszeitraum:** November 2022 bis April 2023
- **Stichprobengröße:**  $n = 4.160$  Personen insgesamt
  - $n = 1.558$  Oberösterreich
  - $n = 1.303$  Wien
  - $n = 1.299$  Niederösterreich
- **Durchführendes Institut:** manova GmbH, Wien
- **Auftraggeber für Oberösterreich:** Oberösterreich Tourismus GmbH
- **Auftraggeber für Wien und Niederösterreich:** Niederösterreich Werbung GmbH

# Oberösterreich als Ziel- und Quellmarkt für Tagesausflüge

Die Oberösterreich Tourismus GmbH führt seit 1997 regelmäßig Befragungen zum Ausflugsverhalten der heimischen Bevölkerung durch, um die Ergebnisse daraus in die Vermarktung der Freizeitattraktionen entsprechend einfließen zu lassen.

Bei der vorliegenden Studie handelt es sich um die **Folgestudie der bereits im Winter 2016/17** durchgeführten Studie zum Tagesausflugsverhalten der Oberösterreicher:innen, Niederösterreicher:innen und der Wiener:innen.

Durch einen gemeinsam vereinbarten Datenaustausch kann neben dem Gesamtvolumen an Tagesausflügen aus den drei Herkunftsmärkten im Sommer („**Oberösterreich als Zielmarkt**“), auch der oberösterreichische Tagesausflügler im Besonderen betrachtet werden („**Oberösterreich als Quellmarkt**“).

Alle Ergebnisse wurden im Vergleich zum Winter 2016/17 dargestellt (Werte in Klammer).

# Definitionen

## Definition Tagesausflüge

- Als **Tagesausflüge** gelten alle Ausflüge in der Freizeit, bei denen man das gewohnte Umfeld verlässt, jedoch nicht auswärts vom ständigen Wohnsitz übernachtet. Gemeint sind NICHT Routinefahrten wie die Fahrt zur Arbeit oder regelmäßige Vereinsaktivitäten.  
Neben Ausflugsfahrten ins Grüne oder um etwas anzuschauen, gehören dazu auch Ausflüge, um Verwandte oder Bekannte zu besuchen, um Sport zu treiben, um an einer Veranstaltung teilzunehmen, um Essen zu gehen, um besondere Einkäufe - aber nicht für den täglichen Bedarf - zu tätigen.

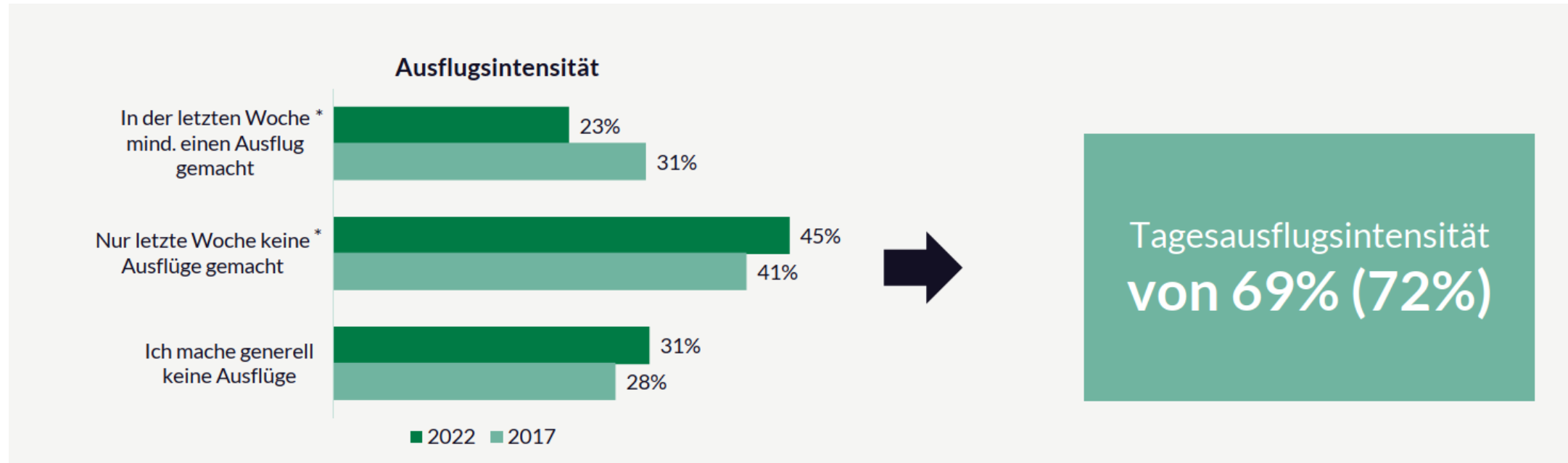
# Definition Tagesausflügler, Ausflugsintensität und -volumen

- Als **Tagesausflügler** sind alle Personen zu verstehen, die generell Tagesausflüge betreiben. Daher zählen auch jene Personen zur Gruppe der Tagesausflügler, die in der zum Zeitpunkt der Befragung vorangegangenen Woche zwar keinen Tagesausflug berichteten, aber angaben, generell Tagesausflüge zu unternehmen.  
Den Tagesausflüglern gegenüber stehen die Tagesausflugsverweigerer, die generell keine Tagesausflüge unternehmen.
- Die **Ausflugsintensität** gibt den Anteil der Bevölkerung ab 14 Jahren an, der im Sommer 2022 mindestens einen Tagesausflug unternommen hat.
- Das **Ausflugsvolumen** gibt an, wie viele Tagesausflüge die Bevölkerung ab 14 Jahren im Sommer 2022 insgesamt unternommen hat.

# **Oberösterreich als Quellmarkt für einen Tagesausflug**



# Ausflugsintensität der Oberösterreicher:innen



69% der Bevölkerung ab 14 Jahren unternehmen Tagesausflüge, wobei sich im Vergleich zu 2016/17 keine signifikanten Veränderungen messen lassen. Das heißt in Oberösterreich gibt es rund **0,9 Mio. Tagesausflügler:innen**. Dieser Wert ist im Vergleich zur letzten Messung stabil geblieben.

Signifikant geändert hat sich allerdings die **Ausflugshäufigkeit**: 2022/23 geben signifikant weniger Befragte an, dass Sie in der letzten Woche einen Tagesausflug gemacht haben.

# Ausflugsvolumen (1)



||



1,29 (1,26) Mio. Einwohner:innen ab  
14 Jahren

unternehmen durchschnittlich

~ 8 (12) Tagesausflüge pro Kopf

dies ergibt ein Ausflugsvolumen (November 2022 – April 2023) von

~ 9,9 (15,04) Mio. Tagesausflügen

Das Ausflugsvolumen der Oberösterreicher:innen ist im Vergleich zu 2016/17 gesunken, was auf eine rückläufige Ausflugshäufigkeit zurückzuführen ist.

## Ausflugsvolumen (2)

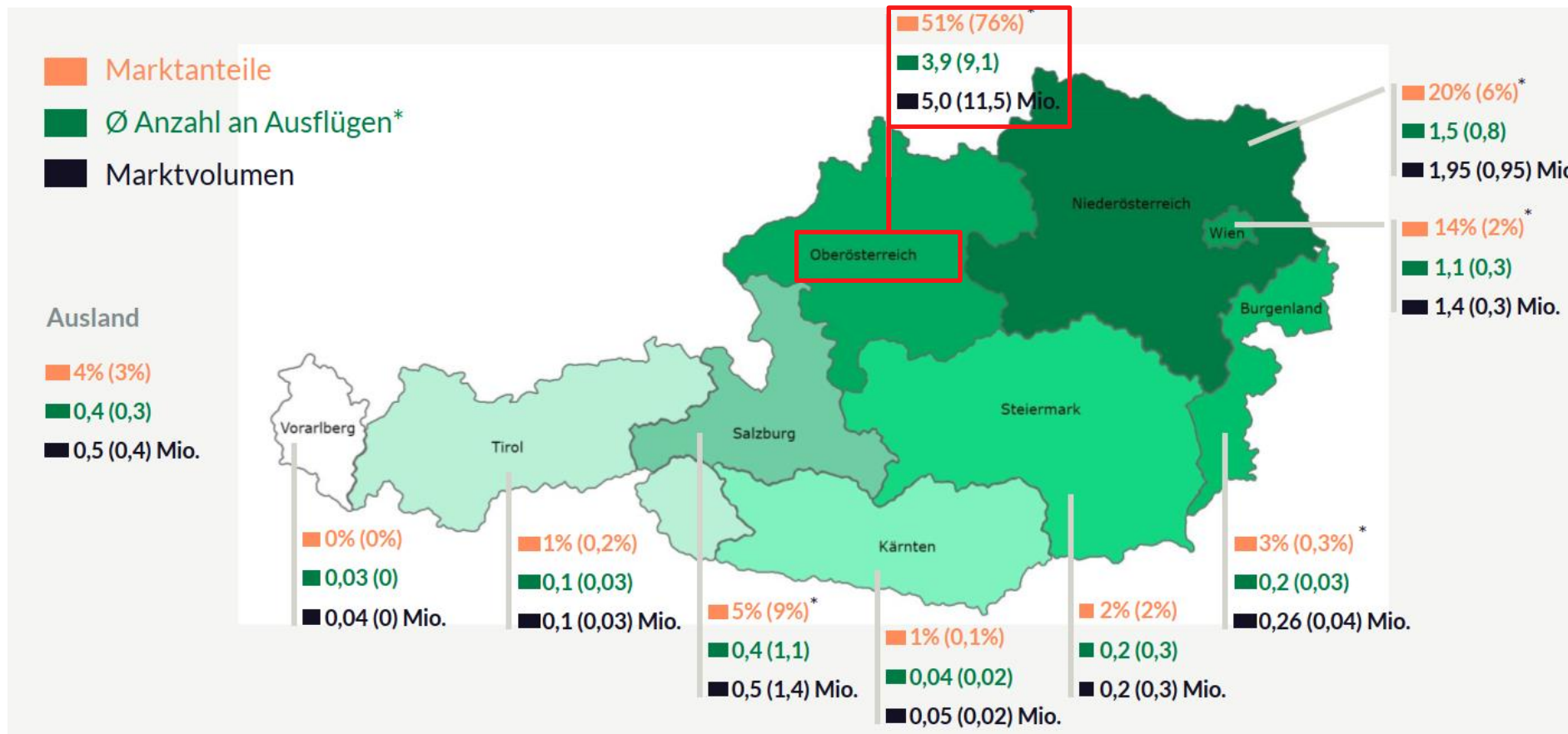
Der Anteil der Oberösterreicher:innen, die in der letzten Woche mindestens einen Tagesausflug gemacht haben, hat von **31%** auf **23%** **signifikant abgenommen**.

Zusätzlich ist auch die Ausflugshäufigkeit jener gesunken, die in der letzten Woche der Befragung mind. einen Ausflug unternommen haben.

**Gaben 2016/17 noch 33% an, mehr als einen Ausflug unternommen zu haben, sind es 2022/23 nur noch 20%!**

Dies führt in Summe dazu, dass die **Ausflugshäufigkeit von 12 Tagesausflügen pro Kopf auf 8 Tagesausflüge pro Kopf gesunken** ist. Daraus ergibt sich ein niedrigeres Ausflugsvolumen von insgesamt 9,9 Mio. Tagesausflügen (15,04 Mio.).

# Zielbundesländer der Oberösterreicher:innen im Winter



Das beliebteste Ausflugsziel ist das eigene Herkunftsbundesland, so blieben **51%** aller Ausflüge im Winter 2022/23 in Oberösterreich, **allerdings ist dieser Wert im Vergleich zu 2016/17 stark gesunken (76%)!** Den 2. und 3. Platz nehmen mit einem Marktanteil von **20% (6%)** Niederösterreich und **14% (2%)** Wien ein.

# Direkte Wertschöpfung durch die Tagesausflügler:innen

## Ausgaben

- Bei den Gesamtausgaben gab es bei den nominalen Beträgen keine signifikanten Veränderungen zum Vergleichszeitraum.
- Im Winter 2022/2023 haben die Oberösterreicher:innen hochgerechnet bei den Tagesausflügen rund 451,3 Mio. Euro ausgegeben. Pro Kopf waren das 46,2 Euro.
- Davon blieben 181,8 Mio. Euro im eigenen Bundesland (pro Kopf 36,1 Euro). Das sind 40% der Gesamtausgaben.
- Die Oberösterreicher:innen gaben nominal **mehr für die kleine Verpflegung und sonstige Ausgaben** aus, während für Souvenirs und Geschenkartikel weniger ausgegeben wurde.
- Aufgrund des insgesamt rückläufigen Ausflugsvolumens ist auch das gesamte Umsatzvolumen der Oberösterreicher:innen gesunken.

# Summary

Oberösterreich als Quellmarkt für einen Tagesausflug

## Summary Oberösterreich als Quellmarkt für einen Tagesausflug (1)

- 69% der Bevölkerung ab 14 Jahren unternehmen Tagesausflüge, wobei sich im Vergleich zu 2016/17 keine signifikanten Veränderungen messen lassen. Das heißt in Oberösterreich gibt es rund **0,9 Mio. Tagesausflügler:innen**.
- Signifikant geändert hat sich die **Ausflugshäufigkeit**: 2022/23 geben signifikant weniger Befragte an, dass Sie in der letzten Woche einen Tagesausflug gemacht haben.
- Das **Ausflugsvolumen** der Oberösterreicher:innen ist im Vergleich zu 2016/17 gesunken, was auf eine rückläufige Ausflugshäufigkeit zurückzuführen ist.

## Summary Oberösterreich als Quellmarkt für einen Tagesausflug (2)

- Der Anteil der Oberösterreicher:innen, die in der letzten Woche mindestens einen Tagesausflug gemacht haben, hat von **31%** auf **23%** **signifikant abgenommen**.  
Zusätzlich ist auch die Ausflugshäufigkeit jener gesunken, die in der letzten Woche der Befragung mind. einen Ausflug unternommen haben.
- **2016/17** gaben noch **33%** an, mehr als einen Ausflug unternommen zu haben, **2022/23** sind es nur noch **20%**!
- Die **Ausflugshäufigkeit** ist von **12 Tagesausflügen pro Kopf** auf **8 Tagesausflüge pro Kopf** gesunken. Daraus ergibt sich ein niedrigeres Ausflugsvolumen von insgesamt **9,9 Mio. Tagesausflügen (15,04 Mio.)**.



## Summary Oberösterreich als Quellmarkt für einen Tagesausflug (3)

- Das beliebteste Ausflugsziel ist das eigene Herkunftsbundesland: **51%** aller Ausflüge im Winter 2022/23 blieben in Oberösterreich, allerdings ist dieser Wert im Vergleich zu 2016/17 stark gesunken (**76%**)!
- Wie auch 2017 sind die Pro-Kopf-Ausgaben der Oberösterreicher:innen in Oberösterreich niedriger als in allen Ausflugszielen zusammen. In beiden Jahren ist dies vor allem auf geringere Shoppingausgaben in Oberösterreich zurückzuführen.
- Das geringere Ausflugsvolumen im eigenen Bundesland und die geringeren Pro-Kopf-Ausgaben der Oberösterreicher:innen in Oberösterreich führen dazu, dass **nur 40% der Gesamtausgaben im eigenen Bundesland verbleiben!**

# **Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug**

# Ausflugsvolumen nach Oberösterreich (1)



Das Tagesausflugsvolumen nach Oberösterreich hat sich im Vergleich zu 2016/17 von 13,1 Mio. auf 6,1 Mio. Tagesausflüge mehr als halbiert.

# Der:Die durchschnittliche Tagesausflügler:in im Detail (1)

## Demographie

- Tagesausflügler:innen in Oberösterreich sind zu **51% männlich**.
- Hinsichtlich der Bildung zeigt sich ein **hoher Anteil** an Personen mit **Lehrabschluss**.
- Das **Durchschnittsalter** der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich ist signifikant von 43 Jahren auf 47 Jahre gestiegen, wobei vor allem die Jungen weggebrochen sind.
- Hinsichtlich der **Reisebegleitung im Winter** lassen sich keine signifikanten Veränderungen nachweisen. Etwas **mehr als ein Viertel** der Gäste sind **Paare ohne Kinder** und immerhin fast ein Fünftel unternimmt alleine Tagesausflüge.

## Der:Die durchschnittliche Tagesausflügler:in im Detail (2)

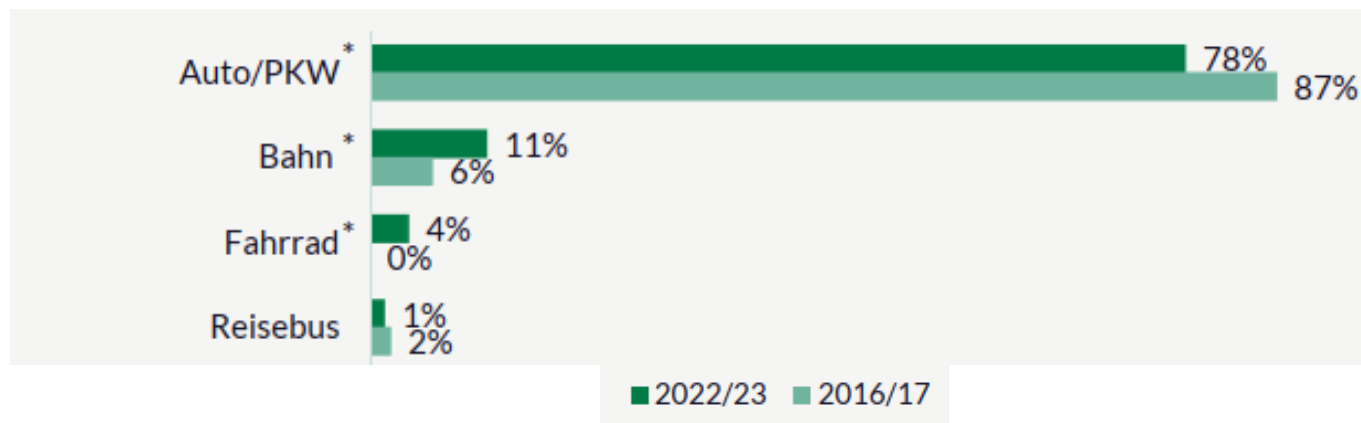
Reisebegleitung, Wochentag

- **Familien mit Kindern unter 14 Jahren** machen insgesamt immerhin rund **22%** der Besucher:innen aus. Die einzige Veränderung lässt sich hier bei der Anzahl der Personen feststellen. Hier haben Reisegemeinschaften mit 2 Personen zugenommen.
- **2,7 Mio.** Tagesausflüge finden am Wochenende statt, wobei **Samstag** der Tag mit den meisten Ausflügen ist.

# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (1)

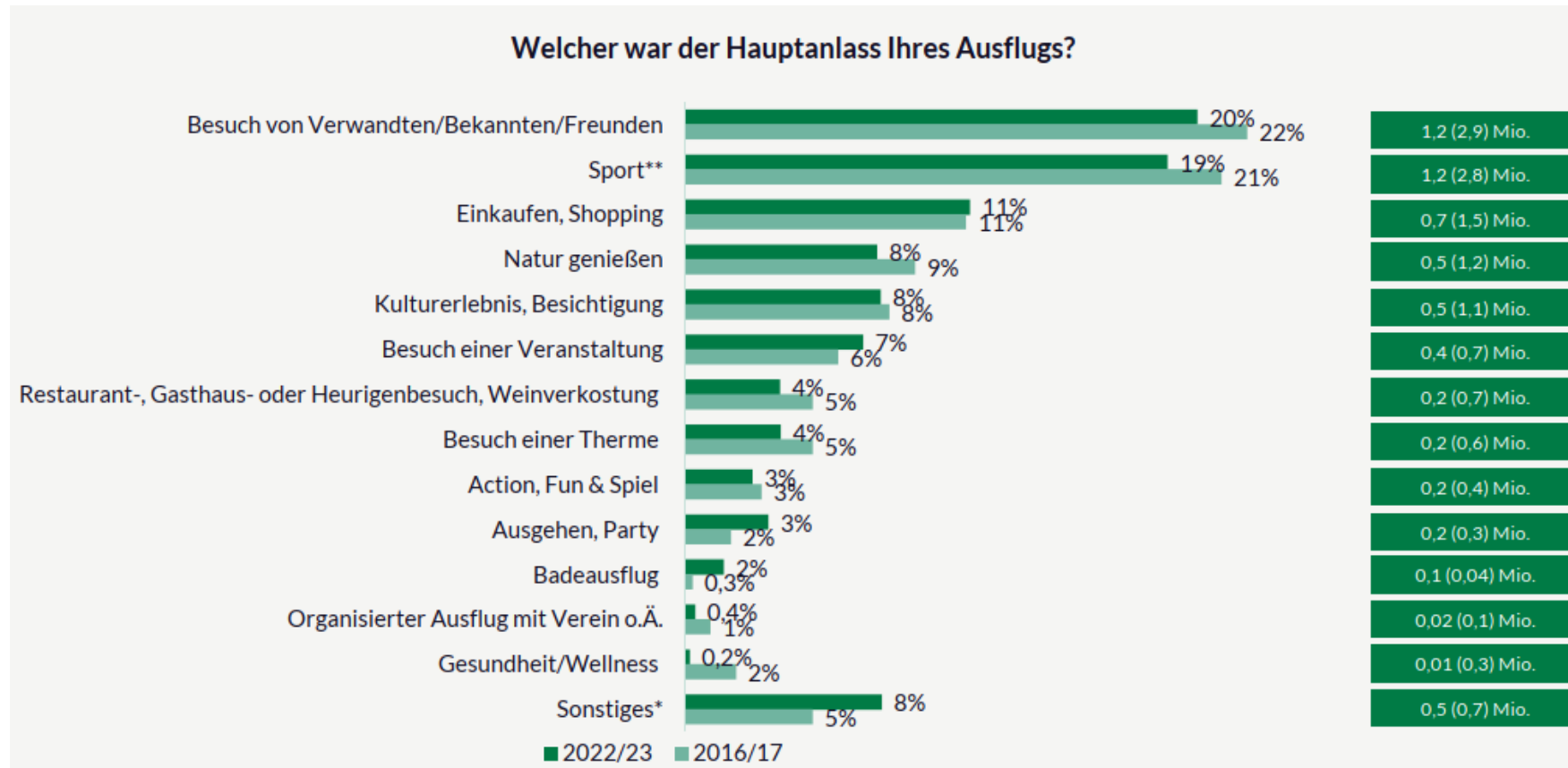
Besuchshäufigkeit und Anreiseverkehrsmittel

- Mehr als die Hälfte der Besucher:innen (52%) sind nach wie vor **Wiederbesucher**. Stammgäste machen rund ein Drittel der Gäste aus.
- Nach wie vor reisen die meisten Tagesausflügler:innen mit dem **Auto** an, wenn auch mit rückläufiger Tendenz, während **nachhaltigere Verkehrsmittel wie die Bahn** 11% (6%) und **das Fahrrad** 4% (0%) signifikant an Anteilen gewinnen konnten.



# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (2)

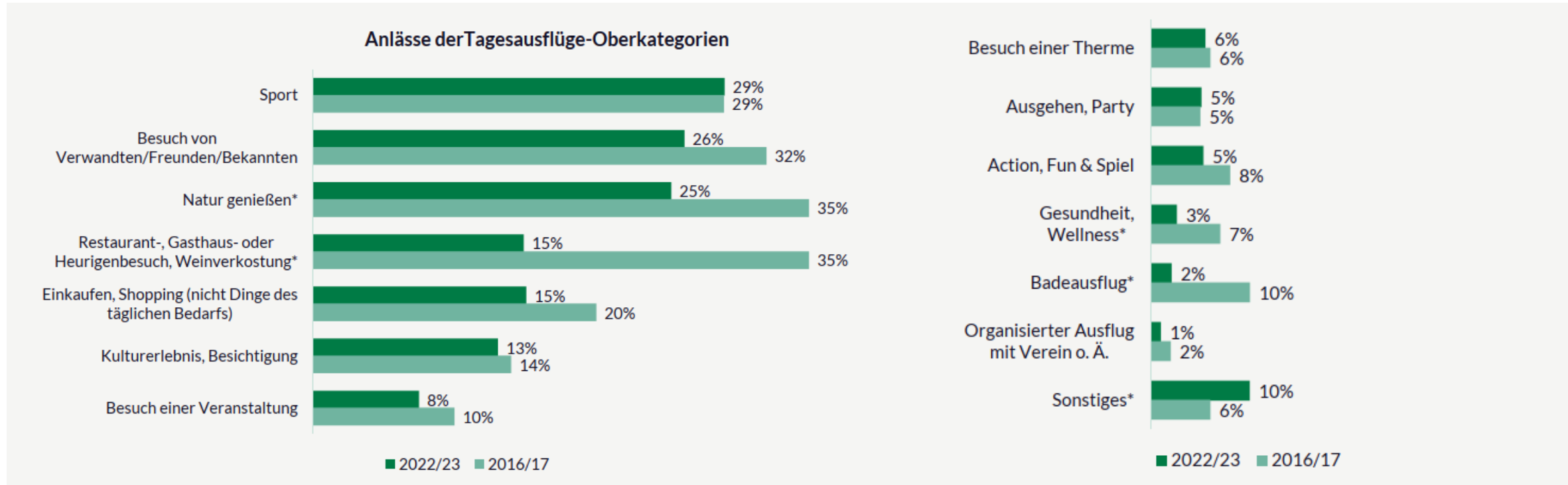
Hauptanlässe der Tagesausflüge im Winter



Am häufigsten wird nach wie vor der **Besuch von Freunden und Bekannten (20%)** sowie **Sport (19%)** genannt.

# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (3)

## Anlässe der Tagesausflüge im Winter



Mehrfachantworten

Betrachtet man alle Anlässe und Aktivitäten, so zeigen sich deutliche Veränderungen bei den Oberkategorien. Die mit Abstand größte Veränderung gibt es bei den **Restaurant- und Gasthausbesuchen**, die von **35% auf 15%** gesunken sind. Ebenfalls deutlich gesunken ist das Motiv „**Natur genießen**“. Weitere Rückgänge verzeichnen **Badeausflüge** (von 10% auf 2%) und **Unternehmungen zum Thema Gesundheit und Wellness** (von 7% auf 3%).



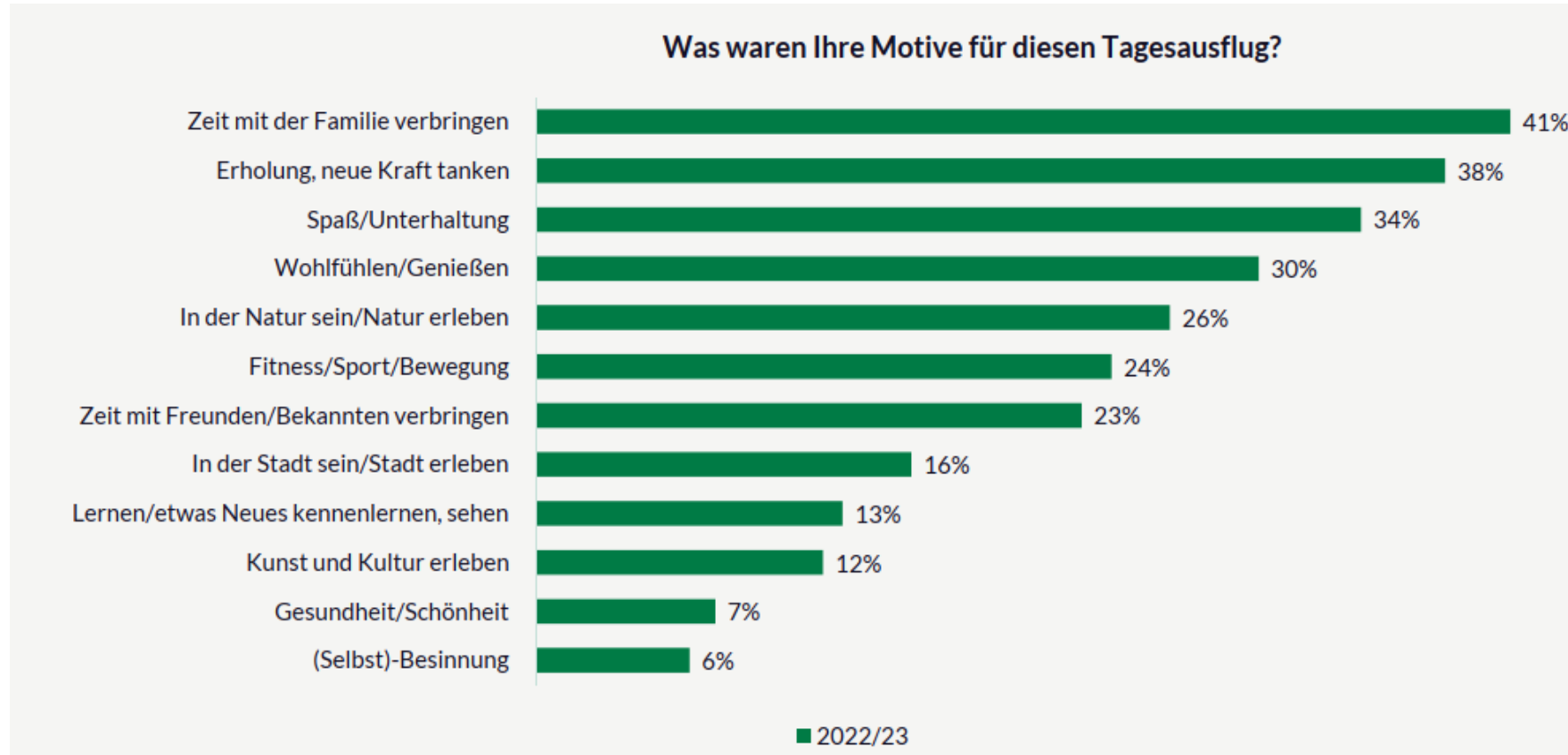
# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (4)

Aktivitäten der Tagesausflüge im Winter

- **13%** aller Tagesausflügler:innen im Winter gaben an, dass sie **Wandern** waren, **2%** Bergsteigen.
- **6%** gaben den **Besuch einer Stadt/eines Ortes an, je 4%** den **Besuch eines Marktes** (auch Weihnachts- oder Adventmarkt) oder den **Besuch einer Kulturveranstaltung** (Konzerte, Theater, Festivals).
- **15%** (**24%**) genossen die Natur beim Spazieren gehen, **4%** (**2%**) beim Besuch von Naturparks.

# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (5)

Motive für einen Tagesausflug im Winter



Mehrfachantworten, Diese Frage wurde nicht vorgelesen, wenn bei der Frage nach dem Hauptanlass "Besuch von Verwandten/Freunden/Bekannten" angegeben wurde.

Die deutliche Mehrheit der Tagesausflügler:innen gibt im Winter mehrere Motive für den Tagesausflug an. **Zeit mit der Familie verbringen** steht dabei wie im Sommer an erster Stelle.

# Ausflugsverhalten der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (6)

Hauptmotiv für einen Tagesausflug im Winter



Mehrfachantworten, Diese Frage wurde nicht vorgelesen, wenn bei der Frage nach dem Hauptanlass "Besuch von Verwandten/Freunden/Bekannten" angegeben wurde.

Das Hauptmotiv Nummer 1 ist unverändert mit 26% „Zeit mit der Familie zu verbringen“. Danach folgt „Erholung, neue Kraft tanken“. Dieses Motiv hat sich seit 2016/17 signifikant erhöht und damit an Bedeutung gewonnen hat, während „in der Natur sein“ abgenommen hat.

# Aufmerksamkeit für das Ausflugsziel

- Der Anteil der Tagesausflügler:innen, die **aktiv nach einem Ausflugsziel gesucht haben**, ist signifikant von **15% auf 30% gestiegen**.
- Insgesamt wurde häufiger über die **Suchmaschine** gesucht **12% (6%)**, **Freunde/Bekannte um Empfehlung** **9% (2%)** gefragt oder eine **bestimmte Website** aufgesucht **4% (0%)**.
- Von den Tagesausflügler:innen, die nicht aktiv nach einem Ausflugsziel gesucht haben, gibt die Mehrheit an, durch **frühere Besuche** oder durch **Erzählung von Freunden/Bekannten** auf das Ziel aufmerksam geworden zu sein.

# Informationsverhalten, Zufriedenheit, Weiterempfehlung

- Ebenfalls **gestiegen** ist der Anteil der Personen, die sich **vor dem Ausflug weitere Informationen eingeholt haben (von 18% auf 25%)**. Wie auch im Vergleichszeitraum wird dabei die Suchmaschine im Internet am häufigsten verwendet.
- Jene, die sich weitere Informationen eingeholt haben, taten dies signifikant häufiger über das Wetter und die Temperaturen. Dies wird zusammen mit den Öffnungszeiten zudem am häufigsten vor einem Tagesausflug gesucht.
- Die Weiterempfehlungsabsicht der Ausflugsziele hat sich seit 2016/17 positiv entwickelt, sodass im Winter 2022/23 **72% der Befragten angeben das Ausflugsziel weiterempfehlen zu wollen**.

# Wertschöpfung der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich (1)

- Beim **Ausgabenverhalten** zeigt sich, dass das gesamte **Ausgabenvolumen von 585,6 Mio. € in 2016/17 auf 240,8 Mio. € in 2022/23 gesunken** ist, was größtenteils auf das rückläufige Ausflugsvolumen zurückzuführen ist.
- Die **Gesamtausgaben** sind im Durchschnitt von **44,6 € pro-Kopf auf 39,2 € pro-Kopf zurückgegangen** – allerdings ist dieser Rückgang statistisch nicht signifikant, da diese Werte einer relativ großen Schwankungsbreite unterliegen!
- Den größten Anteil der Ausgaben machen nach wie vor die Ausgaben für **Restaurant- und Gastrobesuche** aus (31%). Die **Anreise** hat anteilig an den Gesamtausgaben zugenommen (21%).

# Wertschöpfung der Tagesausflügler:innen in Oberösterreich

- Signifikante Veränderungen zeigen sich für den Anteil jener Personen, die gar keine Ausgaben in den Bereichen hatten
  - Der Anteil der Personen mit Ausgaben für **Gastronomie** ist **von 60% auf 37% gesunken**.
  - Zudem konnte ein signifikanter **Rückgang bei den Ausgaben für die Anreise** gemessen werden.
- Der Anteil der Tagesausflügler:innen, die auf ihrem Ausflug **gar nichts ausgegeben** haben, ist deutlich **von 6% auf 24% gestiegen**.

# Summary

Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug



## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (1)

- Das Tagesausflugsvolumen nach Oberösterreich hat sich im Vergleich zu 2016/2017 von 13,1 Mio. auf 6,1 Mio. Tagesausflüge mehr als halbiert.
- Der starke Rückgang des Tagesausflugsvolumens im eigenen Herkunftsbundesland ist auf die insgesamt gesunkene Ausflugshäufigkeit der Oberösterreicher:innen und den Verlust an Marktanteilen zurückzuführen.
- 52% der Tagesausflügler:innen sind **Wiederbesucher**, die schon hin und wieder dort waren und 32% sind **Stammgäste**.
- Hinsichtlich der Reisebegleitung gibt es im Vergleich zur letzten Befragung 2016/2017 keine Veränderungen. So sind nach wie vor **27% als Paar ohne Kinder** in Oberösterreich unterwegs und immerhin **18%** unternehmen **alleine** Tagesausflüge.

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (2)

- Das häufigste **Anreisemittel** ist nach wie vor das **Auto**, auch wenn dieses von einem **Anteil** von **87%** auf **78%** gesunken ist. **Nachhaltigere Verkehrsmittel** wie die **Bahn 11% (6%)** und das **Fahrrad 4% (0%)** konnten **signifikant an Anteilen gewinnen**.
- **30%** der Tagesausflügler:innen im Winter 2022/2023 haben **aktiv** nach einem Ausflugsziel gesucht, während es 2016/2017 nur **15%** aktiv Suchende waren. Dabei wurde häufiger **über das Internet in Suchmaschinen** gesucht.
- Zusätzlich wurden auch **Freunde** und **Bekannte** häufiger um **Empfehlungen** gefragt sowie bestimmte Webseiten für die Suche genutzt.

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (3)

- Für jene, die nicht aktiv nach einem Ausflugsziel gesucht haben, spielt **Werbung** eine untergeordnete Rolle, am häufigsten werden hier **frühere Besuche, Erzählung von Freunden und Bekannten** sowie die **Bekanntheit der Region** genannt.
- Zugenommen hat auch der Anteil jener Tagesausflügler:innen in Oberösterreich, die sich vor dem Ausflug noch **weitere Informationen eingeholt** haben, so ist dieser von **18% auf 25%** gestiegen, wobei Suchmaschinen im Internet am häufigsten genutzt wurden.

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (4)

- Hinsichtlich des **Hauptanlasses** wurde am häufigsten nach wie vor der **Besuch von Freunden und Bekannten (20%)** sowie **Sport (19%)** genannt. Im Detail hat sich im **Bereich Sport** der **Anteil der Radfahrausflüge** **signifikant erhöht**, während der **Anteil der alpinen Wintersportausflüge** **gesunken** ist.
- Im **kulturellen Sektor** ist zudem der Anteil jener, die eine **Stadt oder einen Ort besucht** haben, **signifikant gestiegen**.

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (5)

- Bezüglich der **Anlässe** für einen Tagesausflug sind die **Besuche von Restaurants und Gasthäusern deutlich gesunken**. Gingen diesen 2016/2017 noch 35% der Tagesausflügler:innen nach, waren es 2022/2023 nur noch 15%.
- Ebenfalls **rückläufig** waren die Anlässe **Natur genießen** (vom 35% auf 25%), **Badeausflüge** (von 10% auf 2%) und **Unternehmungen zum Thema Gesundheit und Wellness** (von 7% auf 3%).
- **Wandern (13%)** ist auf Tagesausflügen nach wie vor die Nummer 1 der sportlichen Aktivitäten. Signifikant zugenommen haben, wie auch bei den Hauptanlässen, die **Radfahrer** unter den Tagesausflügler:innen (von 1% auf 4%). Ein deutlicher **Rückgang** zeigt sich bei den Tagesausflügler:innen, die **spazieren waren** (von 24% auf 15% gesunken).

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (6)

- Beim **Ausgabenverhalten** zeigt sich, dass das gesamte **Ausgabenvolumen** von **585,6 Mio. €** in **2016/17** auf **240,8 Mio. €** in **2022/23** gesunken ist, was größtenteils auf das rückläufige Ausflugsvolumen zurückzuführen ist.
- Die **Gesamtausgaben** sind im Durchschnitt von **44,6 €** (2016/2017) **pro-Kopf** auf **39,2 € pro-Kopf** zurückgegangen – allerdings ist dieser Rückgang statistisch nicht signifikant, da diese Werte einer relativ großen Schwankungsbreite unterliegen!
- Der Anteil der Tagesausflügler:innen, die auf ihrem Ausflug **gar nichts ausgegeben** haben, ist deutlich von **6% auf 24% gestiegen**. Ein **Trend zum Sparen** ist somit eindeutig nachweisbar und betrifft dann besonders die Bereiche mit höheren **Ausgaben** wie Restaurants oder Erlebnisbäder.

## Summary Oberösterreich als Zielmarkt für einen Tagesausflug (7)

- Diese Konsumzurückhaltung zeigt sich deutlich im Bereich Gastronomie.
- Hatten 2016/2017 noch 60% der Tagesausflügler:innen Ausgaben im Bereich Gastronomie, waren es **2022/2023 nur noch 37%**.
  - Diese Angaben gehen einher mit dem Rückgang der Befragten, die auf Ihren Ausflügen Gastronomiebesuche als Aktivität angegeben hatten. Dies führt in Summe dazu, dass der:die durchschnittliche Tagesausflügler:in 2022/2023 inflationsbereinigt **weniger für Gastronomiebesuche ausgegeben hat als 2016/17** (9,6 € vs. 14,2 €).
- Weiters geht bei der **Anreise** der Anteil jener zurück, die Ausgaben in diesem Bereich hatten. Allerdings bleiben die inflationsbereinigten Pro-Kopf-Ausgaben für die Anreise trotzdem relativ konstant.

# Ansprechpartner

Kontakt für Rückfragen

Lisa Reiter BSc., MA  
Strategie & Tourismusentwicklung  
Marktforschung & Statistik

[lisa.reiter@oberoesterreich.at](mailto:lisa.reiter@oberoesterreich.at)  
+43 732 7277-122

---

Oberösterreich Tourismus GmbH  
Freistädter Straße 119, 4041 Linz, Austria  
[oberoesterreich.at](http://oberoesterreich.at) | [oberoesterreich-tourismus.at](http://oberoesterreich-tourismus.at)

