

Österreichs Pavillon in Osaka: Ein Magnet für junge Japan-Reisende!

Österreich präsentiert sich auf der Expo 2025 in Osaka mit dem Motto „Composing the Future“ und zieht täglich 5.000 Besucher an.



Osaka, Japan - Im Rahmen der Expo 2025 in Osaka zieht der Österreich-Pavillon täglich rund 5.000 Besucher an. Ziel dieser eindrucksvollen Präsentation ist die Internationalisierung des Tourismussektors, insbesondere die Ansprache japanischer Reisender. Am Nationentag der Expo stellt sich Österreich als innovatives und gastfreundliches Land vor. Unter dem Motto „Composing the Future“ integriert der Pavillon ein musikalisches Konzept, das die kulturellen Verbindungen zwischen Österreich und Japan betont. **OTS berichtet.**

Der berühmte japanische Rockmusiker HYDE fungiert als Austrian Travel Ambassador und soll vor allem junge Zielgruppen ansprechen. Diese Gruppe, angehörig zur

Generation Z, zeigt großes Interesse an Reisen und komfortablen Erlebnissen. Besonders erfreulich für den Tourismussektor sind die stark steigenden touristischen Verbindungen: Im Jahr 2024 verzeichnete Österreich über 100.000 Ankünfte japanischer Gäste und 240.000 Nächtigungen, was eine Steigerung von 30% im Vergleich zum Vorjahr darstellt.

Besondere Initiativen und Veranstaltungen

Zu den weiteren Höhepunkten im Österreich-Pavillon zählen ein vielfältiges Programm, das Eventformate, Studienreisen und inspirierende Kurzvideos umfasst. Digitale Postkarten können über QR-Codes individuell gestaltet werden. Ein besonderes Ereignis, die „Austria Tourism Week“, findet vom 2. bis 8. Juni unter dem Motto „Austria: A Symphony of Life and Joy“ statt und wird durch Kooperationen mit österreichischen Partnern wie Swarovski Kristallwelten und Hotel Sacher verstärkt.

Bundespräsident Alexander Van der Bellen, seine Gattin Doris Schmidauer und Wirtschaftsminister Wolfgang Hattmannsdorfer trafen sich während einer Delegationsreise nach Osaka auch mit HYDE, um die touristische Partnerschaft zwischen den beiden Ländern zu vertiefen. Hattmannsdorfer hebt hervor, wie wichtig wirtschaftliche Kooperationen und kulturelle Verständigung für die Entwicklung des Tourismus sind.

Zielgruppe und Reiseverhalten der Generation Z

Die Zielgruppe junger Reisender in Japan ist vor allem zwischen 20 und 29 Jahren alt und zeigt eine hohe Reiseabsicht, insbesondere bei weiblichen Jugendlichen aus Metropolregionen. Die Generation Z nutzt soziale Medien als primäre Inspirationsquelle für Reiseziele, wobei sie Wert auf Sichtbarkeit und Ästhetik legt. **Austria Tourism** hebt die Vorliebe dieser Altersgruppe für Mehrzweckreisen hervor, bei denen neben kulturellen Erlebnissen auch Essen und Shopping im Fokus

stehen.

Jeanine, eine junge Reisende der Generation Z, beschreibt das Bedürfnis nach Reisen als elementar, um sich von den Herausforderungen des Berufslebens zu erholen. Individualität und Selbstverwirklichung motivieren viele in dieser Altersgruppe dazu, authentische und einzigartige Reiseerlebnisse zu suchen, die oft einen DIY-Charakter aufweisen und persönliche Interessen widerspiegeln.

Nachhaltigkeit spielt ebenfalls eine große Rolle: Die Generation Z bevorzugt umweltfreundliche Verkehrsmittel und Unterkünfte, die nachhaltige Praktiken wie die Nutzung erneuerbarer Energien umfassen. **Das Reisemagazin** beobachtet, dass das bewusste Konsumverhalten und der Kauf lokal produzierter Waren zunehmen, was das nachhaltige Reisen als bewusste Lebensweise manifestiert.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Osaka, Japan
Quellen	• www.ots.at • www.austriatourism.com • reisemagazin-online.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at