

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



3.

AUSTRIA 2026

Estructura del Sector Turístico

TABLA DE CONTENIDO

Datos clave

Sector de la producción

Sector de la distribución

2

Comercialización on line

Asociacionismo en el sector

DATOS CLAVE

Características generales

El mercado emisor austriaco mantiene en 2026 un perfil maduro y profesionalizado, caracterizado por la fuerte confianza del consumidor en las agencias especializadas y los grandes turoperadores, además de por una estructura empresarial dominada por pequeñas y medianas empresas. En este contexto, y ante la progresiva desaparición de la tradicional distinción entre mayoristas y minoristas, el sector tiende a organizarse cada vez más en torno a dos grandes ámbitos: la producción turística y la distribución comercial, incorporando nuevos actores digitales y modelos híbridos de intermediación.

Según los datos más recientes publicados por la Cámara de Comercio Austriaca (WKO), a fecha de 31 de diciembre de 2023 operaban en Austria **2.465 empresas del sector de agencias de viajes**, cifra que se vaticina estable en 2025 y que refleja la consolidación del mercado tras los años posteriores a la pandemia. El tejido empresarial continúa compuesto mayoritariamente por microempresas y negocios con entre uno y nueve empleados, que siguen constituyendo la base estructural del sector.

La concentración territorial permanece similar a la de ejercicios anteriores, con una mayor presencia de agencias en Viena y en las principales regiones urbanas y turísticas del país. Viena continúa liderando claramente el sector, seguida por regiones como Alta Austria, Tirol, Estiria, Salzburgo y Baja Austria, que concentran buena parte de la actividad vinculada tanto al turismo vacacional como al corporativo y receptivo.

Desde el punto de vista económico, el sector continúa generando en torno a **4.400 millones de euros anuales en ingresos**. La distribución del negocio se mantiene estable: aproximadamente un 35% corresponde al segmento turístico y de viajes combinados, cerca de un 30% al turismo receptivo y alrededor de otro 30% a los viajes de negocios y transporte aéreo. Las agencias y operadores turísticos continúan desempeñando un papel estratégico dentro de la cadena de valor turística austriaca, contribuyendo de forma significativa a la actividad hotelera, gastronómica y al conjunto de la economía turística nacional.

Evolución de turismo receptivo y emisor

En cuanto al turismo receptivo, Austria volvió a batir récords en materia de turismo en 2025, lo que consolida al país como uno de los destinos más competitivos de Europa Central. Según los últimos datos de Statistik Austria, se registraron **48,17 millones de llegadas de turistas (nacionales y extranjeros)** y 157,29 millones de pernoctaciones. Estas cifras superan nuevamente los máximos históricos alcanzados en 2024 (47,2

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

AUSTRIA 2026

millones de turistas y 154,3 millones de pernoctaciones), lo que confirma la recuperación total y la expansión del sector tras la pandemia. Con respecto a los visitantes internacionales recibidos en 2025 representan en torno al 70%, sin que existan cifras oficiales disponibles desagregadas. Las cifras ya publicadas oficiales de los visitantes internacionales de 2024 han sido de 32,20 millones, siendo los visitantes nacionales 14,53 millones de un total de turistas (46,72 millones).

4

Año	Llegadas	Pernoctaciones	Variación
2020	15,4 millones	97,0 millones	-38% (COVID-19)
2021	19,9 millones	99,0 millones	+29% (recuperación parcial)
2022	35,8 millones	144,0 millones	+80% (recuperación)
2023	44,0 millones	151,2 millones	+23%
2024	46,72 millones	154,3 millones	+5,6%
2025	48,17 millones	157,3 millones	+3,10% (estimación)

Fuente: elaboración propia con datos Statistik Austria (Ankünfte & Nächtigungen 2025)

El turismo internacional continúa siendo el principal motor del sector. Aproximadamente, un 75% de las pernoctaciones corresponden a visitantes extranjeros: Alemania se mantiene como el principal mercado emisor con una amplia diferencia, seguido de Países Bajos, Suiza, República Checa, Reino Unido e Italia. La duración media de la estancia se situó en torno a las 3,3 noches, cifra relativamente estable respecto a años anteriores.

Viena sigue consolidándose como el principal destino urbano del país y uno de los grandes polos turísticos europeos. La capital austriaca mantiene cifras récord tanto en visitantes como en pernoctaciones internacionales, impulsada especialmente por el turismo cultural, congresual y de negocios (más de 7.100 congresos y eventos corporativos se celebraron en la ciudad durante el periodo analizado). Según la Oficina de Turismo de Viena, la capital registró en 2025 un récord de 20,07 millones de pernoctaciones (+6% respecto a 2024), lo que ha permitido superar por primera vez la barrera de los 20 millones. El número de visitantes con pernoctación se situó en torno

a los 8,3 millones, y aproximadamente el 83% de las estancias correspondieron a turistas internacionales.

Por su parte, Salzburgo e Innsbruck continúan ocupando posiciones destacadas entre los destinos urbanos más visitados por turistas extranjeros, mientras que los viajeros nacionales muestran una clara preferencia por Estiria, Alta Austria y Baja Austria para sus desplazamientos internos. Todo ello, en consonancia con la tendencia de años anteriores.

En paralelo, el turismo emisor austriaco se mantiene estable en 2025. Los residentes austriacos mantienen una elevada propensión a viajar al extranjero, favorecida por una renta disponible relativamente alta y por la estabilidad del mercado laboral. No obstante, lo cierto es que se ha registrado un ligero descenso en desplazamientos respecto al año anterior: en 2025 se registraron aproximadamente 27 millones de viajes turísticos con pernoctación, frente a los alrededor de 27,5 millones estimados en 2024, lo que refleja una leve corrección a la baja tras el repunte previo. Dentro del total de 2025, unos 14,3 millones de viajes tuvieron como destino el extranjero (frente a los 14,5 millones de 2024) y alrededor de 12,8 millones se realizaron dentro de Austria (frente a los 13 millones del período anterior), lo que consolida una estructura en la que los desplazamientos internacionales siguen superando ligeramente a los domésticos, con una diferencia de más de 1 millón de viajes. En conjunto, los datos confirman que el turismo emisor austríaco continúa siendo sólido y estable, aunque sin el crecimiento observado en el año anterior.

Italia continúa siendo el destino extranjero preferido por los viajeros austriacos, seguida de Croacia, Alemania, España y Grecia. La proximidad geográfica y la facilidad para desplazarse en vehículo privado continúan siendo factores decisivos en la elección de destino. España, por su parte, mantiene una posición destacada dentro del turismo emisor austriaco (más de 800.000 viajes con pernoctación estimados en 2025) gracias a destinos como Baleares, Canarias, Barcelona, Andalucía y la costa mediterránea.

Según los datos más recientes de Statistik Austria (Reiseverhalten 2025), la estancia media de los residentes austríacos en 2025 se mantuvo en niveles elevados y en estabilidad respecto al año anterior. En concreto, los viajes al extranjero registraron una duración media de aproximadamente 6,8 noches, mientras que los viajes realizados dentro de Austria se situaron en torno a 3,2 noches. Ambos valores confirman una consolidación de la recuperación del comportamiento turístico tras la pandemia y una mayor predisposición a realizar estancias más largas, especialmente en los viajes internacionales.

Las tendencias de consumo turístico observadas en 2024 se han reforzado durante 2025. Las reservas anticipadas siguen ganando peso, especialmente entre enero y marzo, mientras que el periodo principal de viaje continúa concentrándose entre junio y septiembre. Asimismo, aumenta la demanda de seguridad, flexibilidad y asesoramiento personalizado, reforzando el papel de las agencias especializadas y de los seguros de viaje. El consumidor austriaco muestra además una creciente sensibilidad hacia la sostenibilidad, el apoyo al comercio local y las experiencias de viaje auténticas y de menor masificación.

También se consolida la tendencia hacia los viajes “bleisure” (Business + Leisure), especialmente entre viajeros urbanos y profesionales jóvenes, así como el interés por escapadas rurales, turismo activo y experiencias autosuficientes en entornos naturales. Los viajeros austriacos siguen caracterizándose además por un equipaje relativamente ligero, una planificación anticipada y una elevada digitalización del proceso de reserva.

En materia de transporte, el vehículo privado continúa siendo el medio preferido para viajar (un 59,3% de los desplazamientos vacacionales se han realizado con el coche en 2025), especialmente hacia destinos cercanos del sur de Europa. No obstante, el transporte aéreo mantiene una clara recuperación y expansión. Los aeropuertos austriacos continuaron aumentando su volumen de pasajeros durante 2025, impulsados tanto por el turismo vacacional como por los viajes de negocios y las conexiones intercontinentales, y el avión se consolida como segunda opción para viajar (con un 19,1% de los desplazamientos realizados a través de este medio). El Aeropuerto Internacional de Viena refuerza su posición como principal hub aéreo de Austria y de Europa Central.

Cabe mencionar, en lo que respecta al tráfico aéreo en Austria, que los datos más recientes de Statistik Austria indican que en 2025 los aeropuertos austríacos registraron aproximadamente 36,5 millones de pasajeros, lo que supone un incremento de alrededor del 2,8% respecto a 2024. Este resultado marca un nuevo máximo histórico para la aviación austríaca y confirma la plena recuperación del sector, superando incluso ligeramente los niveles prepandemia de 2019. En conjunto, se consolida la tendencia de crecimiento sostenido del tráfico aéreo, aunque con un ritmo más moderado que en el fuerte rebote de años anteriores.

Respecto a las cifras de ventas, según los datos oficiales del Grupo Flughafen Wien, que incluye el Aeropuerto de Viena y sus participaciones internacionales, en 2024 los ingresos totales del grupo superaron por primera vez los 1.000 millones de euros, alcanzando concretamente los 1.052,7 millones de euros, lo que supuso un incremento del 13,0% respecto a 2023. Este ejercicio estuvo acompañado por un EBITDA de 442,3 millones de euros y un beneficio neto de 239,5 millones de euros, reflejando el fuerte dinamismo del periodo de recuperación del tráfico aéreo tras la pandemia.

En 2025, según los resultados preliminares del grupo, la evolución muestra una continuación del crecimiento, aunque a un ritmo más moderado. Los ingresos aumentaron hasta aproximadamente 1.128,9 millones de euros, lo que representa un crecimiento de alrededor del 7,2% respecto a 2024. En este contexto, el EBITDA se situó en torno a 412,4 millones de euros, mientras que el beneficio neto descendió ligeramente hasta unos 210,1 millones de euros, condicionado por efectos contables extraordinarios. En conjunto, los datos confirman una fase de estabilización tras el fuerte crecimiento del año anterior, con una evolución positiva, aunque más contenida.

Tendencias a futuro del mercado emisor austriaco en 2025 y proyecciones para 2026

Se puede aseverar que el mercado austriaco en el periodo 2025-2026 ha consolidado y seguirá consolidando una fase de madurez caracterizada por la estabilidad, la resiliencia y la capacidad de adaptación a un entorno en transformación. Tras la recuperación postpandemia, los principales indicadores del sector, tanto en turismo emisor como receptivo, tráfico aéreo y resultados empresariales, muestran un comportamiento estable, con ligeros crecimientos en algunos segmentos y una moderación del ritmo expansivo observado en los años inmediatamente anteriores. Este escenario refleja un mercado ya plenamente recuperado, pero en **fase de consolidación más que de expansión acelerada**.

Entre las tendencias estructurales más relevantes destaca el avance de la sostenibilidad y la digitalización. Los viajeros austriacos muestran una preferencia creciente por opciones de viaje más responsables desde el punto de vista medioambiental, mientras que la tecnología continúa transformando todo el proceso de viaje, desde la planificación hasta la experiencia en destino. La personalización, el autoservicio y las soluciones digitales integradas se han convertido en elementos clave de competitividad para agencias, turoperadores y aeropuertos.

Asimismo, se mantiene la diversificación de destinos, con una base sólida en mercados tradicionales como Alemania, Italia y España, pero con una progresiva apertura hacia destinos de media y larga distancia. Hay que precisar que debido al conflicto de Irán que ha hecho que se cancelen viajes a Oriente Medio y se opten por destinos europeos más seguros, entre los cuales está España. El crecimiento de conexiones internacionales desde el Aeropuerto de Viena refuerza esta tendencia, apoyado por la expansión de rutas intercontinentales y la consolidación de aerolíneas de bajo coste y premium, en paralelo a importantes inversiones en infraestructura aeroportuaria y modernización de terminales.

Desde el punto de vista de la demanda, se observa un cambio estructural en los hábitos de viaje: el turismo de ocio y las visitas a familiares y amigos predominan sobre los viajes

de negocios, mientras que el tráfico internacional continúa siendo el principal motor de crecimiento frente al doméstico. A ello se suma una mayor anticipación en las reservas, una preferencia por la flexibilidad y un creciente interés por experiencias auténticas, sostenibles y de menor masificación.

En definitiva, el mercado emisor austriaco se caracteriza en 2025-2026 por su solidez y su evolución ordenada hacia un modelo más digital, sostenible y diversificado. Las inversiones en infraestructuras, la ampliación de la conectividad aérea y la transformación de los hábitos del consumidor configuran un escenario favorable para el crecimiento a medio plazo, posicionando a Austria como un actor relevante dentro de la movilidad turística europea y global.

SECTOR DE LA PRODUCCIÓN

Evolución y características generales

8

Desde finales del siglo XIX, el turismo ha desempeñado un papel relevante dentro de las políticas económicas y de promoción internacional de Austria. A lo largo de las décadas, el país desarrolló una sólida estructura institucional basada en asociaciones hoteleras, organismos de promoción turística y consorcios especializados, con el objetivo de reforzar la competitividad del sector y consolidar la imagen de Austria como destino turístico internacional. Ya en el siglo XX, Austria contaba con una amplia red de oficinas de representación turística en numerosos mercados extranjeros, contribuyendo activamente a la proyección exterior del país. Asimismo, infraestructuras estratégicas como el Austria Center, especializado en turismo de congresos y eventos, junto con el desarrollo de Austrian Airlines como aerolínea nacional de referencia, desempeñaron un papel fundamental en la internacionalización del destino austríaco. En este contexto, **los turoperadores y agencias de viajes han sido históricamente actores clave** tanto para fomentar el turismo interno y emisor como para posicionar a Austria en los principales mercados turísticos internacionales. Esta evolución explica la consolidación de una larga tradición organizativa del sector turístico austríaco, caracterizada por la presencia de grandes operadores turísticos, asociaciones sectoriales y una fuerte especialización en turismo vacacional, urbano, de invierno y de congresos.

En este sentido, el turismo continúa siendo uno de los principales motores de la economía austríaca y desempeña un papel fundamental tanto en la generación de empleo como en la actividad económica regional, especialmente en estados federados como Tirol, Salzburgo y Viena. Según datos de la Cámara Federal de Economía de Austria (WKÖ), el turismo y las actividades de ocio generan directa e indirectamente

alrededor de 65.600 millones de euros de valor añadido, lo que equivale aproximadamente al **14% del PIB nacional austríaco**.

, de acuerdo a los datos del Instituto Austríaco de Investigación Económica (WIFO), aproximadamente uno de cada siete puestos de trabajo en Austria depende directa o indirectamente del turismo y de las actividades de ocio. En términos absolutos, esto representa alrededor de 567.000 empleos, equivalentes a cerca del 14% del total de la población ocupada del país, lo que pone de manifiesto la elevada importancia estructural del sector turístico dentro de la economía austríaca. Por su parte, la División Federal de Turismo y Ocio agrupa más de 93.000 empresas con licencia comercial relacionadas con actividades turísticas y recreativas, lo que confirma la elevada atomización y diversidad empresarial del mercado austríaco.

La evolución de la demanda turística durante 2025 estuvo impulsada principalmente por el crecimiento del turismo internacional. Aproximadamente el 74% de las pernoctaciones correspondieron a visitantes extranjeros, y destacan especialmente los mercados emisores de Alemania, Países Bajos y Suiza. Alemania continúa siendo con diferencia el principal mercado emisor hacia Austria, con más de 58 millones de pernoctaciones registradas en 2025.

Por regiones, Tirol y Salzburgo concentraron conjuntamente más de la mitad de las pernoctaciones totales del país, manteniendo su liderazgo en turismo de invierno y montaña. No obstante, Viena fue nuevamente la región con mayor crecimiento relativo, superando por primera vez los 20 millones de pernoctaciones gracias al fuerte dinamismo del turismo urbano y de congresos.

El mercado mayorista turístico austríaco se caracteriza por una elevada concentración en torno a grandes grupos internacionales y a operadores integrados verticalmente, que dominan la intermediación y la comercialización de paquetes turísticos. Entre los principales actores del sector destacan TUI Austria, VERKEHRSBÜRO y DERTOUR Group (REWE Austria Touristik), todos ellos con una fuerte presencia, tanto en el mercado emisor, como en la distribución de productos turísticos a nivel europeo.

En términos generales, estos operadores concentran buena parte de la distribución turística organizada, especialmente en paquetes vacacionales, turismo de nieve, *city breaks* y viajes emisores hacia destinos mediterráneos y de larga distancia. Asimismo, el mercado continúa experimentando una fuerte digitalización, con un creciente peso de plataformas online y sistemas dinámicos de reserva.

Cabe mencionar que, hasta fechas recientes, el grupo FTI Touristik GmbH también ocupaba una posición relevante dentro del sector mayorista europeo, y muy especialmente en Austria. Sin embargo, la compañía solicitó oficialmente la insolvencia el 3 de junio de 2024 ante el tribunal regional de Múnich, como consecuencia de una

fuerte caída en las reservas y de dificultades para hacer frente a los pagos anticipados exigidos por sus proveedores, lo que derivó en una grave crisis de liquidez. Esta situación tuvo un impacto significativo en el mercado turístico regional, y afectó a aproximadamente 175.000 reservas de paquetes turísticos en Austria y Alemania. FTI había sido un actor clave desde su establecimiento en Linz en 1995, con una red de 1.200 agencias de viajes asociadas.

Durante 2025 y comienzos de 2026, los turoperadores austríacos mantuvieron estrategias comerciales orientadas a la reserva anticipada (*early booking*), descuentos flexibles y paquetes dinámicos, con el objetivo de adaptarse a un consumidor más sensible al precio y a las fluctuaciones económicas. Según datos del sector, las reservas anticipadas siguieron representando alrededor de una cuarta parte de las ventas estivales de los grandes operadores turísticos.

No obstante, el crecimiento del volumen turístico convive con ciertos desafíos estructurales. Diversos informes sectoriales señalan que el incremento de costes energéticos, salariales y operativos está reduciendo los márgenes reales de rentabilidad del sector hotelero y de intermediación turística. Aunque la facturación nominal continúa aumentando, los ingresos ajustados a inflación todavía muestran cierta presión sobre la rentabilidad empresarial.

Las perspectivas para 2026 continúan siendo favorables. Tanto Statistik Austria como WIFO prevén un nuevo crecimiento moderado del número de visitantes y pernoctaciones, apoyado en la fortaleza del turismo internacional, el auge del turismo urbano y la elevada competitividad de Austria como destino de invierno y naturaleza.

A continuación, se presentan algunos de los principales turoperadores que operan en el mercado austríaco, que concentran una parte significativa de la distribución turística del país. Estos grupos destacan por su elevada integración vertical, su fuerte presencia internacional y su capacidad de comercialización, tanto en el segmento vacacional como en el turismo especializado.

Principales turoperadores

El mercado mayorista turístico austríaco se caracteriza actualmente por una alta concentración en grandes grupos europeos integrados verticalmente. La desaparición de operadores relevantes como FTI ha reforzado la posición de empresas consolidadas como TUI y DERTOUR, lo que ha derivado en un escenario de menor competencia pero mayor estabilidad. A continuación, se presentan algunos de los principales turoperadores que operan en el mercado austríaco, que concentran una parte significativa de la distribución turística del país: TUI Group/TUI Austria, VERKEHRSBÜRO Group y DERTOUR Group (REWE Austria Touristik).

TUI Group / TUI Austria

TUI Group es el mayor turoperador del mercado europeo y uno de los líderes globales del sector turístico, con operaciones en más de 100 países. Su actividad abarca toda la cadena de valor turística, incluyendo turoperación, hotelería, cruceros y experiencias digitales a través de plataformas como TUI Musement.

En el ejercicio fiscal 2025, el grupo registró una evolución positiva de su actividad, manteniendo la tendencia de crecimiento iniciada tras la recuperación postpandemia. Los ingresos se situaron en torno a 24.000 millones de euros, con un EBIT subyacente cercano a 1.350 millones de euros, lo que refleja la continuidad de la mejora operativa y la fortaleza de la demanda turística a nivel internacional.

De cara al periodo 2025–2026, las previsiones del grupo apuntan a un crecimiento moderado pero sostenido, con incrementos estimados de entre el 5% y el 8% en ingresos, impulsados principalmente por la elevada demanda de viajes organizados, el auge de los paquetes dinámicos y la expansión del turismo experiencial, especialmente en el mercado europeo.

11

En Austria, TUI mantiene una posición dominante en el mercado mayorista y minorista. Durante las temporadas 2025 y previsiones 2026, los destinos más demandados siguen siendo Grecia, Turquía, España (especialmente Baleares) y el Mediterráneo oriental. Desde el aeropuerto de Viena, la compañía opera centenares de vuelos semanales hacia destinos vacacionales clave como Creta, Rodas y Mallorca, mientras que desde Salzburgo e Innsbruck destaca la fuerte demanda de paquetes hacia Turquía y el sur de Europa.

En 2025, la estrategia del grupo en Austria se centra en tres ejes principales: la expansión del modelo de paquetes dinámicos, la digitalización de la distribución y el enfoque en sostenibilidad y turismo experiencial

VERKEHRSBÜRO Group

VERKEHRSBÜRO Group es uno de los mayores conglomerados turísticos de Austria y un actor clave en la distribución mayorista y minorista del país. Fundado en 1917, ha evolucionado desde la venta de billetes ferroviarios hasta convertirse en un grupo integrado con actividad en agencias de viajes, hotelería y gestión de eventos.

Su división de viajes, especialmente a través de la marca Ruefa, cuenta con una de las redes de agencias más amplias de Austria, superando las 70 oficinas. Además, el grupo incluye operadores como Eurotours, así como marcas especializadas en viajes organizados, cruceros y turismo temático.

En el área hotelera, VERKEHRSBÜRO gestiona más de 20 establecimientos en Austria y países vecinos. En 2025, el grupo ha continuado su proceso de reestructuración y reposicionamiento de marca, contexto en el que destaca la integración de hoteles Bassena bajo la marca internacional Spark by Hilton, que ha reforzado su estrategia de colaboración con cadenas globales.

En términos económicos, el grupo alcanzó en 2025 unos ingresos estimados en torno a los 550 millones de euros, consolidando la recuperación progresiva del negocio turístico y hotelero tras la pandemia. Este crecimiento refleja la estabilidad de su división de agencias de viajes, así como la buena evolución del segmento hotelero y de eventos, que continúa siendo una de sus principales fuentes de valor añadido.

De cara al 2026, la compañía mantiene una estrategia centrada en la rentabilidad operativa, la optimización de costes y la digitalización de los canales de distribución, en un contexto marcado por la creciente competencia de las plataformas online y la necesidad de adaptación a un consumidor cada vez más digitalizado y sensible al precio.

12

DERTOUR Group (REWE Austria Touristik)

DERTOUR Group (antiguamente Kuoni en el mercado austríaco) es uno de los principales operadores turísticos de Europa y forma parte del grupo REWE. Su presencia en Austria se articula a través de una red de agencias y marcas especializadas que cubren tanto el segmento vacacional como el de lujo.

En Austria, el grupo opera bajo estructuras como Kuoni Travel Agencies, Restplatzbörse y Travelpartner, además de divisiones especializadas como viajes de golf y turismo premium. Esta estructura le permite abarcar diferentes nichos de mercado con un enfoque altamente segmentado.

Desde 2025, DERTOUR ha reforzado su estrategia en Austria centrada en la digitalización de procesos de reserva, la expansión del producto flexible y de última hora y el refuerzo del asesoramiento personalizado en agencias físicas.

El grupo ha experimentado en los últimos años un crecimiento indirecto en cuota de mercado tras la reducción de competencia en el sector, especialmente tras la insolvencia de FTI en 2024, lo que ha redistribuido parte de la demanda hacia operadores consolidados.

Cabe mencionar, en referencia a su grupo matriz, que REWE International AG, a través de la división REWE Austria Touristik, engloba múltiples marcas de turoperación más allá de DERTOUR, como ITS, Jahn Reisen, Meier's Weltreisen y ADAC Reisen, lo que le permite cubrir tanto el turismo de masas como los viajes de media y larga distancia.

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

AUSTRIA 2026

Tabla comparativa de los principales turoperadores

	TUI Group	VERKEHRSBÜRO Group	DERTOUR Group (REWE)
Tipo	Multinacional global	Conglomerado nacional	División turística de grupo retail europeo
Origen	Alemania	Austria	Alemania
Presencia	Muy alta (líder en turoperación vacacional)	Muy alta (líder en agencias físicas y turismo interno)	Alta (crecimiento en turoperación)
Modelo de negocio	Integración vertical: hoteles, cruceros...	Integración: agencias, hoteles y MICE	Multimarca: turoperación y online
Marcas relevantes	TUI, TUI Blue, TUI Musement	Ruefa, Eurotours, hoteles propios	REWE: ITS, Meiers Weltreisen, Billa Reisen
Distribución	Importante red online y turoperación global	Aproximadamente 70 agencias Ruefa en Austria	Red multimarca con fuerte canal online
Facturación	24.000 millones € (2025)	550 millones € (2025)	11.000 millones € (2025; turoperación REWE)
Posición	Líder en turismo vacacional organizado	Líder en agencias físicas	Segundo gran polo mayorista tras TUI
Estrategia 2025	Paquetes dinámicos, sostenibilidad y digitalización	Digitalización, hotelería y optimización de costes	Aumento de cuota de mercado
Tendencias 2026	Crecimiento de la demanda y early booking	Refuerzo del segmento hotelero y digital	Mayor cuota tras reestructuración del mercado

Fuente: elaboración propia

La tendencia general del sector para 2025–2026 se orienta hacia la digitalización de la distribución, la creación de paquetes dinámicos y flexibles, la personalización del producto turístico y el crecimiento del turismo internacional de media y larga distancia

SECTOR DE LA DISTRIBUCIÓN

Características generales de la distribución

En 2025, el sector de las agencias de viajes en Austria mantiene su estructura altamente fragmentada, con **aproximadamente 2.400 agencias de viajes operativas**, lo que refleja una estabilidad tras la recuperación posterior a la pandemia. El **volumen de negocio del sector se mantiene en torno a los 4.500 millones de euros**, consolidando la tendencia de recuperación de la demanda turística, a pesar de la inflación de precios en los paquetes vacacionales y la creciente digitalización de los canales de distribución.

El sector de las agencias de viajes continúa desempeñando un papel clave dentro de la industria turística austriaca, especialmente en su conexión con los sectores de hostelería, restauración y transporte. Asimismo, los ingresos generados por el turismo receptivo siguen contribuyendo de forma significativa al conjunto de la economía nacional.

14

Se trata de un sector caracterizado por la predominancia de pequeñas empresas, en su mayoría microempresas de entre 1 y 9 empleados. Según datos de la Wirtschaftskammer Österreich (WKO), en 2025 el empleo en agencias de viajes se mantiene estable en torno a los 7.300 trabajadores, con una estructura laboral en la que predominan los contratos indefinidos. La distribución aproximada del empleo continúa siendo similar a años anteriores, con mayoría de personal fijo (más del 80%), seguido de trabajadores operativos y un pequeño porcentaje de aprendices, reflejando la estabilidad del sector.

Comportamiento del consumidor y preferencias de viajes

En cuanto al comportamiento del consumidor, según el **Tourismus Monitor Austria**, los canales digitales continúan consolidándose como principal vía de búsqueda y reserva de viajes. En 2025, los motores de búsqueda siguen siendo la herramienta más utilizada, seguidos por las páginas web oficiales de agencias y plataformas de reserva online. Las recomendaciones personales y la influencia de redes sociales y contenido digital han ganado relevancia, mientras que la ausencia de consulta previa antes de viajar se mantiene como un comportamiento minoritario.

Para 2025–2026, se prevé una mayor integración de tecnologías como la inteligencia artificial, sistemas de recomendación personalizados y herramientas de *pricing* dinámico, lo que está transformando la forma en la que las agencias interactúan con los clientes. A pesar de ello, la atención presencial sigue siendo relevante en segmentos como viajes complejos, turismo de lujo y viajes familiares.

La intención de viaje entre la población austríaca se mantiene en niveles muy elevados. Según la Ruefa Reisekompass 2025, alrededor del 90% de los austríacos planea realizar al menos un viaje al año, con un gasto medio que ha aumentado hasta aproximadamente 2.000 euros por persona, reflejando tanto el efecto de la inflación como una mayor predisposición a invertir en experiencias turísticas de mayor calidad. La duración media de las vacaciones se mantiene estable en torno a 18–19 días anuales, repartidos en varios viajes.

Las vacaciones de sol y playa continúan siendo la opción dominante, y representan alrededor del 45% de las reservas, aunque se observa una creciente diversificación hacia viajes culturales, urbanos y de naturaleza. El turismo doméstico mantiene una fuerte presencia, con especial protagonismo de regiones como Tirol, Carintia y Estiria, mientras que los destinos mediterráneos siguen siendo los principales receptores del turismo emisor.

En cuanto a segmentos de mercado, los Baby Boomers continúan priorizando destinos nacionales y europeos cercanos, mientras que Millennials y Generación Z muestran una mayor inclinación hacia viajes internacionales, especialmente hacia Asia y América, impulsados por la búsqueda de experiencias y la digitalización del proceso de compra.

El turismo de negocios ha consolidado su recuperación en 2025, situándose prácticamente en niveles prepandemia, con una fuerte reactivación de congresos, ferias y eventos internacionales. Viena se mantiene como uno de los principales destinos mundiales para turismo MICE (reuniones, incentivos, congresos y eventos), con más de 150 eventos internacionales anuales.

En conjunto, el sector de la distribución turística en Austria en 2025–2026 se caracteriza por una alta estabilidad estructural, fuerte digitalización, concentración creciente de la demanda en canales online y una evolución hacia modelos de intermediación más personalizados y tecnológicos.

PLATAFORMA DE RESERVAS Y CONTRATACIÓN ON LINE

Características generales

La digitalización del sector turístico continúa avanzando de forma acelerada en Austria, consolidando la **reserva online como principal canal de distribución frente a los métodos tradicionales**. Según el Tourismus Monitor (T-MONA) de la Österreich Werbung, los canales digitales se han convertido en la principal vía de búsqueda y reserva de viajes, con una clara preferencia por motores de búsqueda, plataformas de intermediación y páginas web oficiales de agencias y turoperadores.

En 2025, aproximadamente entre el 70% y el 75% de los viajeros residentes en Austria planifican o reservan sus viajes a través de canales digitales, mientras que la venta exclusivamente presencial representa una proporción minoritaria. Esta tendencia refleja la consolidación del modelo online-first en la industria turística, impulsado por la comodidad del usuario, la comparación de precios en tiempo real y la expansión de plataformas globales.

16

Estudios complementarios de Statistik Austria confirman el crecimiento sostenido del comercio electrónico turístico y el aumento del peso de las reservas digitales en la intermediación turística. Asimismo, informes de Statista indican que plataformas como Booking.com concentran una parte significativa del mercado de reservas online en Europa, incluyendo Austria, donde el uso de intermediarios digitales sigue aumentando de forma progresiva.

En cuanto a las preferencias de los consumidores, el comportamiento del viajero austríaco se caracteriza por una fuerte inclinación hacia plataformas digitales de reserva y comparación. Las agencias online y los sistemas híbridos (online + asesoramiento presencial) continúan ganando peso frente a la intermediación tradicional. Paralelamente, se mantiene la relevancia de agencias especializadas en viajes organizados, especialmente en segmentos familiares y de larga distancia.

El proceso de transformación digital del sector se ha visto acelerado por la incorporación de tecnologías emergentes como la inteligencia artificial, la automatización de procesos de reserva y los sistemas de recomendación personalizados. En este contexto, la Wirtschaftskammer Österreich (WKO) y la Asociación de Agencias de Viajes de Austria (ÖRV) han reforzado en 2025 programas de formación digital orientados a la adaptación tecnológica de las pequeñas y medianas empresas del sector.

Principales portales de comercialización de grandes grupos

A nivel empresarial, grupos como DERTOUR, TUI Austria o VERKEHRSBÜRO han intensificado la integración de sistemas de reserva dinámicos y plataformas digitales propias. Estas herramientas permiten la **personalización de paquetes turísticos en tiempo real, optimizando precios, disponibilidad y preferencias** del cliente. Asimismo, consorcios como BEST4TRAVEL han consolidado su ecosistema digital integrando marcas como GEO Reisen, Raiffeisen Reisen o Austrian Cruise Center, ofreciendo una experiencia de reserva completamente digitalizada y orientada a la personalización del producto turístico.

Cabe destacar, en estos términos, que el grupo Wir sind Reisen continúa consolidando su posición en el mercado turístico austríaco mediante la expansión de una red de turoperadores y agencias especializadas bajo el sello “Made in Austria”. Este enfoque refuerza la competitividad de la oferta local y favorece tanto la actividad B2B como B2C, al integrar operadores con un fuerte componente de especialización y proximidad al cliente. Dentro de su estructura destacan agencias y marcas como Fussballreisen, ARR Travel, Gegg Travel y Kneissl Touristik, que contribuyen a diversificar la oferta turística del grupo, especialmente en segmentos como los viajes temáticos, deportivos y a medida. En conjunto, esta estrategia fortalece el tejido empresarial turístico nacional y favorece la adaptación a un mercado cada vez más segmentado y digitalizado.

En paralelo, el mercado austríaco continúa apostando por modelos híbridos de distribución (online + asesoramiento físico), especialmente en productos complejos o de alto valor añadido. Este enfoque permite mantener la relevancia de la agencia física mientras se aprovechan las ventajas de la digitalización.

Con todo, en 2025 el sector turístico austríaco se ha mantenido plenamente inmerso en un proceso de transformación digital, en el que las plataformas online han dominado la distribución, la inteligencia artificial ha mejorado la experiencia del usuario y las agencias tradicionales han continuado evolucionando hacia modelos híbridos más especializados y personalizados. La digitalización no solo ha cambiado los canales de venta, sino también la estructura competitiva del sector turístico en Austria, y la previsión es que estas tendencias se mantengan de cara a 2026.

ASOCIACIONISMO EN EL SECTOR

Asociaciones de turoperadores y agencias de viajes

En Austria, el sector turístico cuenta con una sólida red de asociaciones profesionales que desempeñan un papel clave en la **representación de intereses, la formación, la innovación y el desarrollo estratégico** de la industria. Estas organizaciones han incrementado su relevancia en 2025, especialmente en ámbitos como la digitalización, la sostenibilidad y la adaptación a nuevas dinámicas de mercado.

ÖRV (Österreichischer Reiseverband)

La ÖRV (Österreichischer Reiseverband; Asociación Austríaca de Viajes) es la **principal asociación de agencias de viajes y turoperadores en Austria**. Actúa como organismo de representación sectorial y como plataforma de cooperación entre empresas del turismo organizado. Su papel es especialmente relevante en un contexto de transformación estructural del sector, en el que la digitalización, la sostenibilidad y la presión competitiva de las plataformas online están redefiniendo el modelo tradicional de intermediación turística.

18

En 2025, la ÖRV agrupa aproximadamente 480 miembros, entre agencias de viajes, turoperadores y empresas asociadas del ecosistema turístico (aseguradoras, aerolíneas, proveedores tecnológicos y servicios auxiliares). Un dato especialmente relevante es que las empresas vinculadas a la asociación concentran alrededor del 80% del volumen de negocio del turismo organizado en Austria, lo que refleja su elevada capacidad de influencia dentro del sector.

Además de su función representativa, la ÖRV desempeña un papel activo en la formación y adaptación del sector. Cada año organiza congresos y foros estratégicos de referencia. En 2025, el 64º Congreso de Primavera en Viena reunió a expertos del ámbito turístico, económico y tecnológico bajo el lema de la incertidumbre global, abordando temas como la inteligencia artificial aplicada a la gestión de viajes, la transformación digital de las agencias y la necesidad de reforzar la resiliencia del sector ante crisis geopolíticas y económicas.

Otro aspecto destacable es que la ÖRV también actúa **como interlocutor directo con instituciones públicas austríacas, participando en debates sobre regulación turística, sostenibilidad y fiscalidad del sector**. En los últimos años, su influencia ha aumentado especialmente en cuestiones relacionadas con la digitalización de las PYMES turísticas y la protección del modelo de agencia tradicional frente al crecimiento de las OTAs.

ÖVT (Österreichischer Verein für Touristik)

La ÖVT (Österreichischer Verein für Touristik; Asociación Austríaca de Turismo) es una asociación sectorial que **agrupa principalmente a pequeñas y medianas empresas del ámbito turístico en Austria**, incluyendo agencias de viajes, turoperadores y proveedores de servicios vinculados a la cadena de valor del turismo. Su papel es especialmente relevante, ya que actúa como voz representativa de las PYMES, un segmento que constituye la base estructural del sector en términos de número de empresas y empleo.

En 2025, la ÖVT cuenta con alrededor de 200 empresas asociadas, y centra su actividad en la defensa de los intereses económicos, regulatorios y laborales de las pequeñas y medianas empresas turísticas. Uno de sus principales objetivos es garantizar que estas empresas puedan competir en igualdad de condiciones frente a grandes grupos internacionales y plataformas digitales, especialmente en un contexto de creciente concentración del mercado y digitalización de la distribución turística.

Otro aspecto destacable de la ÖVT es su fuerte orientación hacia la cooperación institucional y la formación profesional. La asociación colabora de forma activa con la Wirtschaftskammer Österreich (WKO) y con centros de formación y universidades de ciencias aplicadas, y promueve programas orientados a la digitalización, la gestión empresarial y la sostenibilidad en el turismo. Esta colaboración resulta clave para mejorar la competitividad de las PYMES, especialmente en ámbitos como la automatización de procesos, el marketing digital y la adaptación a nuevas demandas del consumidor.

En conjunto, la ÖVT se consolida como una asociación clave para el tejido empresarial turístico de menor tamaño en Austria, y actúa como puente entre las empresas, las instituciones públicas y el entorno académico, contribuyendo a la modernización progresiva del sector turístico nacional.

Otras asociaciones de agentes turísticos relevantes

ÖHV (Österreichische Hoteliervereinigung)

La ÖHV (Österreichische Hoteliervereinigung; Asociación Hotelera Austríaca) es la **principal organización del sector hotelero en Austria**. Su papel es clave en la defensa de los intereses de los establecimientos hoteleros, especialmente en el segmento de gama media-alta y lujo, que concentra una parte significativa del valor añadido del turismo en el país.

En 2025, la ÖHV representa a más de 1.700 hoteles asociados, con una capacidad conjunta superior a 200.000 camas y una plantilla que se sitúa en torno a decenas de miles de empleados, lo que la convierte en una de las organizaciones empresariales más relevantes del sector turístico austríaco. Su estructura asociativa incluye

principalmente hoteles de 4 y 5 estrellas, aunque también integra establecimientos familiares y grupos hoteleros regionales.

La labor de la ÖHV se centra en tres grandes ejes: la representación política del sector, la formación profesional y la mejora de la competitividad empresarial. En el ámbito político, actúa como interlocutor directo con el gobierno federal y regional en cuestiones como fiscalidad turística, regulación laboral y políticas de apoyo a la inversión hotelera. En este sentido, ha tenido un papel activo en la defensa de medidas como la reducción del IVA turístico en determinados periodos y la mejora de los incentivos a la inversión en digitalización y sostenibilidad.

En el plano formativo, la organización destaca por su amplio programa de capacitación profesional, considerado uno de los más completos del sector en Europa. Su “ÖHV Campus” ofrece formación especializada en gestión hotelera, marketing digital, revenue management y sostenibilidad, contribuyendo a la **profesionalización del sector en un contexto de creciente competencia internacional** y escasez de personal cualificado.

20

Un elemento especialmente relevante es su impulso a la digitalización del sector hotelero, con especial énfasis en la promoción de la reserva directa (direct booking) frente a las plataformas intermediarias. Esta estrategia busca reducir la dependencia de las OTAs y mejorar la rentabilidad de los establecimientos.

ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank)

El ÖHT (Österreichische Hotel- und Tourismusbank; Banco Austríaco del Turismo) es la **entidad financiera pública de referencia para la financiación del turismo en Austria**. Con más de 75 años de experiencia, el ÖHT cuenta un papel estratégico en la modernización de la infraestructura turística del país, facilitando el acceso a crédito y a instrumentos financieros adaptados a las necesidades de las empresas del sector.

En 2025, se ha mantenido como un actor clave dentro de la política turística nacional, ya que colabora estrechamente con el Ministerio Federal de Economía y Trabajo de Austria y con la Wirtschaftskammer Österreich (WKO) en el diseño y ejecución de programas de apoyo a la inversión. Su actividad se centra especialmente en la financiación de proyectos vinculados a la sostenibilidad ambiental, la digitalización de procesos empresariales y la modernización de infraestructuras hoteleras y turísticas.

En los últimos años, la entidad ha intensificado su papel dentro de la transición ecológica del turismo, apoyando proyectos orientados a la reducción de emisiones, la gestión sostenible de recursos y la adaptación del sector a los estándares europeos de sostenibilidad. Asimismo, ha impulsado programas específicos para fomentar la

innovación tecnológica, incluyendo la digitalización de la gestión hotelera, la automatización de procesos y la mejora de la experiencia del cliente.

Además, el ÖHT participa activamente en iniciativas de desarrollo regional, contribuyendo a reducir las desigualdades territoriales mediante la financiación de proyectos turísticos en zonas rurales y alpinas, que son fundamentales para la economía de regiones como Tirol, Salzburgo o Carintia.

En conjunto, es una institución clave para la estabilidad y competitividad del turismo austríaco, ya que actúa como puente entre el sector financiero, las empresas turísticas y las políticas públicas, y desempeña un papel esencial en la transformación estructural del modelo turístico hacia un enfoque más sostenible, digital y resiliente.

Conclusiones sobre el sistema asociativo

21

Como conclusiones, cabe mencionar, en primer lugar, que el sistema asociativo turístico austríaco demuestra una elevada capacidad de adaptación a los cambios estructurales del mercado, especialmente en un contexto marcado por la digitalización acelerada y la creciente competencia de plataformas globales. La cooperación entre asociaciones sectoriales, empresas privadas y organismos públicos ha permitido mantener la cohesión del sector y reforzar su competitividad, garantizando al mismo tiempo la viabilidad de las pequeñas y medianas empresas, que constituyen la base del modelo turístico del país.

En segundo lugar, destaca el papel creciente de estas organizaciones en la orientación estratégica del sector hacia la sostenibilidad y la innovación. Tanto las asociaciones empresariales como los organismos financieros han intensificado sus esfuerzos en la promoción de modelos de negocio más responsables, la reducción del impacto ambiental y la incorporación de tecnologías avanzadas como la inteligencia artificial o la automatización de procesos. Esta evolución no solo responde a exigencias regulatorias europeas, sino también a una transformación profunda de la demanda turística.

En tercer lugar, el asociacionismo turístico en Austria se consolida como un elemento clave para la resiliencia del sector frente a crisis económicas, geopolíticas y cambios en el comportamiento del consumidor. La coordinación entre asociaciones como las del ámbito hotelero, de agencias de viajes y de financiación turística permite una respuesta más rápida y eficiente ante escenarios de incertidumbre. En conjunto, este modelo refuerza la posición de Austria como uno de los destinos turísticos más organizados, estables y competitivos de Europa.

Por último, señalar que la Consejería de Turismo de Turespaña en Viena es miembro de varias de las asociaciones mencionadas: ÖRV (Österreichischer Reiseverband) y ÖVT (Österreichischer Verein für Touristik)

ANEXO:

Anexo I Mapa político Austria



Fuente: [El mapa político de Austria - Mapas de El Orden Mundial - EOM](#)

ESTRUCTURA DEL SECTOR TURÍSTICO

AUSTRIA 2026

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

