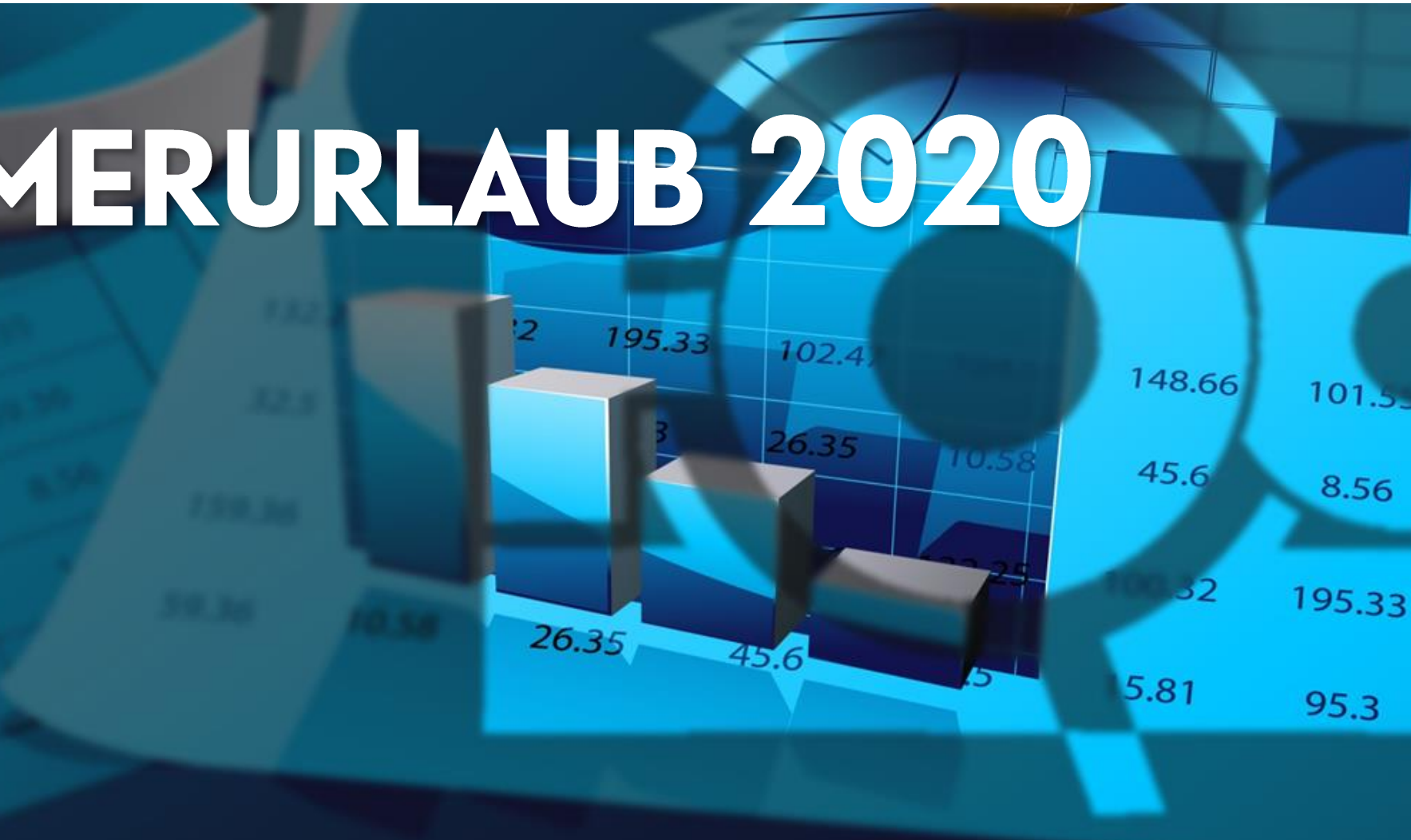


SOMMERURLAUB 2020

Ende Mai 2020



DATEN ZUR VOR-UNTERSUCHUNG

Methode:	Online Interviews (CAWI)
Stichprobe:	Gesamte Stichprobe n=504
Zielgruppe:	Bevölkerung über 15 Jahren, repräsentativ für Bundesland/Region, Geschlecht & Alter
Datenquelle:	Online-Access-Panel von Cint
Feldzeit:	22 & 23 Mai 2020

Daten zum Bruttowerbewert stammen aus der FOCUS Werbebilanz!

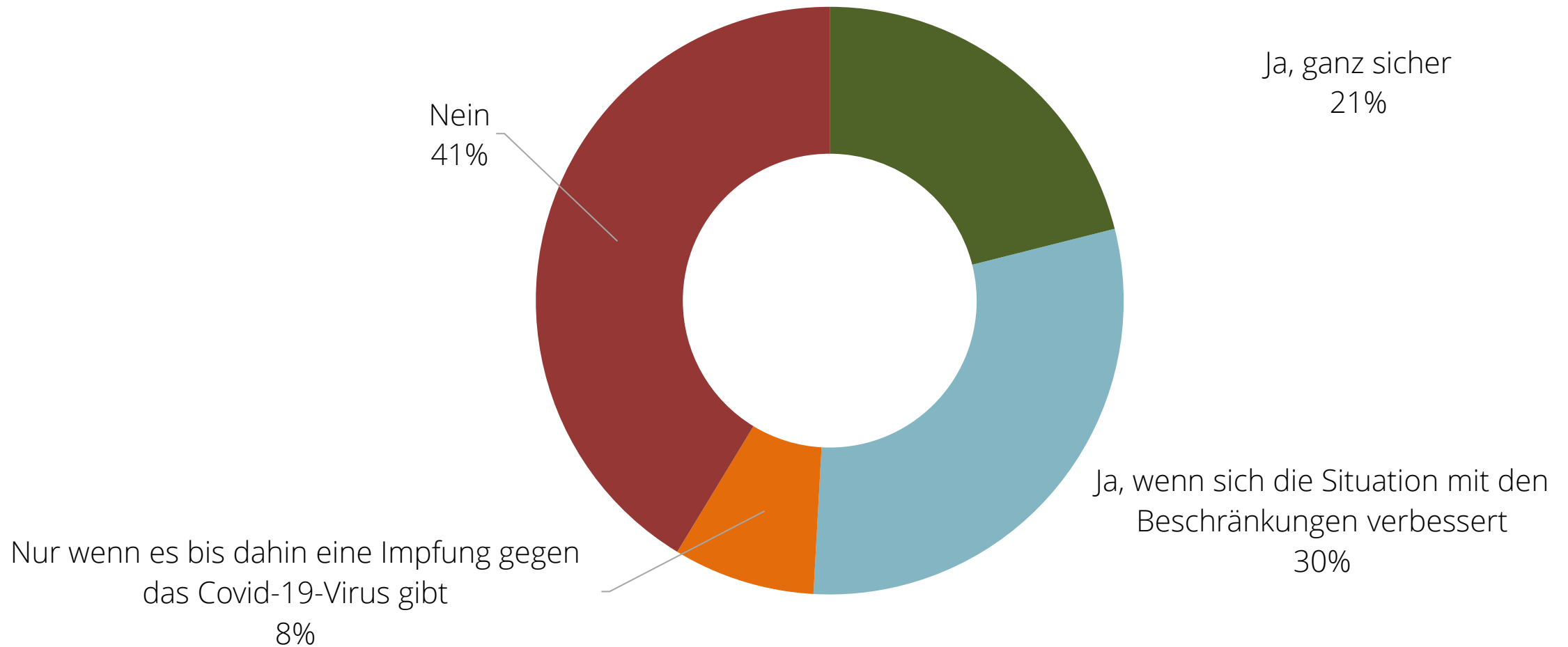
STICHPROBENSTRUKTUR DER VORSTUDIE

	Basis	%
GESAMT	504	100
GESCHLECHT		
männlich	244	48
weiblich	260	52
ALTER		
15-29	110	22
30-49	173	34
50+	221	44
REGION		
Ost	217	43
Mitte-West	180	36
Süd	107	21
HAUSHALTSGRÖßE		
Eine Person	127	26
Zwei Personen	191	39
Drei Personen	78	16
Vier Personen und mehr	100	20

	Basis	%
KINDER IM HAUSHALT		
Ja	111	30
Nein	265	70
SCHULBILDUNG		
Volksschule/Hauptschule/Berufsschule/Fachschule	239	47
Matura	155	31
Universität	104	21
keine Angabe	6	1
HAUSHALTSEINKOMMEN		
bis Euro 2.100,-	169	34
Euro 2.101,- bis Euro 4.000,-	200	40
mehr als Euro 4.001,-	68	14
keine Angabe / ich weiß es nicht	67	13
AUSWIRKUNG DER CORONA-KRISE AUF DIE ARBEITSSITUATION		
Ich arbeite wie bisher	145	29
Ich arbeite wie bisher, aber im Home-Office	72	14
Ich wurde arbeitslos	37	7
Ich bin in Kurzarbeit	70	14
Das Thema betrifft mich nicht. Ich war schon vor der Corona-Krise nicht beschäftigt (Pension/Karenz/Ausbildung/arbeitslos/Hausfrau-mann)	179	36

1.A ABSICHT - SOMMERURLAUB 2020

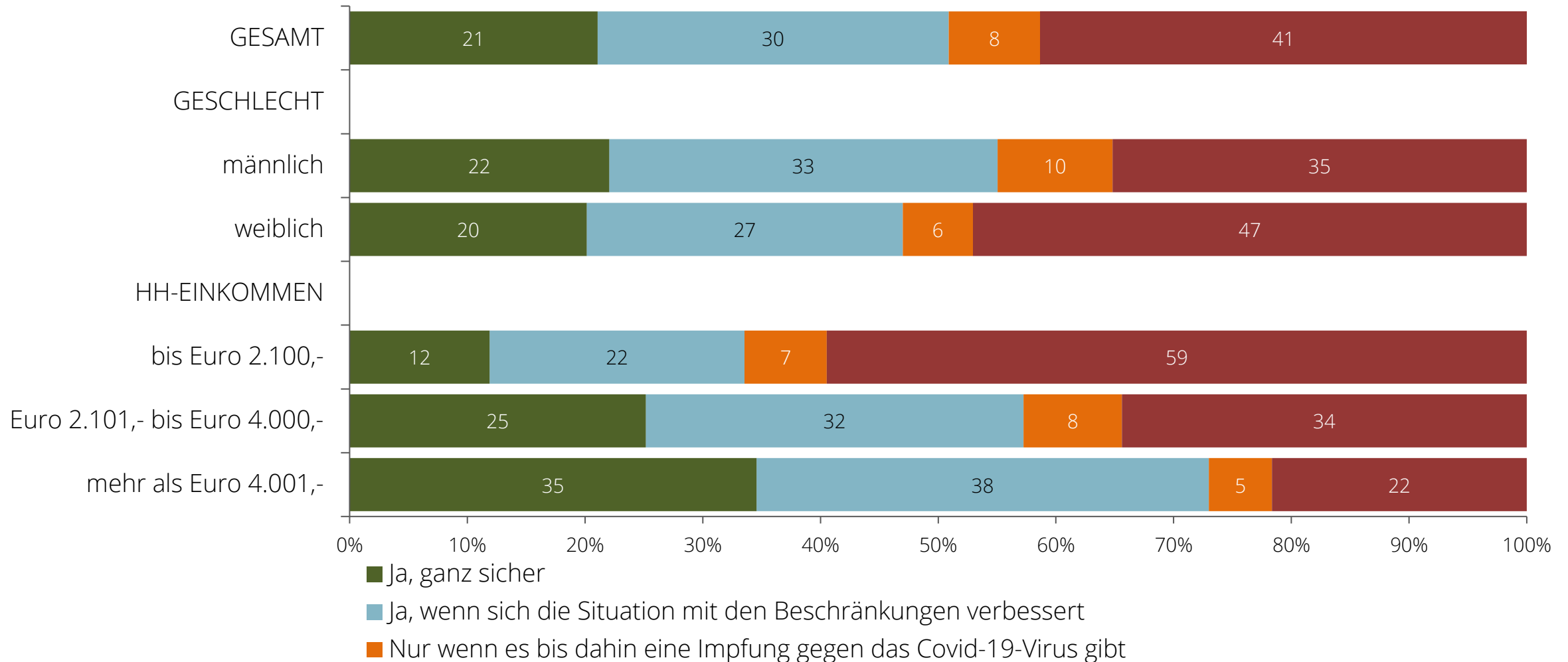
Basis: Alle Befragten (n=504)



F1: Haben Sie vor, heuer für einen Sommerurlaub zu verreisen?

1.B ABSICHT - SOMMERURLAUB 2020

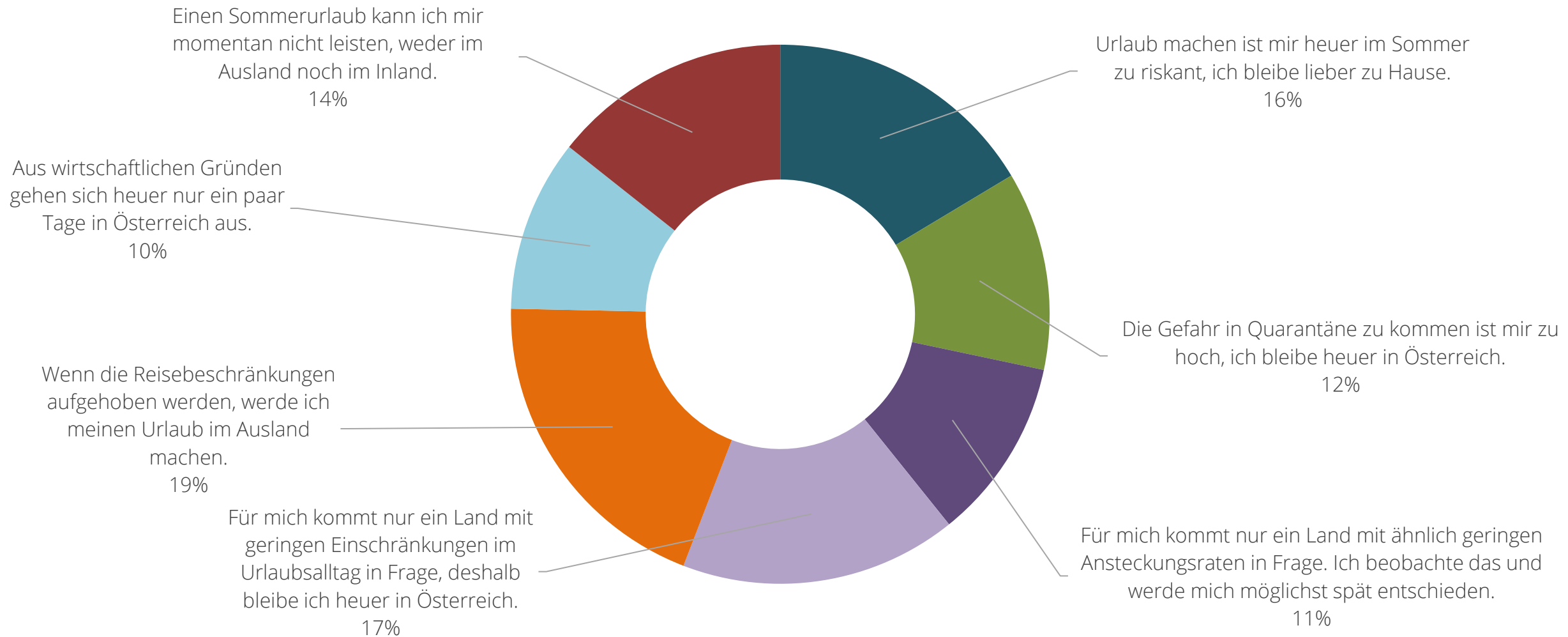
Nach Soziodemographie



F1: Haben Sie vor, heuer für einen Sommerurlaub zu verreisen?

2. MEINUNG ZU SOMMERURLAUB 2020

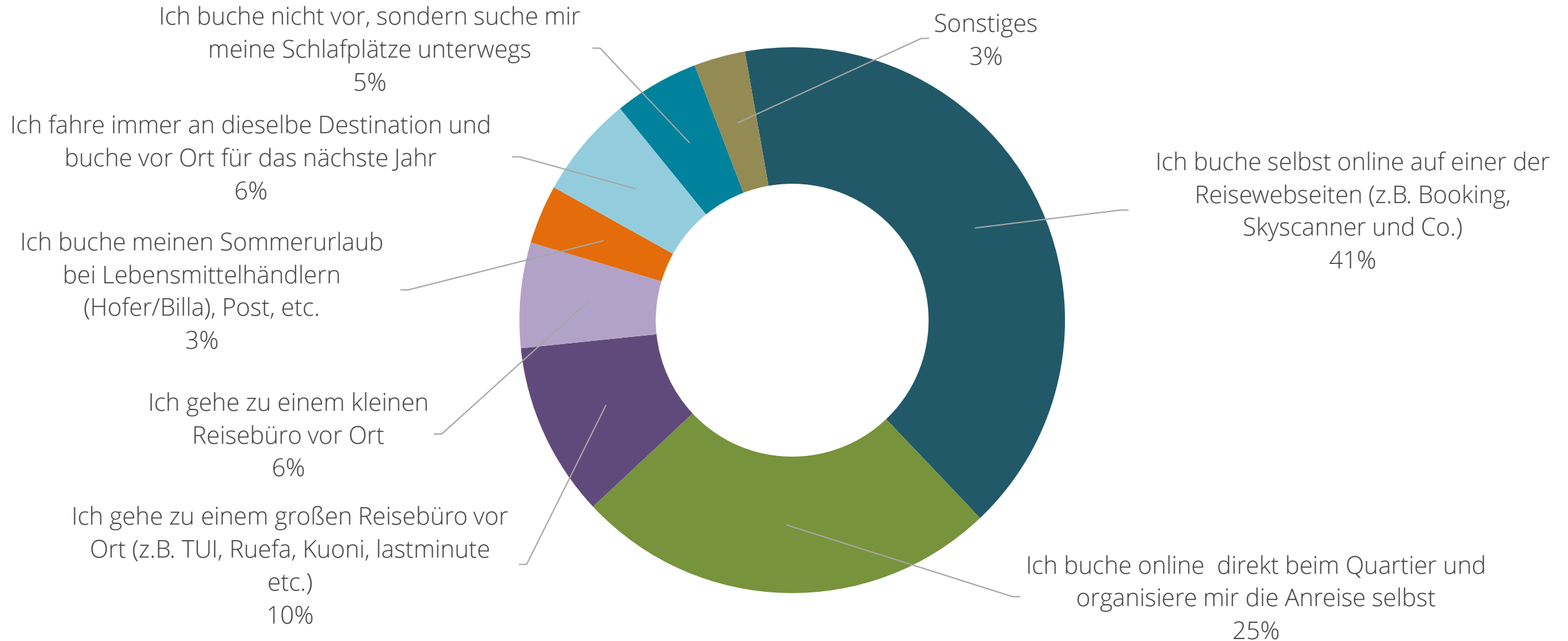
Basis: Alle Befragten (n=504)



F11: Hier unterhalten sich Personen über die Auswirkungen der Corona-Krise und ihrer Folgen auf den Sommerurlaub. Welche der Meinungen entspricht am ehesten Ihrer eigenen Einstellung?

3. MÖGLICHKEITEN EINEN SOMMERURLAUB ZU BUCHEN

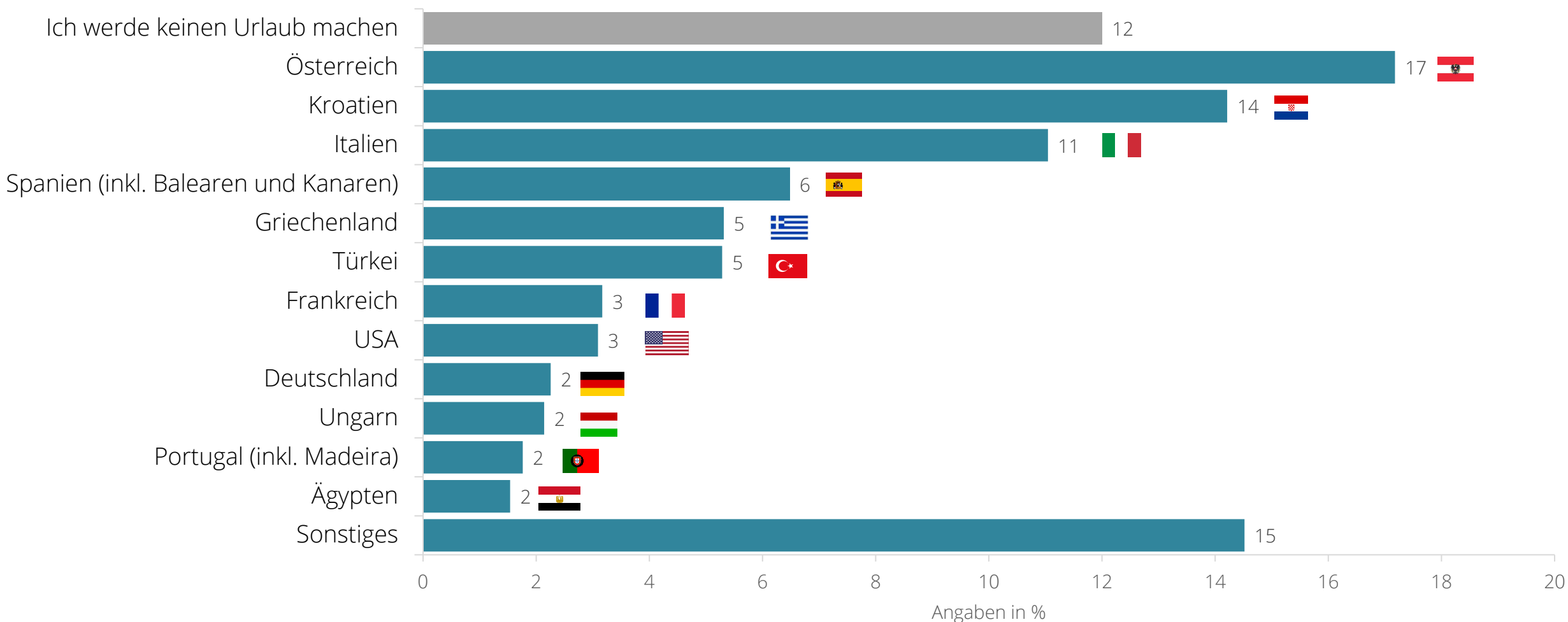
Basis: Personen, die beabsichtigen, heuer einen Sommerurlaub zu machen (n=296)



F3: Es gibt verschiedene Möglichkeiten einen Sommerurlaub zu buchen. Welche der folgenden Möglichkeiten entspricht am ehesten Ihrem Verhalten?

4. URSPRÜNGLICHE WUNSCHDESTINATION 2020

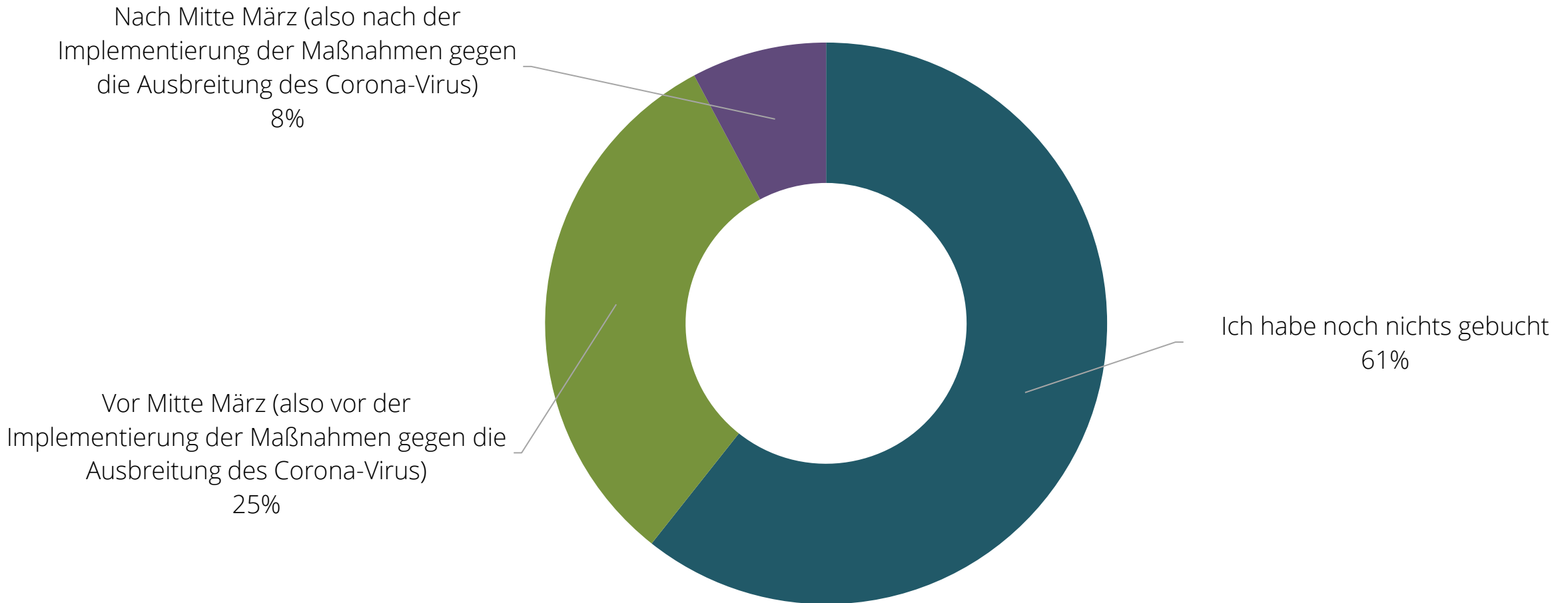
Basis: Alle Personen (n=504)



F7: Wenn es die Corona-Virus-Krise nicht gegeben hätte, in welcher der folgenden Destinationen hätten Sie den Großteil des heurigen Sommerurlaubs verbracht?

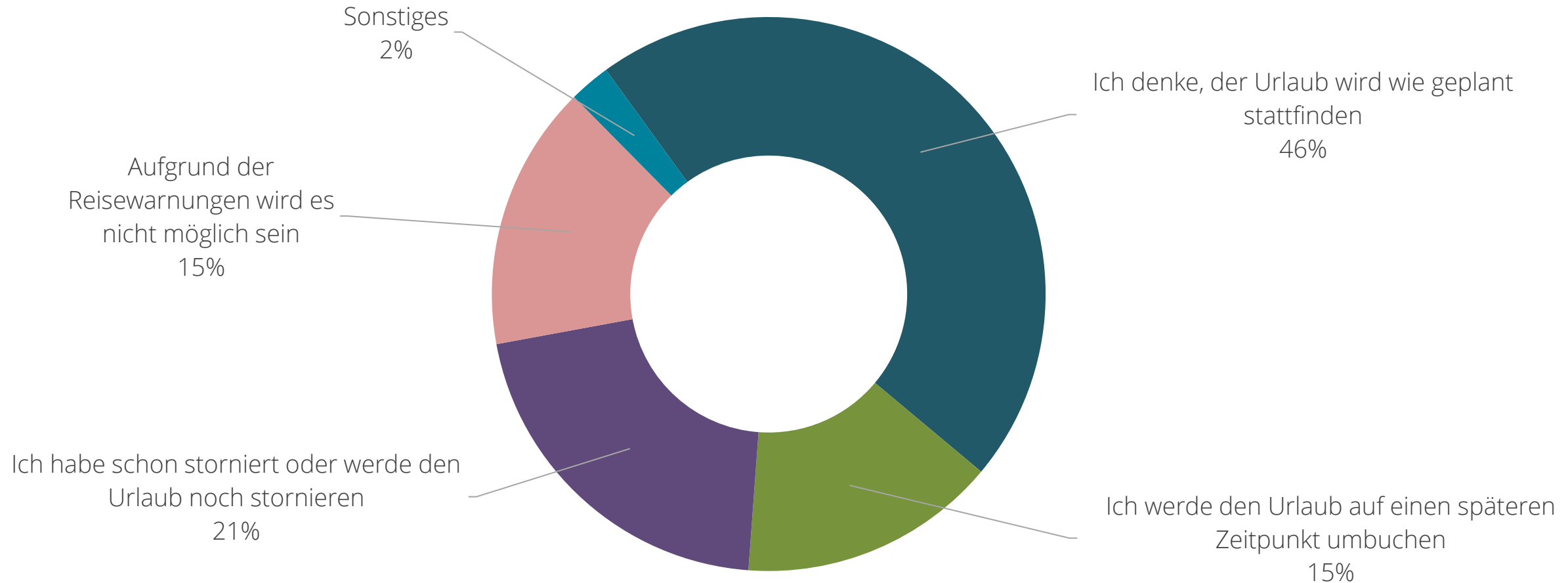
5. BUCHUNG - SOMMERURLAUB 2020

Basis: Personen, die den Absicht haben, heuer einen Sommerurlaub zu machen (n=296)



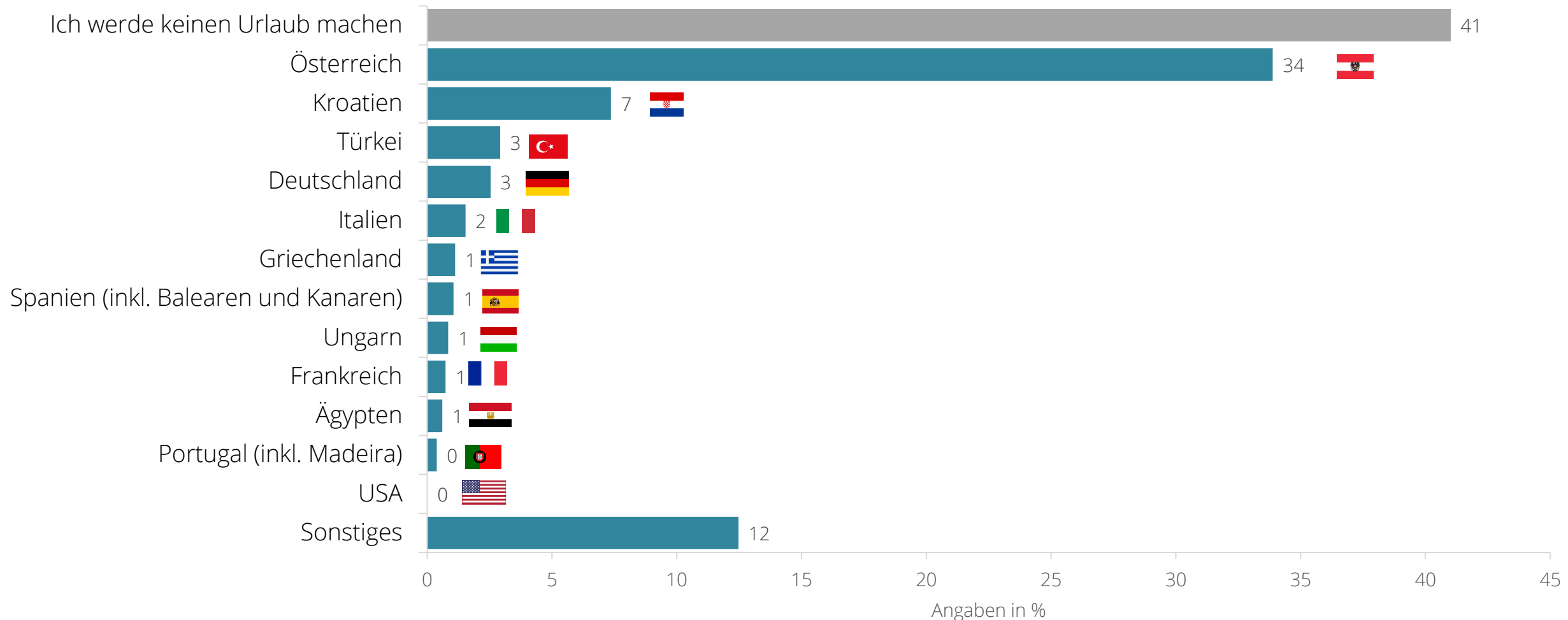
6. ZUKUNFT DER BUCHUNG VOR MITTE MÄRZ 2020

Basis: Personen, die vor Mitte März 2020 gebucht haben (n=93).



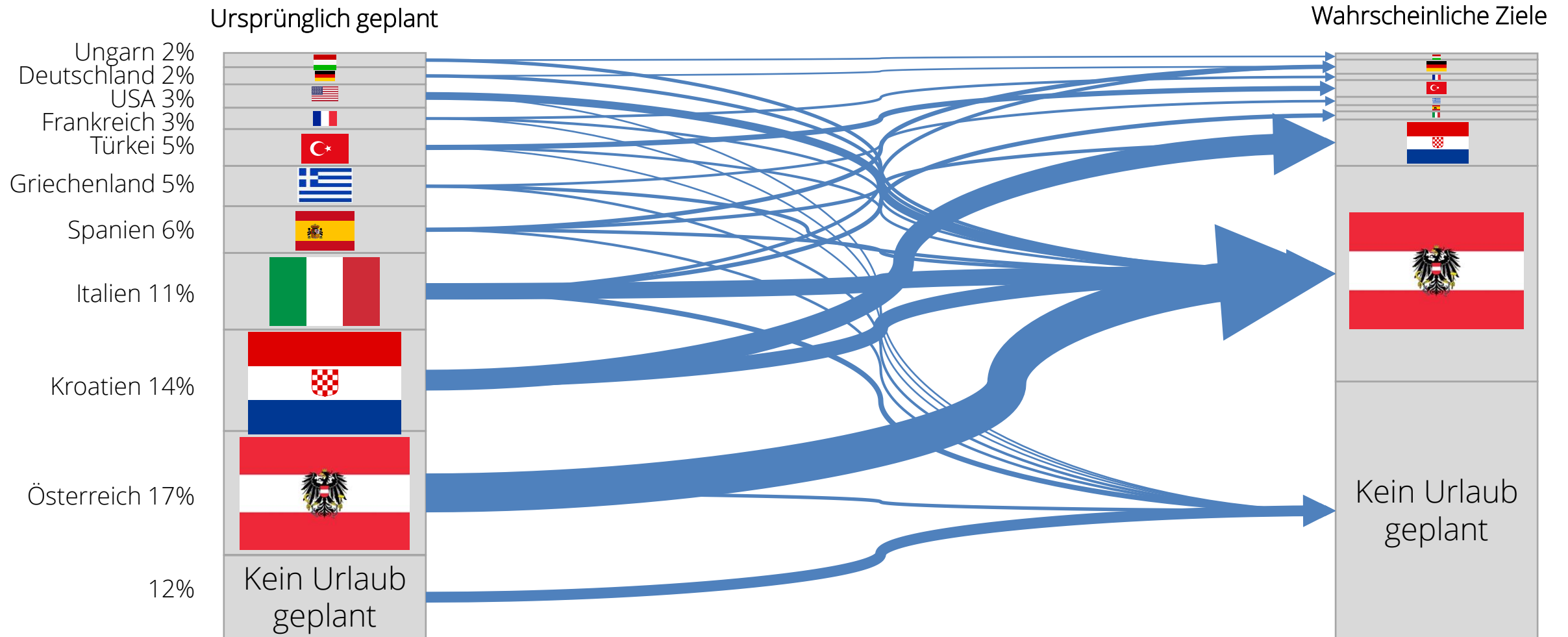
F6: Covid-19 bringt ja gerade auch beim Urlaub-machen sehr große Unsicherheiten. Was denken Sie aus heutiger Sicht, wie wird es mit dieser Buchung weitergehen?

7. WAHRSCHEINLICHSTE DESTINATIONEN



F8: Die Einschränkungen der Reisefreiheit und die unterschiedlichen Entwicklungen der Pandemie in verschiedenen Ländern, macht eine Urlaubs-Planung heuer besonders schwer. Aus heutiger Sicht, wo werden sie am wahrscheinlichsten den Großteil ihres Sommerurlaubs 2020 verbringen?

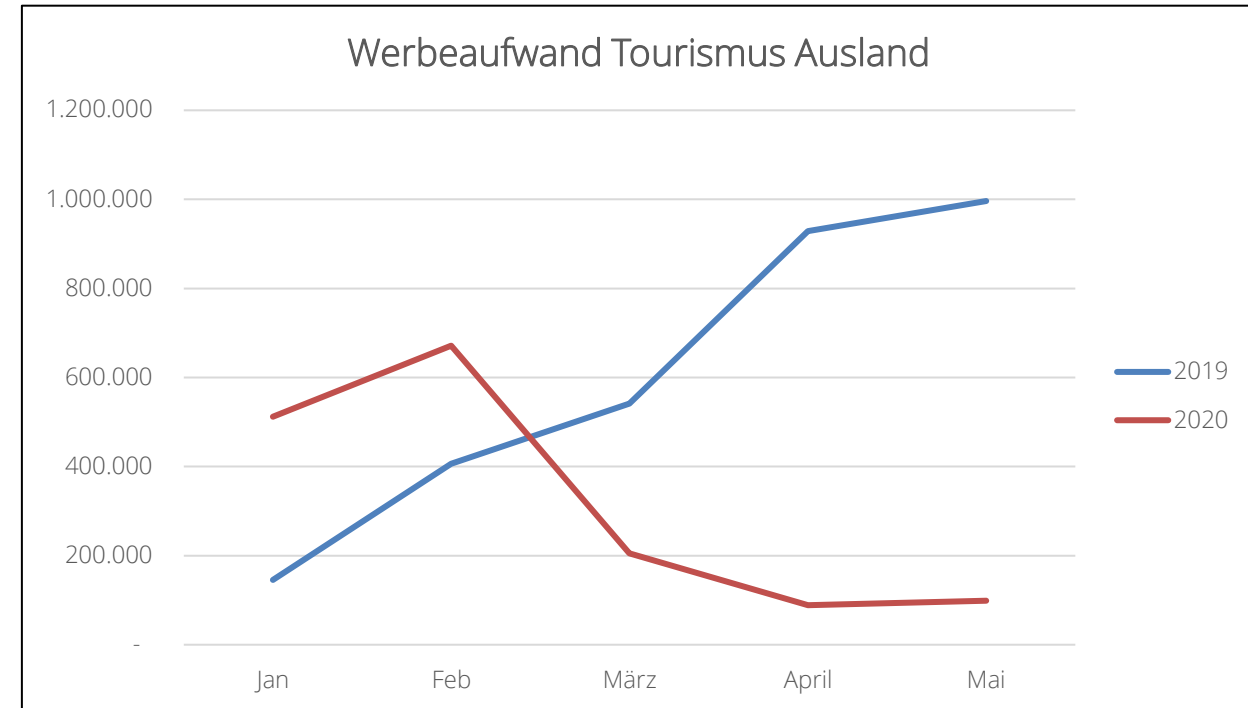
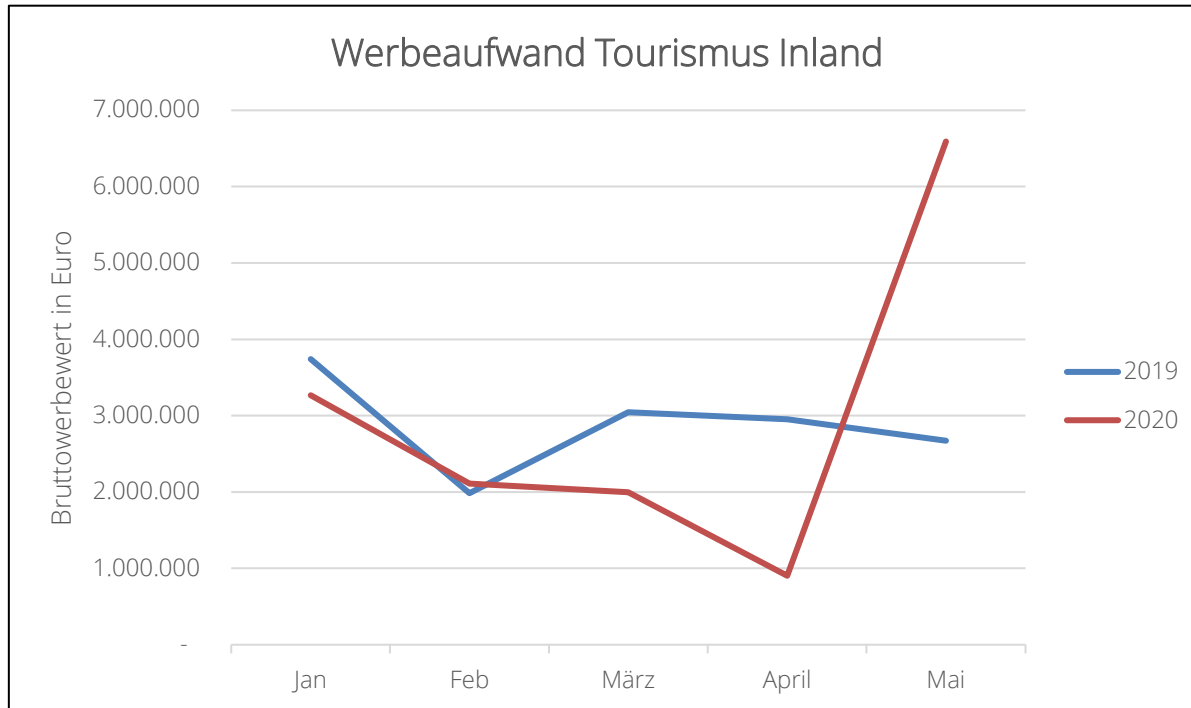
7.1 VERSCHIEBUNGEN ZWISCHEN DEN HAUPT-DESTINATIONEN



F8: Die Einschränkungen der Reisefreiheit und die unterschiedlichen Entwicklungen der Pandemie in verschiedenen Ländern, macht eine Urlaubs-Planung heuer besonders schwer. Aus heutiger Sicht, wo werden sie am wahrscheinlichsten den Großteil ihres Sommerurlaubs 2020 verbringen?

8. WERBEAUFWAND TOURISMUS INLAND & AUSLAND 2020 V. 2019

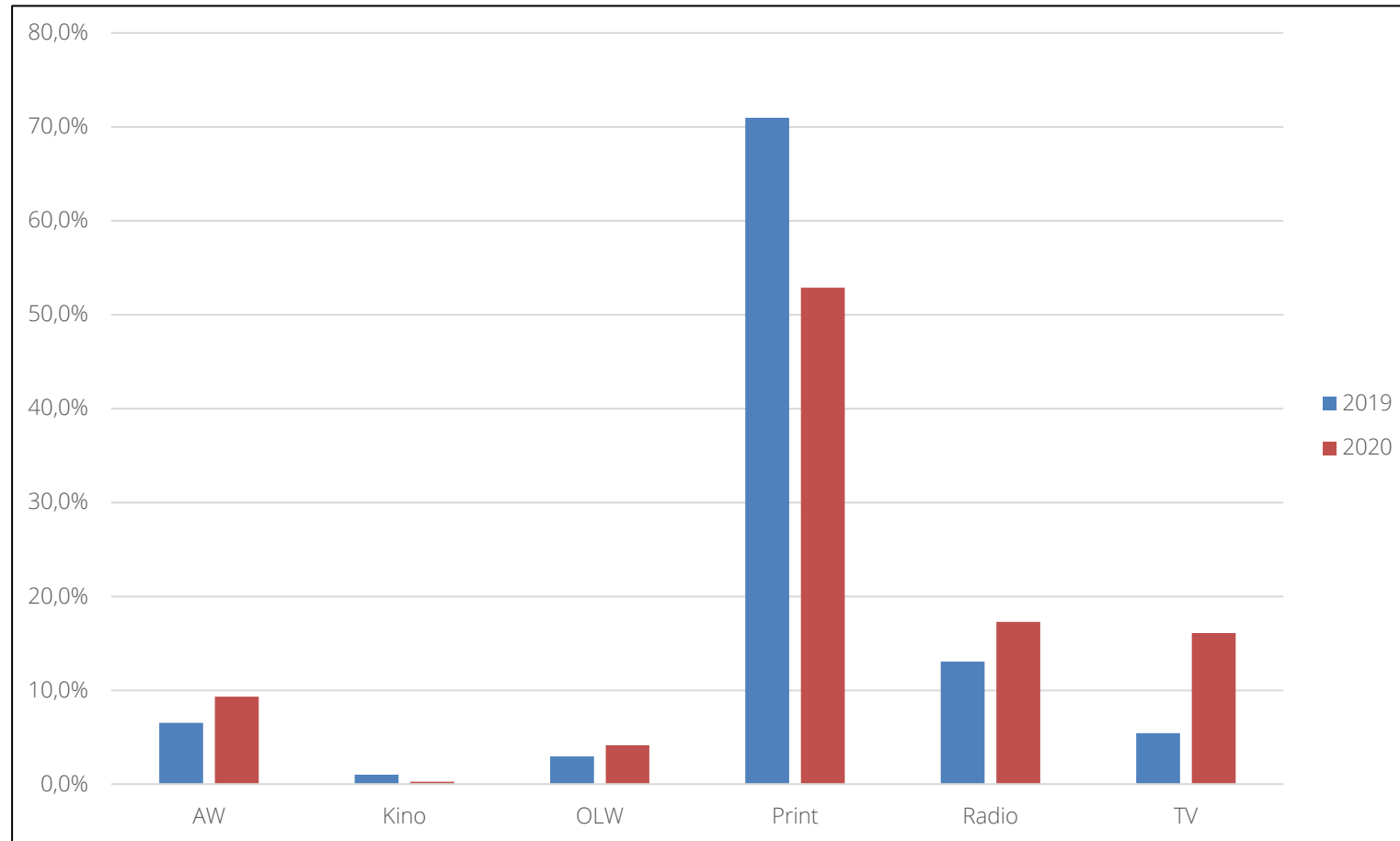
Basis: Bruttowerbeaufwand Jan-Mai*



*Mai 2020 hochgerechnet

8.1 ANTEIL WERBEKANÄLE TOURISMUS INLAND 2020 v. 2019

Basis: Bruttowerbeaufwand Jan-Mai*



Top 5 Werber 2020:

- Salzburger Land
- Kärnten Werbung
- NÖ-Werbung
- Saalbach Hinterglemm
- Burgenland Tourismus

*Mai 2020 hochgerechnet

FOCUS Institut

Marketing Research Ges.m.b.H.

Maculangasse 8

1220 Vienna

Austria

Mail

office@focusmr.com

Phone

+43/1/258 97 01

Web

www.focusmr.com

