

ESTUDIOS DE MERCADOS TURÍSTICOS EMISORES

85%

56%

69%



2.

AUSTRIA 2026
Mercado Emisor

TABLA DE CONTENIDO

Mercado emisor

Mercado emisor a España

Destinos competidores y posicionamiento

Perspectivas a medio plazo

MERCADO EMISOR

Datos Clave

Según los resultados publicados por Statistik Austria sobre el comportamiento viajero de la población residente en Austria, en 2025 un total de 5,95 millones de personas mayores de 15 años realizó al menos un viaje vacacional con pernoctación, lo que equivale al 76,7% de la población de referencia. Este porcentaje supone una ligera mejora respecto a 2024 (76,4%) y confirma la elevada propensión al viaje de la población austríaca, que se mantiene estable en torno a tres cuartas partes de los residentes desde mediados de la década de 2.000, con la única excepción del periodo marcado por las restricciones derivadas de la pandemia.

En su totalidad, y de acuerdo a las últimas actualizaciones publicadas por Statistik Austria y la Wirtschaftskammer Österreich (WKO), en términos de volumen, los residentes austríacos realizaron **27,04 millones de viajes vacacionales durante 2025**, cifra ligeramente inferior al máximo histórico alcanzado en 2024 (27,53 millones), aunque todavía claramente por encima de los niveles prepandemia. Del total de viajes realizados, **14,3 millones tuvieron como destino el extranjero** y 12,8 millones correspondieron a desplazamientos dentro de Austria. A pesar del ligero ajuste registrado respecto al año anterior (-1,8%), el mercado emisor austríaco continúa mostrando una notable fortaleza y estabilidad, consolidándose como uno de los más dinámicos de Europa Central.

La demanda turística austríaca mantiene una clara **dualidad entre escapadas de corta duración y vacaciones principales**. Los datos más recientes muestran que los viajes de entre una y tres noches continúan representando aproximadamente el 57% del total de desplazamientos vacacionales, mientras que los viajes de cuatro o más noches concentran en torno al 43% restante. Esta distribución confirma la tendencia estructural del mercado austríaco, donde las escapadas de proximidad se concentran en destinos nacionales y los periodos vacacionales principales se orientan hacia destinos internacionales de sol y playa, culturales o de naturaleza.

Desde el punto de vista estacional, el **comportamiento de la demanda sigue estando fuertemente concentrado en el periodo estival**. El tercer trimestre del año (julio-septiembre) continúa siendo el principal periodo vacacional para los residentes austríacos y concentra alrededor del 35% del total de los viajes realizados a lo largo del año. Durante el verano de 2025, cerca de 5,1 millones de residentes (mayores de 15 años) realizaron 9,4 millones de viajes vacacionales, lo que ha registrado la mayor proporción histórica de población viajera para un tercer trimestre desde que existe la serie estadística.

Esta evolución confirma la consolidación del turismo vacacional como una de las principales partidas de consumo de los hogares austríacos, y pone de manifiesto la elevada importancia del periodo estival para la planificación turística de los principales destinos receptores europeos. En estos términos, cabe destacar que el primer trimestre sigue presentando la menor demanda de viajes al exterior, lo que se debe a la preferencia por las vacaciones de invierno y el esquí.

En cuanto a las **motivaciones de viaje**, el ocio y el descanso continúan siendo el principal motor de los desplazamientos internacionales de los residentes austríacos. Según los datos más recientes de Statistik Austria, aproximadamente el 28% de los viajes al extranjero realizados por motivos vacacionales tuvieron como finalidad principal el descanso y las vacaciones tradicionales. Las visitas a familiares y amigos constituyeron el segundo motivo más importante, representando alrededor del 24% de los desplazamientos internacionales. Por su parte, los viajes motivados por el interés cultural y urbano concentraron cerca del 18% de la demanda, mientras que las actividades relacionadas con la naturaleza, el senderismo, el ciclismo y otras modalidades de turismo activo representaron aproximadamente el 20% del total.

5

Esta estructura de motivaciones refleja un **patrón de demanda diversificado**, en el que los viajeros austríacos combinan la búsqueda de descanso con experiencias culturales, gastronómicas y de naturaleza. La combinación de estos factores explica el atractivo que siguen ejerciendo destinos mediterráneos como Italia, España o Croacia, capaces de integrar una **oferta competitiva de sol y playa, patrimonio histórico, turismo urbano y actividades al aire libre**. En el caso de España, esta diversidad de productos turísticos constituye uno de los principales elementos diferenciadores para el mercado austríaco, especialmente entre los segmentos de renta media y alta, que muestran una creciente preferencia por experiencias que combinan ocio, cultura y sostenibilidad.

Respecto a los **medios de transporte** utilizados, el automóvil sigue siendo claramente el medio predominante para los viajes vacacionales de los residentes austríacos. Durante el primer semestre de 2025, el 59,6% de los viajes se realizaron en coche, mientras que el avión alcanzó una cuota del 18,9% y el tren representó el 15,6% de los desplazamientos. En comparación con 2024, el transporte aéreo continúa consolidando la recuperación observada tras la pandemia, favorecido por la ampliación de la oferta de vuelos y por el creciente interés por destinos internacionales de media y larga distancia. Paralelamente, el ferrocarril mantiene una cuota significativa gracias a la mejora de las conexiones transfronterizas y a la creciente sensibilidad medioambiental de una parte de la demanda austríaca.

Por lo que se refiere a los **destinos internacionales**, Italia continúa ocupando la primera posición entre las preferencias de los viajeros austríacos. Durante el primer semestre de 2025 concentró el 19,8% de todos los viajes al extranjero realizados por residentes

austríacos, seguida de Alemania (14,6%) y Croacia (10,3%). **España se situó en cuarta posición**, con una cuota del 5,6% de los viajes internacionales, por delante de Hungría (4,4%). Estos cinco mercados concentraron conjuntamente más de la mitad de todos los viajes al extranjero realizados por la población austríaca, confirmando la fuerte orientación de la demanda hacia destinos europeos de proximidad y del Mediterráneo.

En relación con España, la evolución reciente de la demanda austríaca continúa mostrando una tendencia positiva y de consolidación. Tras superar en 2024 los 1,2 millones de turistas procedentes de Austria y registrar un gasto turístico superior a los 1.500 millones de euros, los datos de 2025 confirman la estabilidad del mercado emisor. En concreto, de acuerdo a los datos de llegada de turistas internacionales (FRONTUR), **España recibió en 2025 un total de 1,18 millones de turistas austríacos**, que generaron nuevamente un gasto cercano a los 1.500 millones de euros.

Esta evolución implica un incremento del **gasto medio por turista**, que se sitúa ya por encima de los 1.250 euros, frente a los aproximadamente 1.190 euros registrados en 2024, lo que refuerza el posicionamiento del mercado austríaco como un segmento de alto valor dentro del conjunto de mercados emisores hacia España.

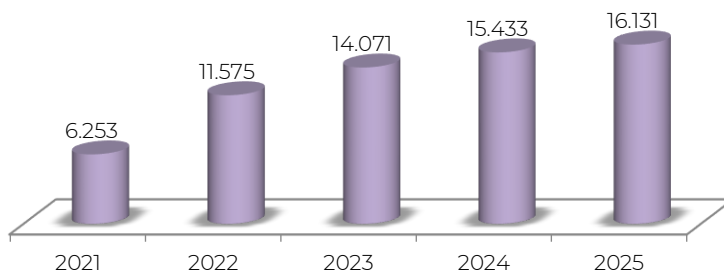
6

Volumen del mercado por gasto

Según los datos más recientes de Statistik Austria en su balanza de pagos turística (Reiseverkehrs-bilanz), el gasto total de los viajes realizados al exterior por la población austríaca, incluyendo transporte y servicios asociados, alcanzó en 2025 (datos preliminares) los 16.131 millones de euros. Esto supondría un incremento aproximado del 4,5% respecto a 2024, además de consolidar un nuevo máximo histórico en la serie estadística.

Este comportamiento refleja la elevada resiliencia del mercado emisor austríaco, que mantiene una **propensión al gasto creciente** incluso en un contexto de ligera moderación del volumen total de viajes. La evolución está impulsada por el aumento del gasto medio por viaje y por una mayor orientación hacia destinos internacionales de media y larga distancia, con un mayor valor añadido en términos de estancia y gasto en destino.

Gasto total (millones de euros)



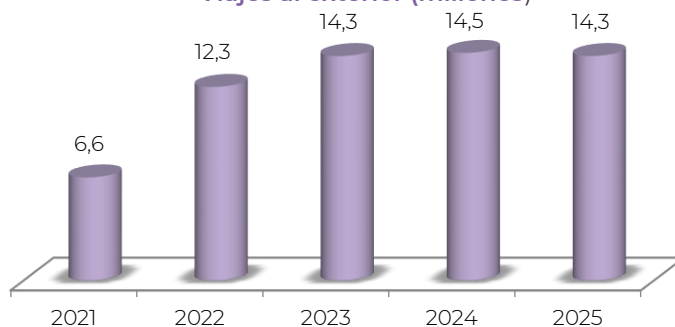
Fuente: Statistik Austria, Reiseverkehrsbilanz 2025

Según los últimos estudios de seguimiento de viajes en verano del Club de Movilidad de Austria (ÖAMTC), el **presupuesto medio de vacaciones por persona se situó en 1.085 euros en 2025** (1.189 euros por persona para 2026). Aunque el deseo de viajar sigue siendo muy elevado, la presión de los precios continúa condicionando las decisiones de los consumidores. En 2026, los viajeros que viajan solos disponen de un presupuesto superior a la media, mientras que las familias cuentan con un presupuesto per cápita aproximadamente 143 euros inferior. Además, el 83% de los encuestados afirma haber adaptado sus planes vacacionales para reducir costes, optando principalmente por alojamientos más económicos, viajes en temporada baja, estancias más cortas o un menor gasto en restauración y actividades durante el viaje.

Volumen del mercado por número de viajes

Según los datos publicados por Statistik Austria, **en 2025 la población residente en Austria realizó 14,3 millones de viajes vacacionales al extranjero** con al menos una pernoctación. Esta cifra supone un ligero descenso, concretamente del 1,6%, respecto al máximo histórico registrado en 2024, cuando se contabilizaron 14,5 millones de viajes internacionales. A pesar de esta moderada reducción, la realidad es que el volumen de viajes al extranjero se mantuvo en niveles muy elevados y continúa representando más de la mitad de todos los viajes vacacionales realizados por los residentes austriacos.

Viajes al exterior (millones)

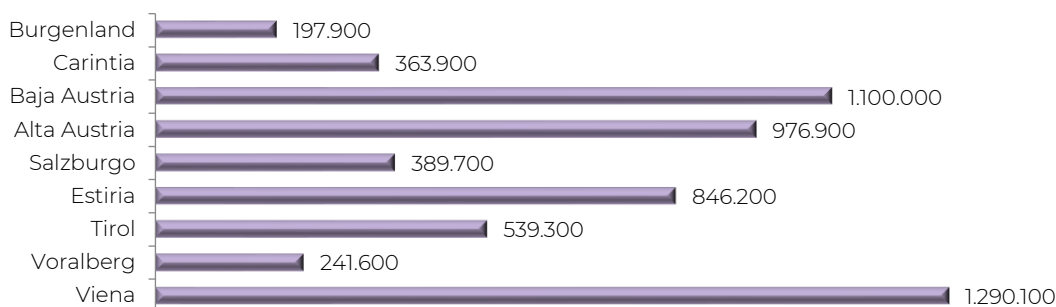


Fuente: Statistik Austria, Reiseverhalten 2025

Principales áreas emisoras

Los **principales núcleos de emisión de viajeros** continúan concentrándose en las regiones más pobladas del país, especialmente **Viena, Baja Austria, Alta Austria y Estiria**, que reúnen una parte significativa de la población austriaca y, por tanto, del volumen total de viajes realizados. Estas regiones mantienen su papel predominante tanto en los desplazamientos vacacionales como en los viajes de negocios, consolidándose como los principales mercados emisores de turismo de Austria.

Principales áreas emisoras (por número de viajeros)



8

Fuente: Statistik Austria, Urlaubsreiseintensität der österreichischen Wohnbevölkerung 2025

Como resulta evidente, la mayor emisión de viajeros procedentes de Austria desde estas áreas también está directamente relacionada con el hecho de que **existan aeropuertos dentro de su demarcación territorial**.

Organización del viaje y reservas

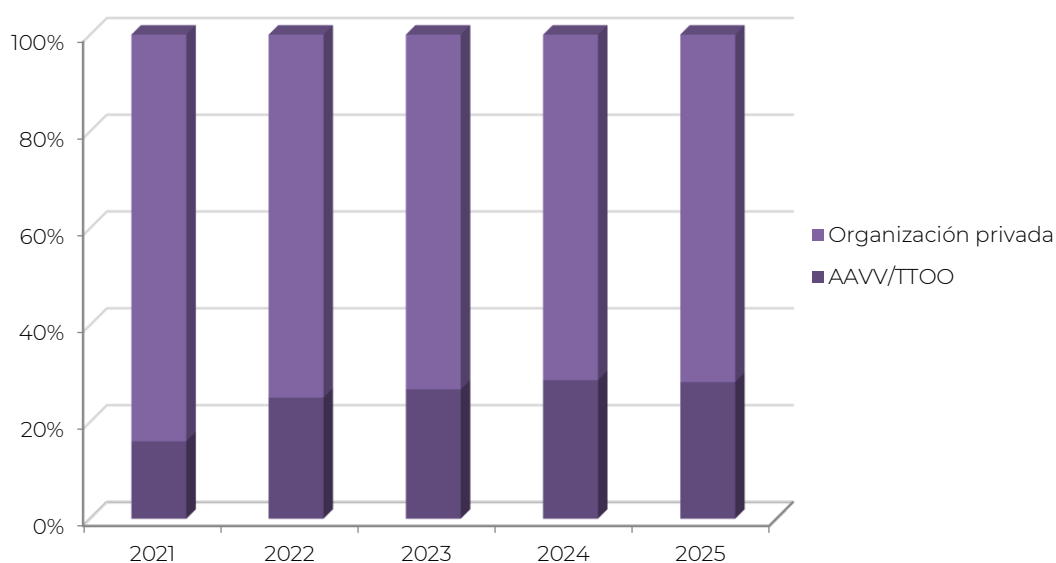
Los resultados más recientes sobre el comportamiento turístico de la población austriaca muestran que la organización privada de los viajes continúa siendo la opción predominante, si bien las agencias de viajes y los turoperadores han consolidado la recuperación observada tras la pandemia. Después del fuerte aumento de las reservas realizadas directamente por los viajeros durante los años 2020 y 2021, **el mercado austriaco ha vuelto progresivamente a pautas más similares a las registradas antes de la crisis sanitaria**, favorecido por la recuperación de los viajes internacionales y la creciente demanda de productos turísticos integrados.

El estudio sobre los viajes de los austriacos correspondiente a 2025, elaborado por Statistik Austria, refleja que el **71,8% de los viajes vacacionales fueron organizados de forma privada**, frente al 28,2% que se realizó a través de agencias de viaje o turoperadores. **En el caso concreto de los viajes al extranjero, el peso de la intermediación turística es significativamente mayor**: el 58,8% de los viajes fueron organizados de forma privada, mientras que el 41,2% se reservaron a través de agencias de viaje o turoperadores.

Esta evolución ha favorecido el reposicionamiento de las agencias de viajes y los turoperadores, que han reforzado su propuesta de valor mediante servicios de asesoramiento especializado, productos combinados y campañas de reserva anticipada. Diversos estudios sectoriales y encuestas realizadas por organizaciones turísticas austriacas durante 2025 apuntan a un **crecimiento de las reservas efectuadas con antelación**, impulsadas por la búsqueda de mejores precios y mayor disponibilidad durante los periodos vacacionales.

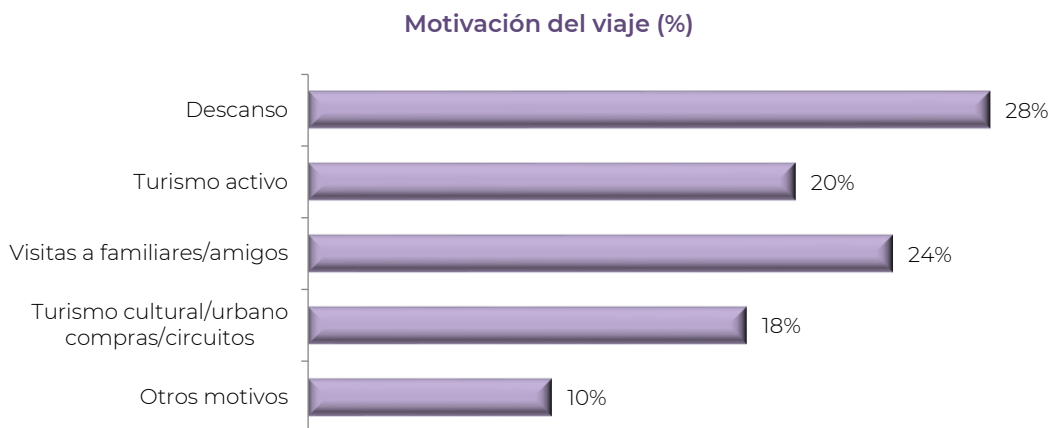
En cuanto a los canales digitales de reserva, Booking.com continúa manteniendo una posición dominante en el mercado europeo y austriaco de reservas de alojamiento. Asimismo, plataformas de comparación de precios como Trivago y portales de opiniones y planificación de viajes como Tripadvisor siguen desempeñando un papel relevante en el proceso de búsqueda y decisión de los viajeros que organizan sus desplazamientos de forma independiente.

Canales de reserva



Fuente: Statistik Austria, Reiseverhalten 2025

Comportamiento viajero



Fuente: Statistik Austria, Reiseverhalten 2025

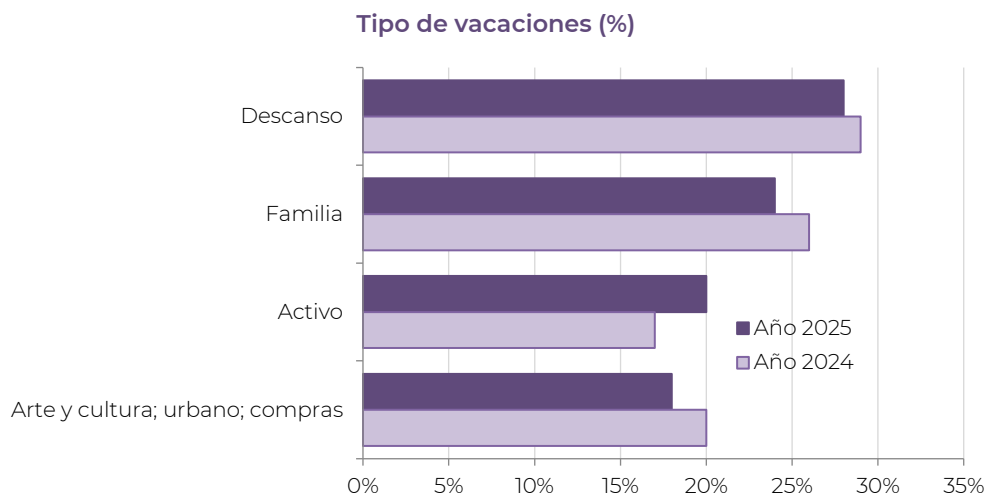
10

En cuanto a **la motivación de los desplazamientos**, el descanso continúa siendo el principal motivo, con aproximadamente un 28% del total de los viajes, aunque ligeramente por debajo de años anteriores. Le siguen las visitas a familiares y amigos, con alrededor de un 24%, que se mantienen como la segunda gran motivación. En tercer lugar, se sitúan los viajes de turismo activo y de naturaleza, que representan aproximadamente un 20% del total.

En conjunto, los datos de 2025 confirman una estructura relativamente estable de las motivaciones de viaje, aunque con una ligera diversificación respecto al predominio del ocio puro observado en ejercicios anteriores. El descanso sigue siendo la motivación principal, pero con menor concentración que en 2022, cuando superaba el 40%.

En paralelo, el estudio de la Universidad de Ciencias Aplicadas de Krems (Austria) para el Corps Touristique apunta a que el tipo de vacaciones preferido por los residentes austríacos es el turismo de sol y playa (aprox. 30–35% en preferencia declarada), seguido del turismo urbano (20–25%), el turismo de bienestar y salud (10–15%), el turismo cultural (10–12%) y, en menor medida, el turismo activo, de naturaleza y circuitos (<10% cada uno).

Las diferencias entre ambos enfoques se deben a la metodología empleada (viajes realizados frente a preferencias declaradas), pero en ambos casos se observa una conclusión común: **el descanso sigue siendo la motivación central del turismo austríaco, aunque con una estructura de intereses cada vez más diversificada.**



Fuente: Statistik Austria, Reiseverhalten 2025

Estacionalidad

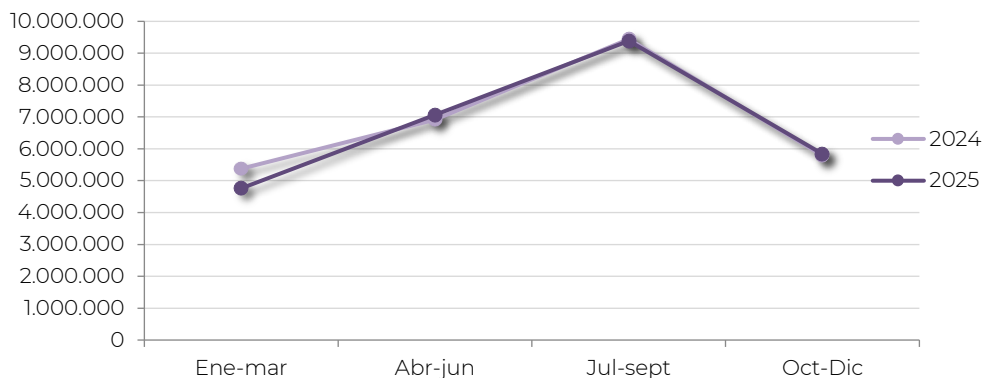
11

Durante el año 2025, el período principal de las vacaciones de los austriacos continuó siendo el tercer trimestre (julio-septiembre), en el cual se registraron aproximadamente 9,5 millones de viajes vacacionales, más de una tercera parte del total anual. Este comportamiento confirma la fuerte estacionalidad del turismo emisor austriaco, con un claro pico en los meses de verano, aunque con una ligera estabilización respecto a 2024.

Durante el segundo trimestre de 2025, se mantuvo el patrón habitual de años anteriores, con aproximadamente 7 millones de viajes, este periodo continúa siendo el segundo más relevante en volumen de desplazamientos, impulsado por vacaciones de primavera y escapadas de corta duración. Por otro lado, el primer trimestre de 2025, se registró el menor volumen de viajes del año, con aproximadamente 4,8 millones de viajes. A pesar de seguir siendo el periodo de menor actividad turística, este dato (junto a los 5,8 millones de viajes registrados en el último trimestre de 2025) confirma la tendencia observada en años anteriores hacia una **consolidación gradual de los viajes fuera de la temporada alta**, si bien ha registrado un ligero retroceso respecto a 2024.

En conjunto, los datos de 2025 reflejan que, aunque la estacionalidad sigue siendo muy marcada —con predominio del tercer trimestre—, continúa una ligera tendencia a la desestacionalización, especialmente por el crecimiento progresivo del primer y el cuarto trimestre, así como por la consolidación de **viajes más repartidos en el año**.

Estacionalidad (número de viajes)



Fuente: Statistik Austria, Reiseverhalten 2025

Segmentación de la demanda

12

Respecto a las características sociodemográficas del viajero austriaco, los datos más recientes de Statistik Austria confirman que la distribución por edad se mantiene relativamente estable, con una ligera concentración en los segmentos de mayor edad. **El grupo de 55 a 64 años sigue siendo el más activo en cuanto a número de viajeros, seguido de cerca por el segmento senior (>65 años; líder en número de desplazamientos por motivos de viaje), ambos con niveles muy similares de participación en vacaciones.** A continuación, se sitúan los grupos de 35 a 44 años y 45 a 54 años, que continúan representando una parte muy significativa del total de viajeros. Los segmentos más jóvenes (15-24 y 25-34 años) mantienen una menor participación en volumen total de viajes, aunque con una mayor intensidad en escapadas cortas y *city-breaks*.

En cuanto a la variable de género, **no se observan diferencias significativas en el número total de viajes vacacionales entre hombres y mujeres**, y se mantiene una distribución prácticamente equilibrada. Sin embargo, persisten diferencias en los viajes por motivos profesionales: los hombres siguen registrando una mayor proporción de viajes de negocios que las mujeres, aunque la brecha se ha ido reduciendo progresivamente en los últimos años debido a la mayor participación femenina en movilidad laboral internacional.

Perfil del viajero

Los datos de 2025 no muestran cambios estructurales relevantes respecto a años anteriores en cuanto a perfiles de viajero. **El segmento ocupacional dominante sigue siendo el de los jubilados/pensionistas**, estrechamente vinculado al grupo de mayor edad, que continúa siendo el más viajeros en términos de volumen total de

desplazamientos. En segundo lugar, se sitúa la población asalariada, especialmente trabajadores a tiempo completo con capacidad de realizar viajes vacacionales en periodos concentrados.

En relación con el nivel educativo, el perfil con mayor propensión a viajar sigue siendo el de personas con **estudios superiores o formación profesional avanzada**: esta tendencia se mantiene estable en 2025, y todo apunta a que se mantendrá en los próximos años. Este grupo presenta mayor frecuencia de viajes internacionales, mayor gasto medio y mayor diversificación de productos turísticos consumidos.

Productos turísticos demandados

Las fuentes estadísticas oficiales disponibles para el mercado austríaco (Statistik Austria, Corps Touristique, ÖAMTC y estudios de mercado de distinta índole, entre otras) continúan sin ofrecer un cruce completo entre producto turístico y variables sociodemográficas lo suficientemente detalladas como para permitir establecer correlaciones en estos términos. Por ello, el análisis que se presenta a continuación se basa en la combinación de los datos disponibles y el conocimiento cualitativo obtenido a través de la interlocución con los principales operadores turísticos, asociaciones de agencias de viaje y estudios sectoriales recientes.

Según Statistik Austria, y como ya se ha mencionado anteriormente, el principal motivo de viaje para los residentes del país sigue siendo el descanso, que cuenta con un peso del 28% del total de viajes vacacionales. Este comportamiento se refleja en la demanda de **productos de sol y playa en destinos internacionales**, especialmente en el sur de Europa.

El **producto cultural** mantiene una demanda estable, aunque con mayor peso en productos combinados como *city-breaks*, circuitos y escapadas urbanas. Este segmento es especialmente relevante entre los viajeros de mayor edad (55+ y senior), que combinan cultura con gastronomía, bienestar y, en algunos casos, turismo deportivo.

Cabe mencionar que en 2025 se consolida también el crecimiento de la demanda vinculada al **segmento LGBTIQ+**, con preferencia por destinos percibidos como seguros, inclusivos y con oferta adaptada. Los operadores turísticos confirman una mayor visibilidad de este segmento en la planificación de productos, aunque sigue integrándose dentro de la demanda general más que como nicho aislado.

Otro elemento clave es la sostenibilidad, que se consolida como factor decisivo en la elección de destino. Según el **Ruefa Reisekompass 2025**, alrededor del 45% de los viajeros austriacos considera la sostenibilidad un criterio importante o muy importante

en su decisión de viaje, porcentaje especialmente elevado entre jóvenes y personas con estudios superiores.

Conclusiones y tendencias

En términos generales, y para concluir este desarrollo, cabe mencionar que los datos de 2025 confirman que el turismo emisor austriaco mantiene una **dinámica estable y madura**, tras la fuerte recuperación posterior a la pandemia. El volumen total de viajes se mantiene elevado con 27,04 millones de viajes vacacionales en 2025, de los cuales 14,3 millones tuvieron como destino el extranjero, con una ligera estabilización tras los máximos recientes, situándose en torno a los niveles de 2024.

La estacionalidad sigue siendo un rasgo estructural del mercado: el tercer trimestre (verano) continúa concentrando aproximadamente una tercera parte del total de viajes, seguido del segundo trimestre, mientras que el primero sigue siendo el de menor actividad, aunque con una tendencia gradual a la desestacionalización.

14

El automóvil privado sigue siendo el principal medio de transporte en los viajes vacacionales, aunque con ligera tendencia descendente. El avión mantiene su recuperación, impulsado por la demanda de destinos más lejanos. Por su lado, el tren continúa consolidado especialmente en viajes regionales y destinos europeos cercanos.

En cuanto a la organización del viaje, la mayoría de los desplazamientos se siguen realizando de forma independiente, con más del 70% de los viajes organizados de forma privada, mientras que el resto se canaliza a través de agencias de viaje y turoperadores. No obstante, conviene resaltar que, en lo que respecta a los viajes al extranjero, el peso de la intermediación turística se mantiene significativamente más elevado, con más del 40% de los viajes reservados a través de agencias de viaje o turoperadores.

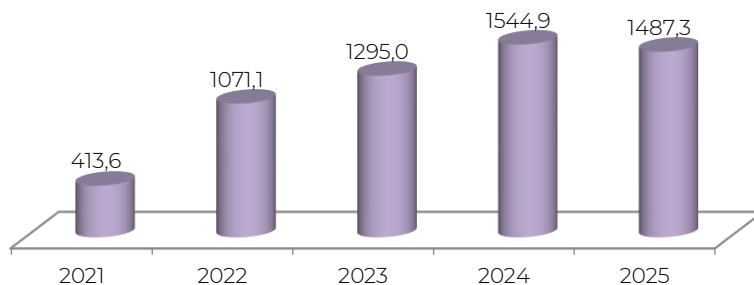
Los principales destinos internacionales del mercado austriaco en 2025 siguen siendo Italia, Alemania y Croacia, seguidos de España, que mantiene una posición destacada como uno de los destinos preferidos del Mediterráneo.

En términos de tendencias, se consolida el crecimiento de los city-breaks, el turismo cultural combinado, el turismo de bienestar y las experiencias sostenibles, especialmente entre los segmentos jóvenes y de mayor nivel educativo. El segmento senior continúa siendo clave en volumen y gasto, mientras que los viajeros jóvenes impulsan la diversificación de productos y la digitalización del consumo turístico.

MERCADO EMISOR A ESPAÑA

Gasto total en España y principales elementos de gasto en España

Gasto total (millones de euros)



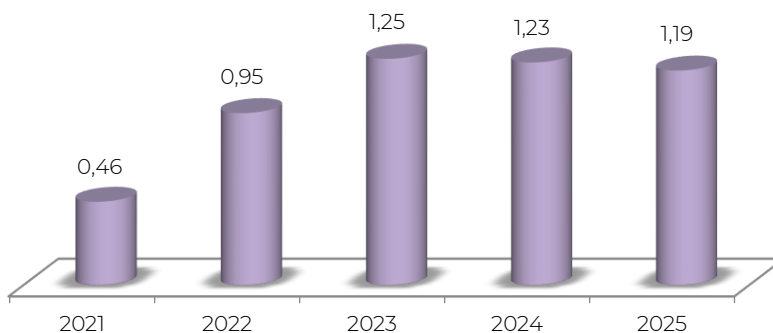
Fuente: EGATUR (INE), junio 2026

15

En 2025, el volumen de gasto total de los turistas austríacos en España fue de 1.487 millones de euros. Hay que destacar que el gasto medio diario y el gasto medio por persona se han visto incrementados, y alcanzan los 207 y los 1.263 euros, respectivamente, de tal forma que marcan máximos históricos. En el caso del gasto medio diario de 2025 se ha incrementado un 13,11 % respecto al de 2024 que fue de 183 euros, lo cual sigue con la tendencia positiva y preferible al del incremento del número de turistas.

Número de viajes a España

Viajes a España (millones)

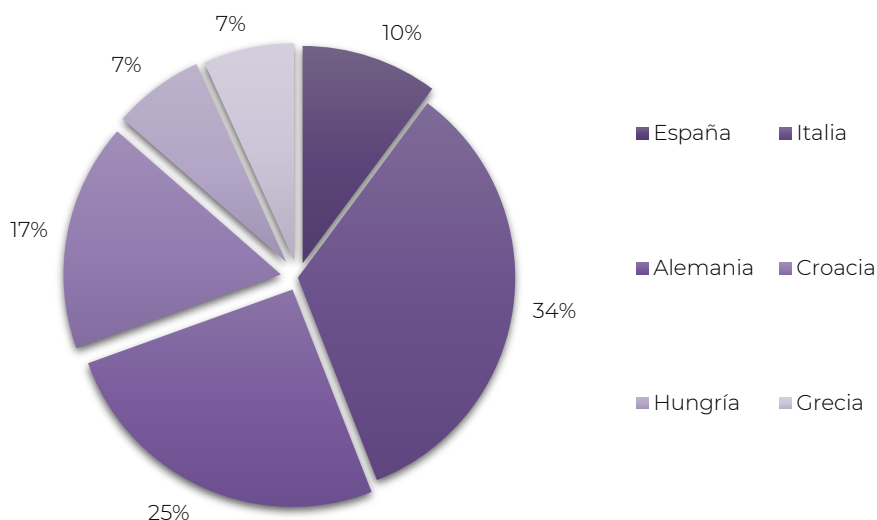


Fuente: FRONTUR (INE), junio 2026

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el mercado turístico procedente de Austria mantiene en 2025 una evolución estable, con **1,18 millones de viajes registrados**, consolidando los niveles alcanzados tras la recuperación del periodo pospandemia, si bien ha habido una reducción del número de turistas con respecto al 2024 de un 3,81%. Pero en general, esta cifra se sitúa en línea con los más de 1,2 millones de viajeros contabilizados en 2023 y 2024, y confirma la recuperación del volumen de turistas austriacos hacia España, superando ampliamente los registros de 2020 (179.097) e igualando los de época pre-Covid, 1,19 millones del año 2019.

Cuota de España en el mercado turístico emisor

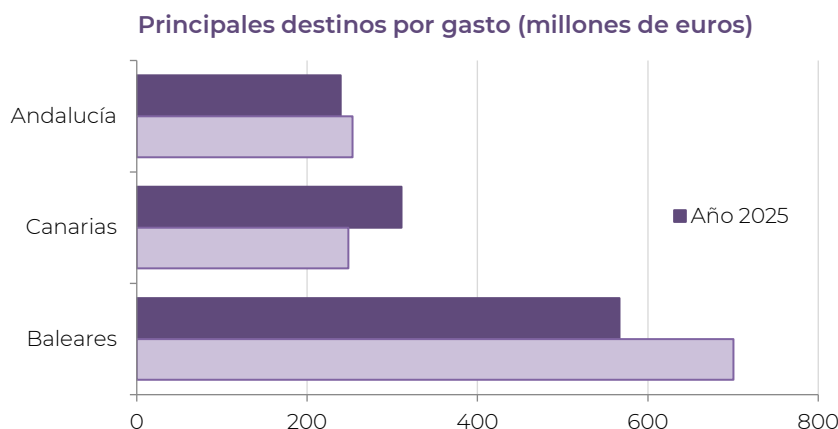
Cuota de mercado de los principales destinos internacionales



Fuente: Statistik Austria, junio 2026

Los principales destinos de los viajes al extranjero realizados por residentes en Austria en 2025 fueron **Italia (19,8%), Alemania (14,6%), Croacia (10,3%), España (5,6%), Hungría (4,4%)** y **Grecia (4,1%)**. España se mantiene, por tanto, en una posición destacada dentro del mercado emisor, y se sitúa en cuarto lugar entre los destinos internacionales más demandados. Cabe señalar también que Italia, aunque continúa siendo el principal destino, mantiene una cuota similar a la de años anteriores.

Principales destinos en España



Fuente: EGATUR (INE), junio 2026

Los principales destinos españoles por nivel de gasto fueron, en 2025, **Baleares**, con un gasto de **567 millones de euros**, seguido de **Canarias (311 millones)** y **Andalucía (con 239 millones)**. En el caso de Baleares y Andalucía se registran recortes en el gasto respecto al periodo anterior, si bien el gasto medio diario y el gasto medio por persona se han visto incrementados.

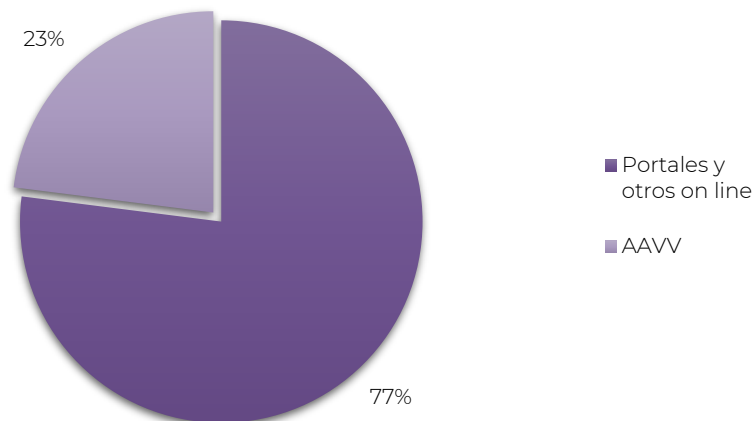
Organización del viaje y reserva

Según los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE), correspondientes al último desglose publicado (2023), el **77% de los austríacos que viajaron a España realizó la contratación del viaje completo o de determinados componentes del mismo de forma independiente** a través de plataformas digitales, mientras que el 23% restante optó por la intermediación de agencias de viajes tradicionales.

Esta estructura de comercialización se ha mantenido estable en los ejercicios posteriores, incluida la evolución observada en 2024 y 2025, sin variaciones sustanciales en la distribución entre contratación online y canales tradicionales. Si bien en determinados mercados europeos los turoperadores han registrado una recuperación parcial de cuota, no hay previsiones de que dicha tendencia se refleje de manera significativa en el caso de los viajes de los residentes austríacos hacia España.

En términos generales, se consolida la tendencia iniciada en años anteriores, por la que la mayoría de los viajeros austríacos organiza su desplazamiento a España de forma independiente, en un contexto caracterizado por la elevada disponibilidad de conexiones aéreas directas y la consolidación de la oferta de compañías aéreas de bajo coste en las principales rutas entre Austria y los destinos turísticos españoles.

Canales de reserva



Fuente: FRONTUR (INE)

18

Comportamiento viajero

De acuerdo a los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el comportamiento de los viajes de turistas austriacos hacia España en 2025 ha mantenido una **estacionalidad clara**, aunque con una **distribución más equilibrada a lo largo del año en comparación con 2024**:

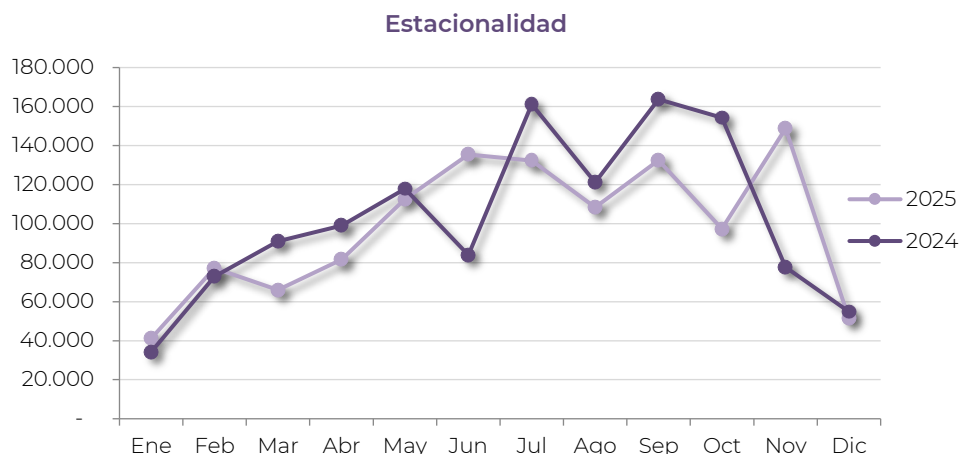
- Primer trimestre: 183.809 (15,6%)
- Segundo trimestre: 329.404 (27,8%)
- Tercer trimestre: 371.865 (31,5%)
- Cuarto trimestre: 297.454 (25,1%)

En términos generales, los meses de mayor afluencia siguen concentrándose entre la primavera y el verano, pero se observa una menor intensidad de los picos tradicionales y una redistribución de la demanda entre distintos periodos.

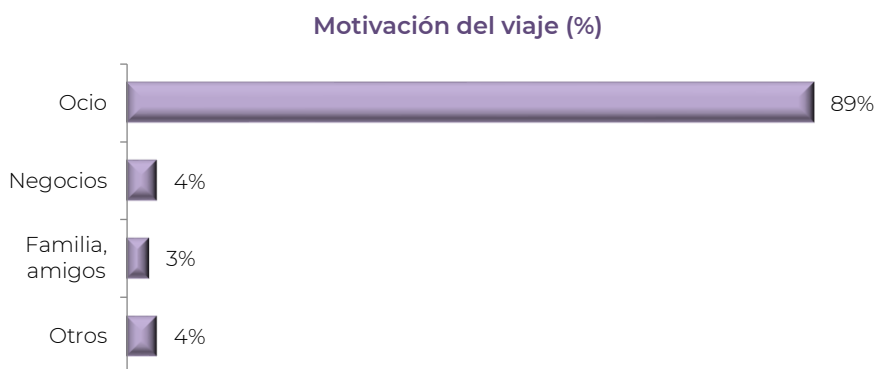
Destaca especialmente el **fuerte crecimiento de junio**, que alcanza los 135.000 viajeros y se convierte en uno de los meses más dinámicos del año, claramente por encima del nivel registrado en 2024. Este avance sugiere un adelanto de parte de la demanda hacia el inicio del verano. En cambio, julio y agosto registran una evidente pérdida de concentración en lo que era el pico veraniego más tradicional.

Septiembre también registra una caída relevante, lo que refuerza la idea de un verano menos concentrado y más distribuido entre meses. No obstante, **el cambio más significativo del año se produce en el tramo otoñal**: octubre experimenta un descenso muy acusado, con menos de 100.000 viajeros, frente a los más de 150.000 de 2024. Sin

embargo, esta caída se compensa en gran medida con el fuerte crecimiento de noviembre, que alcanza los 148.000 viajeros, duplicando prácticamente la cifra del año anterior.



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR (INE), junio 2026



Fuente: Estimaciones de Turespaña a partir de microdatos de FRONTUR (INE), junio 2026

Según la edición más reciente disponible (2025) de la encuesta anual del Club del Automóvil Austriaco (ÖAMTC) sobre viajes de verano, los resultados confirman la continuidad de una tendencia muy consolidada: alrededor del 96% de los encuestados manifiesta un fuerte deseo de viajar durante el verano, una cifra que se mantiene prácticamente estable respecto a 2024 y que sigue reflejando el incremento observado en años anteriores (ligera superior a 2023 y claramente por encima de 2022).

En la misma línea, aproximadamente un 42% de los austriacos declara haber reservado ya sus vacaciones de verano en el mes de abril, un comportamiento que se mantiene estable en la comparación interanual reciente, con ligeras variaciones respecto a 2024

y un aumento significativo frente a 2022. En conjunto, estos datos refuerzan la consolidación de la planificación anticipada como rasgo estructural de este mercado.

A pesar del contexto de inflación persistente y del encarecimiento de los servicios turísticos, el viaje sigue siendo percibido como un gasto prioritario. Según el informe ÖAMTC Sommerreise-Umfrage 2025, la mayoría de los encuestados no contempla renunciar a sus vacaciones ni reducir de forma significativa su presupuesto, manteniéndose la tendencia de resiliencia de la demanda turística observada en los últimos años.

En cuanto a la motivación de los viajes hacia España, los datos más recientes indican que alrededor del **89% de los viajes de austriacos a España se realizan por motivos de ocio**, incluyendo sol y playa, cultura, arte y turismo activo en la naturaleza. El turismo de negocios representa en torno al 4%, mientras que el resto se reparte entre visitas a familiares y amigos y otros motivos personales.

Segmentación de la demanda

20

No se dispone de fuentes que permitan analizar de forma exhaustiva la segmentación específica de la población austriaca que viaja a España en comparación con otros destinos competidores. No obstante, a partir de los informes recientes de Statistik Austria, es posible perfilar las principales características del viajero austriaco que elige España como destino.

En 2025, el mercado emisor austríaco muestra una **clara concentración en destinos europeos de proximidad**: España se sitúa como el cuarto destino vacacional más demandado, por detrás de Italia, Alemania y Croacia. Esta posición se mantiene relativamente estable en los últimos ejercicios, en un contexto en el que la facilidad de acceso a los destinos vecinos sigue condicionando parcialmente la distribución de la demanda.

En términos sociodemográficos, los datos más recientes confirman que el perfil del turista austriaco que viaja a España se concentra mayoritariamente en el **segmento de 25 a 44 años**, con una edad media inferior a la del conjunto del turismo internacional. Predominan los viajeros con un nivel educativo alto (alrededor del 70%) y con una **situación socioeconómica media o media-alta**. No se observan diferencias significativas por género, manteniéndose un equilibrio entre hombres y mujeres en los viajes de ocio.

La motivación principal del viaje continúa siendo el ocio. En cuanto a la estructura del viaje, predominan los desplazamientos en pareja, seguidos de los viajes en familia, reflejando un patrón de consumo turístico asociado tanto a experiencias de descanso como a actividades compartidas.



Perfil del viajero

En lo relativo al perfil ocupacional, **no se observan variaciones estructurales relevantes en 2025 respecto a ejercicios anteriores**. El grupo de población jubilada continúa siendo uno de los segmentos con mayor propensión a viajar en términos generales, seguido por la población activa empleada por cuenta ajena.

En términos de nivel formativo, destacan los viajeros con estudios superiores o formación profesional, lo que refuerza la correlación entre mayor nivel educativo y mayor propensión al viaje internacional. Esta tendencia se mantiene estable en los últimos años, sin cambios significativos en la composición del mercado emisor austríaco hacia España.

Productos turísticos demandados

El turismo de ocio continúa siendo el principal motivo de viaje de los turistas austriacos en España. Dentro de este segmento, **el producto de sol y playa sigue siendo el eje principal de la demanda**, aunque cada vez con mayor integración de experiencias complementarias.

Se consolida así una demanda más diversificada y experiencial, en la que el viajero combina el producto principal de sol y playa con **actividades culturales, gastronómicas, enoturísticas y de naturaleza**. Asimismo, se observa un crecimiento progresivo del interés por los *city-breaks*, el turismo cultural y el turismo activo, en línea con la evolución general del mercado europeo hacia experiencias más personalizadas.

El sector turístico y la turoperación austriaca confirman además la consolidación de España como destino vacacional de referencia, valorado por la calidad de su oferta, la conectividad aérea y la posibilidad de combinar múltiples experiencias en un mismo viaje. En este contexto, se refuerza la **tendencia hacia estancias más flexibles y paquetes menos estructurados**.

Conclusiones y tendencias

En conjunto, el mercado emisor austríaco hacia España mantiene una **evolución estable en 2025**, con una consolidación del volumen de turistas y una posición sólida dentro de los principales destinos vacacionales europeos.

En cuanto a la organización del viaje, los datos disponibles (2023 como último desglose oficial del INE) muestran que aproximadamente el 77% de los turistas austriacos que viajan a España organizan su viaje de forma independiente o mediante plataformas digitales, mientras que el 23% restante recurre a agencias de viajes tradicionales. Esta estructura se mantiene estable en los ejercicios recientes, reforzando la tendencia

hacia la **desintermediación del producto turístico**, favorecida por la expansión de la oferta aérea directa y la presencia de compañías de bajo coste.

A pesar del contexto inflacionista y el aumento de los costes en el sector servicios, el viaje continúa siendo percibido por el mercado austriaco como un bien prioritario. La demanda se concentra principalmente en los meses de verano, aunque se observa una progresiva desestacionalización impulsada por el crecimiento de los *city-breaks* y escapadas de corta duración.

El ocio sigue siendo la motivación predominante, con una **demanda creciente de experiencias combinadas que integran sol y playa, cultura, gastronomía y naturaleza**, reflejando la evolución hacia un modelo de consumo turístico más diversificado y experiencial.

DESTINOS COMPETIDORES Y POSICIONAMIENTO

22

Análisis de la competencia

El ocio continúa siendo el principal motivo de viaje de los turistas austriacos, generalmente combinado con experiencias culturales, gastronómicas y de naturaleza. En este contexto, los principales destinos competidores de España son Italia, Croacia y Grecia, junto con Alemania como mercado de proximidad con fuerte componente de turismo activo y cultural. **Estos destinos comparten una oferta parcialmente sustitutiva**, basada en sol y playa, naturaleza y escapadas culturales, aunque compiten con España tanto en precio como en accesibilidad.

En el contexto competitivo actual, **Italia** mantiene su posición de liderazgo en el mercado austriaco, impulsada principalmente por su proximidad geográfica y su elevada accesibilidad por carretera. No obstante, pese a la mejora de su oferta en determinados segmentos, España mantiene ventajas competitivas relevantes, especialmente en la calidad de sus playas, la amplitud de su oferta turística y el nivel general de su planta hotelera.

Croacia se consolida como uno de los destinos más dinámicos para el mercado austriaco, gracias a su accesibilidad por carretera y a una estructura de precios históricamente más competitiva, aunque en los últimos años se ha producido un incremento progresivo del coste de los servicios tras su entrada en la zona euro. Destaca especialmente por su oferta de turismo de naturaleza, náutico y activo, así como por su posicionamiento en sostenibilidad y experiencias al aire libre, lo que refuerza su atractivo en determinados segmentos de demanda.

Grecia mantiene una posición relevante dentro del mercado austriaco, especialmente en el segmento de islas y turismo cultural, apoyado en buenas conexiones aéreas. Sin embargo, en 2025 se sitúa por detrás de destinos como Hungría en términos de cuota de mercado, con una participación aproximada del 4% de los viajes al extranjero. Su competitividad se basa en precios relativamente contenidos y una oferta experiencial diferenciada, aunque con una planta hotelera en términos generales por debajo del estándar español.

Alemania continúa ocupando una posición destacada como segundo destino más relevante para los austriacos, debido a su proximidad y facilidad de acceso por carretera. Su demanda se orienta principalmente hacia el turismo urbano, cultural y de naturaleza, con menor peso del producto de sol y playa. La calidad de sus infraestructuras y la diversificación de su oferta turística refuerzan su posicionamiento competitivo en el mercado.

En conjunto, aunque los destinos competidores mantienen ventajas específicas en términos de proximidad o precio, **España sigue destacando por la calidad de su oferta turística, la diversidad de productos, la fortaleza de su planta hotelera y la capacidad de generar experiencias multisegmento**, lo que consolida su posición en el mercado austriaco.

Posicionamiento e imagen de España

En 2025, España consolida su posición como el cuarto destino vacacional más demandado por los residentes austriacos, situándose por detrás de Italia, Alemania y Croacia, y por delante de otros destinos mediterráneos como Grecia y Hungría. Esta posición refleja la **estabilidad de la marca España en el mercado emisor austriaco** y un elevado grado de **fidelización** por parte del viajero.

La imagen de España en el mercado austriaco es muy positiva. El país es percibido como un destino seguro, con infraestructuras modernas, clima favorable, una **oferta cultural y gastronómica de alto nivel** y una elevada calidad en su planta hotelera. Estos factores contribuyen a una alta tasa de repetición y fidelidad entre los viajeros austriacos.

No obstante, en los últimos periodos se ha detectado una creciente sensibilidad en los medios y entre algunos operadores turísticos respecto a la masificación en determinados destinos españoles, especialmente en Baleares, Canarias y Cataluña, lo que podría influir en la percepción a medio plazo si no se gestiona adecuadamente.

Además, España mantiene una imagen sólida como destino moderno, inclusivo y abierto a la diversidad, lo que refuerza su **atractivo en segmentos como el turismo LGBTQI+**. Paralelamente, el compromiso creciente con la sostenibilidad y la gestión

responsable del turismo está ganando relevancia en la decisión de compra del viajero austriaco, un mercado especialmente sensible a criterios medioambientales.

Finalmente, España se consolida como un destino multiexperiencial, capaz de combinar en un mismo viaje productos de sol y playa, cultura, gastronomía, naturaleza y turismo activo. Esta **diversificación de la oferta** constituye uno de los principales factores de competitividad frente a sus principales destinos competidores en el mercado austriaco.

Conectividad aérea con España

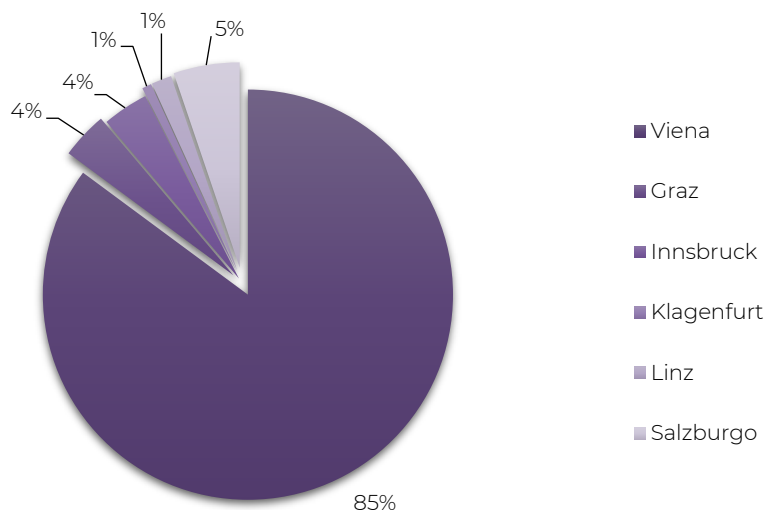
En 2025, **el tráfico aéreo en Austria mantiene una trayectoria de crecimiento moderado y consolidación tras la recuperación postpandemia**. Según los datos más recientes del sistema estadístico austriaco (STATcube, 2026), el país se mantiene en niveles récord de conectividad, con un **volumen de vuelos comerciales que continúa situándose por encima de los 270.000 movimientos anuales**, lo que confirma la estabilización del crecimiento observado en 2023 y 2024.

24

El tráfico de pasajeros también se mantiene en niveles históricamente altos, superando los **36 millones de viajeros anuales**. El aeropuerto de Viena continúa actuando como principal hub del país, concentrando más de 32 millones de pasajeros, mientras que los aeropuertos regionales mantienen una evolución positiva y refuerzan su papel dentro del sistema aéreo nacional. Salzburgo consolida en torno a 1,75 millones de pasajeros, Innsbruck ronda los 900.000, Graz supera los 800.000, Linz supera los 250.000 y Klagenfurt continúa mostrando una tendencia de crecimiento gradual.

Este desempeño se explica por la combinación de dos factores principales: **la fuerte recuperación de la demanda turística emisora y la expansión sostenida de la oferta de rutas internacionales**, especialmente hacia el sur de Europa y, de forma destacada, hacia España, que sigue siendo uno de los mercados prioritarios para el viajero austriaco.

Principales aeropuertos de origen



Fuente: STATcube – Statistical Database of STATISTIK AUSTRIA, junio 2026

Respecto al **mercado aéreo entre Austria y España**, en 2025 se presenta una estructura muy desarrollada, con una amplia red de conexiones directas y un claro predominio del tráfico vacacional. **La oferta se distribuye entre aerolíneas tradicionales, operadores de bajo coste y compañías híbridas**, lo que garantiza una elevada capilaridad territorial y una fuerte densidad de frecuencias en temporada alta.

Austrian Airlines mantiene el papel de aerolínea de referencia del mercado, operando rutas desde Viena hacia los principales destinos españoles, incluyendo Barcelona, Málaga, Palma de Mallorca, Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura, Ibiza, Valencia y Menorca, además de conexiones estratégicas como Sevilla, consolidada en la red desde 2024. Como novedad desde marzo de 2026 se han inaugurado dos nuevas rutas de temporada hasta finales de marzo a Bilbao y a Alicante. El contar con un vuelo a Bilbao es una gran oportunidad para que el turista checo pueda descubrir regiones del norte de España y del interior cercanas a esta ciudad, tales como (el País Vasco, Cantabria, Navarra y La Rioja, entre otras). Esta oferta, se complementa con la presencia de Iberia en la ruta Viena-Madrid (y conexiones desde Salzburgo en determinados periodos), que refuerza el componente de conectividad corporativa y de hub europeo con la capital española.

El **segmento de bajo coste** ha sido hasta ahora el principal motor de crecimiento del mercado, con una presencia dominante de compañías como Ryanair, Wizz Air y Vueling Airlines, además de la actividad de Eurowings en aeropuertos regionales. Estas

aerolíneas han articulado una red muy extensa que conecta Austria con una amplia variedad de destinos en España, incluyendo Alicante, Barcelona, Madrid, Málaga, Palma de Mallorca, Ibiza, Lanzarote, Fuerteventura, Tenerife, Gran Canaria, Valencia, Sevilla, Bilbao y Santander, entre otros.

Cabe destacar que Wizz Air ha trasladado en 2026 su base a Bratislava (Eslovaquia), debido a las altas tasas aéreas del aeropuerto de Viena, al tiempo que está realizando un gran despliegue de nuevas rutas por países europeos, entre los que España se encuentra muy beneficiada.

No obstante, **se prevé que en 2026 el equilibrio competitivo del mercado experimente cambios relevantes** como consecuencia de una posible reducción de capacidad y reconfiguración de operaciones por parte de algunos operadores low-cost, especialmente Ryanair, lo que podría traducirse en ajustes de frecuencias en determinadas rutas y una mayor concentración de la oferta en los destinos de mayor rentabilidad. Este escenario podría dar lugar a una redistribución parcial de la cuota de mercado hacia aerolíneas tradicionales y de bajo coste, así como a una optimización de la red de rutas, priorizando conexiones con mayor demanda estructural y reduciendo la presencia en mercados secundarios o altamente estacionales.

Por otra parte, en términos territoriales, el sistema muestra una **clara jerarquía de destinos**, con Palma de Mallorca como principal polo de demanda, seguida por Barcelona y Madrid como ejes estructurales del mercado, tanto por su atractivo turístico como por su función como centros urbanos y de conexión. A estos se suman Málaga, Alicante y el conjunto de destinos insulares canarios, que desempeñan un papel clave en la desestacionalización parcial de los flujos, especialmente en los meses de invierno.

En conjunto, **la conectividad aérea entre Austria y España en 2025 evoluciona hacia un modelo más maduro y diversificado**, en el que conviven una demanda altamente estacional con una red de rutas cada vez más extensa y distribuida territorialmente, aunque con margen de mejora para conectar con ciudades del norte y del interior de España. Este desarrollo no solo refuerza la posición de España como destino líder para el mercado emisor austriaco, sino que también consolida una estructura de transporte aéreo más flexible, competitiva y adaptada a patrones de consumo turístico cada vez más fragmentados y personalizados.

Tramitación de documentos de viaje

En el caso de la relación aérea entre España y Austria, al tratarse de **dos países pertenecientes al espacio Schengen**, los ciudadanos austriacos y españoles no requieren visado para sus estancias, lo que elimina cualquier barrera administrativa en la planificación de viajes por motivos turísticos, de negocios o visitas familiares. Esta

ausencia de visado tiene un impacto directo en la elasticidad de la demanda, favoreciendo la reserva anticipada y la alta recurrencia de viajes, especialmente en segmentos de ocio y *city-breaks*.

En comparación con otros mercados competidores extracomunitarios, como Reino Unido tras el Brexit, Estados Unidos o algunos emisores de Oriente Medio y Asia la situación de España dentro del espacio Schengen supone una ventaja clara en términos de accesibilidad. Mientras que estos mercados requieren en muchos casos tramitación de visados, con tiempos que pueden oscilar entre varias semanas y meses y con procesos variables según el país y la estacionalidad, en el caso de Austria no existe dicho cuello de botella administrativo.

PERSPECTIVAS A MEDIO PLAZO

27

Características clave del mercado

El viaje continúa siendo percibido por el público austriaco como una **necesidad esencial y prioritaria**, una tendencia consolidada tras la pandemia y reforzada en los últimos años. Este comportamiento se traduce en una alta resiliencia de la demanda turística, incluso en un contexto de inflación y aumento sostenido de los precios en el sector. Según los datos más recientes de Statistik Austria y estudios de mercado europeos, el gasto en viajes se mantiene estable o ligeramente al alza, aunque con ajustes en la duración media de las estancias.

Se observa además un **creciente interés por destinos menos masificados** y con mayor componente experiencial, especialmente dentro de España. A los destinos tradicionales se suman con mayor fuerza regiones del interior como Andalucía interior, Castilla y León, Extremadura o Castilla-La Mancha, que están ganando protagonismo entre los viajeros austriacos por su oferta cultural, gastronómica y de naturaleza. Esta tendencia responde a la búsqueda de autenticidad, sostenibilidad y **experiencias locales diferenciadas**.

En cuanto a las preferencias de alojamiento, el mercado austriaco mantiene una clara fidelidad al alojamiento hotelero tradicional, especialmente en viajes de media y larga distancia como los realizados a España. Aunque el uso de plataformas digitales de alojamiento alternativo ha crecido en Europa, en el caso austriaco el hotel sigue siendo la opción predominante, especialmente en segmentos familiares y senior. El turismo alternativo (apartamentos turísticos o estancias tipo “glamping”) tiene mayor implantación en viajes de corta distancia, pero sigue siendo minoritario en los viajes internacionales de larga duración.

Previsiones a medio plazo

A pesar de la persistencia de la inflación y del encarecimiento general del transporte y el alojamiento, **no se prevén cambios estructurales en la elección de destinos del viajero austriaco a corto y medio plazo**. Los estudios de comportamiento turístico de Statistik Austria más recientes confirman una elevada fidelidad a los destinos habituales, especialmente en el caso de España, que se mantiene como uno de los destinos favoritos.

El turista austriaco muestra una alta disposición a mantener sus destinos preferidos, incluso asumiendo incrementos de precio, aunque esto puede traducirse en ajustes en la duración media de las estancias o en el número total de viajes anuales. En este sentido, **España mantiene una imagen muy consolidada en el mercado austriaco como destino seguro, accesible, con alta calidad de infraestructuras y una oferta turística diversa**, lo que permite prever unas perspectivas positivas para 2026, con niveles de demanda que se mantienen estables o en crecimiento moderado respecto a años anteriores.

28

No obstante, factores como el incremento de los costes del transporte aéreo, la presión sobre la capacidad hotelera en temporada alta y la evolución del tipo de cambio energético pueden influir en la distribución de la demanda. En este escenario, algunos viajeros podrían optar por destinos alternativos más económicos o accesibles por carretera, especialmente en Europa Central y el Adriático.

En este contexto, la Oficina Española de Turismo (OET) en Viena continúa desarrollando una estrategia activa orientada a la **diversificación de la oferta turística española** en el mercado austriaco. Uno de los objetivos principales es incrementar la presencia en los catálogos de turoperadores de destinos y productos menos conocidos, contribuyendo así a la desestacionalización de la demanda y a una distribución más equilibrada de los flujos turísticos a lo largo del año y del territorio. Paralelamente, se refuerza la colaboración con medios de comunicación y prescriptores del sector con el fin de potenciar la visibilidad de estos destinos emergentes, en un contexto marcado por el crecimiento sostenido de las reservas individuales frente a los canales tradicionales de intermediación.

En cuanto a los productos turísticos cuya promoción se está priorizando desde la OET de Viena, cabe señalar los siguientes: el turismo activo (cicloturismo), el turismo gastronómico (enoturismo, oleoturismo, etc) y el turismo cultural, mostrando nuevas experiencias más allá del tradicional turismo de sol y de playa.

En cuanto a los destinos se está dando a conocer nuevas regiones de España, del norte, (País Vasco, Cantabria, entre otras) y del interior (La Rioja, Navarra, entre otras) aprovechando la nueva conexión Viena-Bilbao. Respecto a los tradicionales destinos

del Mediterráneo y de las Islas la promoción se concentra en presentar nuevas oportunidades de actividades a los turistas, como las de turismo activo y turismo rural combinándolas con el turismo cultural y gastronómico que contribuyan a generar un mayor gasto del turista y a una relación con las comunidades locales más auténtica.

Un reto para que los viajeros austriacos puedan conocer nuevos destinos está muy condicionado por las rutas aéreas existentes que, si bien están muy desarrolladas entre las grandes ciudades españolas, los destinos del Mediterráneo y de las Islas Baleares y Canarias, sin embargo, no existen conexiones con destinos del interior y del norte de España, salvo la excepción de Bilbao, que por el momento es operado por Austrian Airlines como vuelo de temporada, hasta octubre.

En conjunto, las perspectivas para 2026 y años venideros se mantienen positivas para los destinos españoles, con previsiones que apuntan a la consolidación de los niveles de demanda e incluso a la posibilidad de superar registros anteriores, siempre que se mantenga la competitividad en precios, la calidad de la oferta y el posicionamiento de España como destino sostenible, diverso y de alta experiencia turística.

29

Factores y circunstancias que pueden incidir en el volumen de negocio hacia España

Entre los principales factores que pueden influir en el comportamiento del viajero austriaco a medio y largo plazo destaca, en primer lugar, el encarecimiento progresivo de los precios tanto del transporte como del alojamiento turístico. El aumento de las tarifas hoteleras en los principales destinos europeos, unido a la presión inflacionaria general y al encarecimiento de los costes energéticos, está generando un contexto en el que el consumidor tiende a optimizar su presupuesto de viaje. En este escenario, no se espera necesariamente una reducción significativa de la propensión a viajar, dado que el turismo sigue siendo una prioridad de consumo en Austria, pero sí es previsible **una mayor racionalización del gasto**, que puede traducirse en estancias algo más cortas, una planificación más anticipada o una reducción del número total de viajes anuales, especialmente en los segmentos de renta media.

En segundo lugar, el cambio climático se perfila como un factor estructural cada vez más relevante en la configuración de la demanda turística. El aumento de las temperaturas extremas en el sur de Europa durante los meses de verano, así como la mayor frecuencia de episodios de calor intenso, puede influir en la percepción de determinados destinos tradicionalmente asociados a la temporada estival. Este fenómeno podría favorecer una mayor diversificación temporal de los viajes, impulsando **escapadas en primavera y otoño**, así como una redistribución de la demanda hacia destinos con climas más suaves o con mayor componente de

naturaleza y altitud. En consecuencia, la estacionalidad tradicional del turismo podría ir moderándose de forma progresiva, aunque sin desaparecer en el corto plazo.

En tercer lugar, la **sostenibilidad** se consolida como un elemento central en el proceso de decisión del viajero austriaco. Se trata de un mercado especialmente sensibilizado con las cuestiones medioambientales, la eficiencia energética y la movilidad sostenible, lo que se refleja tanto en sus hábitos de consumo como en sus preferencias turísticas. Este factor adquiere un peso creciente entre los segmentos más jóvenes y entre los viajeros con mayor nivel educativo, que valoran no solo la oferta del destino, sino también su compromiso real con la protección del entorno, la gestión responsable de los recursos y la disponibilidad de alternativas de transporte menos contaminantes. De este modo, la sostenibilidad deja de ser un valor añadido para convertirse en un criterio de selección cada vez más determinante.

Por último, la **percepción social del turismo** en destino constituye otro elemento relevante que puede incidir en la imagen de España como destino turístico en el mercado austriaco. En un contexto europeo en el que el debate sobre la masificación turística y su impacto en la vida cotidiana de la población local ha ganado visibilidad, este factor adquiere una importancia creciente en la construcción de la reputación de los destinos. La forma en que se gestione el equilibrio entre actividad turística y bienestar de los residentes puede influir en la decisión del viajero, especialmente en aquellos segmentos más sensibles a la autenticidad del destino y a la calidad de la experiencia. En este sentido, la comunicación transparente y la promoción de modelos de turismo más equilibrados se convierten en elementos clave para mantener la competitividad a medio y largo plazo.

85%

56%

69%



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

