



AUSTRIJA

PROFIL EMITIVNOG TRŽIŠTA 2013. - 2015.



OPĆI PODACI O TRŽIŠTU

Političko uređenje

Austrija je parlamentarna republika u čijem je sastavu devet saveznih pokrajina. Svakom pokrajinom upravlja vlastita pokrajinska vlada (Landesregierung) na čijem je čelu pokrajinski predsjednik (Landeshauptmann). Najviši je predstavnik države savezni predsjednik, čiji mandat traje šest godina, a njegova je uloga *de facto* ograničena na predstavljanje države. Istog bira izravno narod, a ponavljanje mandata moguće je samo jedanput. Aktualni je predsjednik dr. Heinz Fischer (SPÖ), koji je izabran u travnju 2004., a predsjedničku dužnost preuzeo je 8. srpnja 2004. Dana 25. travnja 2010. održani su novi predsjednički izbori na kojima je g. Fischer ponovno izabran za predsjednika (kao nezavisni kandidat).

Zakonodavna vlast pripada parlamentu (Bundesversammlung), koji se sastoji od dvaju domova:

1. Nationalrat (Narodno vijeće) – donosi savezne zakone, ima 183 člana i bira se na četiri godine;
 2. Bundesrat (Savezno vijeće) – predstavlja interese pokrajina i ima 64 člana.
- savezne pokrajine zastupljene su prema broju stanovnika
 - zakone prihvaćene u obama domovima parlamenta potvrđuje predsjednik

Izvršna vlast u rukama je Savezne vlade (Bundesregierung), a na čelu je savezni kancelar. Sadašnja je koalicija „crveno–crna“ (SPÖ – ÖVP), na čelu je kancelar socijalist (SPÖ) Werner Faymann, a zamjenik mu je narodnjak (ÖVP) Michael Spindelegger.

Površina Austrije iznosi 83.871 km².

Savezne države, glavni gradovi i površina

- Wien (Beč): Beč: 415 km²
- Niederösterreich (Donja Austrija): St. Pölten: 19.174 km²
- Oberösterreich (Gornja Austrija): Linz: 11.980 km²
- Steiermark (Štajerska): Graz: 16.388 km²
- Tirol (Tirol): Innsbruck: 12.648 km²



- Kärnten (Koruška): Klagenfurt: 9.533 km²
- Salzburg (Salzburg): Salzburg: 7.154 km²
- Vorarlberg (Vorarlberg): Bregenz: 2.601 km²
- Burgenland (Burgenland): Eisenstadt: 3.965 km²

Opće karakteristike gospodarstva

Iako se u 2013. očekivao gospodarski rast od 1 %, austrijsko je gospodarstvo prošle godine ostvarilo dvostruko slabije pokazatelje. Razlog tome teška je gospodarska situacija u Europskoj uniji, s čijim državama članicama Austrija ostvaruje najsnažniju razmjenu roba i usluga. Kao i gospodarstva drugih europskih država, austrijsko je gospodarstvo u 2013. proživjelo vrlo tešku godinu, uključujući stečaj velike građevinske tvrtke Alpine Bau i moguću krizu u financijskom sektoru (zbog ozbiljnih problema Hypo Alpe Adria banke). U Austriji nije došlo do recesije, međutim zabilježen je najniži BDP od financijske krize 2008./2009.

Krajem siječnja 2013. S&P je potvrdio „AA+“ rejting Austrije te je perspektivu rasta gospodarstva povisio s „negativno“ na „stabilno“. Agencija je istaknula otpornost austrijskoga gospodarstva na krizu u eurozoni. Međutim, kod banaka se s obzirom na rizike u okviru

BDP aktualno stanje, usporedba s prethodnim godinama i prognoza za narednu godinu

Gospodarski pokazatelji	2011.	2012.	2013.		2014.	
BDP (nominalni u mlrd. eura)	300.712	309.901	WIFO	IHS	WIFO	IHS
BDP realni	2,7 %	0,8 %	0,4 %	0,6 %	1,6 %	1,8 %

obimnog angažmana u istočnoj i jugoistočnoj Europi očekuje veća potreba za kapitalom. Prema mišljenju tvrtke S&P, iz sadašnje perspektive nije vjerojatno da će Austrija ubrzo povratiti visoki rejting.

BDP po glavi stanovnika (EUR): 2013. - 36.930 €ura

Izvor: Statistik Austria

Postotak nezaposlenosti (Eurostat)

2009.	4,8 %
2010.	4,4 %
2011.	4,1 %
2012.	4,3 %
2013.	WIFO 5,0 %, IHS 5,0 %
2014.	WIFO 5,1 %, IHS 4,9 %

Austrija ima najnižu stopu nezaposlenosti u EU. Procjene za 2013. godinu govore kako se ipak očekuje lagano povećanje stope nezaposlenosti.

Prosječna plaća (Euro)

Prosječna godišnja bruto plaća u 2012. godini iznosila je 25.373 €ura. Neto plaća je iznosila 18.842 €ura.

Vanjskotrgovinska bilanca

	2013.		2014.	
	WIFO	IHS	WIFO	IHS
Izvoz	1,8%	1,8%	5,1%	6,2%
Uvoz	0,9%	1,4%	4,9%	5,8%
Bruto investicije	1,0%	0,0%	1,5%	2,6%
Deficit (Maastricht)	-2,3%	-2,2%	-1,7%	-1,5%

WIFO – Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (Austrijski institut za ekonomsko istraživanje, tj. ispitivanje)

IHS – Institut für Höhere Studien (Institut za više studije)

Stopa inflacije (%)

2011.	3,3 %
2012.	2,4 %
2013.	WIFO 2,2 %, IHS 2,0 %
2014.	WIFO 2,0 %, IHS 1,8 %

Bilateralni gospodarski odnosi Republike Hrvatske i Republike Austrije razvijeni su i intenzivni. Područja austrijskih ulaganja su telekomunikacije, bankarski sektor, turizam.

Robna razmjena: u razdoblju I.-VI. 2013. izvoz u Austriju

iznosio je 291,9 milijuna eura, što je pad od 12,24 % u odnosu na isto razdoblje 2012. Istovremeno, uvoz iz Austrije porastao je za 7,35 % i iznosio je 384,1 milijuna eura.

Ulaganja: Republika Austrija (tj. različiti austrijski poslovni subjekti) daleko je najveći investitor u Republici Hrvatskoj, s oko 7,05 milijardi eura investicija od 1993. godine (oko 25 % svih stranih investicija), a u prvih 6 mjeseci prošle godine uložili su 41,3 milijuna eura. Iako se većina ulaganja odnosi na financijsko-bankarski sektor, raste broj strateških ulagača u industriju. Trenutno je oko 950 austrijskih poduzeća na razne načine zastupljeno na hrvatskom tržištu.

Turizam: Austrija je vodeći ulagač u hrvatskom turističkom sektoru (oko 28 % od ukupnih ulaganja) i raspolaže s oko 15 % ukupnih turističkih kapaciteta u RH.

Gustoća naseljenosti: 93 stanovnika/km² (60 % stanovništva živi u gradovima).

Stanovništvo

Prema podacima iz posljednjeg popisa stanovništva (2010.) dobna struktura stanovništva Austrije jest sljedeća:

	0 – 5 god.	50 – 55 god.		50 – 55 god.
	392.803	604.725		
	405.772	497.788		
	440.963	461.555		
	498.402	443.270		
	521.233	364.198		
	557.304	267.659		
	529.467	217.642		
	593.563	139.090		
	699.514	36.669		
	704.517	11.608		

ili ukupno 8.387.742 stanovnika od čega 4.086.434 (48,71 %) muškaraca i 4.301.308 (51,28 %) žena.

- 9,1 % stranaca – na jugu i istoku Austrije žive pripadnici manjina priznatih u Austriji: gradišćanski Hrvati, Romi, Slovaci, Česi, Mađari i Slovenci.

Broj stanovnika po savezним državama

Savezne pokrajine	Broj stanovnika		Demografske promjene	
	na dan 1.1.2013	na dan 1.1.2014. *)	u apsolutnim iznosima	u %
Austrija	8.451.860	8.504.850	52.990	0,63
Burgenland	286.691	287.354	663	0,23
Koruška	555.473	555.637	164	0,03
Donja Austrija	1.618.592	1.625.335	6.743	0,42
Gornja Austrija	1.418.498	1.425.218	6.720	0,47
Salzburg	531.898	534.057	2.159	0,41
Štajerska	1.210.971	1.214.738	3.767	0,31
Tirol	715.888	721.732	5.844	0,82
Vorarlberg	372.603	375.130	2.527	0,68
Beč	1.741.246	1.765.649	24.403	1,4

Izvor: Statistik Austria 2014.

Gustoća naseljenosti: 93 stanovnika/km²
(60 % stanovništva živi u gradovima).

Stopa rasta stanovništva: 0,3 % godišnje.

Podjela stanovništva prema vjeroispovijesti:

- 80 % rimokatolici
- 5 % protestanti
- 6 % ateisti
- 9 % ostali

Utjecaj globalnih gospodarskih kretanja na domicilno gospodarstvo

Nova vlada Republike Austrije kao jedan od najvažnijih ciljeva definira postizanje uravnoteženog proračuna („nultog deficita“) do 2016., što se želi postići mjerama štednje i povećanjem poreza. Konsolidacija državnog proračuna smanjila bi pritisak na rashodovnoj strani i istovremeno na prihodovnoj otvorila mogućnost povećanja kreditnog rejtinga Austrije te time dobila jeftiniji pristup tržištu novca i veći manevarski prostor za potrebne investicije. U 2014. očekuje se poboljšanje situacije u gospodarstvu te već sada austrijske tvrtke očekuju veći broj narudžbi negoli tijekom prošle godine.

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 cijelu Austriju
- Die Presse – pokriva cijelu Austriju
- Wiener Zeitung – pokriva cijelu Austriju
- Tiroler Tageszeitung – pokriva cijelu Austriju
- Heute – pokriva cijelu Austriju
- 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 jest 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

U nizu sportskih stručnih časopisa jedni od značajnijih jesu:

- Sportwoche
- Sportmagazin
- Sport aktiv

U segmentu kampinga:

- Camping Revue
- CCA Journal

Agencija za tisak

- APA – Austrian Presseagentur
- presstext Nachrichtenagentur GmbH

Radio i TV

Službena ovlaštena kuća za radijsko i TV emitiranje jest ORF, a na raspolaganju su dva programa (ORF 1 i ORF 2). U sklopu ORF-a emitira se i poseban kanal SPORT PLUS.

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

Radio ORF emitira programe na Ö 1, Ö 3 i FM4 24 sata dnevno za cijelu Austriju, a svaka od devet saveznih država emitira i vlastite radijske programe.

Postoje i brojne privatne radijske stanice.

Radio Wien, Kronehit i Antenne među najslušanijima su.

Na internetu ORF djeluje sa stalno rastućim programom ORF ON Network.

2013. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Ukupan broj stanovnika koji su tijekom 2013. otputovali na odmor

Službeni podaci koje je predstavila mjerodavna institucija, Državni zavod za statistiku Statistik Österreich, govore kako je u 2013. realizirano 6,75 milijuna turističkih putovanja od strane 5,5 milijuna Austrijanaca.

Najmanje jedno putovanje realiziralo je 56,7 % austrijske populacije starije od 15 godina, a 3,48 milijuna ostvarenih putovanja odnosi se na putovanja izvan zemlje, s četiri ili više noćenja. Istovremeno, 3,27 milijuna odnose se na putovanja ostvarena u vlastitoj zemlji. Intenzitet putovanja iznosio je 76,5 %. Populacija 15 – 24 godine ostvarila je intenzitet putovanja od 85 %, dok je populacija starija od 65 godina ostvarila intenzitet putovanja od 58,1 %.

U 2013. ostvareno je ukupno 6,75 milijuna turističkih putovanja. Zamjetan je porast broja kraćih putovanja na odmore.

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

Odmor u vlastitoj zemlji koristilo je 48,5 % (3,27 milijuna turističkih putovanja) Austrijanaca, dok je izvan zemlje odmor provelo 51,5 % Austrijanaca (3,48 milijuna turističkih putovanja).

Ljetne odmore Austrijanci radije provode u inozemstvu: 3,48 milijuna turističkih putovanja ostvareno je izvan zemlje, dok je 3,27 milijuna turističkih putovanja ostvareno u Austriji.

Redosljed omiljenih destinacija

Temeljem analize Statistik Austria omiljene destinacije za ljetovanje Austrijanaca jesu: Italija (22,2 %), **Hrvatska (16,5 %)**, Njemačka (14,6 %), Grčka (6,9 %), Španjolska (4,8 %) i Turska (4,2 %). Zanimljiv je podatak da je u posljednjih deset godina Italija izgubila 5,5 % udjela u putovanjima Austrijanaca, dok je Njemačka istovremeno udjel povećala za 4,3 %, Hrvatska za 2,8 %, a Španjolska za 0,1 %. Grčka je izgubila 1,4 %, a Turska 0,7 % udjela.

Omjer između organiziranog i individualnog prometa za omiljene destinacije

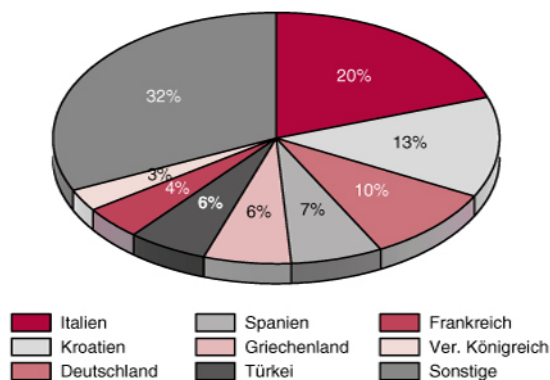
Omjer je sljedeći: 71,3 % individualni promet: 28,7 % organizirani promet.

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

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

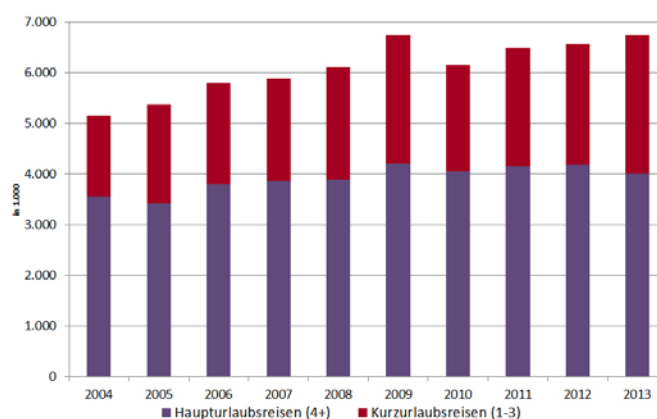
Najvažnija odredišta za glavna odmorišna putovanja u 2013.

Haupturlaubsreisen:
Die wichtigsten Reiseziele im Ausland 2013

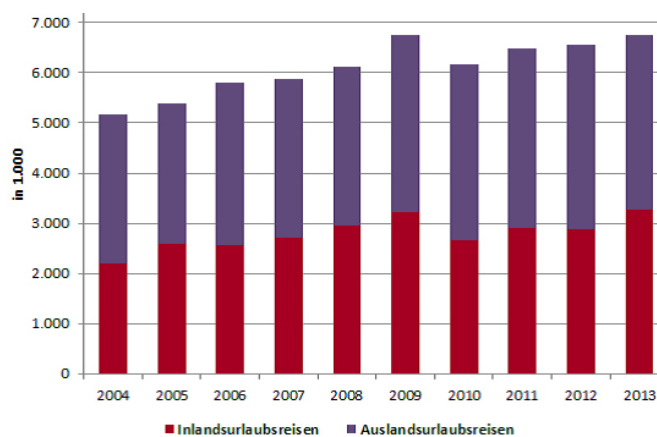


Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 12.05.2014.

Ostvarena turistička putovanja u 2013. godini

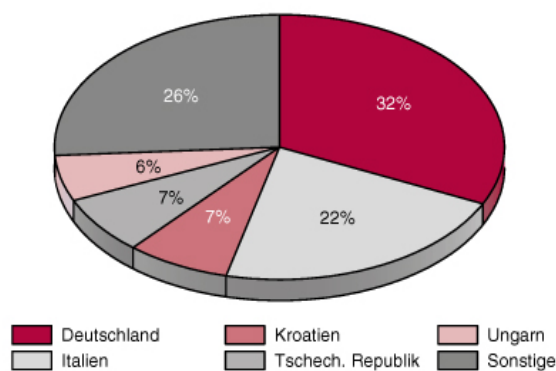


Odmor u vlastitoj zemlji / van zemlje



Najvažnija odredišta za kratka odmorišna putovanja u 2013.

Kurzurlaubsreisen:
Die wichtigsten Reiseziele im Ausland 2013



Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 12.05.2014.

Osnovni nedostatak premala je 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 se ove godine „vratila na tržište“, što prije svega može zahvaliti smirivanju političke situacije, a i cijenama koje su se tijekom krize prethodnih godina znatno smanjile te su se i ove godine zadržale na istoj razini (čime je Grčka postala više nego povoljna destinacija). Turska i Španjolska kao charter destinacije i dalje plijene pažnju Austrijanaca, pogotovo zbog svoje zanimljive *all inclusive* ponude. Italija iz godine u godinu gubi na snazi, no i dalje je najtraženija destinacija u Austriji.

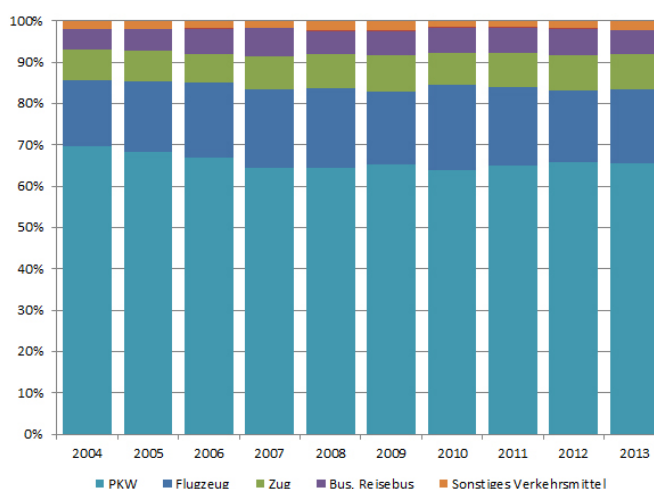
Vrsta prijevoza koji su turisti preferirali u 2013. prilikom odlaska na godišnji odmor

- 65,7 % svih putovanja ostvareno je vlastitim prijevozom
- za putovanja izvan zemlje, pogotovo u ljetnom razdoblju, u 34,2 % slučajeva koristile su se usluge avioprijevoznika
- korištenje vlaka i autobusnog prijevoza slabo je zastupljeno, no za Hrvatsku je posebno zanimljiv segment organiziranog autobusnog prijevoza jer velik broj grupa u pred i posezoni koristi usluge autobusera.

Koji su način organiziranja odmora/bukiranja u 2013. preferirali turisti prilikom odlaska na godišnji odmor

U vlastitoj organizaciji provodi se 71,3 % godišnjih odmora – od navedenog se postotka 59,7 % odnosi na odmore izvan zemlje (za usporedbu, 2004. postotak vlastite organizacije odmora iznosio je 80 %, od toga 67,6 % izvan domicilne zemlje). Dakle sudjelovanje organizatora putovanja i putničkih agencija u ukupnim odmorima u 2004. iznosilo je 19,8 %, dok je u 2013. naraslo na 28,7 %. Putovanja izvan zemlje realizirana putem organizatora putovanja u navedenom razdoblju povećala su udjel – s 32 % na 40,3 %. Od 2005. broj gostiju koji bukiraju putem interneta na europskoj je razini udvostručen (s 28 % na 59 %), dok u Austriji danas iznosi 54 %. Od navedenog postotka 32 % turista posjećuju direktno stranice specijaliziranih usluga (avioprijevoznika i hotelskih lanaca), 19 % koristi *online* bukiranje u agencijama poput Expedie i Opoda, dok 16 % koristi online bukiranje u „klasičnim“ agencijama.

Ljeto 2013. – turistički promet prema vrsti prijevoza



Preferencije turista s obzirom na vrstu smještaja

Austrijanci najviše traže smještaj u hotelskim kapacitetima i pansionima – njih 54,4 %. Slijedi smještaj kod domaćina, rodbine i prijatelja ili *second home* opcija, koja je zastupljena s 25 %.

Zanimljiv je podatak da prilikom korištenja godišnjeg odmora u vlastitoj zemlji postotak smještaja kod domaćina iznosi 32,2 %, dok je udjel hotela 4,8 %. Navedeni omjer prilikom korištenja godišnjeg odmora izvan zemlje snažno je u korist hotela (61,6 %), dok smještaj kod domaćina ima udjel od 17 %.

Razrada tržišta s obzirom na motiv putovanja

Motivi putovanja u 2013.



Q: STATISTIK AUSTRIA, Urlaubs- und Geschäftsreisen. Erstellt am 12.05.2014.

Motivi putovanja iz godine u godinu evoluiraju te utječu i na određene trendove odabira destinacija za godišnji odmor.

Analiza Statistik Austria pokazuje da su Austrijanci u 2013. kao najznačajnije (23 %) naveli sljedeće razloge putovanja: kulturu, turističke obilaske i posjet gradovima. Plaže i kupališni odmor traži 22 % ispitanika, a 18 % njih kao razlog putovanja navodi posjet obitelji i poznanicima. Slijede oporavak/opuštanje s 15 % udjela, aktivni odmor s 14 % udjela te „ostali motivi“ s udjelom od 9 %.

Prosječni budžet/potrošnja po putovanju

Temeljem studije koju je izradila institucija IMC FH KREMS tourism FACTORY za potrebe udruženja Corps Touristique proizišlo je da u 2014. 45 % Austrijanaca želi na godišnjem odmoru potrošiti isti iznos kao u 2013. Istovremeno, 31 % ispitanika želi potrošiti više, dok će njih 12 % potrošiti manje. Ukupni planirani izdaci po domaćinstvu za godišnji odmor izvan vlastite zemlje iznose 2.500 eura. Na navedeni iznos treba dodati i planirani trošak za izdatke u samom mjestu odmora i to za jelo i piće te za dodatne aktivnosti i izlete, koji nisu uračunati u predmetni iznos.

Pregled organizatora putovanja na tržištu

U 2012. (prema podacima ÖRV-a –udruženje austrijskih organizatora putovanja, putničkih agencija i autobusera) u Austriji je bilo registrirano 2.130 organizatora putovanja, turističkih agencija i autobusera.

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

a) stalnim programima većeg obujma:

- TERRAREISEN Salzburg, u vlasništvu TUI-a Njemačka
- GRUBER REISEN Graz, u austrijskom privatnom vlasništvu
- SPRINGERREISEN Klagenfurt, u austrijskom privatnom vlasništvu
- 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 Vöcklabruk, 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 jesu TUI i Thomas Cook, a značajniji specijalisti za Hrvatsku jesu Terra Reisen Salzburg, Gruber Reisen Graz, Springer Reisen Klagenfurt, ITS Billa i Sabours Linz (Novasol i Interhome najveći su specijalisti za privatni smještaj).

UDJEL TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatsku

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka Austrijanaca i dalje je 35:65 % u korist individualaca.

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja tijekom 2013. 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 povećatisvoju katalogsku ponudu.

Obujam organiziranog prometa u 2013.

S obzirom na to da organizatori putovanja nerado iznose egzaktno pokazatelje prodaje, možemo načelno konstatirati kako u grupu organizatora putovanja, čiji članovi 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

Dvije najtraženije destinacije Austrijanaca jesu Italija i Hrvatska – destinacije s lakom dostupnošću i dobrom prometnom povezanošću (cestovnim prijevozom).

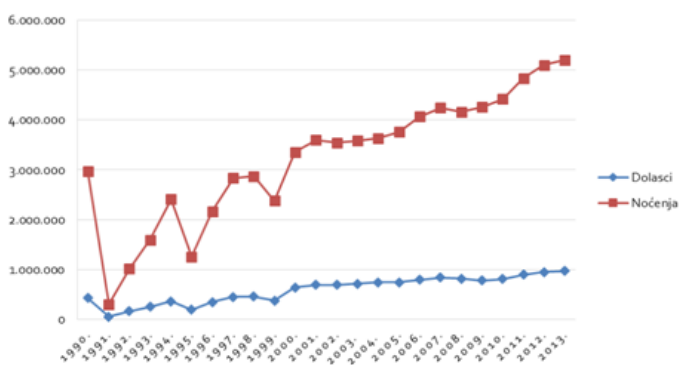
Blizina i dobra povezanost cestama zasigurno spadaju u naše ključne prednosti, no evidentno je i da se naš turistički proizvod sve bolje pozicionira s obzirom na to da se u njega sve više ulaže, sve je raznovrsniji i kvalitetniji te kao takav prepoznat od strane austrijskoga gosta. Ponuda u smještaju kod domaćina također je sve bolja te i u tom segmentu postoji kontinuirana potražnja. Sigurnost destinacije i ljubazni domaćini također spadaju u naše prednosti.

Najveći problem, kako ističu organizatori putovanja, 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 češće faktor odabira destinacije, no kod nas to u znatnijoj mjeri nije zastupljeno. 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 te 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.

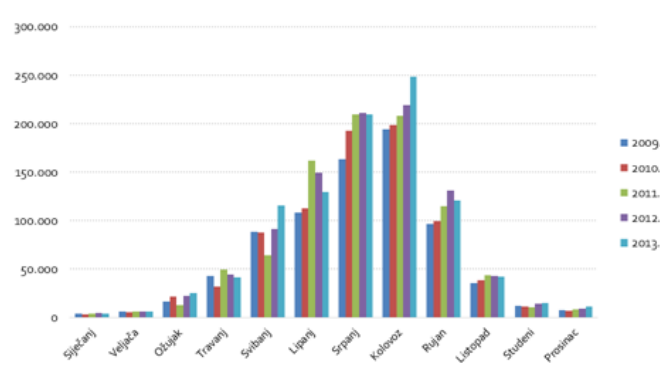
Razrada dolazaka po regijama Hrvatske

U 2013. Austrijanci su najviše tražili turističke regije Istru i Kvarner, no primjetan je porast zanimanja za Dalmaciju.

Dolasci i noćenja austrijskih turista, razdoblje 1990. - 2013.



Dolasci austrijskih turista po mjesecima, razdoblje 2009. - 2013.



Posebno veseli činjenica da je u svim jadranskim turističkim regijama, od Istre do Dubrovnika, u 2013. s austrijskog tržišta ostvaren pozitivan turistički rezultat.

Način transporta korišten prilikom dolaska u Hrvatsku

Prema podacima ARBÖ-a i ÖAMTC-a više od 60 % Austrijanaca u Hrvatsku dolazi vlastitim prijevoznim sredstvom. Neznatan broj njih koristi usluge avioprije-

voza (zbog zemljopisne blizine nismo charter destinacija), a zastupljenost autobusnog prijevoza iznosi 10 – 15 %. Usluge vlaka rijetko se koriste.

Zrakoplovni charteri

- Gruber Reisen Graz – charter veze za Brač, Dubrovnik i Split; letjeli su iz Graza, Beča, Linza i Innsbrucka
- Idealtours – charter Innsbruck – Krk

Broj dolazaka i noćenja ostvarenih u Hrvatskoj u razdoblju 1990. - 2013.

AUSTRIJA	Dolasci			Noćenja		
		indeks	1990.=100		indeks	1990.=100
1990.	426.745		100	2.975.349		100
1991.	54.008	13	13	303.144	10	10
1992.	164.124	304	38	1.014.203	335	34
1993.	248.988	152	58	1.594.904	157	54
1994.	362.458	146	85	2.406.360	151	81
1995.	193.082	53	45	1.254.548	52	42
1996.	342.000	177	80	2.165.000	173	73
1997.	447.437	131	105	2.836.888	131	95
1998.	456.899	102	107	2.871.271	101	97
1999.	374.276	82	88	2.377.516	83	80
2000.	640.199	171	150	3.358.250	141	113
2001.	686.844	107	161	3.600.881	107	121
2002.	690.366	101	162	3.543.456	98	119
2003.	708.506	103	166	3.585.371	101	121
2004.	740.960	105	174	3.638.005	101	122
2005.	742.498	100	174	3.756.535	103	126
2006.	790.083	106	185	4.069.302	108	137
2007.	839.717	106	197	4.244.607	104	143
2008.	813.728	97	191	4.164.793	98	140
2009.	776.450	95	182	4.258.338	102	143
2010.	810.340	104	190	4.420.058	104	149
2011.	892.467	110	209	4.836.232	109	163
2012.	945.578	106	222	5.103.762	106	172
2013.	968.490	102	227	5.207.945	102	175

Izvor: DZS

Autobuseri

Grupne aranžmane autobusnih putovanja cijele sezone nude sljedeći organizatori putovanja: Terra Reisen – Salzburg, Gruber Reisen – Graz, Springer Reisen – Klagenfurt, Sabtours Raml – Linz, Blaguss Reisen – Wien. Nešto manje su zastupljeni: Christophorus – Mayrhofen, Kneissl Touristik – Lambach, Ruefa Reisen – Wien, Winterreder Busreisen – Voecklabruck, 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, očuvanu prirodu, dobre uvjete za opuštanje i oporavak, blizinu i laku dostupnost gotovo svih turističkih destinacija, sigurnost zemlje 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 vezuju se uz nedovoljnu ponudu kvalitetne izvanpansionske ponude, nedostatne zabavne, sportske i pustolovne sadržaje te ograničene mogućnosti kupnje (tzv. *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.

Vrsta smještaja koju su koristili u Hrvatskoj

O financijskoj i gospodarskoj situaciji u Austriji (tj. standardu stanovništva) ovisi i potražnja za različitim oblicima smještaja – s porastom standarda veći se broj Austrijanaca odlučuje za hotelski smještaj (što je slučaj u posljednjih 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 gosti u Hrvatskoj najčešće konzumiraju; kojima su zadovoljni, a koje smatraju nedostatnima ili neadekvatnima

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. Austrijancima je izuzetno važna infrastruktura za aktivni 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“.

2014. GODINA

PROFIL EMITIVNOG TURISTIČKOG TRŽIŠTA

Procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2014. (usporedba s 2013.) – analiza emitivnog potencijala tržišta

Na temelju studije Europ Assistance interes za korištenjem godišnjih odmora na razini istraženih europskih zemalja iznosi 54 %, dok je u Austriji na razini od 68 % (prošle godine iznosio je 57 %), što Austriju stavlja ispred Francuske (58 %), Njemačke (56 %) te Španjolske (42 %). Što se tiče budžeta, navodi se kako Austrijanci kane na odmore potrošiti 2.542 eura (37 eura više nego u 2013.).

Redoslijed omiljenih destinacija – procjena za sezonu 2014.

Velik interes za našom zemljom tijekom ovogodišnje turističke sezone potvrđuje studija pod nazivom „Reisetrend 2014“, koju je za Corps Touristique izradio IMC FH Krems Tourism Factory.

Iz ankete proizlazi sljedeći redoslijed omiljenih destinacija: na prvom je mjestu vlastita zemlja, slijede Italija, HRVATSKA, Njemačka, Španjolska, Grčka, Turska, Francuska, SAD, Mađarska i Švicarska.

Razlozi (eventualne) promjene u redosljediu omiljenih destinacija

Nekih većih promjena u redosljediu omiljenih destinacija nema. Ipak, zasigurno će ove godine jedna od traženijih destinacija biti Grčka, koja je uspješno prebrodila političku (dijelom i kriznu gospodarsku) situaciju te nudi povoljne cijene aranžmana. Uz Grčku, lideri u charter programima jesu Španjolska i Turska.

Ukupan pregled organizatora putovanja na tržištu u 2014.

Svi najveći organizatori putovanja nude hrvatske programe. Pored „standardnih“ partnera, valja istaknuti sve uspješniji F.T.I., koji različitim aktivnostima nastoji pojačati svoj udjel na austrijskom tržištu. Limitirajući faktor daljnjem rastu i dalje ostaje manjak novih hotelskih kreveta.

PROCJENA UDJELA TRŽIŠTA U UKUPNOM HRVATSKOM TURISTIČKOM REZULTATU 2014.

Aktualni imidž Hrvatske

Sve „trend studije“ za 2014. potvrdile su status Hrvatske kao jedne od najtraženijih destinacija, a našem pozitivnom imidžu dodatno je pridonio ulazak u EU.

Preliminarna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u 2014.

Dosadašnjim pokazateljima možemo biti zadovoljni s obzirom na to da s „turističkim plusom“ iz Austrije ulazimo u glavnu sezonu, tj. do kraja godine očekujemo povećanje prometa iz Austrije u rasponu do 3 %.

Omjer između organiziranih i individualnih dolazaka u Hrvatskoj u 2014.

Ne očekuje se veće odstupanje u odnosu organiziranih i individualnih dolazaka (65: 35 % u korist individualaca).

Zastupljenost Hrvatske u programima organizatora putovanja u 2014.

Turistička ponuda Hrvatske zastupljena je kod svih najvećih organizatora putovanja.

Prognoza rezultata u 2014. od strane organizatora putovanja

Buking za Hrvatsku bio je podosta „turbulentan“ tijekom prvih ovogodišnjih mjeseci – nakon odličnog *first minute* starta uslijedilo je zatišje u prodaji (krajem travnja i početkom svibnja), među ostalim i uslijed izuzetno lijepog

i nadasve toplog vremena (neuobičajenog za navedeno razdoblje godine) u Austriji. Ipak, naredni tjedni donijeli su pozitivne brojke, tako da svi ključni partneri s optimizmom gledaju na ovogodišnja ostvarenja na hrvatskom tržištu.

Zrakoplovni charteri u 2014.

Gruber i Idealtours u 2014. programiraju chartere za Brač i Krk.

Autobuseri u 2014.

Autobuseri ističu osobito dobre rezultate tijekom predsezone (velik broj grupnih aranžmana), ali i grupa tijekom posezone. Kao problem 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 te Sloveniji, no u navedenim zemljama 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 2014.

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

2015. GODINA

TURISTIČKA SEZONA 2015. – OPĆI POKAZATELJI

Preliminarna procjena ukupnih odlazaka na godišnji odmor u inozemstvo u 2015.

Austrijanci se svojeg godišnjeg odmora bez obzira na gospodarsku i financijsku situaciju teško odriču, što je trend koji je moguće očekivati i tijekom 2015., posebice u kontekstu činjenice da je vlada najavila konsolidaciju proračuna i povećanje BDP-a, što će zasigurno potaknuti potrošački optimizam.

Preliminarna procjena redoslijeda omiljenih destinacija u 2015.

Ne očekuju se neke veće promjene redoslijeda omiljenih destinacija. Naravno, najtraženija destinacija ostaje

vlastita zemlja, zatim slijede Italija, Njemačka i Hrvatska. Grčka, Turska i Španjolska i dalje će biti vodeće čarter destinacije.

Prognoze organizatora putovanja za 2015.

Organizatori putovanja bilježe sve veće poslovne probleme, „boreći se“ s društvenim mrežama i sve snažnijom *online* prodajom. Stoga i za njih slijede znatna reorganizacija poslovanja, fokusiranje na nove proizvode te drukčiji i inovativan pristup klijentima. Poslovanje organizatora putovanja otežava i politika sve većeg broja hotelijera usmjerena prema direktnoj prodaji konačnom korisniku usluge (gostu).

TURISTIČKA SEZONA 2015. – HRVATSKA

Okvirna procjena ukupnog broja dolazaka i noćenja u 2015.

Austrija posljednjih godina bilježi kontinuirani rast na hrvatskom tržištu te je prema pokazateljima na nacionalnoj razini na trećem mjestu, iza njemačkog i slovenskog tržišta. Za očekivati je kako će navedenu poziciju zadržati i tijekom 2015.

Najave zastupljenosti Hrvatske u programima organizatora putovanja

Hrvatska će ostati u vrhu interesa organizatora putovanja, no uvjet za daljnje povećanje opsega programa svakako leži u infrastrukturnoj domeni, tj. stavljanju na tržište većeg broja kvalitetnih hotelskih kreveta.

Mjere koje bi u 2015. trebalo poduzeti prema mišljenju organizatora putovanja

- zadržavanje/stabilnost cijena usluga – eventualna povećanja cijena trebaju biti popraćena adekvatnim ulaganjima u kvalitetu ponude i sadržaja – bitna je adekvatna „vrijednosti 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 na raznovrsnijoj ponudi sportskih sadržaja
- daljnja afirmacija ponude kulturne i povijesne baštine

Izvori podataka:

- Statistički podaci Statistik Austria za 2012. i 2014.
- WIFO – Institut
- Institut für Freizeit und Tourismusforschung (IFT) Wien 2013.
- Trendstudie 2014. IMC FH KREMS tourism FACTORY