

# SLOWENIEN



## Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



### Warum in Slowenien aktiv werden?

Slowenien entwickelt sich seit Jahren stabil und ist für mehrere näher gelegene Regionen ein wichtiger Herkunftsmarkt. Die Gäste sind anspruchsvoll und haben auch zu Hause einen hohen Lebensstandard.

### Die Top-Headlines in Slowenien

Neben aktuellen außen- und innenpolitischen Themen werden viele Lifestyle-Inhalte in den Medien thematisiert. Extreme Wettersituationen häufen sich und ihre Auswirkungen sind in Slowenien ein Dauerthema.



### Was beschäftigt die Menschen in Slowenien? Worüber spricht die Reisebranche?

Die Sloweninnen und Slowenen schaffen eine gute Balance zwischen den Problemen in der Welt wie Krieg, Politik, Inflation, etc. und dem Genießen des Alltagslebens: Sie sind aktiv, gesundheitsbewusst, lebhaft, urban, kulturinteressiert und Gourmets.

Die Reisebranche ist wieder vorsichtig optimistisch und erwartet etwas bessere Zahlen als im Vorjahr. Von den externen Faktoren werden keine nennenswerten negativen Auswirkungen auf das Reiseverhalten erwartet.



### Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die slowenische Wirtschaft ist nach wie vor stabil. Die Inflation wirkt sich weniger auf die Urlaubsreisen der Zielgruppe aus, wenngleich ein moderater Rückgang des privaten Konsums spürbar ist - der Konsum der privaten Haushalte ging erstmals seit zwei Jahren um 1,1 % zurück.



### Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Sportliche Aktivitäten im Alltag und im Urlaub nehmen zu. Gesundheitsbewusstes Verhalten in allen Lebensbereichen liegt im Trend.



### Besteht Lust auf Reisen?

Die Reiselust in Slowenien ist auf Rekordniveau, wie eine Studie des slowenischen Statistikbüros bestätigt: Im Jahr 2022 verreisten 989.000 Sloweninnen und Slowenen, das sind 57 % der Gesamtbevölkerung. Der Großteil der touristischen Reisen, nämlich 64 %, fand im Ausland statt und die meisten davon waren Privatreisen.

### Wussten Sie schon ...?

Der Sportsgeist drückt sich auch im Spitzensport aus, denn nur wenige Länder der Welt können pro Einwohner:innen so viele Medaillengewinner:innen bei Wettkämpfen auf höchstem Niveau vorweisen wie Slowenien.



# DER GAST

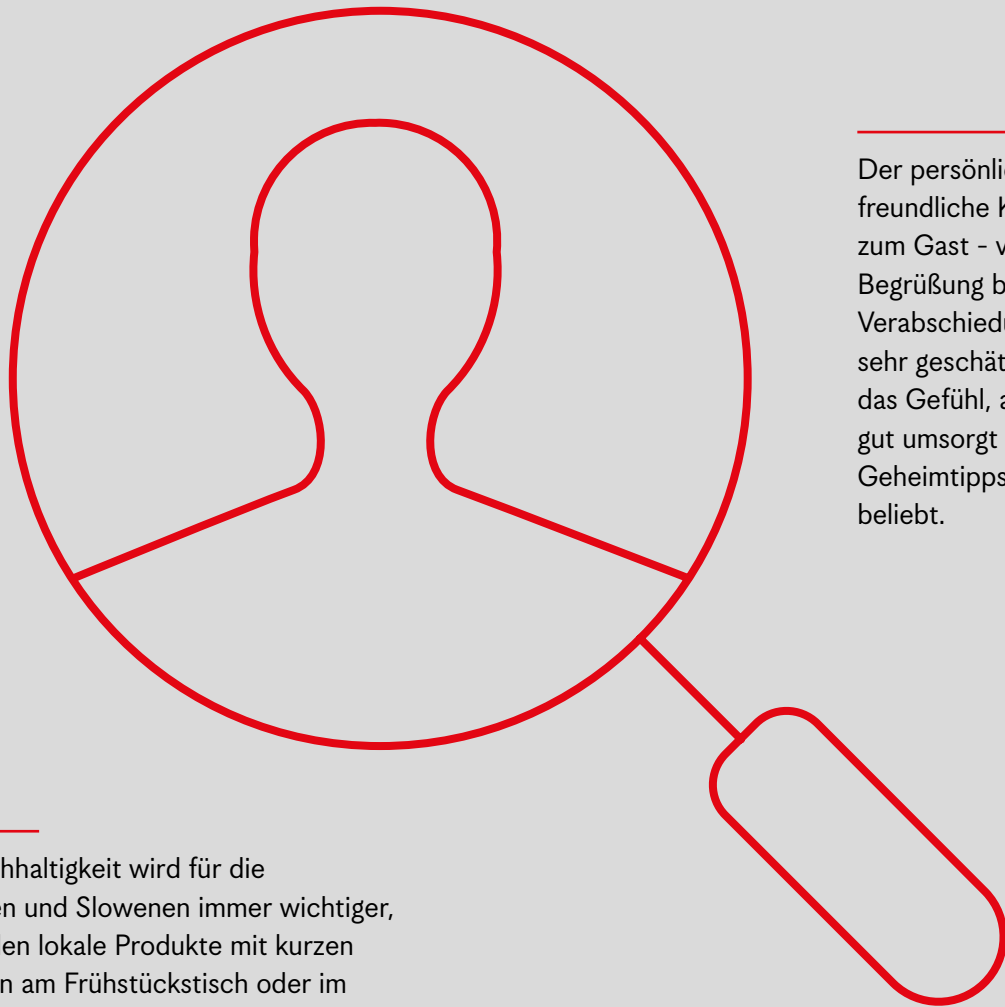


auf den Punkt gebracht

---

Die Sloweninnen und Slowenen sind stolz auf ihre Heimat, sie gehören nicht „zum Balkan“. Die Gäste sprechen hervorragend Fremdsprachen, schätzen aber dennoch Informationen in der eigenen Landessprache.

Sportliche Aktivitäten sind bei den slowenischen Gästen weiterhin sehr beliebt, Skifahren & Snowboarden im Winter sowie Radfahren und Wandern im Sommer sind die Top-Themen für einen Österreich-Urlaub.



Der persönliche und freundliche Kontakt zum Gast - von der Begrüßung bis zur Verabschiedung - wird sehr geschätzt. Ebenso das Gefühl, als Gast gut umsorgt zu werden. Geheimtipps sind sehr beliebt.

Wahre Nachhaltigkeit wird für die Sloweninnen und Slowenen immer wichtiger, daher werden lokale Produkte mit kurzen Lieferwegen am Frühstückstisch oder im Restaurant erwartet. Regionale Produkte als Gastgeschenke sind ebenfalls immer willkommen.

# IM GESPRÄCH MIT ...



Péter Szedlák

---

*Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?*

Der Sommerurlaub entwickelt sich dynamischer als früher, auch die Nebensaison ist gefragt. Die anspruchsvollsten Gourmets besuchen gerne hochwertige Restaurants.

*Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?*

Aktuelle und relevante Informationen; entsprechende Angebote online aktuell halten. Images oder Neuigkeiten in den nach wie vor wichtigen hochwertigen Printmedien präsentieren. Die Bespielung großer digitaler Flächen in der Stadt wecken verstärkt die Sehnsucht nach Österreich.

*Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?*

Individuelle Angebote und Geheimtipps sind gesucht, die slowenischen Gäste möchten weg vom Mainstream. Exklusivität und hohe Servicequalität werden erwartet.

*Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?*

Es sind keine wesentlichen neuen Werte erkennbar, wohl aber eine Stärkung bestehender Werte wie Umweltbewusstsein und Natur- und Kulturverbundenheit. Das kulinarische Interesse ist nach wie vor hoch - gute Küche wird sehr geschätzt.

*Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?*

Das Geschäftsleben ist ähnlich wie in Österreich, wobei der persönliche Kontakt vielleicht noch wichtiger ist. Es wird daher empfohlen, die persönlichen Kontakte und die Kommunikation auf Augenhöhe auszubauen.

*Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?*

Die Intensivierung der Zusammenarbeit mit relevanten Regionen, um mittelfristig gemeinsam die Marke Urlaub in Österreich zu stärken. Der Fokus liegt weiterhin auf dem Winter und dem Ausbau des Sommers.



**Péter Szedlák**

Market Representative  
Kroatien, Slowakei  
und Slowenien  
peter.szedlak@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Kroatien finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)