



## OSNOVNI PODACI

**Službeni naziv:** Republika Austrija.

**Državno uređenje:** Parlamentarna republika.

**Glavni grad:** Wien (1.753.000 stanovnika).

**Veći gradovi:** Graz (261.000), Linz (189.000), Salzburg (148.000), Innsbruck (120.000), Klagenfurt (94.000).

**Površina:** 83.871 km<sup>2</sup>.

**Broj stanovnika:** 8,6 milijuna.

**Službeni jezik:** njemački (u Koruškoj slovenski, u Gradišću hrvatski i mađarski).

**Vjerska pripadnost:** rimokatolici (74 %), protestanti (5 %), muslimani (4 %), ostali (17 %).

**Stopa rasta stanovništva:** 0,55 % godišnje.

**Gustoća naseljenosti:** 102 stanovnika/km<sup>2</sup> (66 % stanovništva živi u gradovima).

**Valuta:** EUR.



## POLITIČKO UREĐENJE

Austrija je parlamentarna republika koju čini devet pokrajina. Svakom pokrajinom upravlja vlastita pokrajinska vlada (Landesregierung) na čijem je čelu pokrajinski predsjednik (Landeshauptmann).

Zakonodavna vlast pripada parlamentu (Bundesversammlung) koji se sastoji od dva doma.

Narodno vijeće (Nationalrat) sastoji se od 183 zastupnika izabrana na četverogodišnji mandat po principu poštene i proporcionalne regionalne zastupljenosti. Savezno vijeće (Bundesrat) ima 62 člana koja bira pokrajinski parlament. Zakone prihvaćene u oba doma parlamenta potvrđuje Predsjednik.

Izvršna vlast u rukama je Savezne vlade (Bundesregierung) na čelu koje je savezni kancelar. Trenutačno je na

vlasti velika koalicija sastavljena od lijevog centra Socijaldemokratske partije (SPÖ) i desnog centra Austrijske narodne stranke (ÖVP). Koalicija je obnovljena u prosincu 2013. nakon općih izbora u rujnu 2013. iako su obje stranke zabilježile gubitak glasova na izborima. Savezni kancelar je Werner Faymanan (SPÖ).

Predsjednik se bira neposredno, na maksimalno dva šestogodišnja mandata. U travnju 2010. Hein Fischer izabran je na drugi mandat.

Austrija je članica Europske unije (EU) i Europske ekonomske zone (EEA). Kao punopravna članica EU sudjeluje u svim ugovorima potpisanim od strane EU. Također, članica je Organizacije za ekonomsku suradnju i razvoj (OECD).

# STANOVNIŠTVO

**Etničke skupine:** Austrijanci 91,1 %, Hrvati, Srbi, Slovenci i Bošnjaci 4 %, Turci 1,6 %, Nijemci 0,9 %, ostali 2,4 %.

## Dobna struktura

0 – 14 godina – 14,05 % (622.856 muškaraca / 594.349 žena)

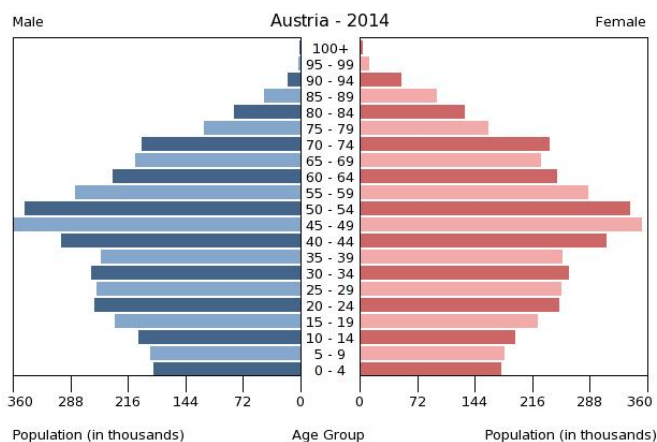
15 – 24 godine – 11,55 % (510.614 muškaraca / 490.390 žena)

25 – 54 godine – 42,98 % (1.861.777 muškaraca / 1.862.705 žena)

55 – 64 godine – 12,51 % (535.691 muškaraca / 548.022 žena)

65 i više godina – 18,92 % (706.288 muškaraca / 932.858 žena)

**Očekivana životna dob:** 81,39 godina (78,76 godina za muškarce; 84,15 godina za žene).



## OPĆE KARAKTERISTIKE GOSPODARSTVA

Prednost austrijske ekonomija je otvorenost, konkurentnost i raznolikost. Značajan je veliki uslužni sektor (69,8 %), zdrav i funkcionalan industrijski i graditeljski sektor (28,6 % BDP-a) te mali, ali visoko razvijeni poljoprivredni sektor (1,6 % BDP-a). Među zemljama Europske unije ima jedan od najviših BDP-a po stanovniku, što povećava njenu otpornost na vanjske utjecaje.

Budući da se nalazi u srcu središnje Europe s prvoklasnom infrastrukturom, usko je povezana s ostalim gospodarstvima EU-a, a posebno s njemačkim.

Politička i socijalna situacija Austrijanaca vrlo je stabilna, politikom i dalje dominiraju dvije velike stranke, međutim to ipak dovodi do sporijeg napretka reformi i rasta frustracija kod stanovništva.

Austrijske banke i korporacije snažno su se proširile u zemljama srednje i istočne Europe, izlažući se ekonomskoj sudbini regije. Zbog potrebe za dokapitalizacijom banaka zbog kreditnih gubitaka, u posljednjih nekoliko godina opterećene su javne financije.

## Makroekonomski pokazatelji

	2013.	2014.	2015.*	2016.*	2017.*
BDP, tekuće cijene (mlrd. eura)	322.878	329.296	334.903	345.499	356.366
BDP po stanovniku (eura)	38.201	38.705	39.140	40.204	41.303
Realni rast BDP-a (%)	0,2	0,3	0,6	1,4	1,5
Opseg izvozne robe (promjena u %)	- 0,259	2,009	0,630	4,570	5,450
Opseg uvozne robe (promjena u %)	- 1,956	0,606	0,670	4,560	5,500
Inflacija (%)	2,1	1,5	1,0	1,7	1,8
Nezaposlenost (%)	5,3	5,6	5,8	5,6	5,4
Prosječna godišnja neto plaća (euro)		27.843			

Izvor: IMF, Eurostat, EUI. (\*) procjena

# MEDIJI I OGLAŠAVANJE NA TRŽIŠTU

## Dnevne novine

- Neue Kronen Zeitung – pokriva cijelu Austriju
- Österreich – pokriva cijelu Austriju
- Kleine Zeitung – pokriva cijelu Austriju
- Der Standard – pokriva cijelu Austriju
- Oberösterreichische Nachrichten – pokriva Gornju Austriju
- Die Presse – pokriva cijelu Austriju
- Wiener Zeitung – pokriva cijelu Austriju
- Tiroler Tageszeitung – pokriva Tirol
- Heute – pokriva Beč, Gornju Austriju, Donju Austriju i Gradišće
- Kurier – pokriva cijelu Austriju
- Salzburger Nachrichten – pokriva cijelu Austriju
- Wirtschaftsblatt – pokriva cijelu Austriju
- Kärntner Tageszeitung – pokriva Korušku
- Neue Vorarlberger Tageszeitung – pokriva Vorarlberg
- Neues Volksblatt – pokriva Gornju Austriju
- Vorarlberger Nachrichten – pokriva Vorarlberg
- Salzburger Volkszeitung – pokriva Salzburg

Mjerodavna institucija za davanje točnih podataka je naklada ÖAK – Österreichische Auflagenkontrolle.

## Časopisi

- Profil
- Format
- News
- Trend
- Faktum
- Gewinn
- Reisemagazin

## Stručni turistički časopisi

- TAI Austria – tjednik
- TIP – tjednik
- Traveller – tjednik
- Travel Express – tjednik
- Hotel&Touristik – mjesečnik

## Stručni časopisi za nautiku

- Yacht Info
- Yach Revue
- Ocean 7

## Najznačajniji stručni sportski časopisi

- Sportwoche
- Sportmagazin
- Sport aktiv

## Camping

- Camping Revue
- CCA Journal

## Agencija za tisak

- APA – Austrian Presseagentur
- presstext Nachrichtenagentur GmbH

## Radio i TV

Službena ovlaštena kuća za radio i TV emitiranje je ORF, a na raspolaganju su tri programa (ORF 1, ORF 2 i ORF3). U sklopu ORF emitira se i poseban kanal Sport Plus.

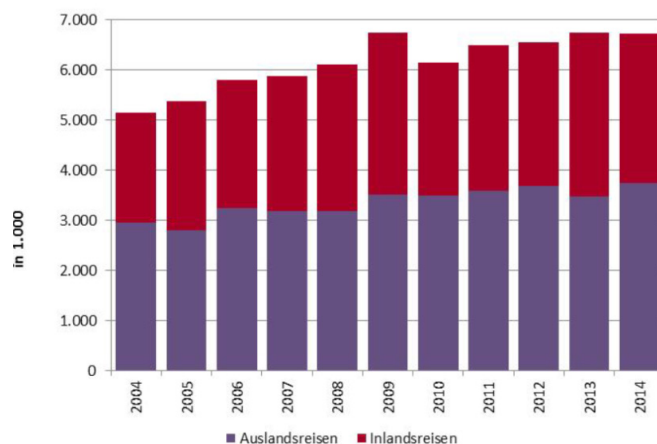
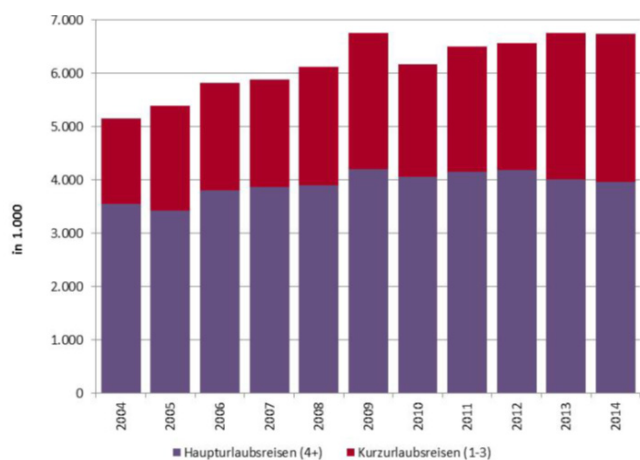
Privatne i inozemne stanice emitiraju putem kablinskih i satelitskih kanala (TW1), a na teletekstu se redovito pojavljuju vijesti iz politike, gospodarstva, turizma, kulture i sporta.

Radio ORF emitira 24 sata programe na Ö 1, Ö 3 i FM 4 za cijelu Austriju, a svaka od devet saveznih država emitira i vlastite radio programe.

Postoje i brojne privatne radiostanice. Radio Wien, Kronenhit i Antenne su među najslušanijima. Na internetu ORF djeluje sa stalno rastućim programom ORF On Network.

## 2014. GODINA

# PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA



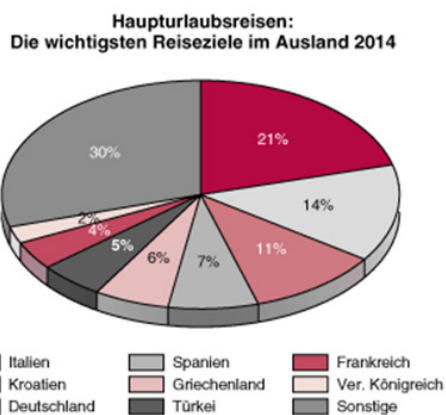
### Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2014. otputovali na odmor

Službeni podaci Državnog zavoda za statistiku (Statistik Österreich) govore kako je u 2014. 5,5 milijuna Austrijanaca starijih od 15 godina realiziralo 18,3 milijuna turističkih putovanja u vlastitoj zemlji i izvan nje. Na kratka putovanja (do četiri noćenja) odnosi se 9,56 milijuna putovanja, što je u odnosu na prošlu godinu povećanje od 5,8 %. Na glavna putovanja (više od četiri noćenja) otpada 8,78 milijuna putovanja, što je pad u odnosu na prošlu godinu od 4,6 %.

### Broj stanovnika koji su na odmor otputovali u inozemstvo/odmor proveli u vlastitoj zemlji

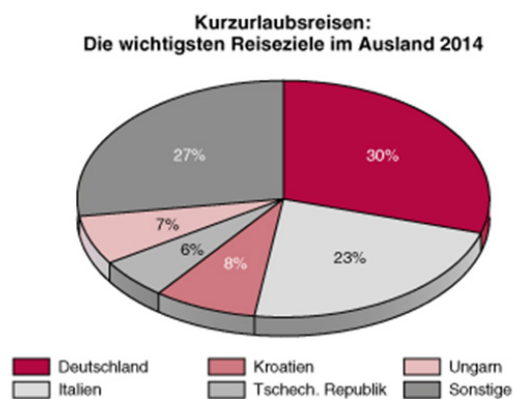
U domicilnoj zemlji realizirano je 52,2 % putovanja, izvan nje 47,8 %. Intenzitet putovanja iznosio je 76,4 %. Boravak u vlastitoj zemlji u prosjeku je trajao 3,4 noćenja, dok je taj prosjek van domicilne zemlje iznosio 6,9 noćenja. Navedeno ukazuje da se 64,8 % svih realiziranih noćenja ostvaruje van domicilne zemlje.

### Najvažnija odredišta za glavna odmorišna putovanja u 2014.



Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 07.05.2015.

### Najvažnija odredišta za kratka odmorišna putovanja u 2014.



Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 07.05.2015.

## Redosljed omiljenih destinacija

Temeljem analize Statistik Austria, omiljene destinacije za ljetovanje Austrijanaca u 2014. bile su Italija (21 %), Hrvatska (14 %), Njemačka (11 %), Grčka (6 %), Španjolska (7 %), Turska (5 %), Francuska (4 %) i Ujedinjena Kraljevina (2 %).

## Omjer organizirani/individualni promet za omiljene destinacije

Individualni promet 71 % : organizirani promet 29 %.

## Komparativne prednosti/nedostaci omiljenih destinacija s gledišta organizatora putovanja

Hrvatska je jedna od najtraženijih „obiteljskih destinacija“, gdje osobito važnu ulogu (između ostalog) igra *all inclusive* ponuda, pogotovo turističkih naselja i hotela s posebnim programima za djecu. Ono što organizatori putovanja posebno primjećuju je da se naš turistički proizvod iz godine u godinu diže na višu razinu – zamjetna su ulaganja, čime se i podiže standard usluge. Navedeno sve više zamjećuju i mnogobrojni strani gosti, koji putem organizatora putovanja bukiraju svoje godišnje odmore.

Osnovni nedostatak je premala ponuda novih hotelskih kapaciteta, pogotovo u segmentu hotela s tri i četiri zvjezdice (potražnja za novim kapacitetima na austrijskom tržištu raste iz godine u godinu).

Grčka je prebrodila političku i djelomično financijsku krizu, ostali su na povoljnim nižim cijenama iz prijašnjih godina, tako da su ove godine bili jako traženi kao charter destinacija. No, najavljavani rast grčkog PDV-a, koji se odnosi na restorane, hotele i prijevoz, mogao bi promijeniti trenutačne cijene i ukupnu situaciju. Italija je i dalje vodeća auto-destinacija, ali je zamjetan pad kvalitete smještaja te je evidentan nedostatak novih investicija, pogotovo u hotelskom sektoru.

## Vrsta transporta koju su austrijski turisti preferirali u 2014. prilikom odlaska na godišnji odmor

- 65,1 % svih putovanja ostvareno je vlastitim prijevozom. Korištenje vlastitog prijevoza još više dolazi do izražaja u domicilnoj zemlji gdje je učešće 81 %
- za putovanja van zemlje, pogotovo u ljetnom razdoblju, u 35,1 % slučajeva koristile su se usluge avioprijevoznika

- korištenje vlaka ima mali udjel, no autobusni prijevoz za Hrvatsku posebno je značajan, pogotovo u segmentu organiziranog dovođenja gostiju, budući da veliki broj grupa u pred i posezoni koristi usluge autobusera.

## Koji su način organiziranja odmora/bukiranja u 2014. preferirali austrijski turisti prilikom odlaska na godišnji odmor

Referentna institucija IFT – Institut für Freizeit-und Tourismusforschung, podastrla je podatke oko načina organiziranja/bukiranja odmora u 2014.

Bukiranje putovanja van domicilne zemlje:

- 29 % preko organizatora putovanja ili turističkih agencija
- 23 % preko *online* portala
- 14 % direktno na odredištu
- 12 % putem telefona
- 12% putem *maila*
- 5 % preko internetskih stranica

Preko interneta bukira se 28 % putovanja, starija populacija (preko 50 godina) radije koristi usluge organizatora putovanja ili turističkih agencija (38 %), a internet se koristi u 19 % slučajeva. Mlađa populacija (15 – 29 godina) koristi usluge interneta u 36 % slučajeva, a preko organizatora putovanja ili turističkih agencija bukira njih 22 %.

Više od 50 % turista svoje glavno putovanje realiziralo je vlastitim prijevozom. Putovanja avionom bukiralo je 22 % turista preko turističkih agencija, a 18 % je svoja avio-putovanja bukiralo preko interneta.

## Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

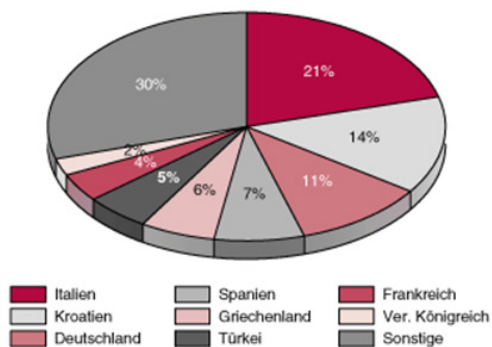
Austrijanci najviše traže smještaj u hotelskim kapacitetima i pansionima – njih 52,5 %. Slijedi smještaj kod domaćina, kod rodbine i prijatelja ili *second home* opcija, s učešćem od 27,1 %.

Interesantan je podatak da prilikom korištenja godišnjeg odmora u vlastitoj zemlji učešće smještaja kod domaćina iznosi 34,5 %, dok je udjel hotela 45,3 %. Navedeni omjer, prilikom korištenja godišnjeg odmora van zemlje, snažno je u korist hotela (60,4 %), dok smještaj kod domaćina ima udjel od 19 %.

## Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

U odabiru destinacije lijepe plaže te kupališni odmor imaju učešće od 25 %, no sve veći interes bilježi posjet kulturnim i povijesnim središtima te posjet velikim gradskim metropolama s učešćem od 25 %; slijedi opuštanje i odmor s 19 %, posjet rodbini i poznicima ima udjel od 14 %, aktivni odmor zastupljen je s 12 %, a 5 % otpada na ostale motive putovanja.

Haupturlaubsreisen:  
Die wichtigsten Reiseziele im Ausland 2014



Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 07.05.2015.

## Prosječan budžet/potrošnja po putovanju

Rezultati istraživanja koje je IMC Fachhochschule Krems proveo za potrebe udruženja Corps Touristique, pokazuju da Austrijanci (po kućanstvu) za putovanja žele izdvojiti sljedeće iznose:

- do 1.000 eura – 16,5 % ispitanika
- od 1.001 do 2.000 eura – 26,4 % ispitanika
- od 2.001 do 3.000 eura – 19,2 % ispitanika
- od 3.001 do 4.000 eura – 13,2 % ispitanika
- od 4.001 do 5.000 eura – 9,6 % ispitanika
- od 5.000 eura – 15,1 % ispitanika

Iz navedenog proizlazi da će Austrijanci u prosjeku po kućanstvu za godišnji odmor izdvojiti 3.000 eura.

## Pregled organizatora putovanja na tržištu

Prema podacima gospodarske komore (WKO), u Austriji djeluju 2.622 turističke tvrtke koje zapošljavaju 10.540 djelatnika. U prosjeku na 3.200 stanovnika dolazi po jedna turistička agencija.

Kataloškom prodajom i ozbiljnim plasmanom Hrvatske za putovanjima na odmor bave se:

### a) stalnim programima većeg opsega

- Terra Reisen Salzburg u vlasništvu TUI Njemačka – od 2016. TUI Terra
- Gruber Reisen Graz u austrijskom privatnom vlasništvu
- Springer Reisen Klagenfurt u austrijskom privatnom vlasništvu
- REWE - ITS Billa Wien u njemačkom vlasništvu
- Novasol Innsbruck u danskom vlasništvu
- Interhome Innsbruck u švicarskom vlasništvu
- Sabtours Raml Linz, u austrijskom privatnom vlasništvu
- FTI Touristik, u njemačkom privatnom vlasništvu
- Eurotours, u austrijskom privatnom vlasništvu

### b) povremenim i manjim programima

- Christophorus Mayrhofen u austrijskom privatnom vlasništvu
- Vordereger Busreisen Zell am See u austrijskom privatnom vlasništvu
- Sommereger Reisen Klagenfurt u austrijskom privatnom vlasništvu
- Neckermann Reisen Wien u njemačkom vlasništvu
- Österreichisches Verkehrsbüro Wien u austrijskom vlasništvu
- Rail Tours Austria Wien u austrijskom vlasništvu
- Ruefa Reisen Wien u austrijskom vlasništvu
- TUI Austria Wien u njemačkom vlasništvu
- Wintereder Busreisen Vöcklabruck u austrijskom privatnom vlasništvu
- Gegg Reisen Schönaich u austrijskom privatnom vlasništvu
- Kratschmar Reisen Amstetten u austrijskom privatnom vlasništvu
- Otto Reisen Graz u austrijskom privatnom vlasništvu
- Seiner Reisen – Lieserbrücke u austrijskom privatnom vlasništvu
- Jöbstl Reisen – Deutschlandsberg u austrijskom privatnom vlasništvu
- Mader Reisen Linz – Katsdorf u austrijskom privatnom vlasništvu
- Hannes Zischka Sportreisen – Graz u austrijskom privatnom vlasništvu
- Columbus Reisen – Wien u austrijskom privatnom vlasništvu
- Blaguss Wien u austrijskom privatnom vlasništvu
- Herburger Reisen – Dorbin – u austrijskom privatnom vlasništvu



Lideri na tržištu su TUI i Thomas Cook, a značajniji specijalisti za Hrvatsku su Terra Reisen Salzburg, Gruber Reisen Graz, Springer Reisen Klagenfurt, ITS Billa, Sabtours

Linz. Novasol i Interhome najveći su specijalisti za privatni smještaj.

## UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

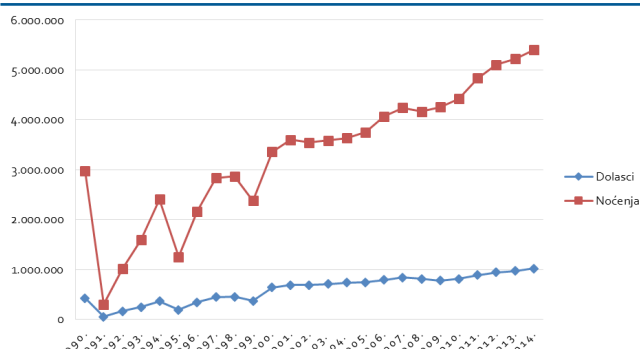
Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj u razdoblju 1990. - 2014.

AUSTRIJA	Dolasci		Noćenja	
	indeks	1990.=100	indeks	1990.=100
1990.	426.745	100	2.975.349	100
1991.	54.008	13	303.144	10
1992.	164.124	304	1.014.203	335
1993.	248.988	152	1.594.904	157
1994.	362.458	146	2.406.360	151
1995.	193.082	53	1.254.548	52
1996.	342.000	177	2.165.000	173
1997.	447.437	131	2.836.888	131
1998.	456.899	102	2.871.271	101
1999.	374.276	82	2.377.516	83
2000.	640.199	171	3.358.250	141
2001.	686.844	107	3.600.881	107
2002.	690.366	101	3.543.456	98
2003.	708.506	103	3.585.371	101
2004.	740.960	105	3.638.005	101
2005.	742.498	100	3.756.535	103
2006.	790.083	106	4.069.302	108
2007.	839.717	106	4.244.607	104
2008.	813.728	97	4.164.793	98
2009.	776.450	95	4.258.338	102
2010.	810.340	104	4.420.058	104
2011.	892.467	110	4.836.232	109
2012.	945.578	106	5.103.762	106
2013.	969.422	103	5.221.182	102
2014.	1.018.521	105	5.403.515	103

Izvor: DZS



## Dolasci i noćenja austrijskih turista, razdoblje 1990. - 2014.



### Omjer organiziranih i individualnih dolazaka Austrijanaca u Hrvatsku

Omjer organiziranih i individualnih dolazaka Austrijanaca i dalje je 29 % : 71 % u korist individualaca.

### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2014. bila je vrlo dobra. Ipak, s obzirom na sve veću potražnju austrijskih gostiju za Hrvatskom zamjetan je nedostatak novih hotelskih kreveta, pogotovo u segmentu tri i četiri zvjezdice. Organizatori putovanja uvjerenja su da bi s novim kvalitetnim hotelskim krevetima mogli ostvarivati još bolje turističke rezultate i povećati svoju katalogsku ponudu.

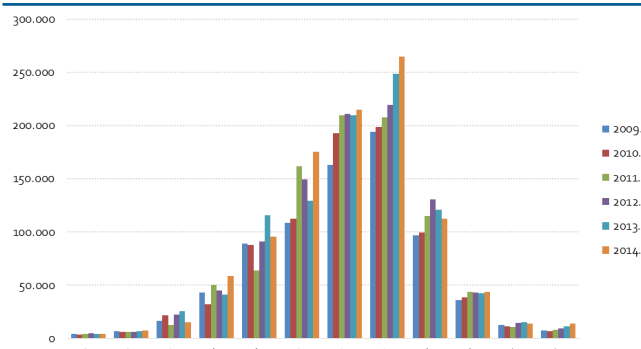
### Opseg organiziranog prometa u 2014.

S obzirom da organizatori putovanja nerado iznose egzaktnu pokazatelje prodaje, možemo načelno konstatirati kako u grupu organizatora putovanja koji ostvaruju više od 15.000 dolazaka za Hrvatsku spadaju Terra Reisen, Gruber Reisen, Springer Reisen, ITS Billa i Eurotours.

### Koje su prednosti/nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta organizatora putovanja

Osnovna prednost Hrvatske – destinacija lako dostupna i dobro prometno povezana. Blizina i dobra povezanost autocestama zasigurno spadaju u naše ključne prednosti, no evidentno je i da se naša turistička ponuda sve bolje pozicionira, a s obzirom da se u nju sve više ulaže, raznovrsnija je i kvalitetnija te ju kao takvu prepoznaju i austrijski gosti. Ponuda i kvaliteta privatnog smještaja, apartmana i vila sve je bolja te i u tom segmentu postoji kontinuirana potražnja. Sigurnost destinacije i ljubazni domaćini također spadaju u naše prednosti.

## Dolasci austrijskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2014.



Kako ističu organizatori putovanja, najveći problem ostaje manjak kvalitetnih novih hotelskih kreveta. Istovremeno, naša „turistička konkurencija“ (Turska, Španjolska) veliku pozornost posvećuje povoljnoj *all inclusive* ponudi u kvalitetnom smještaju (četiri zvjezdice i više), što je sve češći faktor odabira destinacije, no kod nas u značajnijoj mjeri nije zastupljen. Također, organizatori putovanja kao problem vide i sve snažniju orijentaciju hotelijera na direktnu prodaju (što za njih znači gubitak određenog dijela tržišta), ali i neprimjerenost cijena hrvatske turističke ponude u određenim segmentima, posebice dodatnih usluga (cijene voća i povrća, pića, živežnih namirnica). Na kraju, naglašavaju kako je za daljnje uspješno pozicioniranje destinacije bitno kontinuirano obogaćivanje sadržaja te dizanje kvalitete usluge i ponude u svim turističkim destinacijama.

### Razrada dolazaka po regijama Hrvatske

Istra i Kvarner omiljene su turističke regije austrijskih gostiju, no evidentan je porast interesa za Dalmacijom. Posebno veseli činjenica da je u svim jadranskim turističkim regijama, od Istre do Dubrovnika, u 2014. s austrijskog tržišta ostvaren pozitivan turistički rezultat.

### Način transporta korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Prema podacima ARBÖ-a i ÖAMTC-a, preko 60 % Austrijanaca u Hrvatsku dolazi vlastitim prijevoznim sredstvom. Neznatan broj koristi usluge avioprijevoza (zbog zemljopisne blizine nismo čarter destinacija), a zastupljenost autobusnog prijevoza iznosi 10 – 15 %. Usluge vlaka rijetko se koriste.

### Zrakoplovni čarteri

Gruber Reisen Graz – čarter veze za Brač, Dubrovnik i Split. Letjeli su iz Graza, Beča, Linza i Innsbrucka.

## Autobuseri

Grupne aranžmane autobusnih putovanja cijele sezone nude sljedeći organizatori putovanja: Terra Reisen – Salzburg, Gruber Reisen – Graz, Springer Reisen – Klagenfurt, Sabtours – Linz, Blaguss Reisen – Wien. Nešto manje su zastupljeni: Christophorus – Mayrhofen, Kneissl Touristik – Lambach, Ruefa Reisen – Wien, Winterreder Busreisen – Voeklbruck, Vordereger Reisen – Zell am See, Alpenland, Otto Reisen – Graz, Fuchs Reisen – Hartber, Gegg Reisen, Allerstorfer Reisen – Linz, Dobler Reisebüro, Reisebüro Weiermair, Jöbstl – Deutschlandsberg, Busreisen i Reisebüro Gerhard Seiner – Liesebrücke.

## Prednosti i nedostaci hrvatske turističke ponude s gledišta individualnih gostiju

Gotovo 2/3 austrijskih gostiju u Hrvatskoj odnosi se na „stalne goste“, koji dobro poznaju sve prednosti naše turističke ponude – prelijepu obalu i plaže, čisto more i okoliš, očuvanu prirodu, dobre uvjete za opuštanje i oporavak, blizinu i laku dostupnost gotovo svih turističkih destinacija, sigurnost zemlje s malom stopom kriminaliteta i političkom stabilnošću, kao i ljubaznost domaćina. Sve veći iskoraci prisutni su u gastronomskoj i enološkoj ponudi, koju Austrijanci iznimno cijene. Naravno, iznimno je bitan i odnos cijene i percipirane vrijednosti pružene usluge, čemu Austrijanci pridaju veliku važnost.

Osnovni nedostaci su nedovoljna ponuda kvalitetne izvanpansionske ponude, nedostatan zabavni, sportski i pustolovni sadržaji te ograničene mogućnosti *shoppinga*. Austrijanci u Hrvatskoj priželjkuju opsežniju *all inclusive* ponudu, kao i više raznovrsnih sadržaja za djecu. Određene zamjerke odnose se i na neinventivnu izletničku ponudu, kao i ponudu za individualne turiste raznih specifičnih interesa tijekom cijele godine.

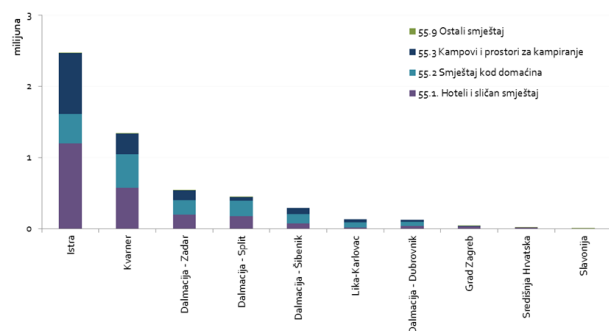
## 2015. GODINA

### PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

#### Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2015. (usporedba s 2014.) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Studija „Sommer 2015 – Die große Urlaubs – Bilanz“, pokazuje da se Austrijanci ni ove godine nisu odrekli svog godišnjeg odmora. Ostvarena je najveća frekvencija pu-

## Noćenja austrijskih turista prema vrstama smještaja i klasterima - 2014.



## Vrsta smještaja koju su austrijski turisti koristili u Hrvatskoj

O financijskoj i gospodarskoj situaciji u Austriji (tj. standardu stanovništva), ovisi i potražnja za različitim oblicima smještaja – s porastom standarda veći broj Austrijanaca odlučuje se za hotelski smještaj (što je slučaj u zadnjih nekoliko godina), no s porastom kvalitete, raste interes i za „boljim“ smještajem kod domaćina. Bolje tržišne pokazatelje ostvaruju kvalitetniji kampovi, posebice oni koji su posljednjih godina investirali u podizanje standarda vlastite ponude.

## Dodatni sadržaji/aktivnosti koje austrijski gosti u Hrvatskoj najčešće konzumiraju; kojima su zadovoljni, a koje smatraju nedostatnim ili neadekvatnim

Austrijanci u velikom broju traže kupališni odmor/odmor na plaži gdje im je (osim čistoće) sve važnija ponuda zabavnih aktivnosti, kao i aktivnosti vezanih uz sportove. Za Austrijance iznimno je važna infrastruktura za aktivan odmor – biciklističke staze, staze za penjanje, trčanje, kao i resursi vezani uz ronjenje i jedrenje, koji su djelomično deficitarni. Nedostatnom ili neadekvatnom još uvijek smatraju i animaciju te „noćnu zabavu“.

janaca odlučilo za ljetovanje kod nas, dok je za Italiju taj postotak iznosio 13 %. Španjolska je također bila u trendu s 8 % (prošle godine 4 %), a tražena je bila i Grčka. Treba naglasiti da i dalje domicilna zemlja ima visoki udjel u korištenju godišnjih odmora (oko 50 % Austrijanaca svoj godišnji odmor provodi u vlastitoj zemlji). Najveći „gubitnici“ sezone su Tunis i Egipat, zbog terorističkih napada, a i SAD zbog „skupog“ dolara više nije toliko u trendu interesa putovanja.

### Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2015.

Veliki interes za našom zemljom tijekom ovogodišnje turističke sezone potvrđuje studija pod nazivom „Reise-trend 2015“, koju je za Corps Touristique izradio IMC FH Krems Tourism. Iz ankete proizlazi sljedeći redoslijed omiljenih destinacija: na prvom mjestu je vlastita zemlja, slijede Italija, Hrvatska, Njemačka, Španjolska, Grčka, Ujedinjena Kraljevina i Francuska.

### Razlozi (eventualne) promjene u redoslijedu omiljenih destinacija

Bitnih promjena u redoslijedu omiljenih destinacija nema, no Turska je, zbog ratnog stanja u Siriji, tijekom sezone doživjela pad bukinga. Terorističke akcije u Tunisu i Egiptu minorizirale su interes za putovanjem u te zemlje.

### Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2015.

- Terra Reisen
- Gruber Reisen
- Springer Reisen
- ITS Billa
- F.T.I.
- Eurotours
- Sabtours
- Novasol
- Interhome

## PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU – 2015.

### Aktualni imidž Hrvatske

Sve „trend studije“ za 2015. potvrdile su status Hrvatske kao jedne od najtraženijih destinacija.

### Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u 2015.

Ostvareni rezultati za deset mjeseci ukazali su na ispravnost našeg optimizma za kontinuiranim ostvarenjem pozitivnog turističkog rezultata. Kumulativno ostvarenje za deset mjeseci u dolascima iznosi 1.155.745, što predstavlja indeksno povećanje u odnosu na prošlu godinu od 8,68 %. Realizirano je 6.435.897 noćenja uz indeksno povećanje od 8,22 %. Učešće Austrijanaca na nacionalnoj razini iznosi 8,16 %. Navedenim ostvarenjem Austrija je u top tri zemalja, iza njemačkih i slovenskih gostiju.

### Omjer organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatskoj u 2015.

Ne očekuje se veće odstupanje u odnosu organiziranih i individualnih dolazaka (71 % : 29 % u korist individualnih gostiju).

### Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2015.

Turistička ponuda Hrvatske zastupljena je kod svih najvećih organizatora putovanja.

### Prognoza rezultata organizatora putovanja u 2015.

Na temelju provedene ankete među organizatorima putovanja, svi ističu zadovoljstvo ostvarenim pozitivnim turističkim rezultatima u 2015.

### Zrakoplovni čarteri u 2015.

Gruber Reisen – čarter letovi za Brač.

### Autobuseri u 2015.

Autobuseri ističu dobre rezultate osobito tijekom predsezona (veliki broj grupnih aranžmana), ali i grupa tijekom posezone. To je ujedno i rezultat projekta Hrvatska 365. Kao problem i dalje navode uvođenje poreza od 25 % na korištenje cestovne infrastrukture u Hrvatskoj, što je „udarac“ na cijenu autobusnih aranžmana (navedeni porez plaća se i u Austriji i Sloveniji, no u navedenim zemlja-

ma iznosi 10 %) i mogao bi utjecati na smanjenje broja predmetnih programa u narednim godinama. Italija takav porez nema, što bi moglo dovesti do preusmjeravanja programa autobusera prema tamošnjim destinacijama.

### Individualni promet u 2015.

Brojni Austrijanci naši su „stalni gosti“, a 2/3 u Hrvatsku dolazi u vlastitoj organizaciji, što za Hrvatsku predstavlja imperativ stalnog podizanja razine usluge, što će austrijski gosti svakako prepoznati i cijiniti.

## 2016. GODINA

### TURISTIČKA SEZONA 2016. – OPĆI POKAZATELJI

#### Preliminarna procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2016.

Austrija je trenutačno suočena s povećanom stopom nezaposlenosti. Do sada su po stopi nezaposlenosti bili na prvom mjestu, no sada su „pali“ na šesto mjesto, što zabrinjava. Usto imaju i veliki problem s migrantima i njihovim traženjem azila za ostankom u Austriji. Procjenjuje se da bi ih moglo biti oko 100.000, što će otežati financijsku konsolidaciju. Austrijska vlada je od 1. siječnja 2016. najavila rasterećenja u bruto davanjima za osobne dohotke, što bi moglo pozitivno utjecati na povećanje neto primanja i osobnu potrošnju, što je ujedno i pozitivan signal za odlazak na godišnje odmore. Trenutačno je jako teško davati bilo kakve procjene obzirom na terorizam koji je zahvatio dio Europe i koji će se jako negativno odraziti na turistička zbivanja. No sve ukazuje da će zemlje u bližem okruženju i brzo dostupne i dalje biti u fokusu interesa, što je veoma olakotna okolnost za nas.

#### Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2016.

Auto-destinacije Italija i Hrvatska, uz domicilnu zemlju, i dalje će biti najtraženije, charter destinacije ovisit će o sigurnosnoj situaciji.

#### Prognoze organizatora putovanja za 2016.

Organizatori putovanja bilježe sve veće poslovne probleme, „boreći se“ s društvenim mrežama i sve snažnijom *online* prodajom. Poslovanje organizatora putovanja otežava i politika sve većeg broja hotelijera usmjerena prema direktnoj prodaji konačnom korisniku usluge (gostu). No valja istaknuti veliki interes organizatora putovanja za povećanjem zakupa hotelskih kreveta za katalošku prodaju u Hrvatskoj za 2016.

### TURISTIČKA SEZONA 2016. – HRVATSKA

#### Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u 2016.

Austrija je konstanta koja na hrvatskom turističkom tržištu traje godinama, koje ni gospodarski ni financijski nisu bile lake, stoga je za očekivati ponavljanje pozitivnog turističkog rezultata i u 2016.

#### Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će ostati u vrhu interesa organizatora putovanja.

#### Mjere koje bi u 2016. trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja

- Zadržavanje/stabilnost cijena usluga – eventualno povećanje cijena treba biti popraćeno adekvatnim ulaganjima u kvalitetu ponude i sadržaja – bitna je adekvatna „vrijednost za novac“.
- Jačanje *all inclusive* ponude.
- Jačanje ponude hotela s tri i četiri zvjezdice.
- Zadržavanje visokih ekoloških standarda te standarda očuvanja okoliša.

- 
- Proširenje „lepeze“ zabave i animacije – fokus usmjeriti na veću ponudu sportskih sadržaja, pogotovo u segmentu biciklizma, pješaćenja, planinarenja i penjanja.
  - Raditi na daljnjoj edukaciji i ljubaznosti djelatnika u hotelijerstvu i ugostiteljstvu.
  - Daljnja afirmacija ponude kulturne i povijesne baštine.
  - Jačati ponudu za opuštanje i *wellness*.