

 **Bundesministerium  
Arbeit und Wirtschaft**

# Tourismus in Österreich 2022

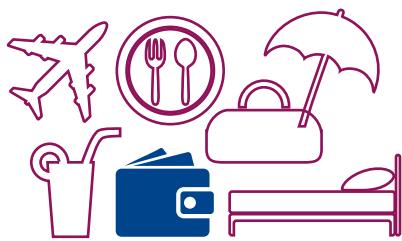




# Tourismus und Freizeitwirtschaft im Jahr 2022

## Kennzahlen Tourismus

(Urlaubs- und Geschäftsreisen in- und ausländischer Gäste)



### Direkte Effekte

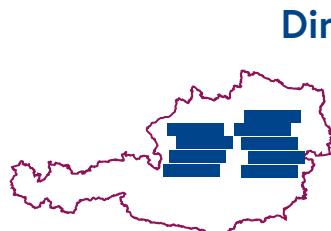


**35,9** Mrd. Euro  
nominell

**Touristischer Konsum**  
(Tourismus-Satellitenkonto)

**20,0** Mrd. Euro  
nominell

**Direkte Wertschöpfung**  
(Modell WIFO)



### Direkte und indirekte Effekte (Modell WIFO)



**6,2 %** nominell  
**Beitrag zum BIP**  
Urlaubs- und Geschäftsreisen

**7,8 %** der Erwerbstätigen  
**Beitrag zur Beschäftigung**  
auf Basis von Vollzeitäquivalenten

## Kennzahlen Freizeitwirtschaft

### Direkte und indirekte Effekte (Modell WIFO)



**6,9 %** nominell  
**Beitrag zum BIP**

**8,2 %** der Erwerbstätigen  
**Beitrag zur Beschäftigung**  
auf Basis von Vollzeitäquivalenten

*Freizeitwirtschaft: Aufwendungen privater Haushalte, die weder touristischen, beruflichen noch regelmäßig notwendigen Zwecken dienen, z.B. Kino, Tennis, Konzertbesuch am Wohnort.*

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Schätzung

**Finden Sie hier den Download des Berichtes:**



## Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:  
Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft  
Stubenring 1, 1010 Wien

Fotonachweis:  
Österreich Werbung (ÖW)/Martin Steinhäler, tinefoto.com (Umschlag)  
BMAW/Enzo Holey, Nadine Studeny (S. 5), ÖW/thecreatingclick.com (S. 11, S. 68),  
ÖW/Marco Rossi (S. 17, S. 29), SalzburgerLand Tourismus/Martin Steiger (S. 55), ÖHT (S. 57),  
ÖW/Dirk Kittelberger (S. 65), Screenshot Austrian Ski Game (S. 69), ÖW/privat (S. 70),  
Ben Leitner (S. 71), ÖW/C.Fehringer (S. 72), TV-Screenshots (S. 72), Christian Kremser (S. 73),  
ÖW/West4Media (S. 77), BKA/Andy Wenzel (S. 88)

Gestaltung: Drahtzieher Design + Kommunikation, Barbara Wais

Alle Rechte vorbehalten  
Wien, 2023

## Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>5</b>
<b>Stimmen zum Tourismus 2022</b>	<b>7</b>
<b>Schwerpunkte des BMAW</b>	<b>11</b>
„Plan T – Masterplan für Tourismus“ wird umgesetzt	12
<b>Tourismusbilanz 2022</b>	<b>17</b>
<b>Indikatoren</b>	<b>29</b>
Zukunftsgerichtetes Indikatoren-System	30
Volkswirtschaftliche Bedeutung	31
Preisliche Wettbewerbsfähigkeit	33
Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus	34
RevPAR – Revenue Per Available Room	35
Fiktive Entschuldungsdauer	36
Ankünfte	37
Nächtigungen	38
Aufenthaltsdauer	39
Energiemix	40
Anteil erneuerbarer Energieträger	41
Energieverbrauch pro Nächtigung	42
Österreichisches Umweltzeichen	44
Beschäftigung	45
Der touristische Arbeitsmarkt – vor, während und nach Corona	48
Gästezufriedenheit	50
Tourismusakzeptanz	52
Initiative „Best Tourism Villages by UNWTO“	54
<b>Österreichische Hotel- und Tourismusbank</b>	<b>57</b>
<b>Österreich Werbung</b>	<b>65</b>
<b>Tourismus in den Bundesländern</b>	<b>77</b>
<b>Ausblick</b>	<b>88</b>



# Tourismus im Jahr 2022 – ein eindrucksvolles Comeback



Bundesminister  
Martin Kocher

Der österreichische Tourismus hat die herausfordernde COVID-19-Pandemie in den vergangenen Jahren gut gemeistert. Auch wenn die heimische Tourismuswirtschaft wie kaum ein anderer Sektor von der Pandemie betroffen war, hat das Urlaubsland Österreich seine Attraktivität beibehalten können. Der vorliegende Tourismusbericht 2022 zeigt, dass die positiven Erwartungen an das Jahr 2022 teilweise sogar übertroffen wurden. Es wurden 137 Millionen Nächtigungen gezählt – trotz schwieriger Rahmenbedingungen, wie dem russischen Angriffskrieg in der Ukraine, den hohen Energiepreisen und der Inflation. Die Nächtigungen der Österreicherinnen und Österreicher haben nahezu wieder das Vorkrisenniveau erreicht, die Anzahl der Nächtigungen der ausländischen Gäste hat sich im Vergleich zum Jahr 2021 verdoppelt und liegt somit nur noch um 13,1 Prozent hinter dem Referenzjahr 2019. Dies ist insbesondere bemerkenswert, da Gäste aus Asien aufgrund bestehender Reisebeschränkungen im Jahr 2022 Europa nur sehr eingeschränkt besuchen konnten.



Staatssekretärin  
Susanne Kraus-Winkler

Verantwortlich für das erfolgreiche Comeback waren vor allem vier Faktoren: die Unternehmerinnen und Unternehmer, die immer an die Zukunft des Tourismus geglaubt haben und ihre familiengeführten Betriebe entschlossen und mit viel persönlichem Einsatz durch die Krise geführt haben. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die der Tourismusbranche die Treue gehalten haben. Die Positionierung Österreichs als verlässliches und sicheres Urlaubsland, das auch in herausfordernden Zeiten schöne und nachhaltige Urlaubserlebnisse bietet, und schlussendlich die notwendigen Unterstützungsmaßnahmen, die das Weiterbestehen vieler Betriebe während der Krisenjahre ermöglicht haben.

Dennoch steht der österreichische Tourismus auch weiterhin vor Herausforderungen. Das Wachstum der Branche, vor allem in Richtung Qualitätstourismus, bedeutet auch einen erhöhten Arbeitskräftebedarf. Die Suche nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist in allen Branchen und im gesamten Europäischen Wirtschaftsraum schwieriger geworden, klein- und mittelständische Betriebe abseits der Ballungszentren sind besonders gefordert. Um hier zu unterstützen, wurden zahlreiche Initiativen auf betrieblicher und regionaler Ebene zur Attraktivierung von Arbeit im Tourismus gestartet. Auf Bundesebene haben wir Maßnahmen wie die Erhöhung der Saisonkontingente, Anpassungen und Erleichterungen bei der Rot-Weiß-Rot-Karte oder Modernisierungsinitiativen bei der Ausbildung gesetzt. Mit den Branchenvertretungen und Sozialpartnern arbeiten wir darüber hinaus an weiteren Verbesserungen der Arbeitsbedingungen. Durch das

Zusammenspiel all dieser Initiativen wird die Arbeit im Tourismus in Österreich auch für die aus dem Ausland benötigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Fachkräfte wie Hilfskräfte, noch attraktiver gestaltet.

Darüber hinaus ist eine intakte Umwelt die Basis für einen nachhaltig erfolgreichen Tourismus. Der Tourismus ist sich hier seiner Verantwortung für die Umwelt und das Klima sehr bewusst – aus Überzeugung und nicht nur, weil es unsere Gäste verlangen. Dies bestätigt auch eine Analyse des Umweltbundesamtes, nach welcher der Energieverbrauch im Tourismus für nur 1,6 Prozent des gesamten österreichischen Energieverbrauchs verantwortlich ist. Zusätzlich wird das touristische Angebot auch weiter angepasst, beispielsweise ist der Urlaub mit dem Rad bereits zu jeder Jahreszeit sehr gefragt. Vom Wintersport geht der Trend zum Wintererlebnis, wobei Skifahren in Österreich immer ein wesentliches Element bleiben wird. Es wurden und werden auch weitere Angebote für eine klimafreundliche Anreise entwickelt, besonders an der Mobilität im Urlaubsort wird in vielen Regionen erfolgreich gearbeitet. Der Einsatz nachhaltiger Energieträger ist seit Jahren ein Schwerpunkt bei Investitionen und oftmals sind es gerade die Tourismusunternehmen, die hier Vorreiter sind. Entlang des Masterplans für Tourismus wurde auch die gewerbliche Tourismusförderung auf neue Beine gestellt: Mit dem Fokus auf Resilienz sowie auf ökologische, soziale und ökonomische Nachhaltigkeit setzt der Plan T die richtigen zukunftsweisenden Schwerpunkte und mit der neuen gewerblichen Tourismusförderung werden nun vor allem nachhaltig ausgerichtete Investitionen verstärkt gefördert.

Die Tourismusbranche steht für die österreichische Kultur, Kulinarik und Gastfreundschaft. Mit einem direkten und indirekten BIP-Anteil von 6,2 Prozent bringt der Tourismus Wertschöpfung und Wohlstand in die Regionen und bietet in der Hochsaison für über 230.000 Beschäftigte einen sicheren und sinnstiftenden Arbeitsplatz. Eine erfolgreiche Zukunft im heimischen Tourismus wird aber vor allem davon abhängen, ob wir es schaffen, Qualitätstourismus auf allen Ebenen und eine hohe Tourismusakzeptanz, durch ein gutes Miteinander von Gästen, Unternehmen, Beschäftigten und den Menschen in den Regionen, zu entwickeln. In diesem Sinne wünschen wir viel Freude beim Lesen dieses Tourismusberichts für das Jahr 2022!

Bundesminister Martin Kocher  
Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler

# Stimmen zum Tourismus 2022

© Photo Simoniš



**„Meine Aufgabe als Tourismus-Sprecher der FPÖ sehe ich darin, die touristischen Klein- und Mittelbetriebe mit ihren Mitarbeitern aktiv zu unterstützen und die Rahmenbedingungen dafür massiv zu verbessern.“**

**FPÖ-Tourismussprecher Gerald Hauser**

*Obmann des parlamentarischen Tourismusausschusses*

*Abgeordneter zum Nationalrat*

© Gorfer/zbc3

**„Nach holprigem Start mit Einreisebeschränkungen, vorgezogenen Sperrstunden und Rückreisequarantänen entwickelte sich 2022 zum „normalen“ Tourismusjahr, nach der großen Krise insgesamt ein rot-weiß-roter Erfolg.“**

**ÖVP-Tourismussprecher Franz Hörl**

*Abgeordneter zum Nationalrat*



© Grüner Klub im Parlament



**„Der Tourismus in Österreich befindet sich wieder im Aufwind und diesen Schwung gilt es mitzunehmen, um mit Mut und Tempo die Transformation zu einem zukunftsfähigen Tourismus voranzutreiben und Österreich zum nachhaltigsten Tourismusland in Europa zu führen.“**

**GRÜNE-Tourismussprecherin Barbara Neßler**

*Abgeordnete zum Nationalrat*

© Melanie Erasim, 2023



**„Die wichtigsten Säulen des Erfolges der Tourismusbranche in Österreich sind bestens ausgebildete und motivierte Fachkräfte. Damit diese auch künftig in ausreichender Anzahl zur Verfügung stehen, darf keine Gelegenheit ausgelassen werden, um weiterhin für Verbesserungen der Arbeitsbedingungen einzutreten.“**

**SPÖ-Tourismussprecherin Melanie Erasim**

*Abgeordnete zum Nationalrat*

© Michael Venier



**„Die Tourismuswirtschaft zeigt sich resilient. Die Personalnot ist und bleibt jedoch das größte Problem. Sie gefährdet langfristig die Kernwerte der Marke Österreich. Es braucht endlich mutige, zukunftsfähige Standortpolitik!“**

**NEOS-Tourismussprecherin Julia Seidl**

*Abgeordnete zum Nationalrat*

„Bemerkenswert ist, dass der Tourismus laut Umweltbundesamt für nur 1,6 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs Österreichs verantwortlich ist. In der Beherbergung konnte der Energieverbrauch pro Nächtigung seit 2008 um 54 Prozent reduziert werden. Der Anteil erneuerbarer Energieträger ist von 2008 bis 2019 von 36% auf 54% angestiegen. Die Seilbahnen haben in den letzten 10 Jahren 20% an Energieaufwand eingespart.“

Vizepräsidentin Martha Schultz  
Wirtschaftskammer Österreich



© Inge Prader



© Bernhard Wolf

„Der Tourismus ist mit einem wesentlichen Anteil am BIP ein essentieller Faktor für die österreichische Volkswirtschaft. Eine halbe Million Beschäftigte sind direkt und indirekt für den Tourismus tätig. In der Devisenbilanz schlägt der Tourismus mit einem Plus von € 2 Mrd. zu Buche. Dennoch leidet die Branche unter dem erhöhten Arbeitskräftebedarf sowie unter den extremen Energiekostensteigerungen. Wichtig für den Erfolg sind Rahmenbedingungen, die den in Tourismus und Freizeitwirtschaft tätigen Menschen und Unternehmen ihre Arbeit erleichtern und ihnen auch die gebührende Wertschätzung entgegenbringen.“

Bundesspartenobmann Robert Seeber  
Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft



© Mondial

„In den mehr als zwei sehr schweren Jahren hat die Branche Resilienz gezeigt und langsam geht es wieder bergauf. Das Reisen ist ein Grundbedürfnis und auch im geschäftlichen Bereich (Geschäftsreisen, Kongresse) unverzichtbar.“

Gregor Kadanka  
Obmann Fachverband der Reisebüros



© Fotostudio Fürgler

„Nach langer Zeit des Verzichts aufgrund der Pandemie war es 2022 sowohl für unsere Mitgliedsbetriebe als auch für deren Kund/innen wichtiger denn je, endlich wieder Zugang zu einer sicheren und sinnvollen Freizeitgestaltung und somit auch zu Bewegung und Sport als Beitrag zur eigenen Gesundheit zu haben. Bedingt – nicht zuletzt – durch die gute Auslastung im Tourismus, verbessert sich die wirtschaftliche Lage in den Branchen der Freizeit- und Sportbetriebe immer weiter und wir blicken zuversichtlich in die Zukunft.“

Astrid Legner  
Obfrau Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe

© Foto Weinwurm



**„Gesundheit, Prävention und ökologische Nachhaltigkeit gewinnen immer mehr an Stellenwert. Dies zeigt sich auch in der Nächtigungsstatistik, in der die österreichischen Gesundheitseinrichtungen in manchen Bundesländern einen prominenten Platz einnehmen. Dank stetiger Innovationen und Verbesserung der Behandlungsmethoden haben sich die Kurbetriebe zu wichtigen „Kompetenzzentren für Gesundheit“ entwickelt. In strukturschwachen Regionen tragen die heimischen Gesundheitsbetriebe ebenfalls signifikant zur Wertschöpfung bei. Aber auch bei den Thermalbädern werden aufgrund laufender Investitionen Wellnessleistungen auf höchstem Niveau erbracht.“**

Günther Wiesinger

Obmann Fachverband der Gesundheitsbetriebe

© ÖHV/Lechner



**„Der erste ÖHV-Kongress nach Corona ohne Einschränkungen, „Arbeitswelten neu denken“.**

**Krieg vor der Haustür, die ungelöste Energiekostenfrage, Solidarität mit Geflüchteten: 2022 – eine Zeitenwende.“**

Walter Veit

Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung

© Daniela Matejschek



**„2022 war „das Jahr des Aufschwungs“ für den Tourismus in Österreich. Unser touristisches Angebot wird national als auch international sehr geschätzt und wieder stark nachgefragt. Besonders erfreulich dabei ist, dass vor allem unsere Gäste aus dem Ausland wieder zu uns zurückkehren. Wesentlich dazu beigetragen hat die Zusammenarbeit innerhalb des Tourismus-Netzwerks in Österreich. Gemeinsam werden wir auch die Herausforderungen der Zukunft meistern.“**

Michael Duscher

Geschäftsführer Niederösterreich-Werbung und aktuell Sprecher der neun Landestourismusorganisationen

© SKB\_www.stefanjohnam.com



**„Wir sind erfreut, dass der österreichische Tourismussektor trotz der Herausforderungen der vergangenen Jahre weiterhin stark wächst. Die aktuellen Zahlen zeigen, dass Österreich als attraktives Reiseziel bei Touristen aus aller Welt immer beliebter wird und wir sind stolz darauf, unseren Teil dazu beitragen zu können. Wir werden auch weiterhin eng mit allen Branchenpartner/innen zusammenarbeiten, um das Wachstum des Tourismussektors in Österreich zu fördern und das Reiseerlebnis unserer Gäste zu verbessern.“**

Klaus Panholzer

Präsident Austrian Leading Sights

„Der BÖTM – der „Bundesverband Österreichischer Tourismusmanager“ hat sich in den letzten Jahren zu einem starken Destinations-Netzwerk in Österreich entwickelt. Dabei setzen wir auf eine intensivere Vernetzung aller Regionen in Österreich, um über Bundesländergrenzen hinweg die Kooperation und Zusammenarbeit im österreichischen Tourismus zu fördern. Die anstehenden Herausforderungen lassen sich nur gemeinsam lösen – als Destinationsnetzwerk möchten wir hier in Zukunft noch stärker unsere Rolle als starkes überregionales Netzwerk wahrnehmen.“

Mathias Schattleitner

Präsident Bund Österreichischer Tourismusmanager



© Christine Höflechner

© VERKEHRSBUERO



„2022 war das Jahr des vollumfänglichen Comebacks unserer Geschäftstätigkeit. Auswirkungen von geopolitischen Entwicklungen sind als Begleiter hinzugekommen und die Digitalisierung und Klimakrise beeinflussen unser Handeln mehr und mehr. Es gilt weiterhin an (touristischen) Lösungen zu arbeiten – und das stets im Sinne unserer Gäste und Kund/innen.“

Martin Winkler

Vorsitzender des Vorstandes VERKEHRSBUERO



© Urlaub am Bauernhof Österreich

„Der Sommer 2022 war für die bäuerlichen Vermieter/innen nach den Unsicherheiten der Coronazeit eine dringend notwendige Saison der Erholung. Die vielen kurzfristigen Buchungen haben die Gastgeber jedoch belastet – hier werden sich mit steigender Nachfrage auch die Gäste wieder daran gewöhnen (müssen), frühzeitiger zu buchen. Bei der Wintersaison fehlt uns zum Vorcorona-Niveau noch einiges an Auslastung, aber wir sind optimistisch.“

Hans Embacher

Geschäftsführer Urlaub am Bauernhof Österreich

© Alpenverein/Freudenthaler



„Die Besucherzahlen auf den 437 Schutzhütten der alpinen Vereine Österreichs sind in 2022 nach zwei durchwachsenen Jahren deutlich angestiegen. Die nachhaltige Bewirtschaftung der Schutzhütten wird kontinuierlich weiterentwickelt und von den Gästen besonders geschätzt – lokal, regional & ökologisch.“

Gerald Dunkel-Schwarzenberger

Präsident Verband alpiner Vereine Österreichs



© Daniel Millonig

„Das Jahr 2022 brachte nach zweijähriger durchgehender COVID-19-Schließung der österreichischen Nachtgastronomie die sehnlichst erwartete Wiederöffnung von Clubs, Diskotheken und Bars. Damit ist der Kampf ums wirtschaftliche Überleben aber noch lange nicht beendet. Personalmangel, geändertes Gästeverhalten und wirtschaftliche Auswirkungen nehmen nach wie vor Einfluss auf die Situation der heimischen Nachtgastronomie.“

Stefan Ratzberger

Obmann des Verbandes Österreichischer Nachtgastronomen

# Schwerpunkte des BM**A**W



# „Plan T – Masterplan für Tourismus“ wird umgesetzt



Unter Berücksichtigung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimension verfolgt der Bund seit Jahren den Weg der nachhaltigen Entwicklung des Tourismussektors. Durch viele Initiativen soll gemeinsam mit allen Stakeholder/innen Österreich – wie im Plan T festgehalten – zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen weltweit werden. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeitet das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) an zahlreichen nationalen und internationalen Projekten und Themen, die an dieser Stelle exemplarisch dargestellt werden.

## **Grüner und digitaler Übergang im Tourismus auf internationaler Ebene**

Die Tourismuspolitik der Europäischen Union orientiert sich seit 2022 an zwei zentralen Dokumenten: dem Übergangspfad für Tourismus (*Tourism Transition Pathway – TTP*) und der Europäischen Agenda für Tourismus 2030, die am 1. Dezember 2022 als Schlussfolgerungen vom Rat der EU angenommen wurde. Ziel ist es, dass der Tourismus in den Mitgliedstaaten resilenter und grüner wird sowie digitale Potenziale besser genutzt werden. Die UN Welttourismusorganisation (UNWTO) und die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) verfolgen aus unterschiedlichen Blickwinkeln und mit unterschiedlichen Instrumenten ähnliche Ziele. Das BMAW bringt österreichische Expertise und Anliegen in den verschiedenen Gremien ein und ist Schnittstelle für Wissenstransfer, Vernetzung und Informationsaufbereitung zwischen der internationalen Ebene und österreichischen Stakeholder/innen.

## **Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung setzt**

### **Nachhaltigkeitsschwerpunkt**

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der Tourismus- und Freizeitwirtschaft profitieren bei der Umsetzung von Investitionsprojekten bereits seit vielen Jahren von dieser bundeseitigen Unterstützung, die eines der bedeutendsten Instrumente für die Tourismuspolitik darstellt. Im Frühjahr 2023 wurde die Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung abgeschlossen und die Zusammenarbeit mit der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank GmbH (OeHT) als Abwicklungsstelle auf neue Beine gestellt. Die gewerbliche Tourismusförderung umfasst auch künftig Unterstützungen in Form von Zinszuschüssen für geförderte Kredite, Zuschüssen sowie Haftungen. Inhaltliche Investitionsschwerpunkte sind dabei insbesondere Qualitätsverbesserungen, Betriebsgrößenoptimierungen sowie Betriebsübergaben, wobei insgesamt ein besonderer Fokus auf Nachhaltigkeit und Resilienz liegt. So wird das Zuschussinstrument künftig ausschließlich

als „Nachhaltigkeitsbonus“ für nachhaltige Investitionen in den Bereichen Ökologie, Beschäftigte/Regionen und Wirtschaft vergeben. Die gewerbliche Tourismusförderung des Bundes mit den genannten Förderungsinstrumenten soll spürbare Anreize für die nachhaltige Weiterentwicklung der Tourismusbranche setzen. Weitere Informationen zu den einzelnen Förderungsmöglichkeiten finden sich auf der Website der OeHT unter [www.oehht.at](http://www.oehht.at).

### **ESG Data Hub**

Die Bedeutung von Nachhaltigkeitskennzahlen für Unternehmen nimmt stetig zu. Dies gilt besonders für ihre Geschäftsbeziehungen zu Banken. Die Österreichische Kontrollbank AG (OeKB), die auch Mehrheitsgesellschafterin der OeHT ist, bietet mit dem „OeKB ESG Data Hub“ eine Plattform für Banken und Unternehmen zur einheitlichen, sektorenbezogenen Erhebung von ESG-Kennzahlen (Environment-Social-Governance) an. Die tourismusspezifischen Key Performance Indicators (KPIs) wurden gemeinsam mit Vertreter/innen der Tourismusbranche, der OeKB sowie der OeHT erarbeitet und im ersten Halbjahr 2023 im „OeKB ESG Data Hub“ implementiert. Die Kennzahlen werden darüber hinaus auch seit Anfang April 2023 im Zuge der Förderungseinreichung bei der OeHT erhoben. Weitere Informationen finden Sie unter [www.oekb-esgdatahub.com](http://www.oekb-esgdatahub.com).

### **Position der Österreich Werbung wird weiter ausgebaut**

Die Österreich Werbung (ÖW) wurde in den letzten drei Jahren neu ausgerichtet und unterstützt die Branche in drei strategischen Nutzenfeldern: Kommunikation, Kooperation und Innovation. In allen drei Feldern ist die Zusammenarbeit mit den Landestourismusorganisationen, den Regionen und den Betrieben essentiell, um „Urlaub in Österreich“ in die Welt zu tragen. Die Erhöhung des Mitgliedsbeitrags des Bundes und Sonderbudgets zur aktiven Krisenbewältigung bilden das notwendige Fundament. Die neue Nachhaltigkeitsstrategie der Österreich Werbung unterstützt Österreich auf dem Weg zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen der Welt. Mit Mai 2023 übernahm Astrid Steharnig-Staudinger die Geschäftsführung der Österreich Werbung mit dem Ziel, die Marke „Urlaub in Österreich“ noch sichtbarer und erlebbarer zu machen.

### **Österreichisches Umweltzeichen für Tourismusdestinationen und -betriebe wird verstärkt angenommen**

Ein Ziel des Plan T ist, das Österreichische Umweltzeichen im Tourismus durch einen maßgeschneiderten Zugang für Betriebe und Destinationen noch stärker zu etablieren. Der Startschuss für das neue Umweltzeichen für Tourismusdestinationen fiel 2019, die Veröffentlichung der Richtlinien für das neue Umweltzeichen 82 „Tourismusdestinationen“ erfolgte am 1. Jänner 2022, seither kann der Prozess zur Antragstellung begonnen werden. Die ersten Auszeichnungen stehen unmittelbar bevor. Das Umweltzeichen für Betriebe wird verstärkt beworben und angenommen.

## Forschungsprojekt „GoRegion“ und Pilotprojekt zu regionalem Informations- und Managementsystem

Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML) unterstützt das BMAW die sektorübergreifende Zusammenarbeit auf der regionalen Handlungsebene – mit besonderem Fokus auf Kooperation zwischen Tourismus und Regionalentwicklung. In diesem Zusammenhang lief 2022 das Forschungs- und Entwicklungsprojekt „GoRegion“, bei dem der Frage nachgegangen wurde, welche Gestaltungs- und Steuerungsrolle der Bund auf der regionalen Handlungsebene übernehmen könnte. Basierend auf den Ergebnissen wird in einem Umsetzungsprojekt ab Sommer 2023 der Aufbau und Betrieb eines regionalen Informations- und Managementsystems in zwei Tourismus-Pilotregionen getestet und die Erfahrungen werden österreichweit zur Verfügung gestellt.

## Nachhaltige Mobilität im Tourismus wird vorangetrieben

Um den Herausforderungen im Bereich der nachhaltigen Mobilität im Tourismus bestmöglich begegnen zu können, wurde 2013 eine interministerielle Arbeitsgruppe von den für Tourismus, Verkehr und Umwelt bzw. Klimaschutz zuständigen Bundesministerien eingerichtet. Der jährliche Tourismus-Mobilitätstag dient als Fach- und Netzwerkveranstaltung und fand 2022 bereits zum neunten Mal statt: Mehr als 130 Expert/innen tauschten sich zu Chancen und Herausforderungen von Tourismus und klimafreundlicher Mobilität aus. Fokus lag dabei auf innovativen Lösungen für die letzte Meile und die Mobilität vor Ort sowie auf zeitgemäßen Informationskanälen für Gäste. Ein laufender Austausch erfolgt bei der Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“, als Unterstützung dient zusätzlich die Broschüre „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil?“, welche 2022 in der fünften Auflage erschienen ist. Seit 2021 leitet Österreich (BMK/BMAW) die sektorübergreifende Partnerschaft zu „Sustainable Tourism Mobility“ im Rahmen von THE PEP der UNECE und erarbeitet mit einer Reihe anderer europäischer Staaten ein Toolkit für mögliche Maßnahmen auf nationaler Ebene.

## Tourismus ist Musterschüler im Energieverbrauch

Das Thema Energie beschäftigte die Tourismusbranche schon vor der Krise. Sie investiert seit Langem in erneuerbare Energiequellen, konnte bis 2020 ihren Anteil an erneuerbarer Energie in Gastronomie und Beherbergung auf 55% steigern und liegt damit weit über dem österreichischen Durchschnittswert von 34%. Berechnungen des Umweltbundesamtes (Oktober 2022) zeigen den Energieverbrauch im Tourismus, der mit 1,6% am Gesamtverbrauch doch deutlich unter den bisherigen Schätzungen liegt. Die wichtigsten Sofortmaßnahmen, aber auch einen Energie-Selbstcheck, passende Lösungen sowie Beratungs- und Finanzierungsmöglichkeiten für Gastronomie und Beherbergung bietet der Leitfaden „Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie“, welcher in Kooperation mit dem BMK, WKO und ÖHV im Herbst 2022 in der fünften Auflage herausgegeben wurde und online zur Verfügung steht.



Zum Leitfaden  
Energiemanagement  
in der Hotellerie  
und Gastronomie



### Online-Plattform „Tourismus und die SDGs“

Mit der 2019 gestarteten Plattform „Tourismus und die SDGs“ (Sustainable Development Goals) informiert das BMAW über die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und zeigt österreichische Initiativen und Projekte auf, die zur Umsetzung der 17 SDGs beitragen. Die Plattform bietet zudem Studierenden sowie Schüler/innen österreichischer Ausbildungseinrichtungen mit Tourismusschwerpunkt die Möglichkeit, ihre Forschungsarbeiten (Diplom-/Bachelor-/Masterarbeiten) zum Thema Nachhaltigkeit zu präsentieren. Die online verfügbaren Arbeiten behandeln aktuelle Themen wie Arbeiten im Tourismus, nachhaltige Mobilität, Resilienz, regionale Entwicklung, Green Marketing und viele mehr.

### Chancen und Potenziale für den Radtourismus in Österreich

Gemeinsam mit den Landestourismusorganisationen und der Österreich Werbung arbeitet das BMAW verstärkt an der Positionierung Österreichs als Urlaubsdestination für alle Radbegeisterten. Ein wichtiger Aspekt ist dabei, die Gastgeber/innen vor Ort – sei es Betrieb oder Region – über die Anforderungen an einen gelungenen Radurlaub in Österreich und die Wünsche der Gäste zu informieren. Ziel ist es, gemeinsam mit allen Stakeholder/innen das regionale und betriebliche Angebot in den österreichischen Tourismusdestinationen noch besser auf die Bedürfnisse unserer Radgäste auszurichten.

### Touristischer Arbeitsmarkt bleibt große Herausforderung

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist eine wachsende Branche mit steigendem Bedarf an qualifizierten Mitarbeiter/innen. Das BMAW reagierte auf diesen Bedarf und hat z.B. das Kontingent für Saisoniers im Jahr 2022 von 1.263 auf 2.989 und zu Beginn des Jahres 2023 noch einmal auf 3.389 erhöht. Zudem wurde die seit 1. Jänner 2022 geltende Stammsaisonier-Regelung mit 1. Oktober 2022 in ein flexibleres und dauerhaftes System überführt und die Rot-Weiß-Rot Karte „Stammmitarbeiter/innen“ für langjährig in Österreich beschäftigte Stammsaisoniers eingeführt.

### **Privatzimmervermietung – wichtiges Segment im heimischen Tourismus**

Die Privatzimmervermietung ist eine tragende Säule des Tourismus, deshalb wurde ein Prozess gestartet, um bestehende Rahmenbedingungen zu analysieren. Laut Statistik Austria gibt es in Österreich rund 43.000 private Unterkünfte (Sommersaison 2022), die sich nicht nur großer Beliebtheit bei Gästen aus aller Welt erfreuen, sondern auch die heimische Tourismusakzeptanz positiv beeinflussen. Die Privatzimmervermietung bietet außerdem einen einfachen Einstieg zur Arbeit im Tourismus und leistet dadurch einen wesentlichen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung von ländlichen Regionen. Zugleich spielen digitale Medien, insbesondere Buchungsplattformen, eine immer größere Rolle, Wünsche und Ansprüche der Gäste verändern sich, viele Gastgeber/innen beeindrucken mit einzigartigen Unterkünften und neuen Konzepten. All diese Angebote müssen aber auf rechtlich sicheren Beinen stehen. In einem breiten Prozess unter Einbeziehung aller relevanter Stakeholder/innen werden die bestehenden Rahmenbedingungen diskutiert und analysiert.



**Download**  
**Machbarkeitsstudie**  
**Digitales Gästebuch**

### **Digitales Gästebuch soll Meldevorgang vereinfachen**

Die verpflichtende Meldung von Gästen in Beherbergungsbetrieben erfolgt vielfach noch in Papierform. Derzeit wird die Einführung eines digitalen Systems geprüft, die eine Reihe von Vorteilen brächte. So könnte die Datenqualität der Tourismusstatistik verbessert werden, Daten wären in Echtzeit verfügbar, Gäste könnten sich rasch, einfach und ohne Wartezeit registrieren und bis zu 100 Mio. Meldevorgänge (An- und Abmeldungen) pro Jahr könnten vereinfacht und beschleunigt werden. Technische Aspekte, Datenschutz, Rechtsfragen sowie Kostenfragen für Errichtung und laufenden Betrieb etc. müssen umfassend geprüft werden. Eine erste Machbarkeitsstudie ist auf der Homepage des BMAsW verfügbar. Im nächsten Schritt soll an einem gemeinsamen Beherbergungsregister gearbeitet werden, das als Grundlage für den Aufbau des digitalen Gästebuches dient.

### **EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung über Online-Plattformen**

Parallel dazu startete die Europäische Kommission mit dem Vorschlag für eine Verordnung zur Kurzzeitvermietung über Online-Plattformen einen Gesetzgebungsprozess auf europäischer Ebene. Um die Transparenz zu stärken, sollen demnach Behörden, die Daten von Online-Plattformen nutzen wollen, eine Registrierungspflicht für Gastgeber/innen vorsehen. Das BMAsW koordiniert die österreichische Position. Dabei ist in Hinblick auf die unterschiedlichen Rechtslagen in den Mitgliedsstaaten ein möglichst breiter Spielraum für die Umsetzung anzustreben.

# Tourismusbilanz 2022



# Tourismusbilanz 2022

Nachfrage im  
Tourismus um  
drei Viertel  
höher als 2021

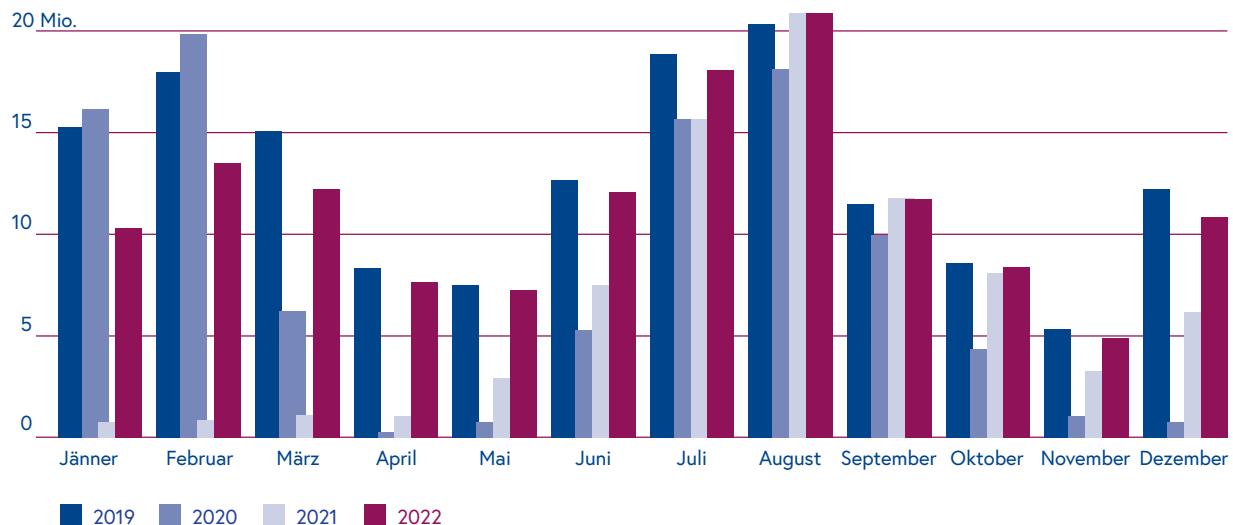
## Tourismusnachfrage 2022 deutlich wiedererstarkt

Nach den Lockdown-geprägten Pandemiejahren 2020 und 2021 liefen die meisten einschränkenden Maßnahmen in den ersten Monaten 2022 schrittweise aus, so dass sich die touristische Nachfrage im Jahresdurchschnitt stark erholte und mit insgesamt 136,9 Mio. Nächtigungen und 39,8 Mio. Gästeankünften um 72,1% bzw. 79,7% über den Vergleichswerten des Vorjahrs lag. Damit verringerte sich der Rückstand auf das Vorkrisenniveau von 2019 auf 10,3% (Nächtigungen) bzw. 17,8% (Ankünfte). Vor allem die internationalen Gäste kehrten 2022 verstärkt zurück – ihre Nächtigungsnachfrage verdoppelte sich gegenüber 2021 in etwa (-13,1% zu 2019) – aber auch der Binnentourismus legte im Vorjahresvergleich um ein knappes Drittel zu, womit beinahe schon wieder das Vorkrisenniveau erreicht wurde (-2,7%). Die Gewichtung der beiden Gätesegmente ähnelte mit 71,6% (Ausland) zu 28,4% (Inland) erstmals wieder dem präpandemischen Verhältnis (2019 73,8% zu 26,2%), nachdem 2021 der Binnennächtigungsanteil auf 37,2% angestiegen war.

Aus saisonaler Perspektive bestimmte insbesondere die starke Dynamik in den Sommermonaten (Ankünfte Ø +27,3%, Nächtigungen Ø +17,2% gegenüber Sommer 2021) das Jahresergebnis 2022: Von Mai bis Oktober wurden mit 24 Mio. Ankünften und 77,9 Mio. Nächtigungen 60,3% bzw. 56,9% des jährlichen Gesamtaufkommens erzielt. Der heimische Sommertourismus erholte sich damit im Vergleich zu 2019 beinahe vollständig (Ankünfte -6,2%, Übernachtungen -1,4%), bei inländischen Gästen wurden in der Saison 2022 sogar neue Höchstwerte verzeichnet (+2,1% bei Ankünften und +4,4% bei Nächtigungen zu den bisherigen Rekordmarken von 2019).

Zum Jahresende hin dürften wohl die gestiegenen Lebenshaltungskosten der Haushalte (u. a. Heizen), die zunehmende Teuerung auch bei touristischen Angeboten, sowie die generelle Tendenz, eher auf einen Urlaub im Winter als im Sommer zu verzichten, die Reiselust wieder etwas gedämpft haben (November und Dezember 2019/2022 Ø -10,2%).

### Nächtigungen in Österreich nach Monaten



Quelle: Statistik Austria

Österreich ist als kleine Tourismusdestination stärker von der internationalen Nachfrage geprägt (zu knapp drei Vierteln) als flächenmäßig große Länder mit höherer Binnenreiseintensität. Während der COVID-19-Pandemie kam dem inländischen Gästesegment infolge von internationalen Reisebeschränkungen und Sicherheitsbedenken bei Auslandsreisen jedoch eine weitaus größere Bedeutung zu als zu Nichtkrisenzeiten (32,3% (2020) bzw. 37,2% (2021) der Gesamtnächtigungen, 2019 26,2%). Auch im Jahr 2022 blieb der betreffende Anteil mit 28,4% (38,9 Mio. Nächtigungen) überdurchschnittlich hoch. Der insgesamt wichtigste Quellmarkt im heimischen Tourismus ist jedoch Deutschland mit zuletzt 53,4 Mio. Nächtigungen (2021/2022 +66,4%, 2019/2022 -5,8%) und 39% der Gesamtnachfrage (2019 37,1%) bzw. 54,5% (2019 50,3%) des internationalen Aufkommens. Über zwei Dritteln der Nächtigungen in Österreich stammten 2022 somit allein von zwei Märkten (Inland und Deutschland). Auf den weiteren Rängen folgten die Niederlande (2022 7,3% der bundesweiten Nächtigungen, 2019 6,8%), die Schweiz (2,7%, 2019 3,2%), die Tschechische Republik (2022 und 2019 jeweils 2,2%), Belgien (2,1%, 2019 1,9%) und das Vereinigte Königreich (1,9%, 2019 2,4%). Die Länder Italien, Polen und Ungarn belegten die Plätze 8 bis 10 (Marktanteil zusammen 2022 4,4%, 2019 4,7%). Von außerhalb Europas nächtigten 2022 Reisende aus den USA (1,5% der Gesamtnachfrage) und Israel (0,7%) am häufigsten in heimischen Beherbergungsbetrieben (2019 1,3% bzw. 0,5%).

Im Tourismusjahr 2021/22 (November 2021 bis Oktober 2022) standen in ca. 68.600 Beherbergungsbetrieben (ohne Campingplätze) in Österreich rund 1,15 Mio. Betten zur Verfügung. Im Vergleich zu 2020/21 bedeutet dies eine Steigerung der Kapazitäten um 1,2% (verfügbare Betten) bzw. 1,6% (Betriebe). Gegenüber dem letzten von der Pandemie gänzlich unbeeinflussten Tourismusjahr 2018/19 markierte das Beherbergungsangebot bei beiden Kenngrößen einen Zuwachs von jeweils 1,7%.

Inländische und deutsche Gäste sind für gut zwei Drittel der Nächtigungsnachfrage in Österreich 2022 verantwortlich

Beherbergungsangebot und Auslastung ähnlich hoch wie vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie

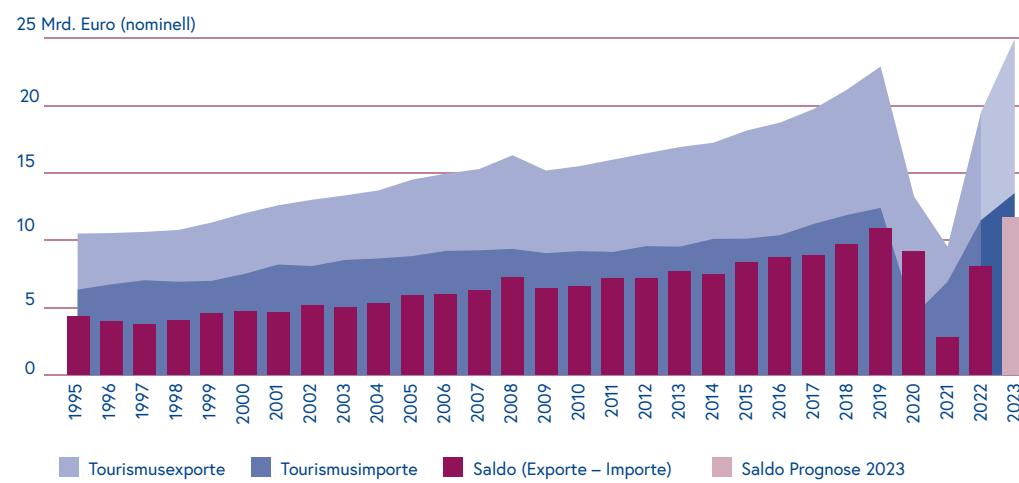
Auf Basis von Mengengrößen laut Beherbergungsstatistik (Ankünfte, Übernachtungen) finden nur entgeltliche Unterkünfte Berücksichtigung, während der Tagestourismus sowie unentgeltliche Aufenthalte bei Freunden und Verwandten und an Zweitwohnsitzen nicht erfasst werden. Auf monetärer Ebene werden diese wichtigen Parameter hingegen miteinbezogen – auf Basis der Reiseverkehrsbilanz jedoch nur für den internationalen Teil der Einnahmen (Exporte) und Ausgaben (Importe), der Binnentourismus ist daher nicht Teil dieser Betrachtung.

#### **Reiseverkehrsbilanz 2022: Überschuss mit +7,8 Mrd. Euro gegenüber 2021 verdreifacht**

Mit der schrittweisen Aufhebung pandemiebedingter Maßnahmen haben sich 2022 die nominellen Reiseverkehrseinnahmen Österreichs aus dem Ausland gegenüber dem Vorjahr mit 20,5 Mrd. Euro mehr als verdoppelt (+110,5 %, -11,6 % gegenüber 2019). Die Ausgaben von Inländer/innen im Zuge internationaler Reisen zogen bereits das zweite Jahr in Folge kräftig an (2022 +79,9 %, nach +55,1 % 2021) und erreichten zuletzt 12,6 Mrd. Euro, damit wurde das Vorkrisenniveau um 0,8 % übertroffen. Der Saldo lag mit nominell +7,8 Mrd. Euro 2022 um knapp das Dreifache höher als 2021, auf den Höchstwert von 2019 fehlte aber noch gut ein Viertel. Auch 2023 dürfte sich die stärkere Dynamik bei den Exporten fortsetzen und der Saldo – auch aufgrund des Preisauftriebs – eine neue Rekordmarke von nominell 11,4 Mrd. Euro erreichen.

In realer Rechnung stiegen die Tourismusexporte 2022 im Jahresabstand um 89,4 % und die Reiseverkehrsimporte um 65,6 %. Der Rückstand zu den preisbereinigten Volumina von 2019 lag damit noch bei rund einem Viertel (Einnahmen) bzw. knapp einem Zehntel (Ausgaben).

#### **Reiseverkehrsbilanz Österreichs**



Quelle: OeNB, Statistik Austria, WIFO;  
WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Einschließlich internationaler Personentransport;  
2023: Prognose (Stand März 2023)

### Tourismus-Satellitenkonto für Österreich (TSA)

Die in der Reiseverkehrsbilanz nicht abgebildeten Einnahmen von inländischen Tages- und Nächtigungsgästen sind den von Statistik Austria und WIFO auf Basis international akkordierter Methodik erstellten Tourismus-Satellitenkonten für Österreich zu entnehmen (UN, 2010).

Das TSA zum aktuellen Berichtsjahr 2021 wurde im Zuge der vorliegenden Studie neu erstellt sowie die Vergleichswerte zurückliegender Jahre auf entsprechender Datenbasis revidiert.

Laut Tourismus-Satellitenkonto für Österreich erreichte der touristische Gesamtkonsum von in- und ausländischen Gästen 2021 ein nominelles Volumen von 19,2 Mrd. Euro (–9,7% gegenüber 2020, –49,3% zu 2019), wovon der internationale Reiseverkehr 42%, der Binnentourismus 55% und die imputierten Mieten für Aufenthalte in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen 3% ausmachten. 2022 dürften die nominellen Umsätze im heimischen Tourismus laut aktuellen Schätzungen des WIFO um ca. 87% auf 35,9 Mrd. Euro gestiegen und damit nur noch um 5,3% unter dem Vorkrisenniveau von 2019 verblieben sein. Die deutliche Dynamik ist jedoch auch der überdurchschnittlich starken Teuerung im vergangenen Jahr geschuldet.

**19,2 Mrd. Euro  
touristischer  
Konsum 2021 –  
ein Zehntel unter  
Vorjahresniveau,  
Halbierung im  
Vergleich zu 2019**

Das TSA-Konzept berücksichtigt nur die direkt zwischen (end)verbrauchender und produzierender Seite entstandenen Umsätze. Daher können auf dieser Basis auch nur die unmittelbar generierten (= direkten) Wertschöpfungseffekte ermittelt werden. Diesbezüglich entstammten dem touristischen Gesamtkonsum (Urlaubs- und Geschäftsreisen in- und ausländischer Gäste) in Österreich im aktuellen Berichtsjahr 2021 nominell 10,2 Mrd. Euro an direkter Wertschöpfung, um 12,7% weniger als im ersten Pandemiejahr 2020 (2019/2021 –53,3%). Der rechnerische Anteil am BIP sank damit neuerlich ab (auf 2,5%, nach 3,1% 2020 und 5,5% 2019). 2022 dürften sich die unmittelbaren Effekte des heimischen Urlaubs- und Geschäftstourismus mit 20 Mrd. Euro gegenüber 2021 beinahe verdoppelt haben (+94,8%, –9% zu 2019), der Anteil an der gesamten Wirtschaftsleistung wird auf 4,5% geschätzt.

**Touristische  
Wertschöpfung:  
10,2 Mrd. Euro  
direkte Effekte –  
14,6 Mrd. Euro  
inklusive indirekter  
Effekte**

Zur Abschätzung der durch die Tourismusnachfrage in vorgelagerten Bereichen ausgelösten indirekten Wirkungen wurde das vom WIFO entwickelte regionale Simulationsmodell ASCANIO herangezogen, da diese nicht wie die direkten Effekte gemessen werden können. Dem Modell liegen unter anderem sektorale Lieferverflechtungen sowie eine tourismusrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der Konsumstatistik laut VGR zugrunde.

Die modellhaft abgeschätzte Gesamtwertschöpfung des Urlaubs- und Geschäftstourismus in Österreich belief sich 2021 auf nominell 14,6 Mrd. Euro (–11,8% im Vorjahresvergleich, –51,9% zu 2019). Der in Relation zur gesamtwirtschaftlichen Dynamik über-

durchschnittlich starke Einbruch des Sektors aufgrund der ausgeprägten Betroffenheit infolge der COVID-19-Pandemie bedingte eine weitere Absenkung des BIP-Beitrags auf 3,6% (2020 4,3%, 2019 7,6%). Mit der deutlichen Belebung des Tourismuskonsums dürfte laut Schätzung 2022 auch die direkte und indirekte Wertschöpfung um 92% auf gut 27,9 Mrd. Euro sowie die gesamtwirtschaftliche Bedeutung auf 6,2% gestiegen sein. Die Tabelle zur volkswirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in Österreich siehe Seite 31.

**3,1% unmittelbar in tourismustypischen Industrien erwerbstätig, 4,9 % der Gesamtbeschäftigung direkt und indirekt auf Tourismusnachfrage zurückzuführen**

#### TSA-Beschäftigungsmodul für Österreich

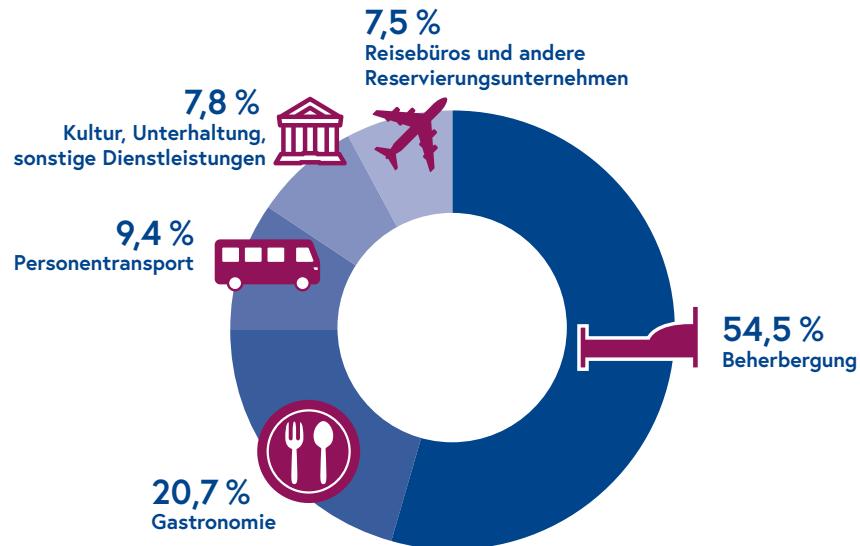
Im Krisenjahr 2021 bestanden in charakteristischen Tourismusbereichen rund 153.400 Beschäftigungsverhältnisse (BVH; -9,2% zum Vorjahr, 2019/2021 -39,9%) oder ca. 123.400 Vollzeitäquivalente (VZÄ; -12,5%, 2019/2021 -38,7%). An den insgesamt Erwerbstätigen machten diese 3,2% (BVH) bzw. 3,1% (VZÄ) aus (2020 jeweils 3,6%), 2019 lagen die Vergleichswerte bei 5,3% der Jobs und 5,1% der Vollzeitstellen.

Von den direkt im Tourismus Selbst- und Unselbstständigen auf Vollzeitäquivalent-Basis entfielen 2021 trotz Lockdowns erneut rund drei Viertel (75,3%, 2020 revidiert 74,1%) auf die Kernbereiche Beherbergung und Gastronomie (im Verhältnis 72,5% : 27,5%) – die Kurzarbeitsregelung wirkte hier stark stabilisierend. Der Personentransport (inklusive Transportmittelvermietung) nahm 2021 9,4% der Tourismusbeschäftigung (VZÄ) ein (2020 10,3%), der Kultur- und Unterhaltungsbereich erneut 7,8%. Auf die Reisebüros entfielen 7,5% (2020 7,8%).

Zur österreichweiten Gesamtbeschäftigung trug die Tourismuwirtschaft damit zuletzt 4,9% bei (2020 5,6%, 2019 8,3%), 2022 dürften es 7,8% aller Erwerbstätigen gewesen sein (313.200 direkte und indirekte VZÄ, +63,1% gegenüber 2021, 2019/2022 -4,5%).

---

#### Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2021 Anteile in % (auf Basis von Vollzeitäquivalenten)



Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«

Im Unterschied zur Bruttowertschöpfung des Tourismus, wo die direkten Effekte auch Bereiche wie die Sportartikelindustrie oder die Landwirtschaft miteinschließen, ist die tourismusspezifische Abgrenzung der Beschäftigung in charakteristischen Industrien enger gefasst und daher nicht mit der monetären Komponente vergleich- bzw. verknüpfbar (z. B. im Hinblick auf die Ermittlung von Produktivitäten).

Der Tourismuskonsum bewirkt neben der unmittelbaren Beschäftigung in den typischen Branchen auch Arbeitskräftebedarf in allen anderen Wirtschaftszweigen (Erbringung von Vorleistungen). Die diesbezüglichen direkten und indirekten Effekte beliefen sich laut Modellrechnung des WIFO mittels ASCANIO 2021 auf ca. 192.000 Vollzeitstellen (–12,6 %, 2019/2021 –41,5 %) oder 4,9 % der nationalen Gesamtbeschäftigung (auf Vollzeitäquivalent-Basis; 2020 5,6 %, 2019 8,3 %). Achtung: *diese Zahlen decken sich nicht mit den monatlichen Arbeitsmarktdaten des BMAW, da andere Berechnungsmethode.*

### **Freizeitwirtschaft**

Das Volumen der Freizeitwirtschaft wird durch die Aufwendungen privater Haushalte für Güter und Aktivitäten bestimmt, die weder touristischen, beruflichen, noch regelmäßig notwendigen Zwecken dienen. In Abgrenzung zum touristischen Geschehen spielen zudem die räumliche Entfernung vom Wohnort sowie die Häufigkeit des Besuches bestimmter Orte eine Rolle (als freizeitrelevant gilt die »gewohnte« Umgebung, die auch weiter entfernte Orte miteinschließt, wenn diese regelmäßig frequentiert werden). Besuche von Zweitwohnsitzen und Wochenendhäusern werden jedoch immer dem Tourismus zugerechnet.

**39,3 Mrd. Euro  
freizeitrelevanter  
Konsum**

Die Freizeitwirtschaft in dieser spezifischen Definition kann keinen bestehende Datenquellen entnommen werden, sondern bedarf des vom WIFO eigens entwickelten Schätzkonzeptes, dem die VGR-Konsumstatistik, Erhebungen zur Konsumstruktur der inländischen Bevölkerung, Studien zur Zeitverwendung aus Österreich und Deutschland sowie eigene fundierte Annahmen zugrunde liegen.

Aktuelle Berechnungen auf dieser konzeptionellen Basis erbrachten für das Pandemiejahr 2021 freizeitrelevante Konsumaufwendungen der Österreicher/innen von nominell 39,3 Mrd. Euro. Dies bedeutete im Vergleich zum ersten Krisenjahr 2020 nicht nur eine Erholung auf Basis laufender Preise (+6,2 %), sondern auch in realer Rechnung (+3,3 %; bei einer Teuerung (VPI) von 2,8 %). 2022 wurden für Freizeitzwecke bundesweit schätzungsweise nominell 45,2 Mrd. Euro umgesetzt (+15,1 %, real +6,1 %), damit lag das Volumen zu laufenden Preisen um 7,7 % über dem Vergleichswert von 2019, real ergab sich noch ein leichter Rückstand von 4,8 %.

Wertschöpfungseffekte der nicht-touristischen Freizeitwirtschaft lassen sich mithilfe des WIFO-I/O-Modells ASCANIO auf Basis der Umsatzgröße, der entsprechenden sektoralen Lieferverflechtungen sowie einer freizeitrelevanten Bewertung der Güterstruktur auf

Basis der VGR-Konsumstatistik abschätzen. Laut dieser Modellrechnung resultierten aus der freizeitrelevanten Konsumnachfrage der österreichischen Bevölkerung 2021 direkte Wertschöpfungseffekte von nominell 19,4 Mrd. Euro (+4,8 % zum Vorjahr), der rechnerische Anteil am BIP betrug 4,8 % (2020 4,9 %, 2019 5,6 %). Für 2022 wird die unmittelbar der Freizeitwirtschaft zuschreibbare Wertschöpfung auf 23,1 Mrd. Euro geschätzt (+19,2 %, 2019/2022 +4,1 %), der BIP-Anteil auf 5,2 %.

### Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeitwirtschaft

Direkte Wertschöpfung	2018 (revidiert)	2019 (revidiert)	2020 (revidiert)	2021 (vorläufig)	2022 (Schätzung)
Mio. Euro, nominell	22.078	22.193	18.504	19.395	23.111
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+0,5	-16,6	+4,8	+19,2
<b>Anteil am BIP in %</b>	<b>5,7</b>	<b>5,6</b>	<b>4,9</b>	<b>4,8</b>	<b>5,2</b>

Direkte und indirekte Wertschöpfung	2018 (revidiert)	2019 (revidiert)	2020 (revidiert)	2021 (vorläufig)	2022 (Schätzung)
Mio. Euro, nominell	29.308	29.348	24.946	26.116	30.831
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+0,1	-15,0	+4,7	+18,1
<b>Beitrag zum BIP in %</b>	<b>7,6</b>	<b>7,4</b>	<b>6,5</b>	<b>6,4</b>	<b>6,9</b>

Quelle: Berechnungen mittels Input-Output-Modell des WIFO (ASCANIO)

Die direkt und indirekt durch den Freizeitkonsum der Österreicher/innen generierte Wertschöpfung belief sich laut WIFO-Modell 2021 auf nominell 26,1 Mrd. Euro (+4,8 % zum Vorjahr, -12,6 % gegenüber 2019), damit zeichnete die Freizeitwirtschaft für 6,4 % des BIP verantwortlich (nach 6,5 % 2020 und 7,4 % 2019). 2022 dürfte der Sektor mit einem Gesamtwertschöpfungsvolumen von 30,8 Mrd. Euro weiter an Bedeutung gewonnen haben (BIP-Beitrag 6,9 %; zu laufenden Preisen).

**5,7 % der Erwerbstätigen direkt der Freizeitwirtschaft zurechenbar**

Der Freizeitkonsum der heimischen Bevölkerung wirkt sich auch auf den Arbeitsmarkt aus. Die diesbezüglichen Effekte wurden im Rahmen der vorliegenden Studie ebenfalls mit dem WIFO-Modell ASCANIO abgeschätzt. Für 2021 ergaben diese Berechnungen eine unmittelbar mit freizeitrelevanten Aufwendungen zusammenhängende (selbst- und unselbstständige) Beschäftigung von 226.700 Vollzeitäquivalenten (+2,4 % zum Vorjahr, -1,9 % gegenüber 2019), das entspricht – wie 2020 – einem Anteil an den Erwerbstätigen insgesamt von 5,7 % (2019 5,8 %). Zusammen mit den Beschäftigungswirkungen in vorgelagerten Bereichen waren der Freizeitwirtschaft 2021 direkt und indirekt ca. 294.000 (Vollzeit-)Arbeitsplätze zurechenbar (+1,4 %, 2019/2021 -3,9 %). Infolge des gestiegenen Konsums nach Freizeitgütern und -aktivitäten nahmen 2022 auch die Beschäftigungswirkungen des Sektors zu, nämlich direkt um schätzungsweise 10 % auf 249.400 VZÄ (Erwerbstätigen-Anteil 6,2 %) bzw. direkt und indirekt um 12,2 % auf ca. 330.000 VZÄ (Beitrag zur Gesamtbeschäftigung 8,2 %).

## Tourismus in Europa und Position Österreichs

In den Krisenjahren 2020 und 2021 kumulierte sich die nominellen Einnahmenverluste auf ausländischen Quellmärkten seit 2019 in Österreich auf 56,8%, im europäischen Mittel (32 Länder: EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich) auf 43,5% (auf US-Dollar-Basis). Im Vergleich zum Vorjahr verdoppelte sich 2022 das Exportvolumen jeweils in etwa (Österreich +105,8%, Europa Ø +91,3%). Damit blieben die heimischen Einnahmen im internationalen Reiseverkehr noch 11,1% unter der Marke von 2019, während die 32 Länder in Summe bereits um 8% mehr umsetzen. Österreich wies 2022 mit 3,5% der nominellen europäischen Tourismusexporte zwar noch immer einen relativ niedrigen Marktanteil aus, belegte aber immerhin bereits Platz 8, nachdem 2021 die bisher schwächste Position mit 3,2% (Rang 12) belegt worden war. Vor der Krise stellte der heimische internationale Tourismus 4,2% des europäischen Volumens und nahm Platz 7 ein. In realer Rechnung lag der Marktanteil Österreichs 2022 mit 3,1% (+0,2 Prozentpunkte gegenüber 2021) auf Rang 9 und damit ebenso deutlich unter der präpandemischen Marke (2019 4%, Platz 7).

**Tourismusexporte  
Österreichs 2022 im  
Vorjahresvergleich  
mehr als verdoppelt**

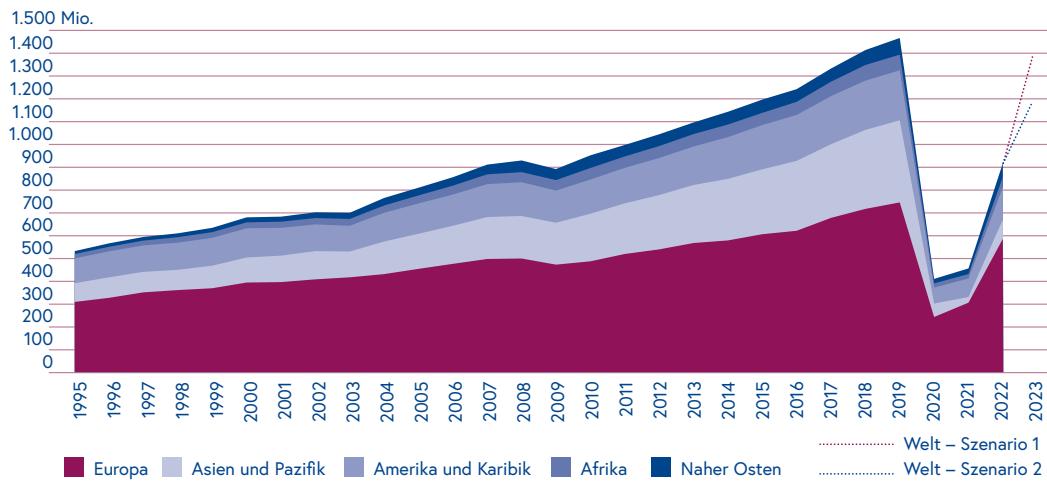
Unter den drei bedeutendsten Destinationen im internationalen europäischen Tourismus nahm 2022 erstmals das Vereinigte Königreich mit 15,5% der nominellen Einnahmen die Spitzenposition ein (nach Rang 3 mit 10,8% 2021), Spanien verteidigte im Vorjahresvergleich mit einem Gewicht von 15,1% Platz 2 (2021 11,2%), während Frankreich mit einem Marktanteil von 11,3% aus der Führungsrolle 2021 (13,3%) auf Rang 3 zurückfiel. Gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019 konnten 2022 acht Destinationen ihre Position am Gesamtvolume der nominellen Tourismusexporte von 32 Ländern in Europa ausbauen, allen voran das Vereinigte Königreich (+4,7 Prozentpunkte) und die Türkei (+1,4 Prozentpunkte). Portugal und Spanien gewannen jeweils rund 0,5 Prozentpunkte hinzu, Dänemark und Kroatien je 0,2 Prozentpunkte sowie Rumänien und Schweden jeweils rund 0,1 Prozentpunkte. Die größten Marktanteilsverluste 2019/2022 verzeichneten Deutschland (-2 Prozentpunkte), Italien und Österreich (-0,9 bzw. -0,8 Prozentpunkte). Die Positionsverluste Ungarns, der Niederlande, der Slowakei, Frankreichs, Griechenlands, Belgiens und Luxemburgs, der Tschechischen Republik sowie der Schweiz beliefen sich auf 0,3 bis 0,5 Prozentpunkte.

## Tourismus weltweit – Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste

Nach dem drastischen Nachfrageeinbruch in den Pandemiejahren 2020 und 2021 zog die internationale Reisetätigkeit 2022 rasch wieder an (Ankünfte +101,6% zum Vorjahr), insbesondere in Asien und dem pazifischen Raum (+241%). Im Nahen Osten und in Europa wurden 2022 bereits wieder 82,4% bzw. 78,6% des präpandemischen Niveaus von 2019 erreicht, in Asien dagegen erst knapp ein Viertel. Die Destinationen Amerika (einschließlich Karibik) und Afrika wiesen mit jeweils rund -35% eine ähnliche Dynamik 2019/2022 bei internationalen Ankünften wie im globalen Schnitt auf (-37,4%). 2023 soll das weltweite Nachfragevolumen bei Ankünften aus dem Ausland laut UNWTO bei 80% bis 95% von 2019 liegen.

**Weltweite Nachfrage  
ausländischer Gäste  
2022 mit 917 Mio.  
Ankünften auf 63%  
des Vorkrisenniveaus  
und doppelt so hoch  
wie 2021**

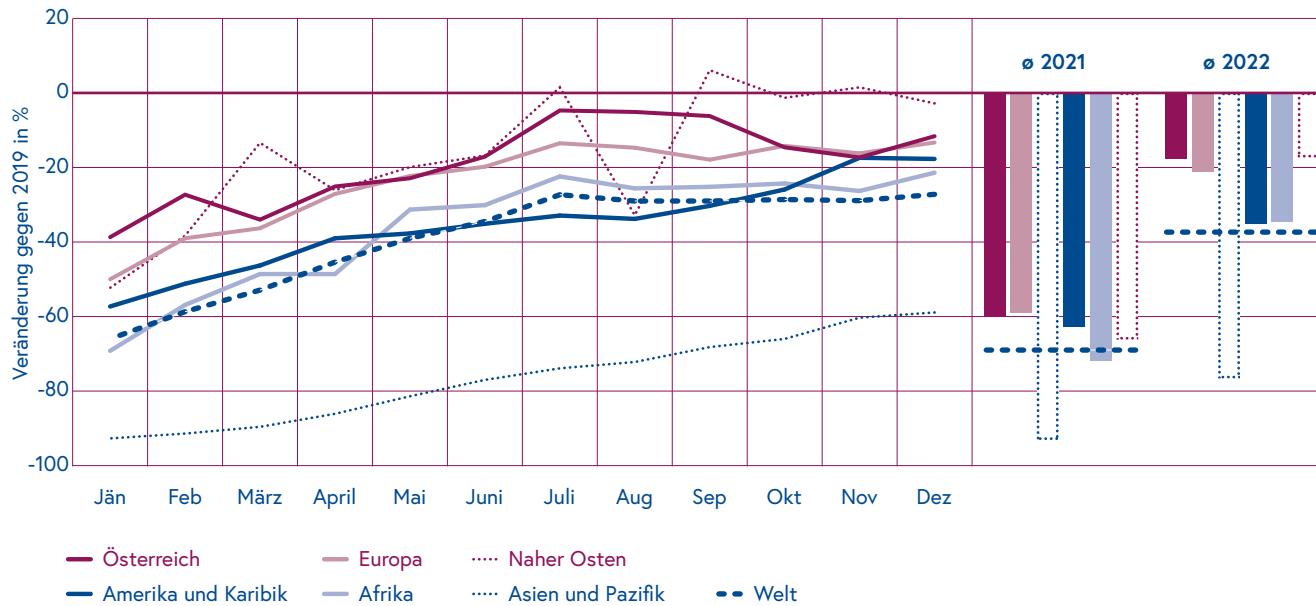
### Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste nach Weltregionen



Quelle: UNWTO. 2020 und 2021: vorläufige Werte, 2023: Prognose

64 % der globalen Ankünfte ausländischer Gäste entfielen 2022 auf europäische Zielländer, davon 4,5 % auf Österreich. Dabei wiesen die internationalen Quellmärkte im heimischen Tourismus eine stärkere Dynamik 2019/2022 als im kontinentalen Schnitt auf (-17,8 %, Europa -21,4 %), vor allem aber im wichtigen Sommerquartal (-5,2 % zu Ø -15,2 %). Amerika holte hingegen erst im letzten Jahresviertel deutlich auf (2019/2022 -21,1 %). Ein auffällig sprunghaftes Muster in der monatlichen Entwicklung der internationalen Ankünfte 2022 zu 2019 wies unter den fünf Weltregionen nur der Nahe Osten auf (kräftige Peaks nach oben im März, Juli und September, starker Einbruch im August), wo das Jahresergebnis mit -17,4 % letztlich jenem Österreichs ähnelte.

### Unterjährige Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste 2022



Quelle: UNWTO. Vorläufige Werte

## Ausblick 2023

Trotz herausfordender wirtschaftlicher Rahmenbedingungen (russischer Angriffskrieg, anhaltende Inflation), die mit sinkenden Realeinkommen einhergehen, wird kein neuerlicher Rückgang der touristischen Nachfrage erwartet. Laut Umfragen bleibt die Reiselust ungebrochen, auch wenn die Haushalte auf die gestiegenen Preise für lebensnotwendige, aber auch touristische Güter mit einem veränderten Urlaubsverhalten reagieren. Demnach verschiebt sich die Nachfrage stärker in die (günstigeren) Nebensaisonen und es ist eine Verringerung der Reisedauer und des Urlaubsbudgets zu beobachten. Dabei geben die Befragten ebenfalls an, bei Nebenausgaben in der Gastronomie und im Handel zu sparen. Die Tourismusumsätze und die daraus resultierende Wertschöpfung könnten somit stärker von den bestehenden Problemfeldern beeinträchtigt werden als das mengenmäßige Reisevolumen (gemessen an den Gästeankünften und Nächtigungen). Zudem sind die Herkunftsmärkte durch unterschiedliche nationale Teuerungsraten unterschiedlich stark von den herrschenden wirtschaftlichen Unsicherheiten betroffen.

Laut rezenter Branchenumfragen zum Reiseverhalten ist der Ausblick für das Jahr 2023 durchwegs positiv: die Unternehmen gehen nicht nur von einer allmählichen Rückkehr zur präpandemischen Normalität aus, sondern rechnen auch damit, dass bei der Urlaubsentcheidung vermehrt auf Qualität und Serviceniveau geachtet wird. Dabei spielen immer häufiger auch Nachhaltigkeitskriterien eine Rolle.

Für die Sommersaison wird dank einer verstärkten internationalen Nachfrage im Vergleich zu Mai bis Oktober 2019 (+1,7%, +5,7% gegenüber Sommer 2022) ein insgesamt leicht gesteigertes Volumen erwartet (+0,3%, +1,7% zum Vorjahr), während das Nächtigungsniveau des in den Sommern 2021 und 2022 boomenden Binnentourismus in der Saison 2023 um 3,1% schwächer als 2019 ausfallen dürfte (-7,2% gegenüber dem Saisonhöchstwert 2022). Insbesondere die Sommerhauptmonate Juli bis September würden mit einer insgesamt überdurchschnittlichen Dynamik von schätzungsweise +0,7% im Vergleich zum III. Quartal 2019 und rund einem Drittel des Jahresaufkommens einen wesentlichen Beitrag zur Nächtigungsbilanz 2023 leisten, wobei vor allem die verstärkte Wiederkehr Fernreisender zu diesem Ergebnis beiträgt. Gegen Jahresende sowie im gesamten Kalenderjahr 2023 dürfte die Nachfrage erstmals seit Ausbruch der Pandemie beinahe wieder die Werte von 2019 erreichen (November und Dezember Ø -0,4%, jeweils +11% zum Vorjahr) und sich die geschätzt 151,4 Mio. Jahresnächtigungen auch wieder im gewohnten Verhältnis von 1 : 3 auf in- und ausländische Gäste verteilen (laut WIFO-Nächtigungsszenario, Stand 20.04.2023).

Mit der wiedererstarkten Nachfrage im österreichischen Tourismus wächst auf der Angebotsseite der Personalsdruck – der bereits vorherrschende Fachkräftemangel wird sich demnach noch verstärken. In der zweiten Jahreshälfte 2022 bestanden in Beherbergung und Gastronomie erstmals mehr Beschäftigungsverhältnisse als vor Ausbruch der

Pandemie (knapp 223.000, +0,4% gegenüber Juli bis Dezember 2019). Der Aufschwung am touristischen Arbeitsmarkt in diesem Zeitraum war zudem allein dem Unterkunfts- bereich zuzurechnen (2. Halbjahr 2019/2022 +3,1%), in der Gastronomie fehlten hingegen noch 1,7% auf den präpandemischen Vergleichswert. Trotz der steigenden Beschäftigung ist die Tourismusbranche mit einem noch höheren Arbeits- und Fachkräftebedarf konfrontiert. Es ist zu vermuten, dass die Entwicklung des Arbeitsvolumens (also der geleisteten Arbeitsstunden aller Beschäftigten) mit dem Wachstum an Arbeitsstellen nicht Schritt halten konnte und somit die durchschnittliche Arbeitszeit pro Beschäftigungsverhältnis gesunken ist. Zudem ging die Zahl der Arbeitslosen in Beherbergung und Gastronomie im Jahresdurchschnitt 2022 auf gut 29.300 zurück (–35,6% gegenüber 2021 und –19,7% im Vergleich zu 2019) – ein seit 2008 unerreichter Tiefststand. Im nationalen Durchschnitt gab es in Beherbergung und Gastronomie damit im Kalenderjahr 2022 um ein Fünftel weniger Arbeitsuchende als 2019.

Es wird erwartet, dass sich diese Entwicklung am touristischen Arbeitsmarkt sowohl 2023 als auch in den Folgejahren noch weiterzieht und zu einer weiteren Anspannung führen könnte, wenn Unternehmen nicht rechtzeitig gegensteuern. Dabei gilt es, frühstmöglich in der Ausbildung anzusetzen, langfristige Perspektiven zu schaffen, das Beschäftigungs ausmaß des bestehenden Personals durch geeignete Initiativen zu erhöhen und die Arbeitsbedingungen der Branche für Frauen und ältere Arbeitskräfte zu attraktivieren.

# Indikatoren



# Zukunftsgerichtetes Indikatorensystem

Im Plan T – Masterplan für Tourismus ist die Erarbeitung eines neuen zukunftsgerichteten Indikatorensystems verankert, welches alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit abbilden und somit eine gesamthaftre Betrachtung der Entwicklung des Tourismus ermöglichen soll. Dieses neue Indikatorensystem wurde erstmals im Tourismusbericht 2019 veröffentlicht und bildet auch die Struktur für den nun vorliegenden Bericht.

Der Fokus liegt dabei weiterhin auf dem Tourismus-Satellitenkonto (TSA). Mit diesem wird die Wertschöpfung errechnet und die monetäre Größenordnung der Tourismuswirtschaft sichtbar. Das TSA bildet nicht nur den Nächtigungstourismus, sondern auch den Tages-tourismus ab und zeigt die Verflechtung des Tourismus mit anderen Wirtschaftssektoren. Basierend auf TSA-Berechnungen können die Gesamtausgaben auf verschiedene Kategorien aufgeteilt werden, was die Vielschichtigkeit der Verbundwirtschaft Tourismus verdeutlicht. Aufgrund der Datenbasis kann das TSA nur mit einem Jahr Verzögerung berechnet werden. In diesem Bericht werden auch TSA-Schätzungen für das Jahr 2022 verwendet.

Daneben gibt es in jeder der drei Dimensionen wieder folgende Auswahl an Indikatoren, die die Entwicklung der Branche in diesem Bereich abbilden:

- **Wirtschaftliche Indikatoren:** Volkswirtschaftliche Bedeutung, Preisliche Wettbewerbsfähigkeit, Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus, RevPAR – Revenue Per Available Room, Fiktive Entschuldungsdauer, Ankünfte, Nächtigungen, Aufenthaltsdauer
- **Ökologische Indikatoren:** Energiemix, Anteil erneuerbarer Energieträger, Energieverbrauch pro Nächtigung, Österreichisches Umweltzeichen
- **Soziokulturelle Indikatoren:** Beschäftigung, Gästezufriedenheit, Tourismusakzeptanz

Im Kern bleibt dieses Indikatorensystem auch zukünftig erhalten, wurde aber heuer zum Beispiel durch die Indikatoren Österreichisches Umweltzeichen und Preisliche Wettbewerbsfähigkeit ergänzt.

Im Anschluss an dieses Kapitel finden sich wieder Berichte der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank sowie der Österreich Werbung als zentrale Institutionen der Tourismuspolitik auf Bundesebene.

# Volkswirtschaftliche Bedeutung

Indikator:

6,2 %

Beitrag zum BIP

Nach Schätzungen auf Basis des Konzeptes des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich dürften die Tourismausgaben der in- und ausländischen Gäste in Österreich 2022 um ca. 87% auf 35,9 Mrd. Euro gestiegen sein und liegen damit nur noch um 5,3% unter dem Vorkrisenniveau von 2019. Die resultierenden direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte beliefen sich auf 27,9 Mrd. Euro (+92%) und deren Beitrag zum BIP betrug 6,2%.

## Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich

Direkte Wertschöpfung <sup>1)</sup>	2018 (endgültig)	2019 (endgültig)	2020 (revidiert)	2021 (vorläufig)	2022 (Schätzung)
Mio. Euro, nominell	20.710	21.895	11.711	10.229	19.929
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+5,7	-46,5	-12,7	+94,8
<b>Anteil am BIP in %</b>	<b>5,4</b>	<b>5,5</b>	<b>3,1</b>	<b>2,5</b>	<b>4,5</b>
Direkte und indirekte Wertschöpfung <sup>1)</sup>	2018 (endgültig)	2019 (endgültig)	2020 (revidiert)	2021 (vorläufig)	2022 (Schätzung)
Mio. Euro, nominell	28.490	30.280	16.513	14.559	27.947
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+6,3	-45,5	-11,8	+92,0
<b>Beitrag zum BIP in %</b>	<b>7,4</b>	<b>7,6</b>	<b>4,3</b>	<b>3,6</b>	<b>6,2</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«; Urlaubs- und Geschäftsreisen. – 1) Berechnungen mittels Input-Output-Modell des WIFO (ASCANIO)

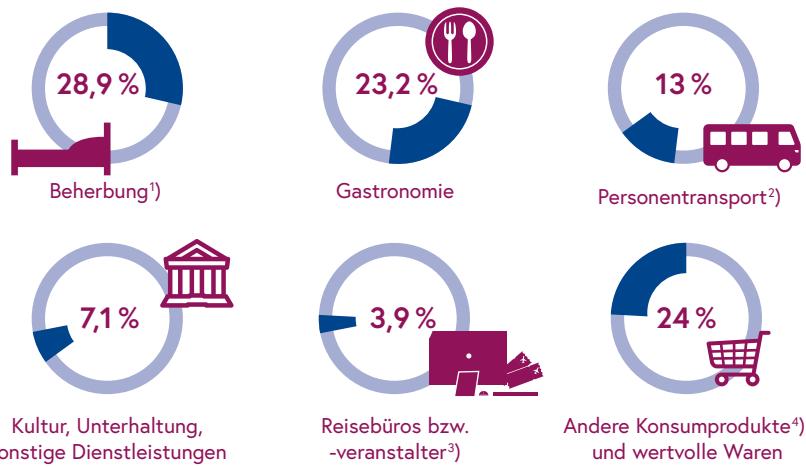
## Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich

Touristische Nachfrage nominell, in Mio. Euro	2018 (endgültig)	2019 (endgültig)	2020 (revidiert)	2021 (vorläufig)	2022 (Schätzung)
Ausgaben ausländischer Gäste	20.001	20.778	11.760	8.062	18.140
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	16.725	17.281	10.075	6.247	15.235
Tagesreisende	3.276	3.497	1.685	1.815	2.904
Ausgaben inländischer Gäste	15.549	16.880	9.148	10.561	17.334
Urlaubsreisende	13.471	14.771	8.063	9.438	15.268
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	10.103	11.222	5.968	6.848	11.642
Tagesreisende	3.369	3.549	2.094	2.590	3.626
Geschäftsreisende	2.077	2.109	1.085	1.122	2.066
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	1.338	1.408	646	652	1.336
Tagesreisende	739	701	439	471	729
Imputierte Mieten für Wochenendhäuser und Zweitwohnungen	225	228	358	579	415
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>35.775</b>	<b>37.886</b>	<b>21.265</b>	<b>19.202</b>	<b>35.889</b>

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«. Urlaubs- und Geschäftsreisen. – 1) Hierzu zählen alle Ausgaben, die im Rahmen von Nächtigungen in entgeltlichen Unterkünften laut amtlicher Nächtigungsstatistik, Nächtigungen bei Bekannten und Verwandten, auf Festivals, in Unterkünften der Kurzzeitvermietung (z. B. AirBnB) getätigten werden, sowie weiters auch alle Ausgaben von Personen, die zu touristischen Zwecken am Zweitwohnsitz nächtigen; bei letzteren werden lediglich die imputierten Mieten separat ausgewiesen.

Das TSA-Konzept schlüsselt die touristischen Ausgaben auch nach ihrer Verwendung auf. Im Berichtsjahr 2021 entfiel mit 76 % (14,6 Mrd. Euro) des gesamten Tourismuskonsums in Österreich ein geringerer Anteil auf die für die Branche charakteristischen Leistungen als im ersten Pandemiejahr (2020 77,5%) oder 2019 (84,2%). Die langen Betriebsschließungen in Beherbergung und Gastronomie schmälerten die Umsätze seit 2019 erheblich und zwar in den Unterkünften um 45,6% auf 5,5 Mrd. Euro (-26,2 % zum Vorjahr) und in Restaurants und Gaststätten um 48,7% auf 4,4 Mrd. Euro (+3,0 % gegenüber 2020), die Aufwendungen für den Personentransport brachen um 65,7% auf 2,5 Mrd. Euro ein (-4,5 % gegenüber 2020). Gleichzeitig stiegen die Ausgaben für andere Konsumprodukte und wertvolle Waren im Jahresabstand um über ein Drittel an (auf 4,6 Mrd. Euro, 2019/2021 -23 %), die Gewichtung verschob sich damit stark zugunsten dieser Position (auf 24 % des touristischen Gesamtkonsums 2021, nach 15,8 % 2019 und 22,5 % 2020).

#### Struktur des Tourismuskonsums laut TSA für Österreich 2021, Anteile in %



Quelle: Statistik Austria. Basierend auf »Recommended Methodological Framework (RMF) 2008«; Urlaubs- und Geschäftsreisen; vorläufige Werte

1) Einschließlich Verwandten- und Bekanntenbesuchen sowie imputierter Mieten für Aufenthalte am Zweitwohnsitz

2) Straßenbahn, Schnellbahn, Autobus, Taxi, Seilbahn etc.; für Privat-Pkws und Dienstwagen fallen nur Tankkosten an, die unter den sonstigen Ausgaben verbucht werden

3) Nur Spannen; Package-Teile sind in den jeweiligen Dienstleistungen inkludiert

4) Tourismusverwandte und nicht-tourismusspezifische Waren und Dienstleistungen

Gut die Hälfte aller Aufwendungen der Gäste in Österreich entfielen 2021 auf die touristischen Kernbereiche Beherbergung (28,9 %, nach 35,3 % 2020 und 26,9 % 2019) und Gastronomie (23,2 %, nach 20,3 % 2020 und 22,9 % 2019), 13 % auf den Personentransport (2020 12,3 %, 2019 19,2 %), 7,1 % auf den Kultur- und Unterhaltungsbereich (2020 6,5 %, 2019 9,3 %) sowie 3,9 % auf die Spannen der Reisebüros und -veranstalter (nach 3,1 % 2020 und 5,9 % 2019).

# Preislische Wettbewerbsfähigkeit

Indikator:

**8,6 %**

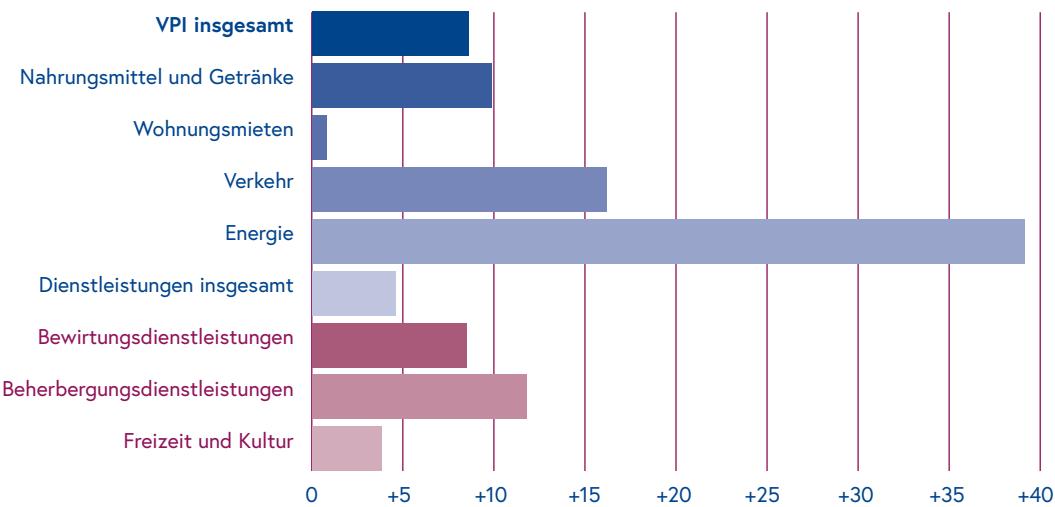
Inflation

Pandemie- und kriegsbedingte Unterbrechungen in den globalen Lieferketten bei gleichzeitig hoher Nachfrage bestimmter Produkte sowie die Energiekrise infolge des Gas- und Öl-Embargos der EU gegen die Russische Föderation ließen 2022 die Inflation in Österreich im Jahresdurchschnitt auf 8,6 % ansteigen – ein ähnlich hoher Wert wurde zuletzt 1975 verzeichnet.

**Mit +8,6 % 2022 höchste Inflation seit Mitte der 1970er-Jahre, Energie stärkster Preistreiber**

Mit einer Teuerungsrate von +39,2 % und einem Gewicht von 7,4 % am Warenkorb schlugen 2022 die Energiekosten, welche auch schon 2021 überdurchschnittlich stark angezogen hatten (+12,3 %, Ø +2,8 %), massiv auf den Gesamt-VPI durch. Weitere wesentliche Preistreiber stellten Verkehr (+16,2 %) und Verpflegung (+9,9 %) mit hohen Gewichten von 13,7 % bzw. 12,9 % dar. Im Unterkunftsgebiet lag die Teuerung mit +11,8 % zwar ebenfalls über der Gesamtdynamik, diese hatte aber mit 1,6 % kaum Einfluss auf den VPI insgesamt. In der wesentlich bedeutenderen Gastronomie (11,1 % am Warenkorb) zogen die Preise um 8,5 % an. Güter und Dienstleistungen des Freizeit- und Kulturbereichs verteuerten sich 2022 vergleichsweise marginal (+3,8 %, Gewicht 11,4 %), Wohnungsmieten blieben sogar annähernd stabil (+0,8 %, Einfluss auf Gesamtteuerung von 5,4 %).

**Entwicklung der Verbraucherpreise in Österreich 2022, Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %**



Quelle: Statistik Austria

Im EU-Durchschnitt wurden 2022 Dienstleistungen in der Gastronomie um 7 % teurer, im Beherbergungswesen um 12,6 % (HVPI lt. Eurostat). In Deutschland zogen die Bewirtungsdienstleistungen um 7,3 % und die Beherbergung um 7,4 % an, Kroatien wies in beiden Bereichen deutlich höhere Inflationsraten auf (Bewirtung +13,2 %, Unterkünfte +14,9 %).

Indikator:



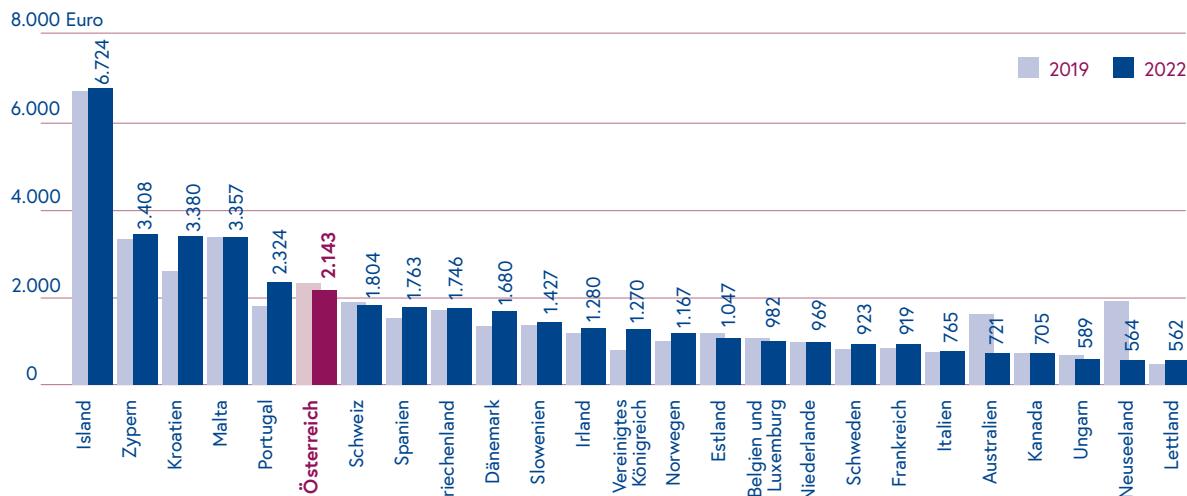
**Österreich 2022 wieder im Spitzenveld bei Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus**

# Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus

Nachdem die nominellen Tourismusexporte relativ zur Wohnbevölkerung in den Pandemiejahren 2020 und 2021 in Österreich deutlich stärker zurückgegangen waren als im europäischen Durchschnitt von 32 Ländern (–59,4% zu –46,8%) und die Belebung 2022 im Vergleich zum Vorjahr relativ ähnlich verlief (+128,9% zu Ø +113,3%), verblieb die Kennzahl hierzulande noch 7,2% unter dem Vergleichswert von 2019, während sie im europäischen Mittel um 13,5% anstieg. In Übersee (Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA) und den BRIC-Staaten bestand dagegen noch großer Aufholbedarf (2019/2022 –31,5% bzw. –55,9%).

2022 wiesen nur fünf der 42 Destinationen höhere Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Tourismus auf als Österreich mit 2.143 Euro. Beim Spaltenreiter Island führten ein hohes Preisniveau und die geringe Bevölkerungsdichte zum Ausnahmewert von 6.724 Euro. Die Ränge 2 bis 4 gingen an Zypern, Kroatien und Malta (jeweils rund 3.400 Euro), gefolgt von Portugal (2.324 Euro). Kroatien und Portugal konnten zudem ihre nominellen Tourismusexporte pro Kopf seit 2019 sogar um jeweils knapp ein Drittel steigern – die Meerestemperaturen profitierten hierbei verstärkt von der guten Einnahmendynamik im Sommerquartal. Mit durchschnittlich 899 Euro lagen die Tourismusexporte je Einwohner/in in Europa deutlich höher als in Übersee und den BRIC-Staaten (Ø 335 Euro bzw. Ø 10 Euro), im Mittel der 42 Länder betragen sie 181 Euro.

**Nominelle Tourismusexporte pro Kopf der Wohnbevölkerung 2022 in ausgewählten Ländern<sup>1</sup> in Euro**



Ohne internationale Personentransport; 2022: Schätzung der nominellen Tourismusexporte auf Basis der Entwicklung von Jänner bis September (Stand 20.04.2023)

<sup>1)</sup> Top-25 unter 42 Ländern: 32 Länder in Europa (EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich), Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA, BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China)  
Quelle: IMF, OECD, OeNB, Statistik Austria, WIFO, wiwi, UNWTO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond

# RevPAR – Revenue Per Available Room

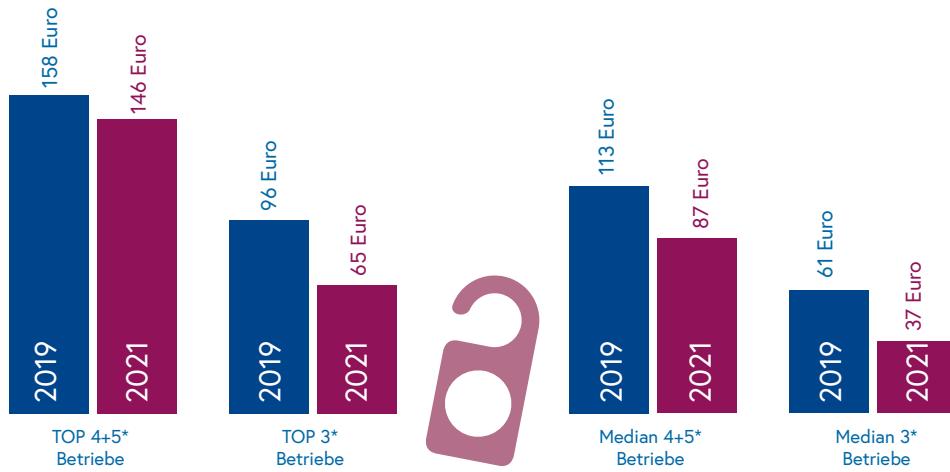
RevPAR und Entschuldungsdauer sind verlässliche Parameter zur Beurteilung der wirtschaftlichen Entwicklung der von der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank (OeHT) geförderten Hotelbetriebe.

Der RevPAR (Revenue Per Available Room) ist eine Kennzahl aus der internationalen Hotellerie und steht für den erzielten Beherbergungsumsatz pro verfügbarem Zimmer. In Jahresbetrachtung kann damit letztendlich beurteilt werden, wie viel Umsatz mit einem Hotelzimmer erzielt werden konnte ( $\text{RevPAR} = \text{Beherbergungsumsatz} / [\text{Offenhalte Tage} \times \text{Zimmerkapazität}]$ ). Die Kennzahl eignet sich besonders für zwischenbetriebliche Vergleiche innerhalb der einzelnen Hotelkategorien. In den Bilanzen des Jahres 2021 führt der bedeutende Rückgang an erzielten Nächtigungen zu einer Verminderung der Aussagekraft dieser Kennzahl. Der RevPAR lag beim Durchschnitt der 3\* Hotelbetriebe 2019 noch bei 61 Euro und sank 2021 auf 37 Euro. Der TOP-Wert der 3\* Hotelbetriebe erreichte 2019 96 Euro und war 2021 mit 65 Euro ebenso rückläufig. Im Median lag der RevPAR für die 4/5\*-Kategorie 2019 bei 113 Euro, der TOP-Wert bei 158 Euro. Diese Werte konnten 2021 pandemiebedingt nicht mehr erreicht werden, sodass der RevPAR für die 4/5\*-Kategorie bei 87 Euro im Median und der TOP-Wert bei 146 Euro lag.

Indikator:



RevPAR - Revenue Per Available Room in Euro



Quelle: OeHT

**Indikator:**

# Fiktive Entschuldungsdauer

Die fiktive Entschuldungsdauer in Jahren zeigt auf, wie lange ein Unternehmen benötigen würde, um seine gesamten Verbindlichkeiten aus dem erwirtschafteten Cash Flow (nach Zinsen) zu tilgen (fiktive Entschuldungsdauer = Fremdkapital/Cash Flow nach Zinsen).



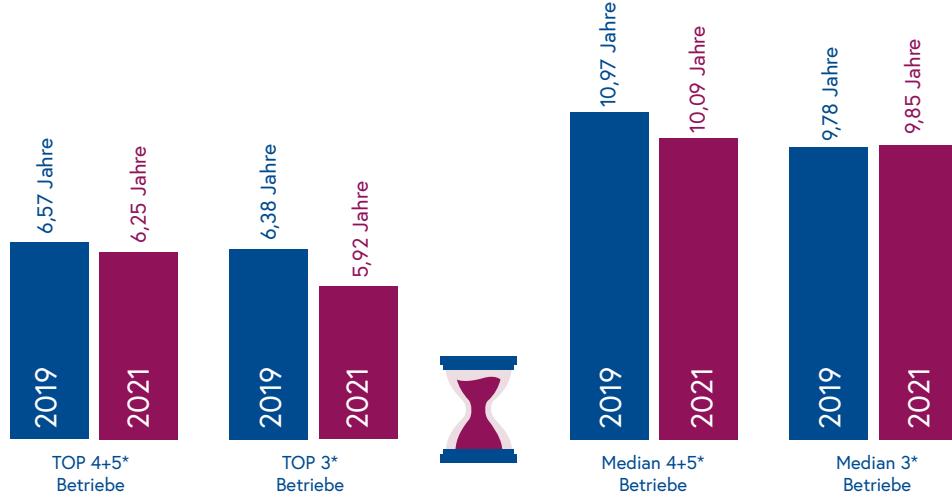
Fiktive Entschuldungsdauer  
Median

Die fiktive Entschuldungsdauer sollte maximal 15 Jahre betragen (Grenzwert nach Unternehmensreorganisationsgesetz), ein gesundes Unternehmen weist eine Kennzahl von zwölf Jahren oder weniger auf.

Bis zum Ausbruch der COVID-19-Pandemie konnte die fiktive Entschuldungsdauer der von OeHT geförderten Unternehmen kontinuierlich reduziert werden. 2019 betrug diese Kennzahl im Median der 3\*-Kategorie unter zehn Jahre und im Median der 4/5\* Hotelkategorie knapp elf Jahre. Diese Werte konnten im Jahr 2021 in etwa gehalten werden.

Die TOP-Betriebe beider Kategorien benötigen zur Schuldentilgung aus eigener wirtschaftlicher Kraft auf Basis der 2021 verfügbaren Zahlen lediglich ca. sechs Jahre.

## Fiktive Entschuldungsdauer in Jahren



Quelle: OeHT

# Ankünfte

Indikator:

**39,8** Mio.

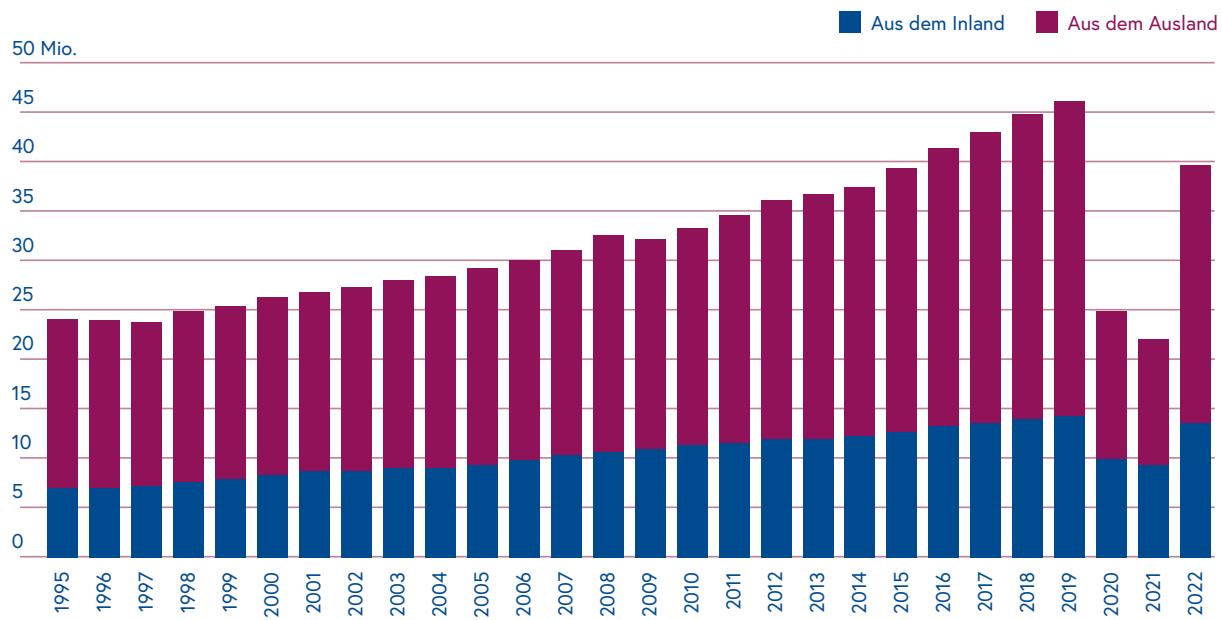
Ankünfte

Nachdem in den Pandemiejahren 2020 und 2021 die Zahl der Gästeankünfte in Österreich aus dem Ausland im Vergleich zum Vorkrisenniveau um insgesamt gut 60% eingebrochen war, zog die internationale Nachfrage 2022 rasant an (+106%) und erreichte mit 26,2 Mio. bereits wieder 82,2% des (Höchst-)Wertes von 2019. Im Binnentourismus konnten die Verluste aus den beiden Vorjahren (kumuliert -34,2%) mit einer deutlichen Erholung 2022 (+44,2% auf 13,6 Mio.) sogar beinahe schon kompensiert werden (-5,1% gegenüber 2019). Die Zahl der Ankünfte insgesamt stieg damit auf 39,8 Mio. (+79,7%) und 86,1% des Vorkrisenvolumens.

Mit der raschen Rückkehr der internationalen Gäste normalisierte sich im Jahr 2022 auch das Verhältnis der beiden Herkunftssegmente wieder annähernd. Mit 65,9% Ankünften aus dem Ausland am heimischen Gesamtaufkommen lag der Internationalisierungsgrad zuletzt zwar immer noch unter dem präpandemischen Wert von 2019 (69%) und ähnlich wie während der Finanz- und Wirtschaftskrise (2009 66,1%, 2010 65,9%), jedoch deutlich über den Anteilen 2020 und 2021 (60,3% bzw. 57,5%). Von 1995 bis 2010 entwickelten sich die Ankünfte Binnenreisender im jährlichen Durchschnitt stärker als jene der internationalen Österreich-Gäste (+3,3% zu +1,7%), seither drehte die Dynamik zugunsten des ausländischen Segmentes (Ø 2010/2019 pro Jahr: Inland +2,6%, Ausland +4,2%) bzw. verlief gleichauf (2010/2022 jeweils Ø +1,5% p. a.).

Gästeankünfte 2022 mit fast 40 Mio. ca. 80% über Vorjahresniveau (-13,9% gegenüber 2019), internationale Nachfrage verdoppelt, Binnentourismus nach wie vor stabilisierendes Element

## Entwicklung der Ankünfte in Österreich



Quelle: Statistik Austria

Indikator:



# Nächtigungen

Mit dem Abflauen der Pandemie setzte 2022 eine deutliche Erholung im Tourismus ein. Insbesondere die rasche Rückkehr der wichtigen internationalen Gäste (Nächtigungen +96,2 % auf 98 Mio.) beflogelte den insgesamt kräftigen Aufwärtstrend (+72,1%). Mit 136,9 Mio. Übernachtungen wurde im Jahr 2022 das fünft höchste Volumen seit 1959 (Beginn der Zeitreihe) erzielt, nur 2019 (Höchstwert: 152,7 Mio.) und in den Jahren zurück bis 2016 wurde häufiger in heimischen Unterkunftsbetrieben genächtigt.

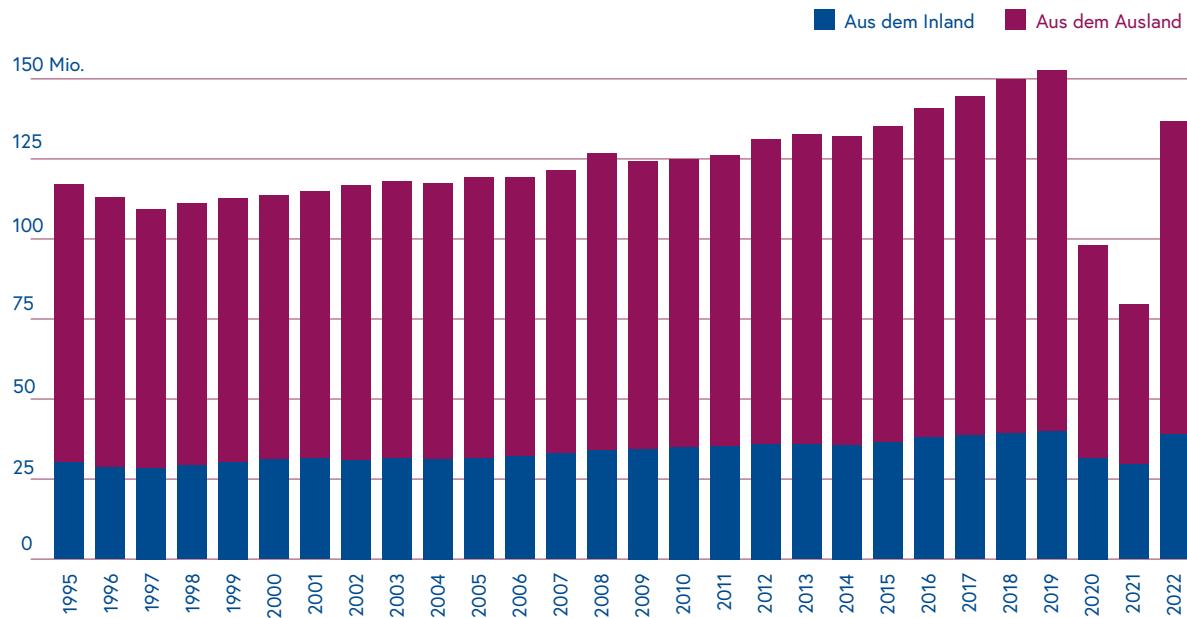
## Nächtigungsnachfrage

**2022 mit knapp  
137 Mio. um fast  
drei Viertel höher als  
2021, Vorkrisenniveau  
bereits zu rund 90 %  
wieder erreicht**

Der Binnentourismus war in den Pandemiejahren 2020 und 2021 im Vergleich zu 2019 mit kumuliert –25,9 % deutlich schwächer eingebrochen als die ausländische Nachfrage (–55,7 %) und dämpfte so die Gesamtverluste auf –47,9 % ab. 2022 nächtigten inländische Gäste 38,9 Mio. Mal in Österreich und damit um knapp ein Drittel häufiger (+31,4 %) als im Jahr zuvor. Mit dem historisch dritthöchsten Nächtigungsvolumen lag die Binnen-nachfrage zuletzt nur noch 2,7 % unter dem Höchstwert von 2019 (–1,1 Mio.) und 0,5 Mio. unter der Marke von 2018.

Bei den Nächtigungen ist die Gewichtung zugunsten der internationalen Nachfrage noch stärker ausgeprägt als bei den Ankünften, das Verhältnis näherte sich 2022 jedoch auch hier der präpandemischen Relation wieder weitgehend an (mit 28,4 % (Inland) zu 71,6 % (Ausland), 2019 26,2 % zu 73,8 %).

## Entwicklung der Nächtigungen in Österreich



Quelle: Statistik Austria

# Aufenthaltsdauer

Indikator:

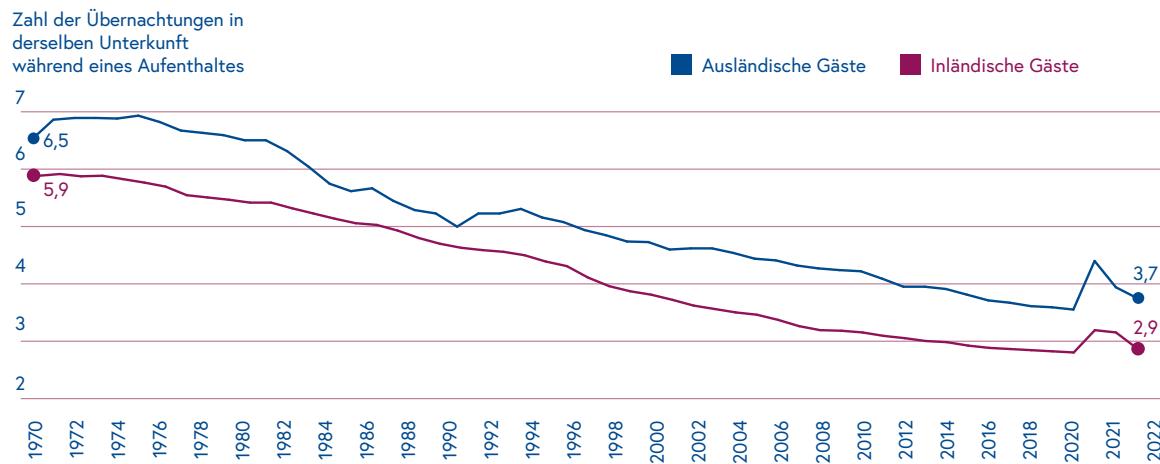
**3,4**

Nächte

Während die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Gäste in Österreich je Beherbergungsbetrieb nach Ausbruch der COVID-19-Pandemie sprunghaft angestiegen ist (auf 3,9 Übernachtungen 2020) und damit der langjährige Trend zu häufigeren und kürzeren Reisen bzw. mehreren Unterkunftswechseln während einer Reise abrupt unterbrochen worden war, zeigte sich 2022 wieder das gewohnte Bild: Mit insgesamt Ø 3,4 Nächten lag die Verweildauer wieder im präpandemischen Schnitt seit 2015 und nur geringfügig über dem Tiefstwert von 2019 (3,3 Nächte), im Vergleich zu 2021 (3,6 Nächte) sank sie um 4,2%. Dabei verkürzten Binnenreisende ihren Aufenthalt pro Unterkunft im Jahresabstand relativ stärker (-8,9% auf 2,9 Übernachtungen, +2,6% gegenüber 2019) als internationale Gäste (-4,7% auf 3,7 Nächte, 2019/2022 +5,7%). Aufgrund des weiterhin überproportionalen Nachfragerückstandes bei Fernreisenden aus dem asiatischen Raum, welche häufig mehrere Ziele in Europa pro Reise besuchen und damit die durchschnittliche Aufenthaltsdauer des ausländischen Segments insgesamt reduzieren, lag die Kennzahl 2022 noch um 0,2 Nächte über dem Wert von 2019, während bei inländischen Reisenden kaum noch Diskrepanz bestand.

**Reiseverhalten 2022**  
ähnlich wie vor der Pandemie – Verweildauer sinkt infolge häufigerer Unterkunftswechsel und wieder mehr Kurztrips

## Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Österreich



Quelle: Statistik Austria

Internationale Gäste aus den Benelux-Staaten (Ø 4,9 Nächte), Dänemark (4,2 Nächte), Island (4 Nächte), Deutschland, UK (jeweils 3,9 Nächte) sowie Irland (3,8 Nächte) blieben 2022 überdurchschnittlich lange in heimischen Unterkünften. Die kürzesten Aufenthalte wiesen Reisende aus Südkorea, Taiwan, Südostasien, Indien, Spanien, China und den USA auf (2 bis 2,5 Nächte).

**Indikator:****Strom** 50 %**Öl** 20 %**Fernwärme** 13 %**Erneuerbare** 9 %**Gas** 8 %**Kohle** 0 %**Abfälle** 0 %

# Energiemix

## in Beherbergung und Gastronomie

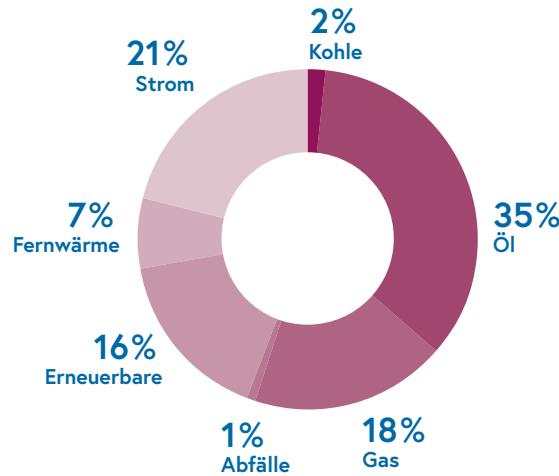
Um die ökologische Dimension im Indikatorenset abzubilden, wurden vom Umweltbundesamt drei Indikatoren erarbeitet, die die Entwicklung in diesem Bereich darstellen. Damit wird die Tourismusbranche in die Bestrebungen Österreichs zur Langfriststrategie bis 2050 eingebunden und mit den Zielen des Nationalen Energie- und Klimaplans verknüpft.

Im Jahr 2020 entfiel der Großteil des österreichischen Endenergieverbrauchs auf Erdölprodukte, die vor allem als Kraftstoffe im Verkehr sowie als Heizöl in der Industrie und in Gebäuden eingesetzt werden. Erdgas wird vorwiegend in der Industrie genutzt, während erneuerbare Energieträger (Holz, Solarthermie) vor allem in Gebäuden verwendet werden. Strom und Fernwärme werden in allen Bereichen eingesetzt.

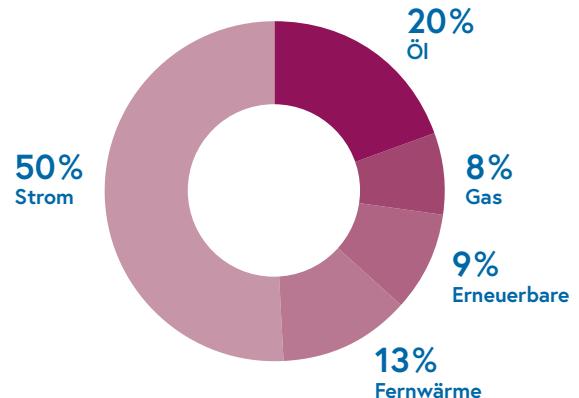
**Strom ist Hauptenergieträger**

In den Sektoren Beherbergung und Gastronomie entfällt mehr als die Hälfte des Energieverbrauchs auf Strom. Erdölprodukte und Erdgas decken gemeinsam etwa ein Viertel der Energienachfrage. Der Anteil direkter erneuerbarer Energieträger liegt bei 9 %.

**Energetischer Endverbrauch  
Österreich  
Jahr 2020: 1.053 Petajoule**



**Energetischer Endverbrauch  
Beherbergung und Gastronomie  
Jahr 2020: 15 Petajoule**



Quelle: Statistik Austria, Umweltbundesamt

# Anteil erneuerbarer Energieträger

in Beherbergung und Gastronomie

Indikator:

**55 %**

Anteil erneuerbarer Energieträger

2020 betrug der Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie 55% und liegt damit schon jetzt über dem Zielkorridor des Nationalen Energie- und Klimaplans für 2030 (der Zielkorridor ist zwischen 46% und 50%). Im Zeitraum 2008–2020 stieg er von 36% um 19 Prozentpunkte. Der leichte Rückgang in den Jahren 2015 und 2018 liegt an einer geringeren Erzeugung der Wasserkraftwerke aufgrund des niedrigen Wasserstands, was einen geringeren erneuerbaren Anteil der Stromerzeugung zufolge hatte.

Berechnungen des Umweltbundesamtes auf Basis des Szenarios WEM (mit bestehenden Maßnahmen) ergeben für das Jahr 2025 einen Anteil von 54%, aber einen leicht rückläufigen Trend bis 2030.

In den letzten 15 Jahren wurde der Anteil erneuerbarer Energieträger deutlich erhöht. Für eine weitere langfristige Steigerung des Anteils gilt es, den Ausbau erneuerbarer Energieträger in der Branche zu forcieren.

---

## Anteil erneuerbarer Energieträger in %

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2025	2030
Beherbergung	32	36	40	39	39	39	42	41	44	40	40	42	43		
Gastronomie	38	43	43	44	59	58	59	56	59	59	55	59	61		
Beherbergung und Gastronomie	36	41	42	42	50	50	53	50	54	53	50	54	55	54	53

Quelle: Statistik Austria, Umweltbundesamt

### Zur Methodik:

Auf Basis der Daten der Energiegesamtrechnung der Statistik Austria wurde vom Umweltbundesamt der Anteil erneuerbarer Energieträger für Beherbergung und Gastronomie berechnet. Dabei wurden Strom und Fernwärme zu jenem Teil als erneuerbar eingerechnet, der im jeweiligen Jahr dem Anteil der österreichischen Erzeugung aus erneuerbaren Quellen (Wasser, Wind, Photovoltaik, Biomasse) am österreichischen Verbrauch entspricht.

Indikator:

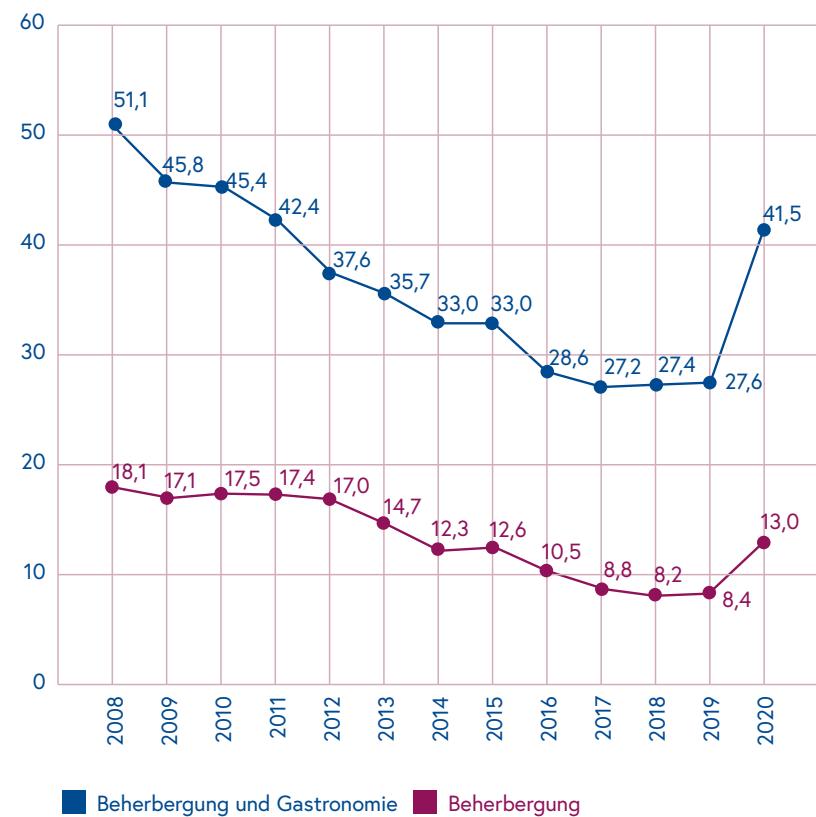
**41,5 kWh**  
Energieverbrauch

## Energieverbrauch pro Nächtigung

Zusätzlich zum Anteil erneuerbarer Energieträger am Endenergieverbrauch wird ein weiterer Indikator, nämlich das Verhältnis des Energieverbrauchs zur Anzahl der Nächtigungen, als Nachhaltigkeitsmaß berechnet. Bis 2019 sank der Wert in der Beherbergung von 18,1 kWh pro Nächtigung im Jahr 2008 auf 8,4 kWh im Jahr 2019. Im ganzen Sektor Tourismus, also inklusive Gastronomie, sank er von rund 51 kWh pro Nächtigung auf rund 28 kWh. Dieser signifikante Rückgang war sowohl auf steigende Nächtigungszahlen als auch auf einen sinkenden Energieverbrauch gegenüber 2008 zurückzuführen.

Im Jahr 2020 zeigte sich aufgrund der COVID-19-Pandemie eine deutliche Abkehr vom langjährigen Trend: Da die Zahl der Nächtigungen um über ein Drittel einbrach, stieg der Verbrauch pro Nächtigung auf 41,5 kWh.

**Energieverbrauch pro Nächtigung in kWh**



Quelle: Umweltbundesamt

# Energieverbrauch in Kernbereichen des Tourismus

## Energieverbrauch (jährlicher Endenergieverbrauch) <sup>①</sup>

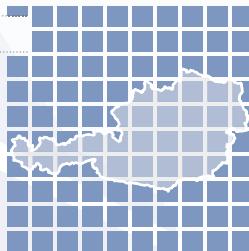
Tourismus <sup>②</sup>

**1,6 %**  
5.035  
GWh / Jahr

davon:  
Wintertourismus

**0,9 %**  
2.817  
GWh / Jahr

Gesamt



**100 %**  
315.483  
GWh / Jahr

Die Werte der Corona-Jahre 2020-21 sind wegen der wirtschaftlichen Ausnahmesituation in den vorliegenden Auswertungen nicht berücksichtigt.



*Wintertourismus: weniger als 1 % des österr. Energieverbrauchs pro Jahr*

## Energie pro Nächtigung



*Der Energieverbrauch pro Nächtigung ist 2008–2019 um 54 % gesunken.*

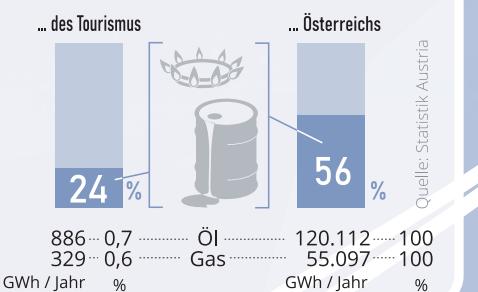
## Anteil Erneuerbarer Energien am Bedarf Gastro + Beherbergung



*Der Anteil Erneuerbarer Energien am Bedarf Gastro + Beherbergung ist 2008–2019 von 36 auf 54 % gestiegen.*

Damit liegen diese Bereiche deutlich  
- über dem österreichischen Wert (2019: 34 %), sowie  
- über dem Zielwert der österr. Bundesregierung,  
bis 2030 50 % zu erreichen.

## Öl- und Gasanteil am Endenergiebedarf ...

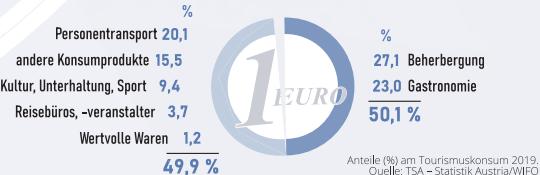


<sup>①</sup> Endenergie ist von Industrie, Haushalt, Gewerbe, Landwirtschaft und Dienstleistungen eingesetzte Energie, Statistik: Mittelwerte 2017–2019, Berechnung: Umweltbundesamt.

<sup>②</sup> Der Energieverbrauch des Tourismus setzt sich in dieser Betrachtung aus den Bereichen Beherbergung, Gastronomie und Seilbahnen/Pistenpräparation und über eine ange- nommene Sommer/Winter Zuordnung zusammen.

## Ausgaben von Gästen in Österreich

**€ 38 Mrd.**



*Von 100 Urlaubs-Euro fließt fast die Hälfte in Konsum abseits der „Klassiker“ Beherbergung und Gastro.*

aktualisiert: Oktober 2022

**Herausgegeben von: Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft, Sektion VIII, Tourismus**  
Daten (sofern nicht anders angegeben), Berechnungen und grafische Umsetzung: Umweltbundesamt 2022

Indikator:

**504**

Tourismusbetriebe

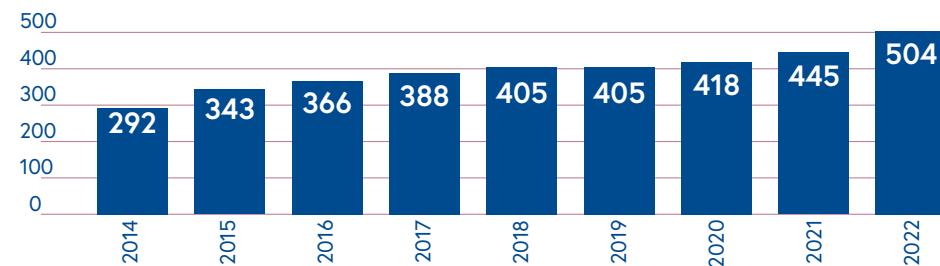
# Österreichisches Umweltzeichen

Als das seit 1990 für umweltfreundliche Produkte geltende Österreichische Umweltzeichen im Jahr 1996 um Standards für nachhaltig wirtschaftende Tourismusbetriebe erweitert wurde, war dies weltweit eine der ersten nationalen Umweltzertifizierungen im Tourismus. Ursprünglich nur auf Tourismusbetriebe fokussiert, ist es mehr als 25 Jahre später auch für Reiseangebote, Meetings und Events sowie Kulturbetriebe aus der Branche nicht mehr wegzudenken. Mit über 500 zertifizierten Standorten signalisiert der Tourismus auch die große Bedeutung, die Nachhaltigkeit für diesen für Österreich so wichtigen Wirtschaftszweig hat.

Die international zunehmende Bedeutung von objektiven Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus macht aber nicht an der Betriebsgrenze halt. Der Tourismus ist auch ein wichtiger Motor für eine nachhaltige Destinationsentwicklung. So wurde 2022 neu eine Umweltzeichen-Richtlinie für Tourismusdestinationen erarbeitet. An der Entwicklung dieser, an internationalen Standards orientierten, Zertifizierung haben in einem umfassenden Pilotprozess fast 20 Tourismusdestinationen österreichweit teilgenommen und gemeinsam einen qualitativ hochwertigen Standard erarbeitet, durch dessen Umsetzung die Erreichung der Ziele einer nachhaltigen Tourismusentwicklung zusätzlich unterstützt wird.

---

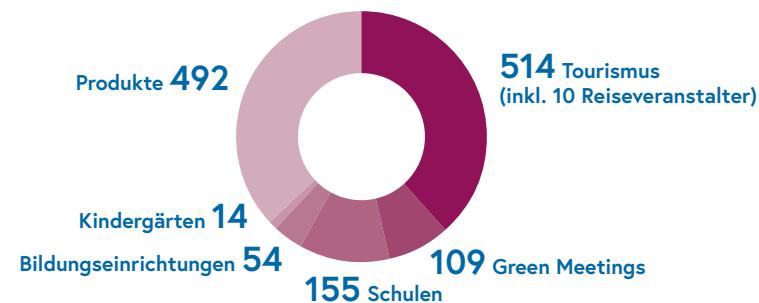
#### Umweltzeichen für Tourismus-, Gastronomie- und Kulturbetriebe (UZ 200)



Quelle: VKI (Werte jeweils im Dezember)

---

#### Österreichisches Umweltzeichen nach Kategorien (UZ200 + 10 Reiseveranstalter gemäß UZ72)



# Beschäftigung

Indikator:

**217.472**

Unselbstständig  
Beschäftigte

Während die Zahl der unselbstständig Beschäftigten 2021 um 4,9% gegenüber 2020 zugenommen hat, ist sie 2022 mit +16,5% bzw. +30.755 deutlich stärker gegenüber dem Vorjahr auf 217.472 angestiegen. Obwohl jedes Bundesland ein Plus bei den unselbstständig Beschäftigten verzeichnet, konnte das Vorkrisenniveau noch nicht vollständig erreicht werden (-1,3% geg. 2019). Die Beschäftigungsstruktur der Branche sticht nach wie vor aufgrund ihres hohen Frauenanteils (55%) und ihres hohen Anteils an Ausländer/innen (55%) hervor.

Im Jahresdurchschnitt 2022 waren 35.068 Personen (-33,3% geg. 2021) aus dem Beherbergungs- und Gaststättenwesen arbeitslos gemeldet oder in AMS-Schulung. Die Zahl der vorgemerkt Arbeitslosen ist in jedem Bundesland deutlich gesunken, und liegt um 15,9% unter dem Vorkrisenniveau 2019.

Nachdem krisenbedingt der Schwerpunkt der aktiven Arbeitsmarktpolitik in den letzten beiden Jahren auf dem Erhalt der Beschäftigung durch die Kurzarbeit und durch situationsbedingten Förderungen wie dem Neustartbonus und der Saisonstarthilfe lag, wurde im Jahr 2022 wieder primär auf die Vermittlung von Arbeitskräften und die Besetzung offener Stellen fokussiert.

Die Nachfrage nach Arbeitskräften ist 2022 überdurchschnittlich hoch und liegt mit einem Jahresdurchschnittsbestand von 14.767 offenen Stellen um 48,3% über 2021 und um 65,6% über dem Vorkrisenjahr 2019. Auch die Zahl der offenen Lehrstellen (2.264) ist mit einem Plus von 37,5% vergleichsweise hoch.

**2022 konnten  
77.340 offene Stellen  
und 3.886 offene  
Lehrstellen  
besetzt werden**

Neben der klassischen Vermittlung wird mit der überregionalen Vermittlung angestrebt, das Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage zwischen den Bundesländern auszugleichen und damit den dringenden Bedarf an Arbeitskräften in den Tourismusregionen zu decken. Aus der engen Zusammenarbeit der Geschäftsstellen im Osten und Westen Österreichs entstanden in Kooperation mit den Tourismusbetrieben Qualifizierungsangebote mit Praktikumsteilen, die in den Tourismusregionen absolviert werden. Weiters sind in einigen Bundesländern „Welcome“-Strukturen im Aufbau, um überregional vermittelte Arbeitskräfte bezüglich Sozialleben, Kinderbetreuung, Wohnen uvm. zu unterstützen.

Beschäftigungsförderungen, Qualifizierungen, Beratungsdienstleistungen sowie Kooperationen mit Unternehmen sind neben der Vermittlung im Tourismus wichtige Elemente der Arbeitsmarktpolitik. Insgesamt wurden 63.036 Personen (-0,3% geg. 2021) mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik (ohne Kurzarbeit) unterstützt. 38% der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 36% auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter fällt die

Kinderbetreuungsbeihilfe und die Betreuung in externen Beratungseinrichtungen) und 45 % auf Beschäftigungsförderungen wie der Eingliederungsbeihilfe (ohne Kurzarbeit). Im Vergleich zu 2021 hat sich die Zahl der mit einer Eingliederungsbeihilfe geförderten Dienstverhältnisse um 60 % erhöht und beläuft sich 2022 auf 27.481 (2021 17.206). Die vom AMS finanzierten Qualifizierungen reichen von Anlern- über Spezialisierungskursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen – 2022 wurden insgesamt 23.725 Personen (-27 % geg. 2021) in Qualifizierungsmaßnahmen einbezogen. Die Zahl der Personen in Kurzarbeit ging von 132.485 im Jahr 2021 auf 71.444 zurück.

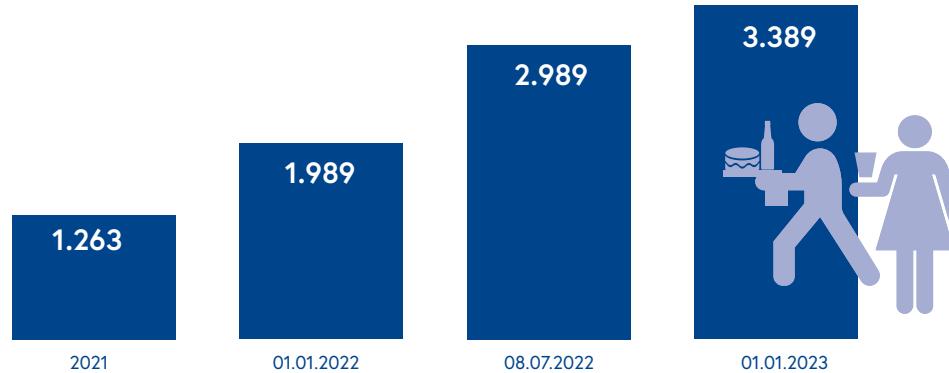
## Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte

Für die Deckung eines vorübergehend zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs spielen im Tourismus die Kontingente für die befristete Beschäftigung von Saisoniers aus Drittstaaten, die vom Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft festgelegt werden, eine große Rolle.

Mit der Saisonkontingentverordnung 2022 für den Wirtschaftszweig Tourismus wurde zunächst ein Kontingent von 1.989 freigegeben. Dieses Kontingent wurde aufgrund des steigenden Bedarfs mit Verordnung vom 7. Juli 2022 um 1.000 Plätze auf insgesamt 2.989 aufgestockt. Zu Beginn 2023 wurde das Tourismus-Kontingent mit 3.389 Plätzen festgelegt und für die Saisonspitzen – wie bereits 2022 – die Möglichkeit einer zeitlich begrenzten Überschreitung um bis zu 50 % (2021 20 %) eingeräumt.

---

### Kontingente Saisoniers



Quelle: BMAW

Die Kontingente im Jahr 2022 waren – wie schon 2020 und 2021 – regional unterschiedlich ausgelastet. Der größte Bedarf an Saisonarbeitskräften aus Drittstaaten bestand insbesondere in den Sommermonaten Juli und August sowie zu Beginn der Wintersaison im Dezember.

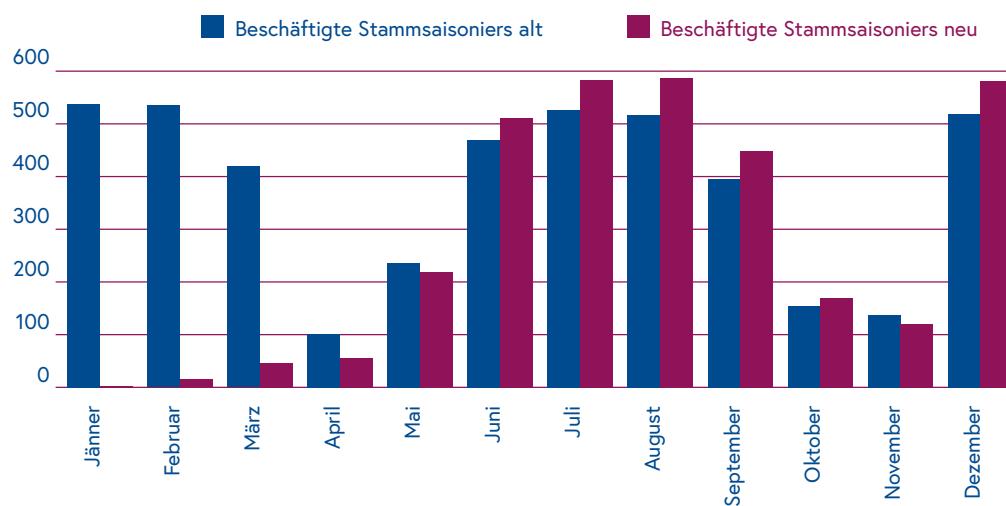
## Stammsaisoniers

Seit 1. Jänner 2022 gibt es eine neue Stammsaisonier-Regelung für jahrelang beschäftigte Saisonarbeitskräfte, die im Laufe des Jahres noch flexibler gestaltet wurde: seit Oktober 2022 können sich Saisoniers

- die in den letzten **fünf Kalenderjahren**
- zumindest in **drei Jahren** für mindestens **drei Monate**
- im Rahmen von **Saisonkontingenten** im Tourismus beschäftigt waren

beim AMS registrieren lassen und Beschäftigungsbewilligung außerhalb von Saisonkontingenten und ohne Arbeitsmarktprüfung erhalten.

### Beschäftigte Stammsaisoniers alt und neu 2022



Quelle: BMWF

## Rot-Weiß-Rot-Karte für Stammmitarbeiter/innen

Seit 1. Oktober 2022 gibt es zudem die Rot-Weiß-Rot-Karte für Stammmitarbeiter/innen, die registrierte Stammsaisoniers beantragen können, wenn sie

- in den vorangegangenen **zwei Kalenderjahren**
- jeweils mindestens **sieben Monate** (als registrierte Stammsaisoniers) beschäftigt waren,
- sie über **ausreichende Deutschkenntnissen** verfügen und
- ihnen ein **unbefristetes Arbeitsverhältnis in Aussicht** gestellt wurde.

## Rot-Weiß-Rot-Karte für Fach- und Schlüsselkräfte

Im Jahr 2022 hat das AMS insgesamt 348 positive RWR-Karten-Gutachten für Fach- und Schlüsselkräfte in den Branchen Beherbergung und Gastronomie ausgestellt (insbesondere seit der Reform im Oktober 2022 ist ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen).

Bundesweite touristische Mangelberufe 2022:

- Gaststättenköch/innen
- Seit Juli 2022 neu:
  - „Wirtschafter/innen, andere Hotel-, Gaststättenfachleute, Heimverwalter/innen“
  - Kellner/innen

# Der touristische Arbeitsmarkt – vor, während und nach Corona

(Analyse IHS)

Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen ist in den Jahren von 1997 bis 2019 kontinuierlich gewachsen, was sich auch unmittelbar in den Beschäftigungszahlen niedergeschlagen hat.

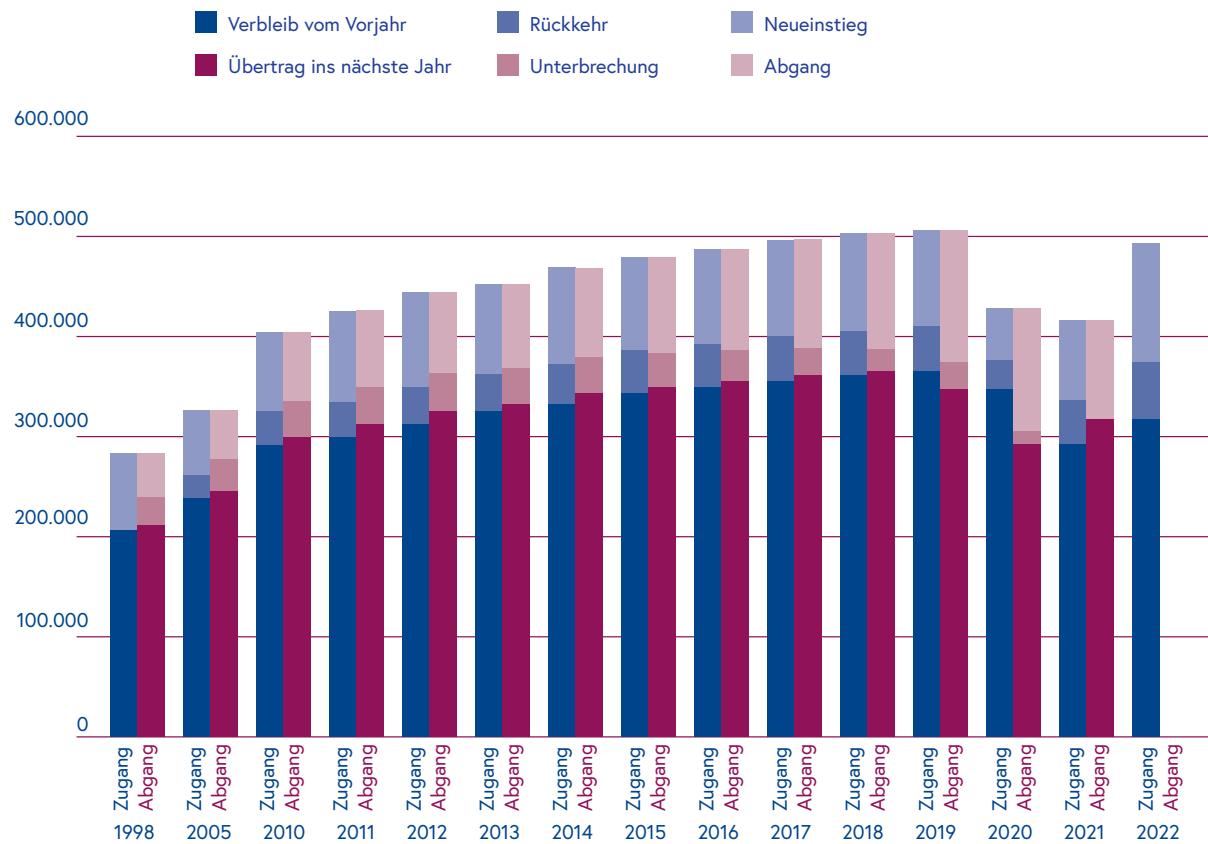
Die Eigenheiten der Tourismusbranche sind dadurch gekennzeichnet, dass die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen im Tages-, Wochen- und Jahresverlauf stark schwankt und die Dienstleistung personalintensiv, im Moment der Nachfrage und vor Ort befriedigt werden muss. Dies hat Auswirkungen auf die Arbeitszeiten, die Arbeitsbelastung und den Beschäftigungsbedarf, was dazu führt, dass Tourismusbeschäftigte im Branchenvergleich jünger und mobiler sind und oft nur eine temporäre/saisonale Beschäftigung möglich ist.

Die (international) branchenüblichen Herausforderungen temporäre/saisonale Arbeitskräfte zu finden und Personalabgänge zu kompensieren, konnte in den vergangenen Jahren vor allem durch grenzüberschreitend mobile Beschäftigte gedeckt werden. Dies wird künftig durch den demographischen Wandel und die Konkurrenz durch andere Branchen erschwert. Zudem ist die Zahl der Lehrabsolvent/innen – die typischerweise eine langfristige Branchentreue aufweisen – in den letzten Jahren zurückgegangen.

Die COVID-19-Pandemie hat die Tourismusbranche am stärksten getroffen. Dies spiegelt sich auch in den Beschäftigungszahlen wieder: Von 2020 bis Ende 2022 ist im Tourismus die Gesamtbeschäftigung gegenüber dem Vergleichsjahr 2019 im Durchschnitt um 12% zurückgegangen. Rund 180.000 Tourismusbeschäftigte haben Kurzarbeit in Anspruch genommen, wodurch es gelungen ist, langfristig Beschäftigte in der Branche zu halten.

Ab Sommer 2022 nach Wegfall der behördlichen Einschränkungen konnte weitgehend nahtlos an die Tourismusproduktion der Vor-Pandemiejahre angeschlossen werden. So erreichten die Nächtigungs- und die Beschäftigungszahlen im Sommer 2022 nahezu jenes Niveau des Sommers 2019. Auf Basis des kurzen Nachbetrachtungszeitraums kann die COVID-19-Pandemie als temporärer Einschnitt, der weder die Rahmenbedingungen noch die Produktionsweise fundamental geändert hat, betrachtet werden. Wie weit sich in Folge der Pandemie mittel-/langfristige Änderungen ergeben, wird sich zeigen.

### Zu- und Abgänge bei Beschäftigten im Tourismus



Quelle: IHS

#### Erklärung zur Grafik anhand eines Beispiels:

Im Jahr 2018 gab es 503.000 unterschiedliche Beschäftigte im Tourismus. Davon verließen 116.000 die Branche (Abgang) und 21.000 verließen zwar den Tourismus, kehrten jedoch später wieder zurück (Unterbrechung), 366.000 verblieben in der Branche und waren somit auch 2019 im Tourismus tätig (Übertrag ins nächste Jahr + Verbleib vom Vorjahr). 2019 kamen zu den in der Branche verbliebenen rund 96.000 Neueinsteiger hinzu (Neueinstieg) und es kehrten ca. 44.000 Personen, die zwar nicht im Vorjahr, aber in einem vorangegangenen Jahr im Tourismus beschäftigt waren, in die Branche zurück (Rückkehr). Das Gesamtwachstum von 3.000 Beschäftigten ergab sich somit aus dem Abstrom von 137.000 und dem Zustrom von 140.000 Personen.

Indikator:

**1,52**

Gästezufriedenheit

# Gästezufriedenheit

Die Gästezufriedenheit wird mit T-MONA gemessen. Der Tourismus-Monitor Austria ist ein Gästebefragungsprojekt, das seit 2004 besteht und von der Österreich Werbung gemeinsam mit dem zuständigen Bundesministerium und der Wirtschaftskammer Österreich, dem Marktforschungsunternehmen MANOA und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt wurde.

T-MONA erhebt umfangreiche Informationen über die Gätestruktur und das Reiseverhalten von Urlauber/innen in Österreich aus dem In- und Ausland. Ziel ist es, Entscheidungsträger/innen im Tourismus eine fundierte Basis für strategische Analysen, die Überprüfung der eigenen Positionierung sowie eine datenbasierte Entscheidungsgrundlage für Marketing und Angebotsentwicklung zu bieten.

Befragungsmethodik:

Seit 2017 werden die Daten für T-MONA vollständig digital erhoben. Um die Gäste auf diesem Weg zu erreichen, ist der Online-Fragebogen in diverse b2c-Kontaktkanäle von ÖW, LTO, Destinationen sowie anderer touristischer Partner/innen integriert. Seit dem Start der permanent laufenden Online-Befragung konnten so bereits knapp 122.000 Interviews generiert werden



## Die Gesamtzufriedenheit lag im Tourismusjahr 2021/22 bei **1,52**

Nachdem im Jahr 2021 aufgrund von Betriebsschließungen nur im Sommer Interviews durchgeführt wurden, gibt es jetzt wieder einen Wert für das gesamte Tourismusjahr 2021/22 und der liegt erfreulicherweise über dem Wert 2019/20 (1,54).

Im Fragebogen wird die Zufriedenheit mit Einzelaspekten des Urlaubs sowie mit dem Aufenthalt insgesamt erhoben und kann mit 1 = „äußerst begeistert“ bis 6 = „eher enttäuscht“ bewertet werden.

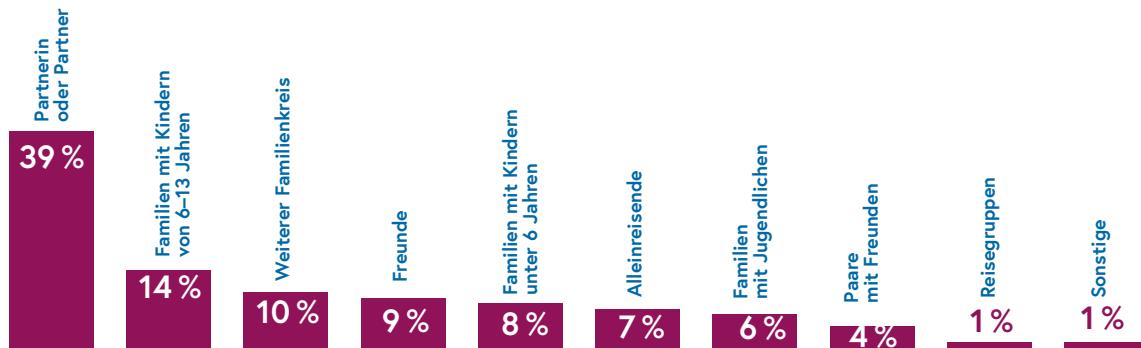
### Wie reisten unsere Gäste an?



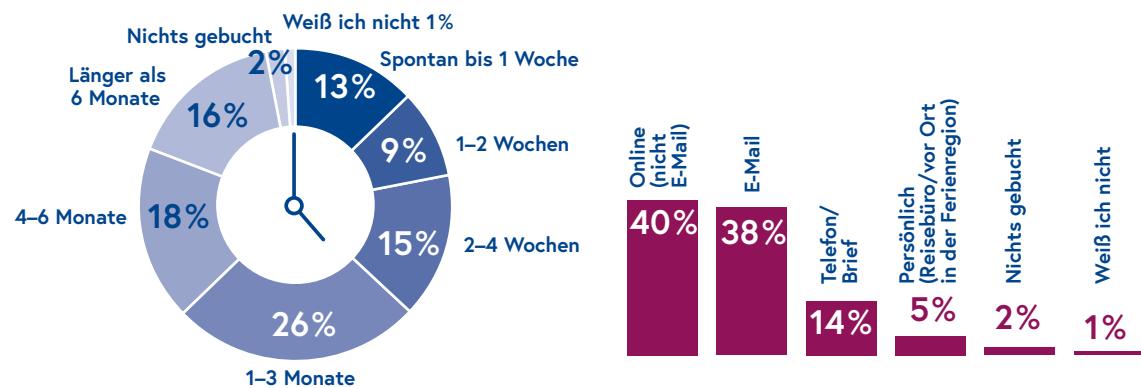


## Ausgaben pro Person pro Nacht im Österreich-Urlaub (exkl. An-/Abreise): 173 Euro

Mit wem verbringen unsere Gäste ihren Urlaub in Österreich?



Buchungszeitpunkt und Buchungsart



## Durchschnittliche Weiterempfehlungsabsicht: 9,4

Auf einer Skala von 0 (Weiterempfehlung überhaupt nicht wahrscheinlich) bis 10 (Weiterempfehlung sehr wahrscheinlich)

Indikator:

**76**

von 100 Punkten

**Tourismusakzeptanz in Österreich weiterhin hoch**

## Tourismusakzeptanz

Im Jänner 2020, vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie, wurde zum ersten Mal die Tourismusakzeptanz in Österreich erhoben. 2021 und 2022 wurde diese Befragung wiederholt und jeweils über das gesamte Jahr verteilt erhoben.

2022 wurden dazu in einer repräsentativen Online-Befragung 2.468 Österreicher/innen zwischen 15 und 75 Jahren befragt.

Im Mittelpunkt der Erhebung standen der Gesamteindruck und die Einstellung der Österreicher/innen zum Tourismus. Die Einflüsse des Tourismus auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft & Umwelt, Freizeitinfrastruktur & öffentlichen Verkehr sowie Gemeinwohl & Lebensqualität wurden im Detail beleuchtet.

Über multivariate statistische Verfahren wurde aus den Ergebnissen der Tourismusakzeptanz-Index berechnet, welcher die Tourismusakzeptanz in Österreich quantifiziert und festmacht.

---

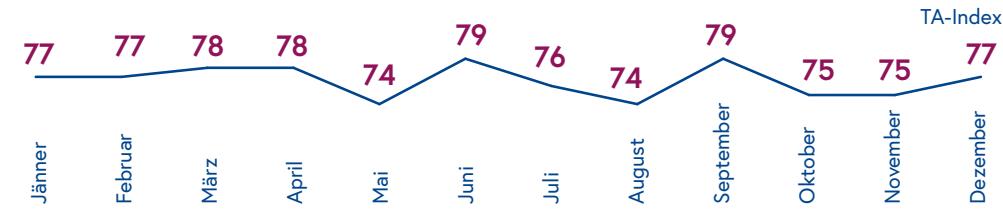
**Der Tourismusakzeptanz-Index beträgt 76 Punkte auf einer Skala von 0 bis 100. Damit liegt die Tourismusakzeptanz weiterhin auf einem sehr hohen Niveau. (2021 78; 2020 78).**

---

Insgesamt zeigt sich im Jahr 2022 eine etwas kritischere Sichtweise in der österreichischen Bevölkerung – möglicherweise ist dies den globalen Herausforderungen geschuldet. Allerdings ist die Bedeutung des Tourismus in der Wahrnehmung der Bevölkerung weiterhin hoch.

---

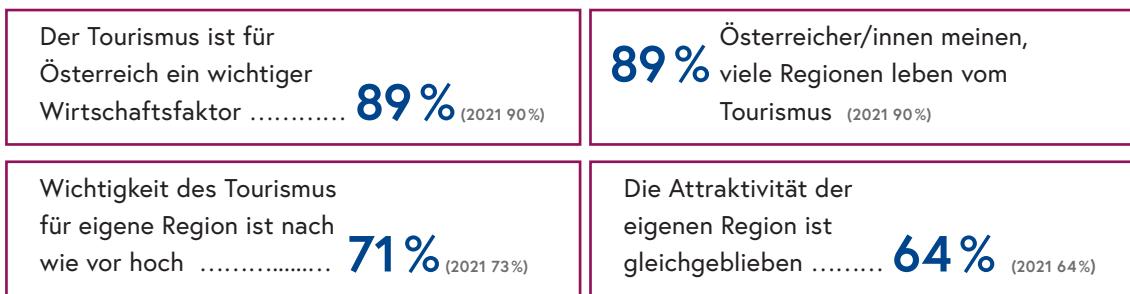
### Der Tourismusakzeptanz-Index im Zeitverlauf 2022



#### Personen mit hoher Tourismusakzeptanz denken, Tourismus:

- stärkt Wirtschaft, Kaufkraft & Regionen
- fördert Arbeitsplätze & Infrastruktur
- fördert Nachhaltigkeit & Naturschutz

## Die Bedeutung des Tourismus in der Wahrnehmung der Bevölkerung



### Imagewahrnehmung leicht rückläufig, aber noch auf gutem Niveau

- **78 %** meinen, der Tourismus hat in Österreich ein gutes Image (2021 80 %)
- **78 %** meinen, der Tourismus hat im Ausland ein gutes Image (2021 80 %)
- **79 %** der Österreicher/innen stehen dem Tourismus nach wie vor positiv gegenüber (2021 80 %)

### COVID-19-Pandemie sinkt in der Wahrnehmung

Die Wahrnehmung, dass die Tourismusbranche durch Corona besonders stark getroffen wurde geht zurück (von 90 % auf 83 %), ebenso wie die Bereitschaft die Gastronomie (von 76 % auf 63 %) und Hotellerie (von 56 % auf 48 %) zu unterstützen.

### Differenzierte Meinung der Österreicher/innen zum Thema Nachhaltigkeit:

- Während **29 %** der Meinung sind der Tourismus in Österreich sei nachhaltiger geworden, sind **36 %** gegenteiliger Meinung.
- **26 %** nutzen öffentliche Verkehrsmittel aus Umweltgründen – für **22 %** ist das kein Beweggrund.
- **22 %** verzichten aus Nachhaltigkeitsgründen auf Flugreisen – für **16 %** ist dies kein Motiv.

---

Die Wahrnehmung, dass der Tourismus die Wirtschaft stärkt und Nachhaltigkeit & Naturschutz fördert, hat nach wie vor einen positiven Einfluss auf die Tourismusakzeptanz. Der Einfluss des Tourismus auf den Arbeitsmarkt (zur Schaffung von Arbeitsplätzen) wird wichtiger. In der Wahrnehmung der Befragten hat sich die Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Tourismus verschlechtert. Gleichzeitig sind weniger Personen der Meinung, dass durch den Tourismus Arbeitsplätze geschaffen werden (von 85 % auf 78 %) und die Anzahl der Beschäftigten steigt (von 80 % auf 72 %). Jedoch mehr als ein Drittel der befragten Österreicher/innen sind der Meinung, dass sich die Berufschancen mit einer Tourismusausbildung im letzten Jahr verbessert haben (weitere 45 % meinen die Berufschancen sind zumindest gleichgeblieben).

---

# Initiative „Best Tourism Villages by UNWTO“

Im Jahr 2021 startete die UN Welttourismusorganisation (UNWTO) die Pilotinitiative „Best Tourism Villages by UNWTO“, bei der ländliche Tourismusdestinationen mit starkem Nachhaltigkeitsfokus aus der ganzen Welt ausgezeichnet werden. Bewertet werden Gemeinden mit weniger als 15.000 Einwohner/innen durch eine internationale Expert/innenjury in folgenden Bereichen: kulturelle und natürliche Ressourcen, wirtschaftliche, soziale und ökologische Nachhaltigkeit, Tourismuspotenzial und -entwicklung sowie regionale Wertschöpfungsketten, Governance, Infrastruktur, Zugänglichkeit, Gesundheit und Sicherheit. Die Umsetzung in Österreich wird durch das BMAW begleitet.

Im Jahr 2021 war das Kaunertal in Tirol als einzige österreichische einreichende Destination unter den 44 Preisträgern. Die Auszeichnung wurde im Dezember 2021 im Rahmen der 24. Generalversammlung der UNWTO von Generalsekretär Zurab Pololikashvili verliehen. Es ist hervorzuheben, dass in weiterer Folge die Vize-Bürgermeisterin des Kaunertals Sarah Raich vom Präsidenten der UN Generalversammlung eingeladen wurde, vertretend für die 44 Best Tourism Villages an der High-Level Tourismusdebatte im Rahmen der UN Generalversammlung am 4. Mai 2022 in New York teilzunehmen.

In der zweiten Auflage der Initiative im Jahr 2022 wurden weltweit 32 Destinationen ausgezeichnet. Mit Wagrain und Zell am See zählen wieder beide Einreichungen aus Österreich zu den Preisträger/innen.

Es ist erfreulich, dass Österreichs Destinationen in ihren Bestrebungen den Tourismus nachhaltig zu gestalten, große internationale Anerkennung finden und so das Image Österreichs stärken.

Bei der Ausgabe 2023 kann jeder Mitgliedstaat bis zu acht Bewerbungen von herausragenden Beispielen ländlicher Gemeinden einreichen. Mehrere Destinationen haben bereits ihr Interesse bekundet und sind in Abstimmung mit dem BMAW. Die offizielle Bekanntgabe der Gewinner/innen erfolgt voraussichtlich im Herbst 2023.





**STS Kraus-Winkler bei der Übergabe der Auszeichnung „Best Tourism Villages by UNWTO“**

„Unsere Gäste wollen authentische und naturnahe Urlaubserlebnisse, gleichzeitig achten sie immer stärker auf Ökologie und Nachhaltigkeit und fordern diese auch aktiv ein. Wagrain-Kleinarl und Zell am See-Kaprun nehmen als Destinationen hier – ganz im Sinne des Masterplan Tourismus – eine Vorreiterrolle ein und haben somit zurecht die Auszeichnung „Best Tourism Villages by UNWTO“ erhalten. Das ist eine wichtige internationale Anerkennung für den gesamten Tourismusstandort Österreich und ein weiterer Schritt, Österreich zu einer der nachhaltigsten Destinationen der Welt zu machen – herzliche Gratulation!“

*Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler*

„Wir sehen diese Auszeichnung, die von der UNWTO erst zum zweiten Mal verliehen wird, als Auftrag und Verpflichtung, Tourismus und alles, was damit zusammenhängt, in seiner ganzen Tragweite neu zu sehen, zu steuern und zu gestalten. Die Einflussnahme von Tourismus auf die Entwicklung unseres zukünftigen Lebensraums ist – gerade in einem Ort mit langer Tourismustradition – keinesfalls zu unterschätzen. So regional wir auch sind, auch wir sind Teil des Global Villages. „Best Tourism Village“ zu sein, gibt uns enormen Rückenwind, das Potential, das im Tourismus als treibende Kraft für die Gestaltung vom zukünftigen Lebens- und Naturraum steckt, noch besser zu nutzen und weiter auszubauen: Tourismus als sinn- und zukunftsstiftendes Instrument.“

*Stefan Passrugger, Geschäftsführer Wagrain-Kleinarl Tourismus*

„Für eine historische und kulturelle Stadt zwischen Gletscher, Berg und See freut es uns als Premium-Destination Zell am See-Kaprun sehr, zum ‚Best Tourism Village‘ ausgezeichnet zu werden. Diese Auszeichnung bestätigt, dass wir Nachhaltigkeit im Tourismus stetig vorantreiben müssen. In Zukunft wollen wir als Beispiel vorangehen und auch andere Destinationen motivieren, sich auf Nachhaltigkeit zu fokussieren.“

*Maximilian Posch, Obmann Tourismusverband Zell am See-Kaprun*



# Österreichische Hotel- und Tourismusbank



# Österreichische Hotel- und Tourismusbank



Die OeHT steht im Eigentum der Österreichischen Kontrollbank AG (OeKB) und der Raiffeisen Bank International AG (RBI) bzw. mehrerer Raiffeisen Landesbanken und wickelt für das BMAW die gewerbliche Tourismusförderung ab. Im Fokus der Tourismusförderungen stehen dabei familiengeführte Klein- und Mittelbetriebe der österreichischen Tourismus- und Freizeitbranche. Das Produktpotential der OeHT besteht insbesondere aus geförderten Krediten, Haftungen in Form von Risikoübernahmen des Bundes und Zuschüssen.



[www.oeht.at](http://www.oeht.at)

2022 konnte die OeHT mit einem Budget des BMAW von 24,5 Mio. Euro ein Investitionsvolumen von 590 Euro unterstützen bzw. ermöglichen. Darüber hinaus wickelt die OeHT die Tourismuskredite des ERP-Fonds mit einem jährlichen Gesamtbudget von rund 60 Mio. Euro ab. Die OeHT hat ihren Sitz in Wien und beschäftigte per Jahresende 2022 rund 50 Mitarbeiter/innen.

Im folgenden Beitrag finden Sie umfassende Informationen zu den Tätigkeitsbereichen und Förderangeboten der OeHT sowie weitere Informationen auf [www.oeht.at](http://www.oeht.at).

## Finanzierung für den klimagerechten Wandel im Tourismus in Österreich

Im Rahmen der Globalen Agenda 2030 hat sich Österreich dazu verpflichtet, die nachhaltigen Entwicklungsziele (Sustainable Development Goals – SDGs) umzusetzen. Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank GmbH (OeHT) trägt als Teil der Österreichischen Kontrollbank Kreditinstituts-Gruppe (OeKB KI-Gruppe) dazu bei, diese Nachhaltigkeitsziele durch die für das BMAW angebotenen Förderungen zu erreichen.

Die OeHT ist bereits seit Jahrzehnten Partnerinstitut der Europäischen Investitionsbank (EIB) mit Sitz in Luxemburg. Die EIB vergibt langfristige Finanzierungsmittel für solide Projekte, die den Zielen der EU entsprechen. Schwerpunkte der EIB sind Klima und Umwelt, Entwicklung, Innovation und Wissen, kleine und mittlere Unternehmen sowie Infrastruktur und Kohäsion. Im Rahmen dieser Kooperation hat die EIB ein Darlehen von 150 Mio. Euro an die OeHT vergeben. Es wird in mehreren Tranchen ausbezahlt und dient der Unterstützung von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich. Vornehmlich soll es familiengeführten Hotels und Restaurants Investitionen in klimagerechte Projekte ermöglichen.

**OeHT Direktor Martin Hofstetter:** „*In der langjährigen erfolgreichen Partnerschaft zwischen der EIB und der OeHT ist dies das erste Finanzierungsvorhaben, das einen Teil speziell für Investitionen in klimagerechte Projekte vorsieht.*“

Die OeHT wird das Darlehen der EIB in mindestens gleicher Höhe mit Mitteln aus anderen Refinanzierungsquellen ergänzen, womit insgesamt 300 Mio. Euro für zusätzliche langfristige Investitionen zur Verfügung stehen werden. Mit dieser europäischen Finanzierungskooperation kann zur Entwicklung des Privatsektors, zur Schaffung von Arbeitsplätzen und zum Fortschritt des klimagerechten Wirtschaftswachstums beigetragen werden.

### **OeHT etabliert Sustainable Finance Board (SFB)**

Zur Unterstützung der grünen Transformation im Tourismus hat die OeHT ein internes Sustainable Finance Board (SFB) etabliert. Dieses stellt die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien sowie die einheitliche Messbarkeit bei geförderten Finanzierungen sicher.

**OeHT Martina Wolf:** „*Es ist eine unserer wichtigsten strategischen Zielsetzungen, die grüne Transformation im Tourismus mit geförderten Finanzierungslösungen aktiv mitzugestalten. Die OeHT sieht es als ihre Verantwortung – auch in Partnerschaft mit der EIB – den klimagerechten Wandel im österreichischen Tourismus voranzutreiben.*“

Aus Sicht des OeHT Sustainable Finance Boards gilt es, Anreize für eine nachhaltige Entwicklung der OeHT-Kunden zu schaffen und diese zu grünen Investitionen zu motivieren. Das können Investitionen in die Energieeffizienz, in erneuerbare Energien oder auch qualifizierte Sanierungsmaßnahmen sein. Dafür ist die EIB eine ideale Partnerin, da ein detaillierter Nachhaltigkeitskatalog für grüne Projekte zur Verfügung steht.

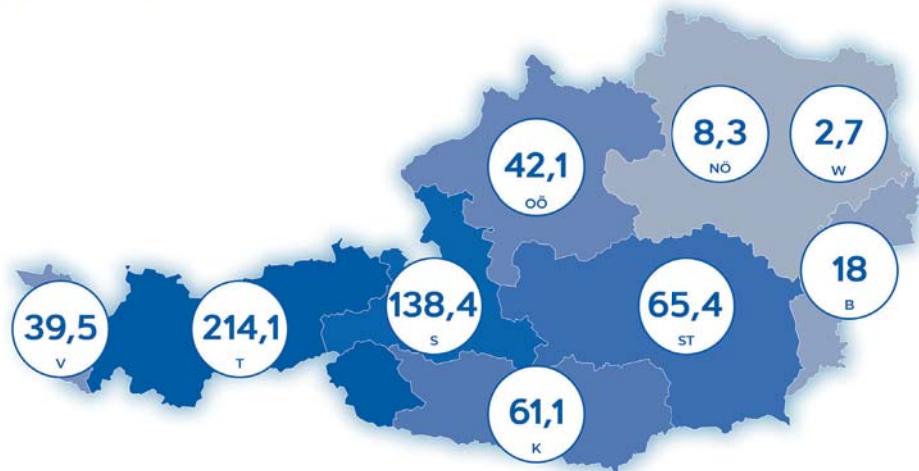
## **Förderungen im Jahr 2022**

Die OeHT konnte mit ihren geförderten Finanzierungsprodukten im Jahr 2022 Investitionen mit einem Gesamtvolumen i.H.v. 590 Mio. Euro betreuen. Nach einer Verdopplung der Förderungsnachfrage bzw. der Investitionstätigkeit in Salzburg im Jahr 2021 gegenüber 2019, nahm im Jahr 2022 wieder Tirol mit einem Gesamtinvestitionsvolumen i.H.v. 214 Mio. Euro die Position als Spitzenreiter ein. Dahinter folgen die Bundesländer Salzburg mit einem Investitionsvolumen i.H.v. 138 Mio. Euro und die Steiermark mit 65 Mio. Euro. In Gesamtbetrachtung wurden etwa 75 % des von der OeHT geförderten Investitionsvolumens der Tourismus- und Freizeitwirtschaft durch geförderte Kreditprodukte unterstützt. Besonders erfreulich ist, dass die Nachfrage an der Jungunternehmerförderung trotz der zuletzt turbulenten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen keinen wesentlichen Einbruch erlitten hat, was wiederrum für den ungebrochenen

Unternehmergeist der Branche spricht. Durch die im Jahr 2022 von der OeHT für das BMAW abgewickelten Förderungen konnte ein wesentlicher Beitrag geleistet werden, den Tourismusstandort Österreich nachhaltig zu stärken.

### Investitionsvolumen 2022 Bundesländervergleich

(in Mio EUR)



Förderungen Gesamt	
<b>484</b> Geförderte Fälle	<b>590</b> Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen

OeHT-Großkredite	
<b>97</b> Geförderte Fälle	<b>201</b> Mio EUR Bewilligtes Kreditvolumen

ERP-Kleinkredite	
<b>74</b> Geförderte Fälle	<b>15</b> Mio EUR Bewilligtes Kreditvolumen

Haftungen	
<b>22</b> Geförderte Fälle	<b>13</b> Mio EUR Bewilligtes Haftungsvolumen

Top-Zuschuss	
<b>241</b> Geförderte Fälle	<b>108</b> Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen

Top-Jugunternehmer	
<b>50</b> Geförderte Fälle	<b>11</b> Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen

## COVID-19-Überbrückungsfinanzierungen – eine Zwischenbilanz

Gemeinsam diese Krise bewältigen – dieses Ziel galt es zu bewerkstelligen, als vor mehr als drei Jahren das Coronavirus unsere Gesellschaft, unsere Wirtschaft und unser gewohntes Leben auf ungewisse Zeit stilllegte. Heute leben wir in einer neuen Normalität, sodass ein erstes Resümee gezogen werden kann.

Gerade zu Beginn der Krise war es wichtig, für alle Sorgen und Fragen der Unternehmer/innen erreichbar zu bleiben.

**OeHT Prokurst Florian Zellmann:** „*Unzählige Betriebe sahen sich gezwungen, durch die ausbleibenden Umsätze mitten in einer gut verlaufenden Wintersaison, für Liquidität zu sorgen, um das Unternehmen und die damit verbundenen Menschen – Unternehmerfamilie wie Mitarbeiter/innen – zu erhalten.*“

Die dafür in wenigen Tagen mit dem Bund ausgearbeitete Unterstützungsoffensive war eine Förderung mit Augenmaß; die richtige Dosis gegen die ersten Symptome der Krise: Haftungsübernahmen für kurzfristige Bankfinanzierungen (je nach Laufzeitmodell entweder für drei oder fünf Jahre), um das bankseitige Kreditrisiko zu minimieren und dadurch den Unternehmen den notwendigen Liquiditätspolster zu verschaffen. Aktuelle Auswertungen per Ende Februar 2023 zeigen, dass bisher lediglich knapp über 1% des genehmigten Haftungsvolumens tatsächlich ausgefallen ist.

**OeHT Prokurst Christian Strobl:** „*Für eine gesamtheitliche Analyse der Hilfsmaßnahmen ist es zum jetzigen Zeitpunkt zwar noch zu früh, dennoch zeigt sich in der aktuellen Ausfallsstatistik, dass es bei Haftungen für Überbrückungsfinanzierungen bisher kaum zu Ausfällen gekommen ist.*“

Daraus lässt sich trotz der schwierigen Rahmenbedingungen während der COVID-19-Pandemie und den anhaltenden Verwerfungen durch den russischen Angriffskrieg in der Ukraine ableiten, dass diese Haftungsprogramme ihre Zielsetzung als Soforthilfe erfüllt haben.

### Investitionen während der COVID-19-Pandemie

In den Krisenjahren 2020 und 2021 hat der Tourismus durch eine intensive Investitionstätigkeit wesentlich zur Wertschöpfungssteigerung und Konjunkturbelebung beigetragen. Die beiden Jahre waren in Bezug auf das betreute Investitionsvolumen von 789 Mio. Euro im Jahr 2020 und 897 Mio. Euro im Jahr 2021 absolute Rekordjahre.

**OeHT Direktor Matthias Matzer:** „Alle von uns abgewickelten Förderungsprogramme sind an Investitionen und bestimmte Schwerpunkte geknüpft. Die Tourismusbranche hat die Krisenjahre genutzt, um Angebot und Qualität auszubauen und Betriebskonzepte auf geänderte Gästeanforderungen anzupassen.“

Von den qualitätsverbessernden Investitionen profitiert neben Betrieben und Gästen insbesondere auch die regionale Wertschöpfung, beispielsweise in Form der lokal ansässigen Bau- und Handwerksbetriebe.

## Challenge Betriebsübergabe!

Wie in vielen anderen Branchen, stellt das Thema Betriebsübergabe auch für den Tourismus eine große Herausforderung dar.

**OeHT Prokurist Florian Zellmann:** „Wir erleben gerade, dass die bereits lange vor der COVID-19-Pandemie bekannten Problemstellungen, durch die neuerliche Ausnahmesituation wieder stärker in den Vordergrund rücken. Der Schatten, den die branchenweit niedrige Eigenkapitalausstattung und die oftmals angeschlagenen Bilanzbilder von Tourismusunternehmen auf die Zukunft wirft, wird länger.“

Denn dadurch fehlt den Jungunternehmer/innen von morgen bei innerfamiliären Betriebsübergaben das wirtschaftliche Fundament, auf dem sie langfristig erfolgreich aufbauen können, speziell in strukturschwachen Regionen. Oft fehlt bei der nachfolgenden Generation auch das Interesse an der Weiterführung des Betriebes, sodass die Immobilien verkauft oder in andere Projekte umgewandelt werden.

Dieser Entwicklung muss auf vielen Ebenen entgegengewirkt werden, wenn das Rückgrat des heimischen Tourismus, die eigentümergeführten Klein- und Mittelbetriebe, nicht verloren gehen sollen. Förderungen in Form von Risikoübernahmen des Bundes können speziell in der Anfangsphase der Selbstständigkeit nach einer Betriebsübernahme einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, auf den Betriebskonzepten der Vorgenerationen aufzubauen und eigene, innovative und zukunftsorientierte Ideen umzusetzen; insbesondere dann, wenn die Risikoübernahme durch Banken aufgrund verschiedenster Regulatorien und des im Vergleich zu anderen Branchen schlechteren Umsatz-zu-Schulden-Verhältnisses zukünftig nicht einfacher wird.

**OeHT Direktor Matthias Matzer:** „Ohne gesicherte Betriebsübergaben rücken mittel- bis langfristig die Themen Digitalisierung, Arbeitskräftemangel oder Nachhaltigkeit rasch in den Hintergrund – denn dann fehlt dem Tourismus sein wichtigster Baustein: mutige und innovative Unternehmer/innen“.

## Fitness-Checks für Hotels und Gastronomie

Als der Know-how-Partner der österreichischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft verfügt die OeHT aufgrund der rund 2.000 bestehenden Kreditnehmer über eine umfassende Branchendatenbasis. Die jährliche – anonymisierte – Auswertung der betrieblichen Wirtschaftszahlen gewährleistet zum einen fundierte betriebswirtschaftliche Analysen und zum anderen lässt diese wertvolle Rückschlüsse über die Entwicklung der heimischen Tourismusunternehmen in Gesamtbetrachtung zu. Insbesondere können durch umfangreiche und spezifische Reihenanalysen aktuelle Branchentrends am Tourismusmarkt festgestellt und daraus mögliche Erfolgsfaktoren abgeleitet werden.

Mit den neuen Fitness-Checks für Hotels und Gastronomie wird der Branche in Kooperation mit Prodinger Tourismusberatung ein detailliertes Instrument in die Hand gegeben, mit dessen Hilfe jedes Unternehmen seine Werte mit den Daten der Konkurrenz auf objektiver Basis vergleichen kann. Damit ist ein weiterer wichtiger Schritt zur Unterstützung der heimischen Tourismusbetriebe in schwierigen Zeiten gelungen. Die übersichtlich aufbereiteten Datenvergleiche helfen nicht nur jungen Unternehmer/innen beim Einstieg in die Branche, sondern sind auch „alten Hasen“ beim täglichen Betrieb von großem Nutzen. Basis der Vergleiche ist in beiden Fällen der „Standard STAHR“ (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants).

**OeHT Direktor Martin Hofstetter:** „Der Standard STAHR findet speziell in der Ferienhotellerie Anwendung und basiert auf der Grundlage eines einheitlichen Berichtswesens für die Branche. Mit dem Kennzahlen-Check für Hotels und die Gastronomie als Benchmarkvergleich wollen wir den Betrieben die Möglichkeit bieten, sich auf einfache Weise mit anderen Marktteilnehmer/innen zu vergleichen.“

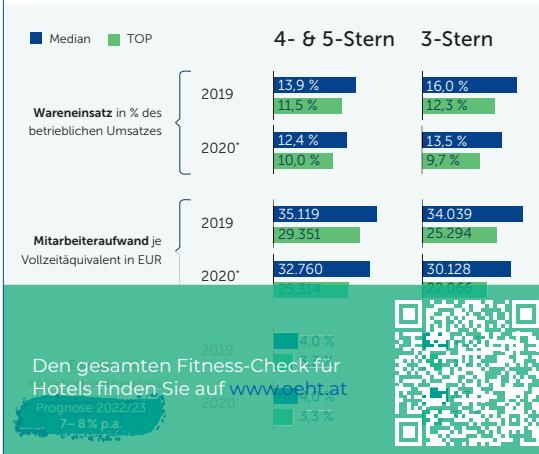
Die Kennzahlen der Fitness-Checks für Hotels und Gastronomie sind in verschiedene Blöcke wie Wareneinsatz (in Prozent des Umsatzes), Mitarbeiteraufwand, Energie, operatives Betriebsergebnis, Umsatz je Mitarbeiter/in u.v.m. aufgeteilt. Anhand von Tabellen lässt sich dann leicht die eigene Performance bestimmen.

Die Möglichkeit zum Download der Fitness-Checks findet sich auf der Website der OeHT oder über die QR-Codes auf der nächsten Seite.

# Fitness-Check für Hotels

Diese wichtigen Kennzahlen helfen Ihnen beim Einstieg oder im täglichen Hotel-Business. Mit aktuellen Benchmarkzahlen kann ich mich vergleichen und feststellen: Wo steht mein Betrieb im Vergleich zu anderen?

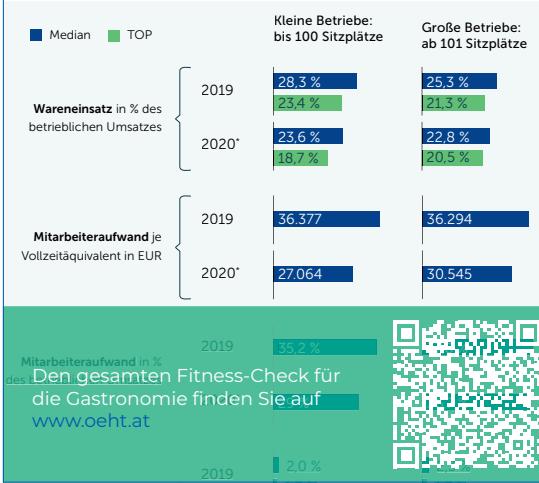
Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (OeHT) hält sich genauso wie die Prodinger Beratungsgruppe an den Standard STAHR (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants). Dieser findet speziell in der Ferienhotellerie Anwendung und basiert auf der Grundlage eines einheitlichen Berichtswesens für Hotels und Restaurants.



# Fitness-Check für die Gastronomie

Diese wichtigen Kennzahlen helfen Ihnen beim Einstieg oder im täglichen Betrieb. Mit aktuellen Benchmarkzahlen kann ich mich vergleichen und feststellen: Wo steht mein Betrieb im Vergleich zu anderen?

Die Österreichische Hotel- und Tourismusbank (OeHT) hält sich genauso wie die Prodinger Beratungsgruppe an den Standard STAHR (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants). Dieser basiert auf der Grundlage eines einheitlichen Berichtswesens für Hotels und Restaurants.



# Österreich Werbung



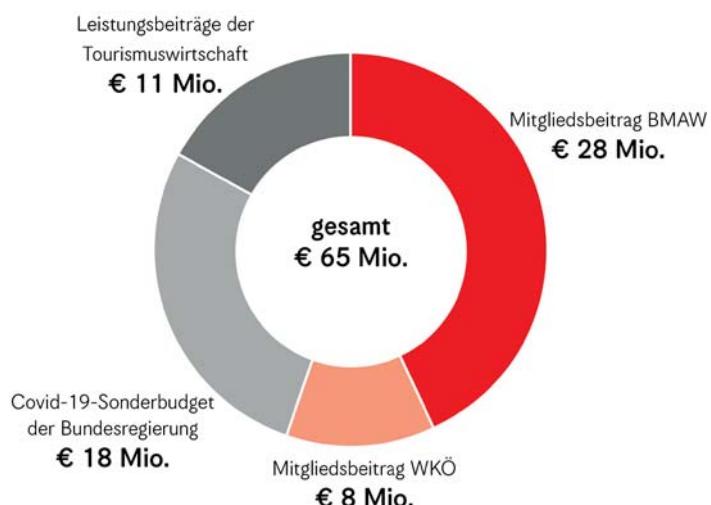
# Österreich Werbung

Als nationale Tourismusorganisation begeistert die Österreich Werbung (ÖW) weltweit für Österreich und informiert die Branche über aktuelle Entwicklungen auf den wichtigsten Herkunftsmärkten. Gemeinsam mit allen Partner/innen im Tourismus sorgt sie für den Erhalt und den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Tourismuslandes Österreich.

Seit 1955 lautet die unveränderte Vereinsaufgabe, das Urlaubsland Österreich zu bewerben. Mit ihren 21 Standorten bearbeitet die ÖW aktuell 27 Herkunftsmärkte und in Zusammenarbeit mit der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA weitere acht Potenzialmärkte. Ihr weltweites Netzwerk und das Wissen über lokale Entwicklungen ermöglicht der Österreich Werbung, ihr Marketing laufend zu optimieren. Das Know-how ihrer internationalen Expert/innen trägt die ÖW in die Branche, getreu dem Unternehmenszweck: Nutzen stiften für die Branche.

## 65 Mio. Euro Budget im Jahr 2022

Die Österreich Werbung ist als Verein organisiert. Ihr Budget setzt sich zusammen aus den Mitgliedsbeiträgen der Vereinsmitglieder Republik Österreich (vertreten durch das BMAW) und der Wirtschaftskammer Österreich sowie Leistungsbeiträgen aus der Tourismusbranche im Rahmen von Beteiligungen an konkreten Marketing-Aktivitäten. Zusätzlich standen der ÖW 2022 Mittel aus dem mehrjährigen COVID-19-Sonderbudget des Bundes zur kommunikativen Unterstützung des Restarts nach der Pandemie zur Verfügung. Insgesamt betrug das Budget 65 Millionen Euro. Darin erstmals enthalten ist die 2021 beschlossene Erhöhung des regulären Beitrags zum ÖW-Budget seitens des Bundes: Der Bund erhöhte seinen jährlichen Beitrag zum ÖW-Budget für das Jahr 2022 um 4 Millionen Euro und um weitere 2 Millionen Euro ab dem Jahr 2023.



Zusammensetzung des ÖW-Budgets im Jahr 2022

## Strategie ÖW2026

Die bereits 2021 erarbeitete strategische Neuausrichtung legt fest, wie sich die Österreich Werbung aktuellen Entwicklungen anpasst, um auch künftig ihr Ziel zu erreichen: Nutzen stiften für die Branche. Im Jahr 2022, dem ersten Jahr der Umsetzung, zeigten sich bereits konkrete messbare Erfolge.

### Nutzenfeld Kommunikation

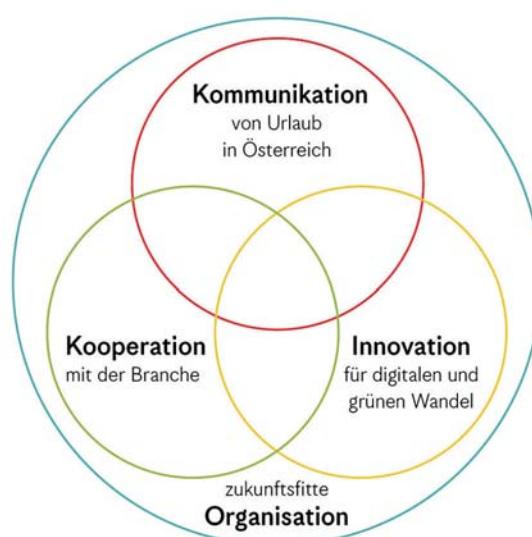
Das zentrale Kommunikationsziel ist, die Marke Urlaub in Österreich noch begehrlicher zu machen. Der im Jahr 2021 im Zuge einer Nullmessung erhobene „Brand Power Index“ konnte 2022 gesteigert werden und liegt deutlich über jenen der Benchmarkländer Deutschland und Schweiz.

### Nutzenfeld Kooperation

Das strategische Ziel der Österreich Werbung ist, mit konkreten Produkten und Serviceleistungen Nutzen für die Branche zu stiften. In regelmäßigen Befragungen erhebt die ÖW die Partnerzufriedenheit. Diese konnte 2022 im Vergleich zur Nullmessung 2021 gesteigert werden.

### Nutzenfeld Innovation

Der 2022 neu geschaffene Bereich Innovation beschäftigt sich sowohl mit der digitalen als auch der grünen Transformation des Tourismus. Nach innen liegt der Blick auf der digitalen und innovativen Kompetenz der ÖW. Auch dieser „digitale Reifegrad“ konnte 2022 im Vergleich zur Nullmessung 2021 gesteigert werden.



**Im Rahmen der Strategie ÖW2026 hat sich die Österreich Werbung Ziele in ihren strategischen Nutzenfeldern gesetzt.**

## Best-of Kommunikation

### #realAustria

Im Jahr 2022 standen die ÖW-Kampagnen unter dem einheitlichen Dach #realAustria. Es war die Einladung, Österreich nach Jahren der Pandemie, als reisen vielfach nicht möglich war, wieder „in echt“ zu erleben. Einen echten Urlaub mit den vielfältigen authentischen Erlebnissen zu verbringen, für die Österreich steht. Unter dem Motto #realAustria standen die Kampagnen Sommer 2022, Winter 2022/23, Städte, Herbst, Rad und Advent. Mit diesen 6 Kampagnen auf 16 Märkten warb die Österreich Werbung 2022 weltweit für Österreich.



Ein Sujet aus der Winterkampagne 2022/23 „Winterliebe – Jetzt in echt erleben“

### Kampagnen- und Ressort-Arbeit

Im Rahmen der Zwei-Säulen-Strategie bringt die Österreich Werbung neben awareness-starken Kampagnen reiserelevante Inhalte auch mittels strategischem Content-Marketing an die Zielgruppe. Im Jahr 2022 entstand redaktioneller Content in den drei Ressorts „Bewegung & Erholung“, „Kunst & Kultur“ sowie „Kulinarik“.

Die behandelten Themen sind für die Zielgruppe anziehend und gesellschaftlich relevant. Sie transportieren das österreichische Lebensgefühl und die Markenwerte. Reiserelevante Aspekte werden durch inspirierendes und informatives Storytelling aufbereitet und medienadäquat ausgespielt. Die Ressorts ergänzen die Kampagnen inhaltlich durch die Beweisführung und sorgen für Involvement.

Die Kampagnen-Videos der ÖW wurden 2022 mehrfach ausgezeichnet, eine Auswahl:

- **Golden Award of Montreux** in der Kategorie Corporate Film/Tourism Film für das Video aus der Winterliebe-Kampagne zum Winter 2021/22
- **2 x Gold** für das Video zur Kampagne Winterliebe 2021/22 bei den World Media Festivals Hamburg in den Kategorien Destination Advertising: Wintersport Area und Marketing & Promotions: Travel und Tourism
- **2 x Silber** für das Video zur Sommerkampagne 2022 Österreich – Jetzt in echt erleben bei den World Media Festivals Hamburg in den Kategorien Destination Advertising: Country und Advertising: TV Commercials
- **Silber** für das Video zur Städte- und Kulturkampagne 2022 Österreich – Jetzt in echt erleben bei den World Media Festivals Hamburg, Kategorie Destination Advertising: Culture and Heritage Area.

### Austrian Ski Game

Gemeinsam mit den Partnerregionen Zillertal, Nassfeld und Lech Zürs ging das Austrian Ski Game der Österreich Werbung in sein zweites Jahr. Auf drei Strecken konnten Gamer/innen zu virtuellen Bestzeiten rasen, dabei ganz reale Preise gewinnen und eigene Rennserien mit Freund/innen und Arbeitskolleg/innen organisieren. Im Rahmen von Sonderbewerben wurden alternative Kriterien wie der weiteste Sprung oder die langsamste Fahrt prämiert. Die positive Bilanz: 110.000 App-Downloads, 1,4 Mio. Renn-Starts und 207 Mio. Ad-Impressions für die beteiligten Partner/innen.



Eine innovative Marketing-Maßnahme, um für Winterurlaub in Österreich zu begeistern:  
das Austrian Ski Game

## Sicherheits-Content

Im Laufe des Jahres 2022 traten die Reisebeschränkungen und Coronamaßnahmen, die den Tourismus in den Jahren davor geprägt hatten, immer weiter in den Hintergrund. Das Bedürfnis unserer Gäste, sich im Vorfeld ihrer Reise über die in Österreich gelgenden Maßnahmen und Einreisebestimmungen zu informieren, blieb aber groß. Die ÖW informierte auf ihren Sprachportalen weltweit laufend und aktuell über die jeweilige Maßnahmenlage in Österreich. Diesen sogenannten Sicherheitscontent stellte die ÖW auch der Branche zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung. 2022 verzeichnete der Sicherheitscontent alleine auf den ÖW-eigenen Portalen acht Millionen Seitenaufrufe.



**Während der Pandemie informierte die ÖW die Gäste über die jeweils gültigen Sicherheitsmaßnahmen in Österreich**

## Peking 2022

Die ÖW nutzte die Olympischen Winterspiele in Peking von 4. bis 20. Februar 2022, um Österreich in Kooperation mit dem Österreichischen Olympischen Comité, der österreichischen Botschaft in Peking und der AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA zu präsentieren. Das Highlight in Peking war das Winter Wonderland auf dem Gelände der österreichischen Botschaft als Kulisse für mehrere Branchenevents. Eine Schneelandschaft mit stilem Wintermarkt und eine virtuelle Bergfahrt in einer echten Gondel sorgten für Winter-Feeling.



**Das „Winter Wonderland“ im Rahmen der Winterspiele in Peking**

## Best-of Kooperation

### Österreichische Tourismustage 2022

Das Who's who der Branche traf sich von 16. bis 19. Mai bei den Österreichischen Tourismustagen (ÖTT) zum Austausch im Austria Center Vienna. Die vier Säulen der Veranstaltung unter dem Motto „ReDesign Tourism | now“ waren der Wissenscampus der Wirtschaftskammer Österreich, die Fachmesse ATB sowie der Innovations- und der Convention-Campus. Daneben konnten die angereisten Touristiker/innen aus aller Welt im Rahmen von Pre- und Post-Touren Österreichs abwechslungsreiches Urlaubsangebot selbst erleben. Gemeinsam veranstaltet wurden die ÖTT vom Tourismusministerium, der Wirtschaftskammer Österreich und der Österreich Werbung. Insgesamt verzeichneten die ÖTT 3.350 Teilnehmer/innen, darunter 340 angereiste Einkäufer/innen aus 45 Ländern.



Nach der pandemiebedingten Pause traf sich die Branche auf den Österreichischen Tourismustagen im Mai wieder im Rahmen eines Großevents

## Market Insights Live

Wissen über Zielgruppen und aktuelle Entwicklungen auf den Märkten hilft der Branche, ihre Produkte zielgerichtet anzubieten und für potenzielle Gäste weiterzuentwickeln. Dieses Marktwissen aus dem weltweiten ÖW-Netzwerk nach Österreich in die Branche zu tragen, ist eine der Kernaufgaben der Österreich Werbung. So auch beim neuen physischen Austauschformat Market Insights Live, das am 24. November 2022 Premiere feierte. In der Libelle am Dach des Leopold Museums trafen 100 Branchenvertreter/innen auf die Head of Markets der Österreich Werbung zum Informationsaustausch und Networking. Es war das erste Zusammentreffen aller Head of Markets mit der Branche seit sieben Jahren. Und das größte von der ÖW organisierte Branchenevent nach ÖTT/ATB einige Monate zuvor.



Market Insights Live trug das Wissen der ÖW in die Branche nach Österreich

## Studio-Formate

Dem allgemeinen Trend hin zu Bewegtbildnutzung in der Kommunikation zollt auch die ÖW Rechnung. Im Herbst 2022 ging das neue Studio im Head Office in Wien in Betrieb. Dort entstehen seither zwei regelmäßige Sendungsformate für die Tourismusbranche: ÖW Aktuell und ÖW Change. Ziel ist jeweils, das umfangreiche Wissen der ÖW über Märkte und Trends in die Branche zu tragen. Zu sehen sind die Formate in der ÖWtheke unter [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)



Links: Director of Markets Heidi Tscharf im ÖW-Aktuell-Studio  
Rechts: CDIO Oliver Csendes moderiert das Zukunftsmagazin ÖW Change

## Best-of Innovation

### Tourism Data Space

Österreichweit existieren verschiedenste touristisch relevante Daten in den unterschiedlichsten Quellen: aktuelle Informationen zur Verkehrslage, zum Wetter, zu Öffnungszeiten oder redaktionell aufbereiteter Content zu Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten, um nur einige Beispiele zu nennen. Zusammengeführt ermöglichen diese Daten völlig neue Geschäftsmodelle und Services. Gemeinsam mit der Data Intelligence Offensive (DIO), einem Verein zur Förderung der Datenwirtschaft, arbeitet die ÖW daher an einem Datenraum für die heimische Tourismuswirtschaft: dem Tourism Data Space.

Die ÖW nimmt bei der Gestaltung des Tourism Data Space eine zentrale Rolle ein. Sie agiert als Plattform für Daten und Innovationen und engagiert sich in drei Bereichen: Data Governance (Schaffung von Rahmenbedingungen für einen digitalen Daten-Marktplatz), Infrastruktur (Daten und Services nutzen und bereitstellen) sowie Use Cases (Entwicklung und Umsetzung von Anwendungen und Services). Das Bündeln von Daten verschiedener Organisationen wie Verkehrsanbieter/innen, Liftbetreiber/innen, Buchungsplattformen, Gastronomiebetriebe, Wetterdienste usw. ermöglicht Projekte wie die Analyse und Lenkung von Besucherströmen oder die Vermeidung von Overtourism.

**Ein konkreter Use Case für den Tourism Data Space aus dem Jahr 2022 ist die Besucherstromlenkung am Beispiel Schlegeis-Stausee (Mayrhofen). Dabei ging es darum, anhand von Daten zum Verhalten und der Charakteristiken von Gästen an touristischen Hotspots Strategien zur räumlichen und zeitlichen Entzerrung zu entwickeln**

### Tourism Data Challenge

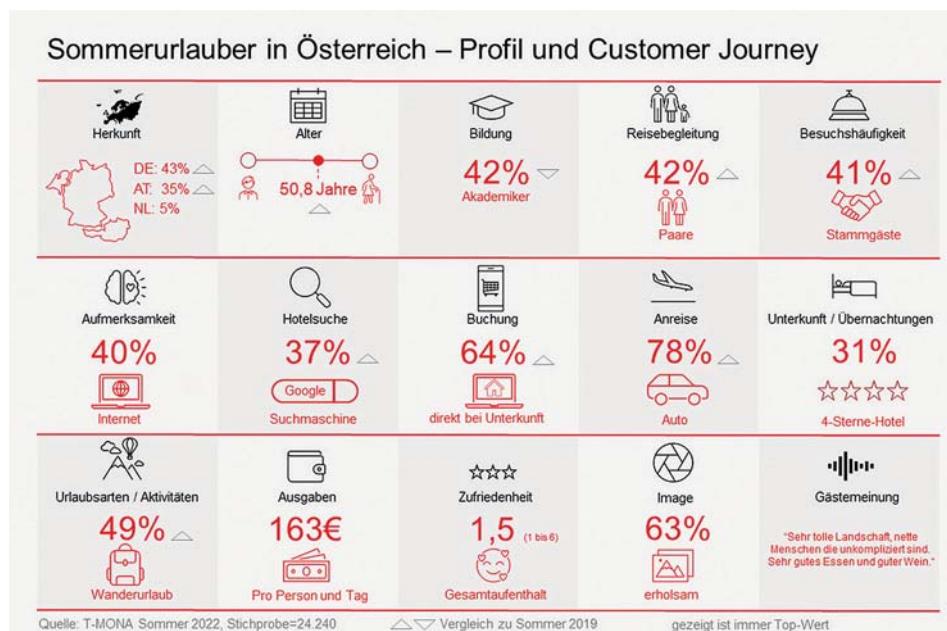
Im Rahmen des eDAY22 der Wirtschaftskammer Österreich führte die ÖW in Zusammenarbeit mit der Data Intelligence Offensive (DIO) die „Tourism Data Challenge“ in Form eines sogenannten Hackathons durch. 25 Teilnehmer/innen entwickelten in sechs Teams und mithilfe von zwanzig Mentor/innen in zehn Stunden neue Ideen für die Nutzung von Daten für nachhaltigeren Tourismus. Die Tourism Data Challenge fand hybrid mit physischen Veranstaltungen am 9. September in Linz und Innsbruck statt. Damit ermöglicht die ÖW die effiziente Identifikation von innovativen Lösungsansätzen und kann die Umsetzung dieser unterstützen, um den Innovationsgrad der Branche zu steigern.



Teilnehmer/innen der Tourism Data Challenge in Linz

## Gästebefragung T-MONA

T-MONA steht für Tourismus-Monitor Austria und bezeichnet ein Gästebefragungsprojekt, das seit 2004 besteht und von der ÖW gemeinsam mit dem Tourismusministerium der Wirtschaftskammer Österreich, dem Marktforschungsunternehmen MANOVA und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt wurde. Österreichische Tourismusdestinationen haben die Möglichkeit, sich an T-MONA zu beteiligen. Seit der Wintersaison 2017/18 findet die Gästebefragung im Rahmen als permanent laufende Online-Erhebung statt. Interessierte Gäste haben zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit, Feedback zu ihrem Urlaub in Österreich zu geben. Mit dem neuen Befragungskonzept nimmt T-MONA eine Vorreiterrolle in der Tourismusmarktforschung ein.



Die Auswertung der Gästebefragung T-MONA zum Sommer 2022

## Nachhaltigkeit: Strategie & Manifest

Die Österreich Werbung begleitet und unterstützt die Branche auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit im Tourismus. Und sie hat sich zum Ziel gesetzt, selbst eine nachhaltige Organisation zu werden.

### Nachhaltigkeitsstrategie

Um die Zukunftsfähigkeit des Urlaubslandes Österreich mittel- und langfristig zu sichern, ist eine Transformation notwendig, die ökologische, sozio-kulturelle und ökonomische Bedürfnisse gleichermaßen berücksichtigt. Die Österreich Werbung hat sich zum Ziel gesetzt, gemeinsam mit allen Stakeholder/innen gezielt an einer nachhaltigen und zu-

kunftsähigen Entwicklung des Tourismus in Österreich zu arbeiten. Grundlage für alle Aktivitäten ist die 2022 entwickelte Nachhaltigkeitsstrategie.

Die Vision: Aktiv und authentisch gelebte Nachhaltigkeit entlang der gesamten Wert schöpfungskette des österreichischen Tourismus unter Involvierung der Gäste, der Beschäftigten, der lokalen Bevölkerung und aller weiteren Dienstleister/innen und Beteiligten.

Das strategische Ziel: Unterstützung der österreichischen Branche auf dem Weg zur nachhaltigsten Tourismusdestination der Welt, analog zu den Ambitionen und Vorgaben im Plan T.

### Nachhaltigkeitsmanifest

Auch die Österreich Werbung selbst hat sich vorgenommen, als Organisation nachhaltiger zu werden. Dazu ist 2022 ein Nachhaltigkeitsmanifest entstanden, das Initiativen entlang der drei strategischen Aktionsfelder „Klima & Umweltschutz“, „Mensch & Gesellschaft“ sowie „Wettbewerbsfähigkeit & Standards“ definiert. Mit dem Nachhaltigkeitsmanifest legt die ÖW Maßnahmen zur Ressourceneffizienz fest, nimmt ihre soziale Verantwortung wahr und investiert in die Schaffung eines bestmöglichen Arbeitsumfeldes.

Die Vision ist es, einerseits die Tourismusbranche zu inspirieren, andererseits aber auch wichtige Treiber und Ideen zu implementieren. Die unternehmensinternen Vorgaben zielen einerseits auf das Employer Branding ab, andererseits sollen sie die Loyalität und den Wohlfühlfaktor der Mitarbeiter/innen erhöhen. Mehr zu Nachhaltigkeitsstrategie und -manifest auf [www.austriatourism.com/nachhaltigkeit](http://www.austriatourism.com/nachhaltigkeit)

### ÖW Jahresbericht 2022

Mehr darüber, mit welchen vielfältigen und zahlreichen Aktivitäten, Kooperationen und Maßnahmen es der ÖW auch 2022 weltweit gelang, für das Urlaubsland Österreich zu begeistern, lesen Sie im Jahresbericht 2022 der Österreich Werbung. Er ist online zum Durchblättern und als Download verfügbar: [www.austriatourism.com/jahresberichte](http://www.austriatourism.com/jahresberichte)



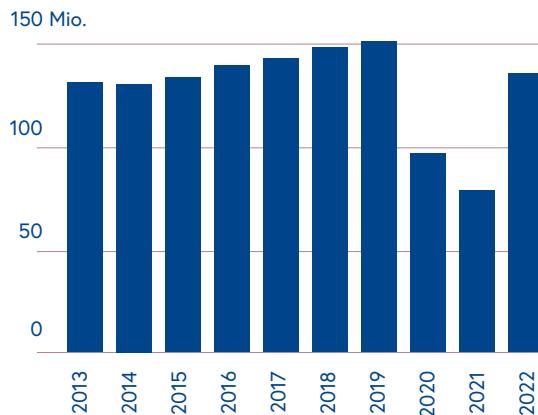


# Tourismus in den Bundesländern



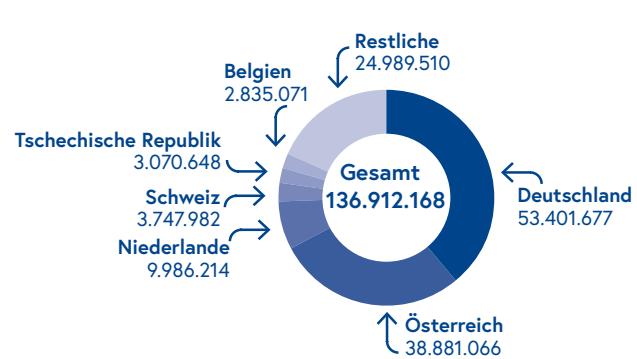
# Tourismus in Österreich

## Entwicklung der Nächtigungen



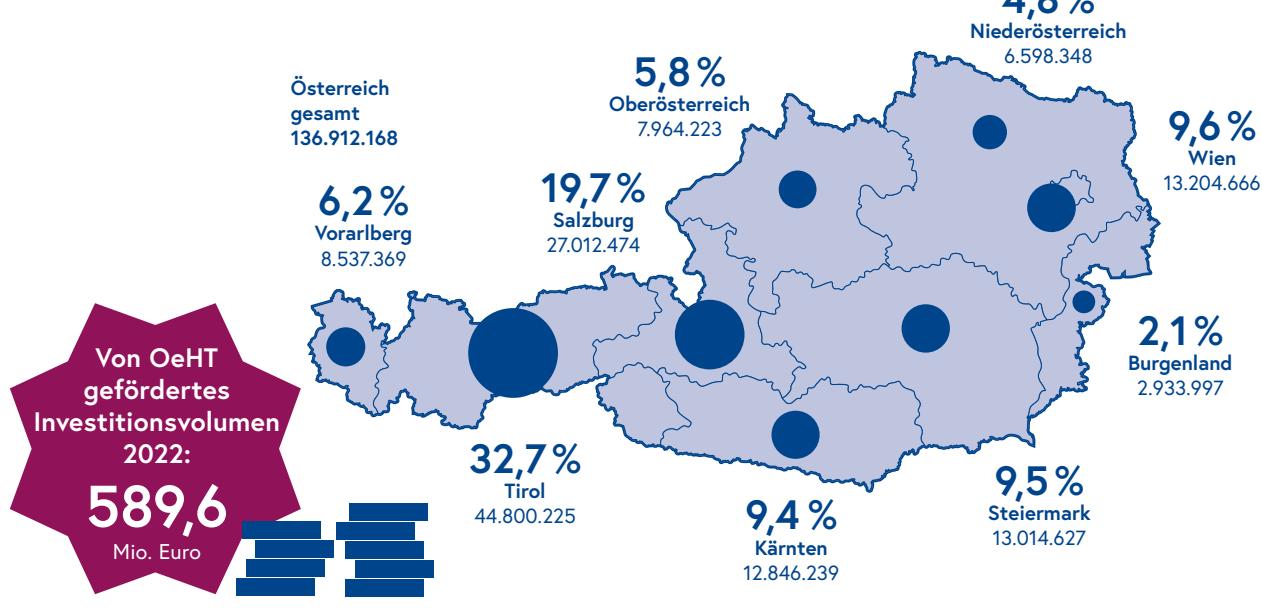
Quelle: Statistik Austria

## Wichtigste Herkunftsländer 2022



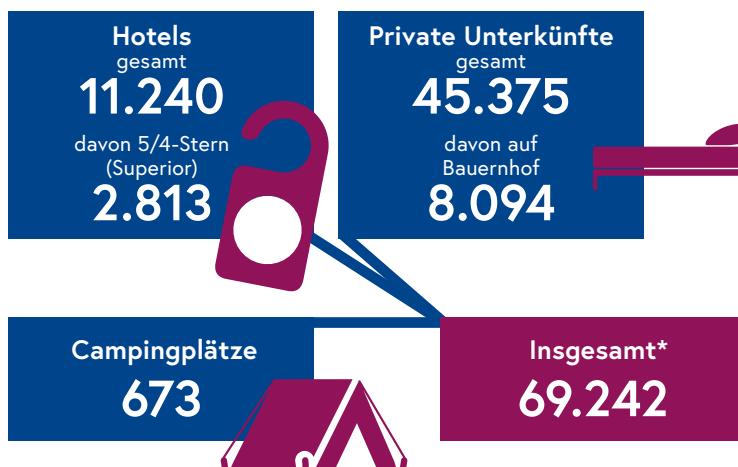
Quelle: Statistik Austria

## Nächtigungen 2022 nach Bundesländern in %



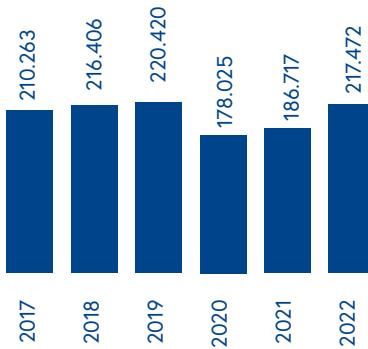
Quelle: Statistik Austria

## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige  
Quelle: Statistik Austria

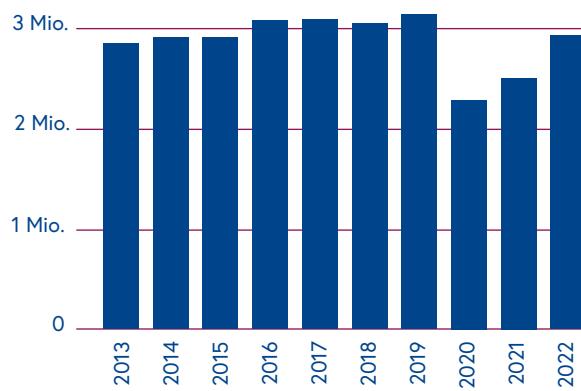
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



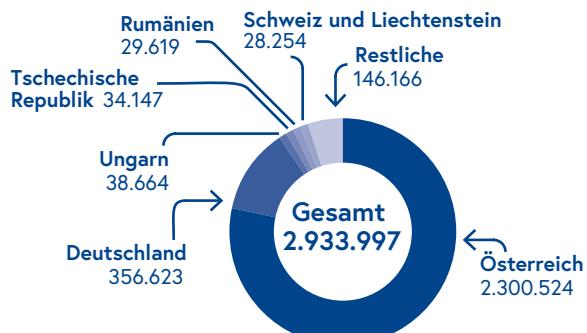
Quelle: BMWF

# Tourismus im Burgenland

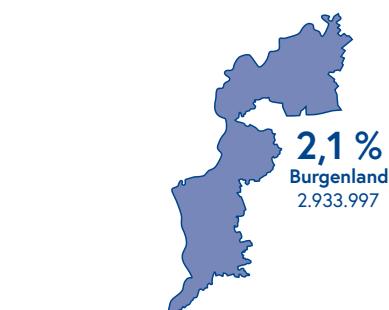
## Entwicklung der Nächtigungen



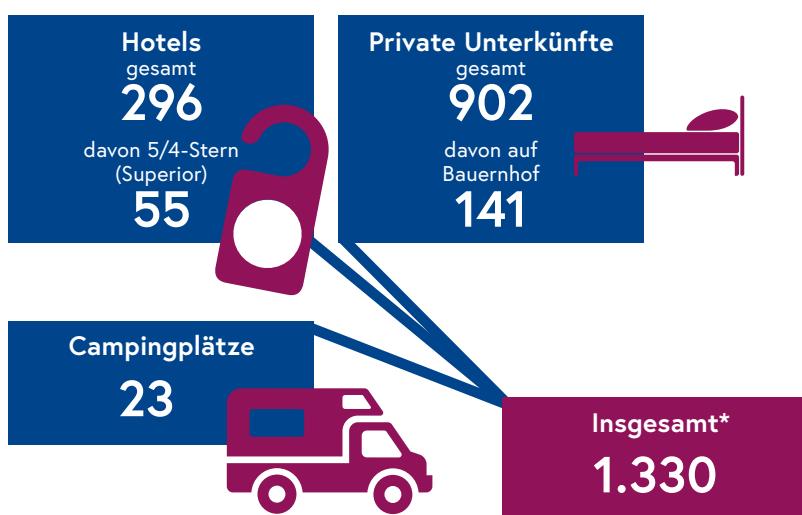
## Wichtigste Herkunftsländer 2022



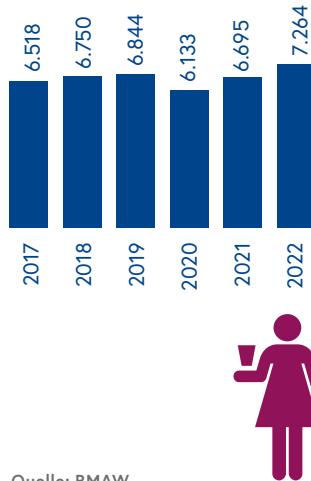
## Anteil Burgenlands an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %



## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22

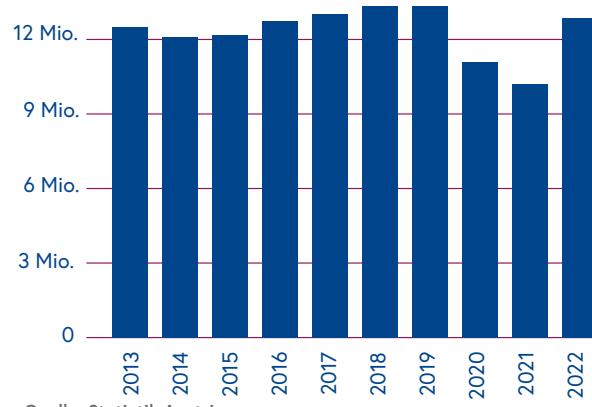


## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

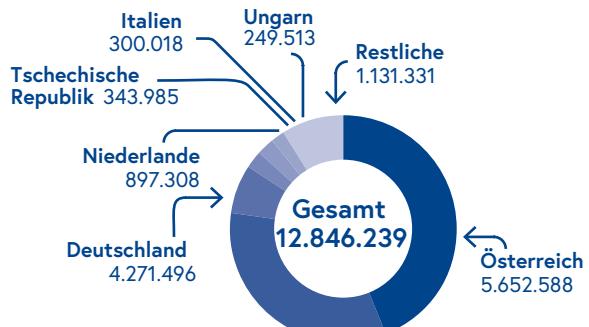


# Tourismus in Kärnten

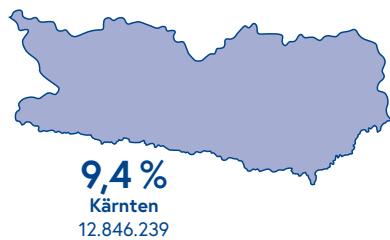
## Entwicklung der Nächtigungen



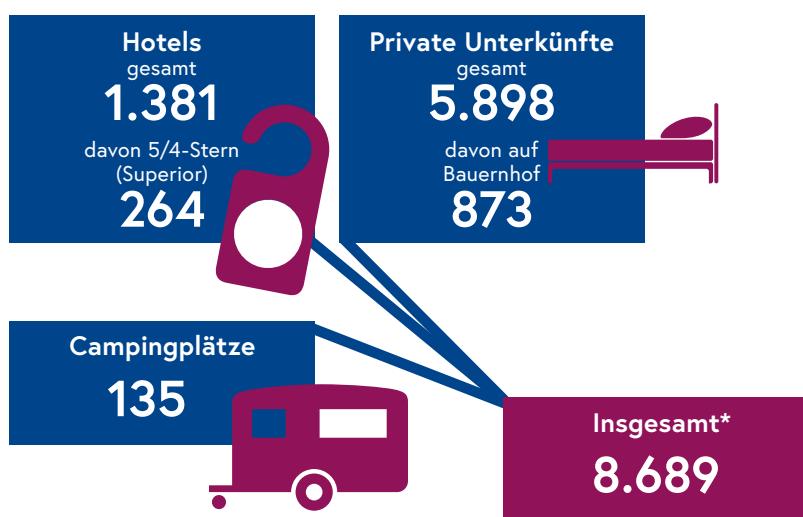
## Wichtigste Herkunftsländer 2022



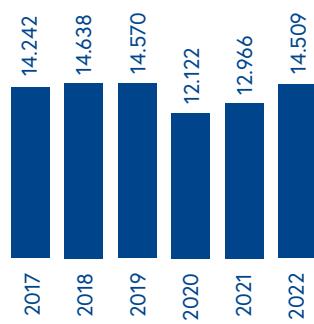
## Anteil Kärtents an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %



## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22

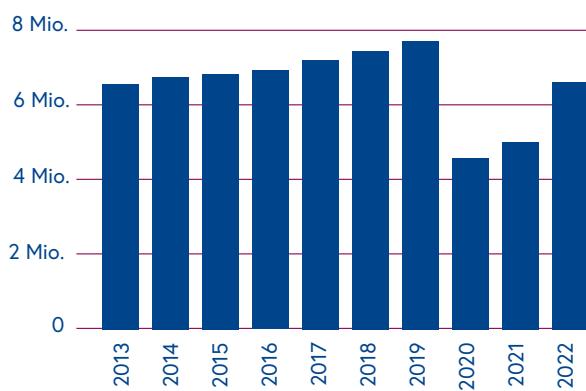


## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

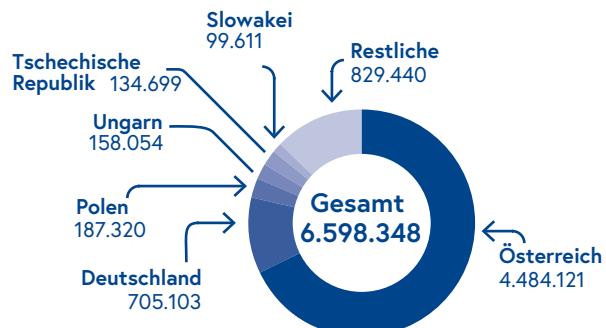


# Tourismus in Niederösterreich

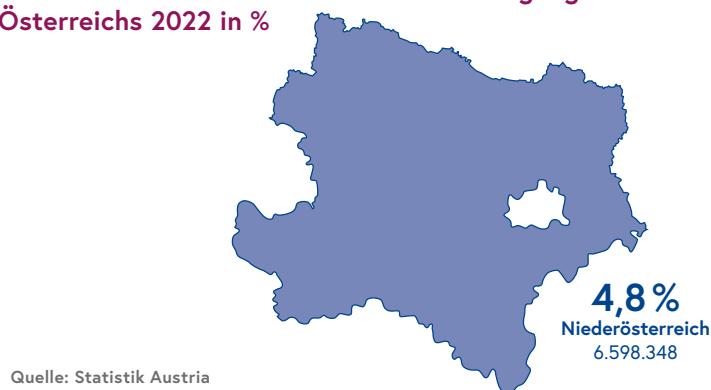
## Entwicklung der Nächtigungen



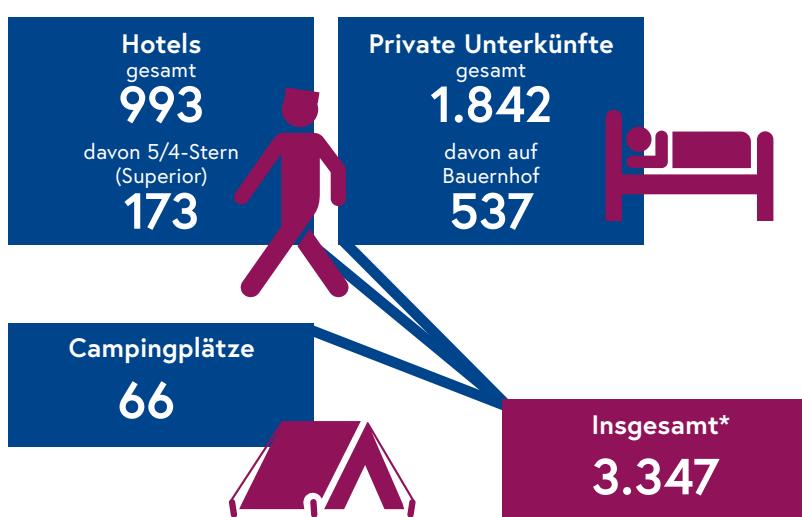
## Wichtigste Herkunftsländer 2022



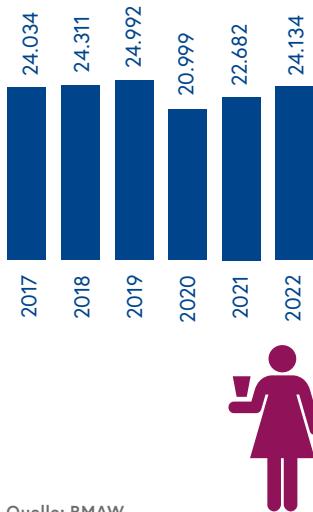
## Anteil Niederösterreichs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %



## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22

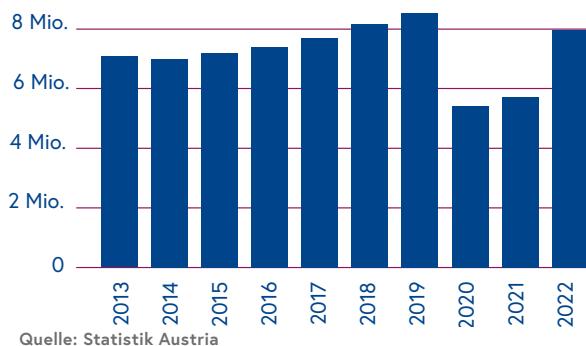


## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

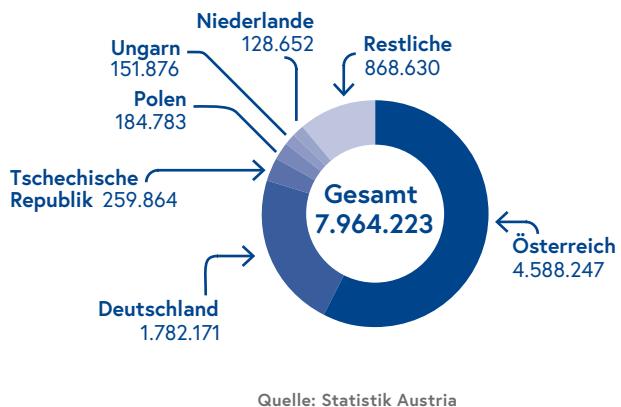


# Tourismus in Oberösterreich

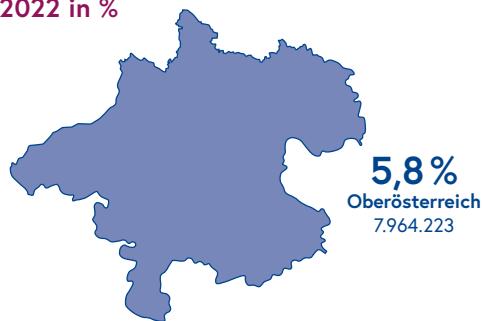
## Entwicklung der Nächtigungen



## Wichtigste Herkunftsländer 2022



## Anteil Oberösterreichs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %

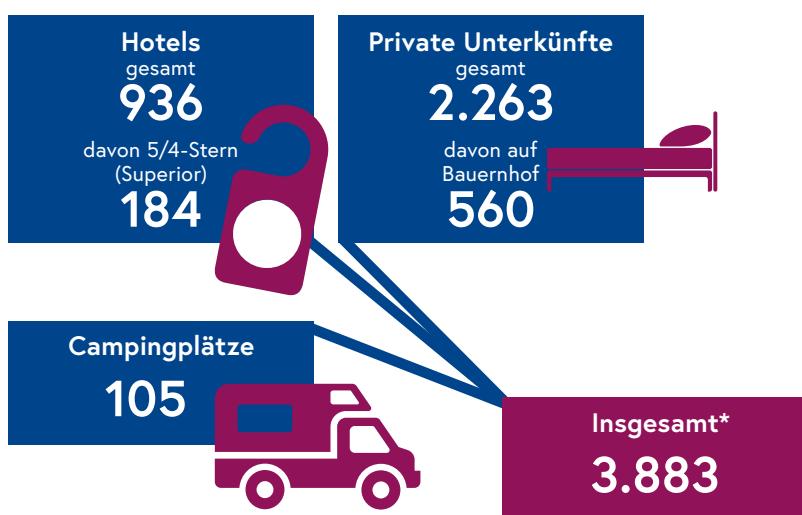


Quelle: Statistik Austria

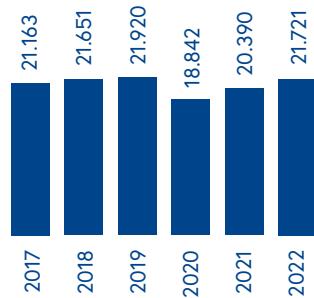


Quelle: OeHT

## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22



## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

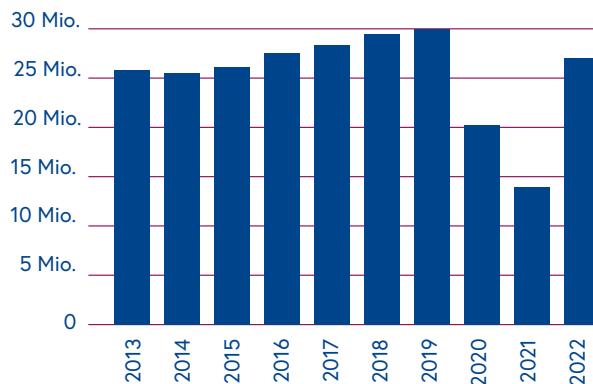


Quelle: BMAW



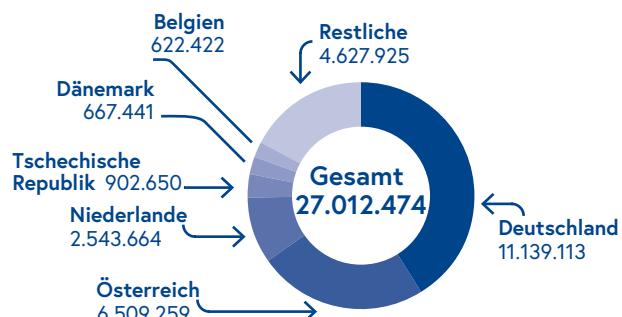
# Tourismus in Salzburg

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria

## Wichtigste Herkunftsländer 2022



Quelle: Statistik Austria

## Anteil Salzburgs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %

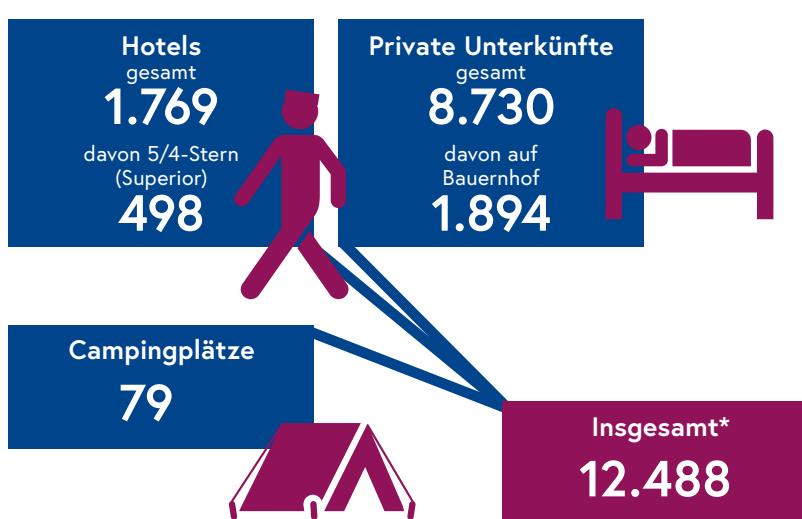


Quelle: Statistik Austria



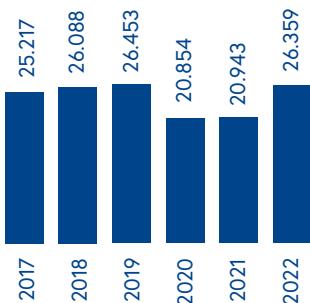
Quelle: OeHT

## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige  
Quelle: Statistik Austria

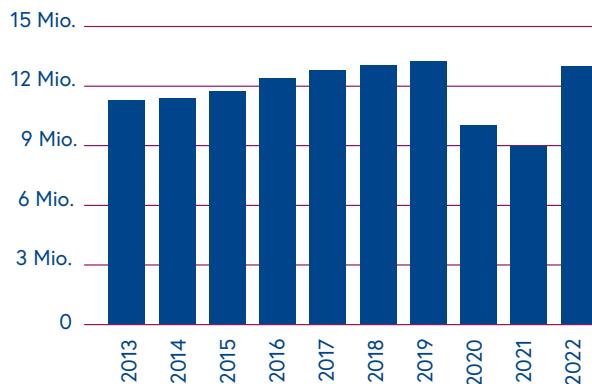
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



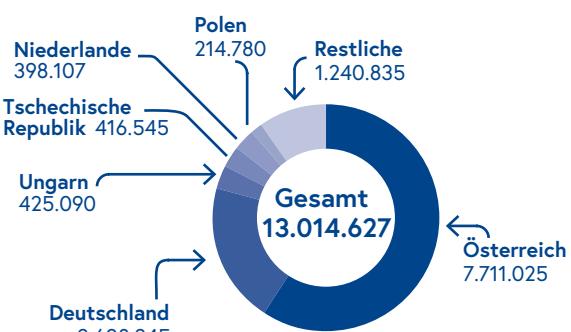
Quelle: BMAW

# Tourismus in der Steiermark

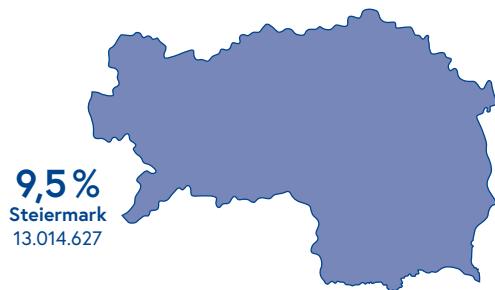
## Entwicklung der Nächtigungen



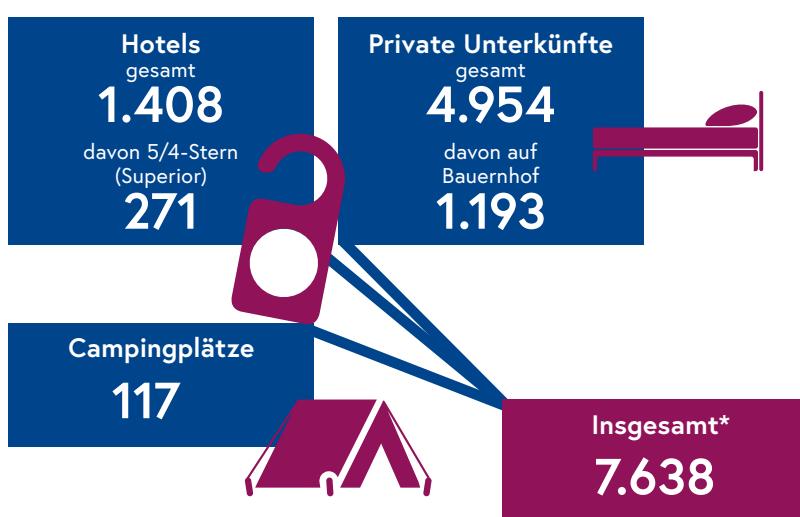
## Wichtigste Herkunftsländer 2022



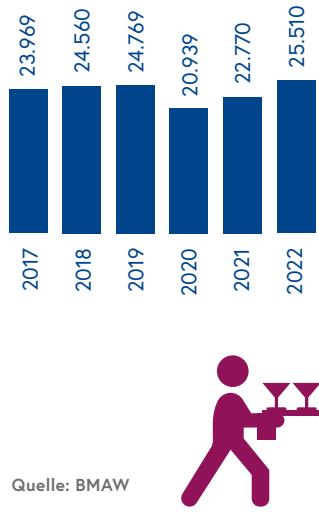
## Anteil Steiermarks an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %



## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22

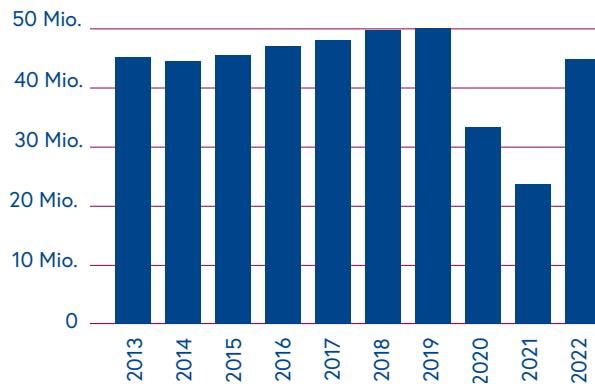


## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

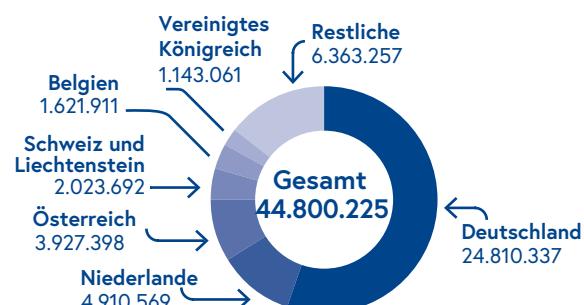


# Tourismus in Tirol

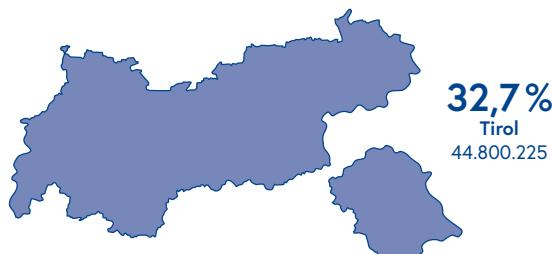
## Entwicklung der Nächtigungen



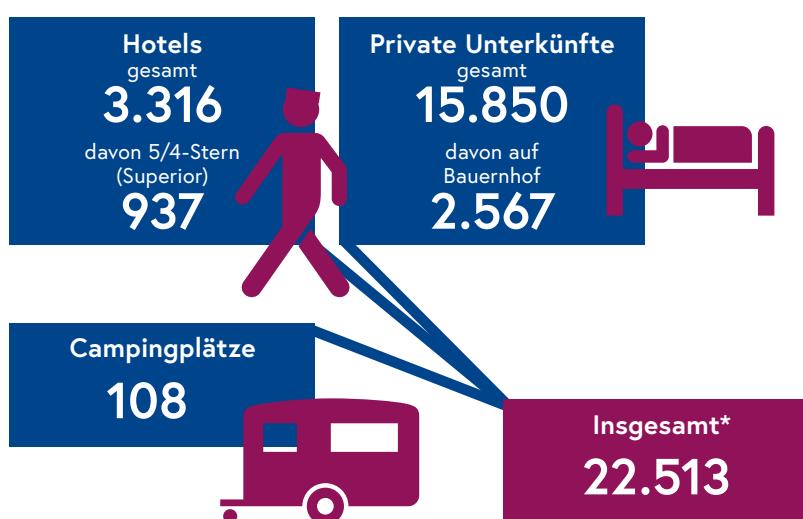
## Wichtigste Herkunftsländer 2022



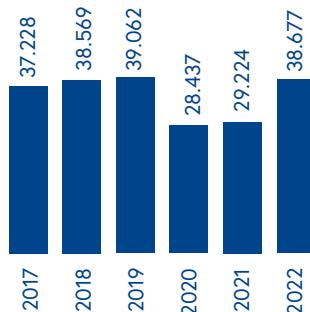
## Anteil Tirols an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %



## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22

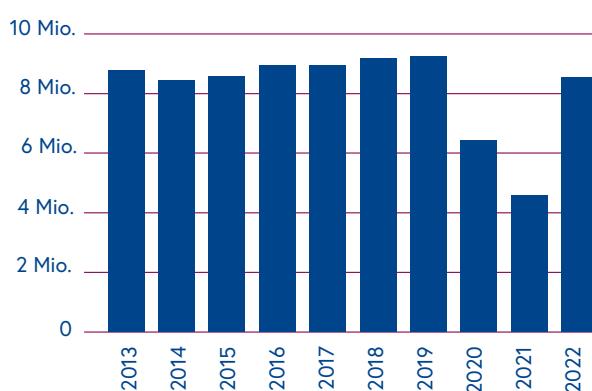


## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

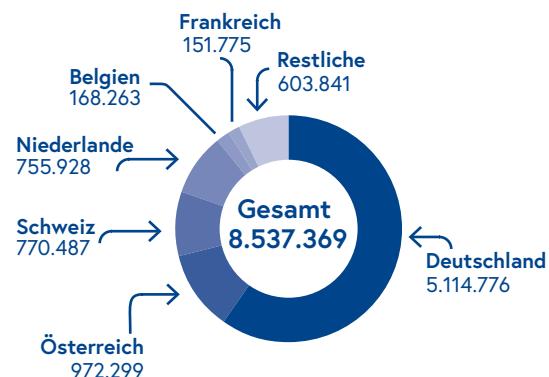


# Tourismus in Vorarlberg

## Entwicklung der Nächtigungen



## Wichtigste Herkunftsländer 2022



## Anteil Vorarlbergs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %

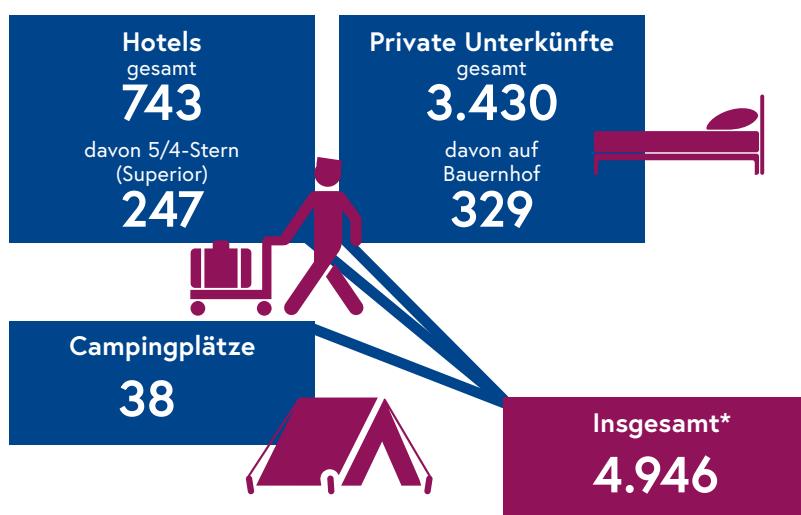


Quelle: Statistik Austria

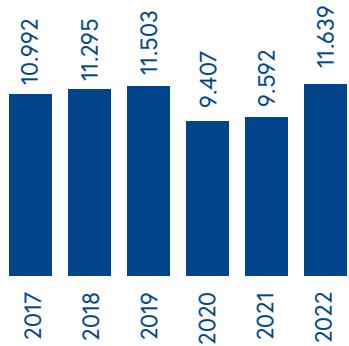


Quelle: OeHT

## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22



## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

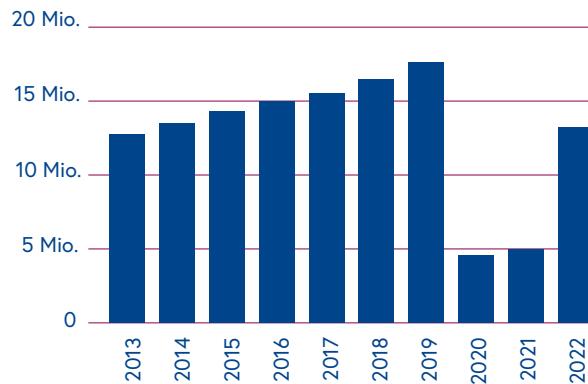


Quelle: BMAW



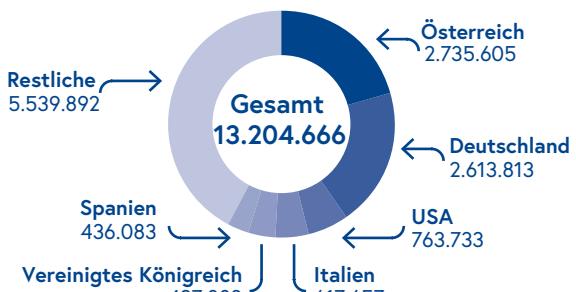
# Tourismus in Wien

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria

## Wichtigste Herkunftsländer 2022



Quelle: Statistik Austria

## Anteil Wiens an Gesamtnächtigungen Österreichs 2022 in %

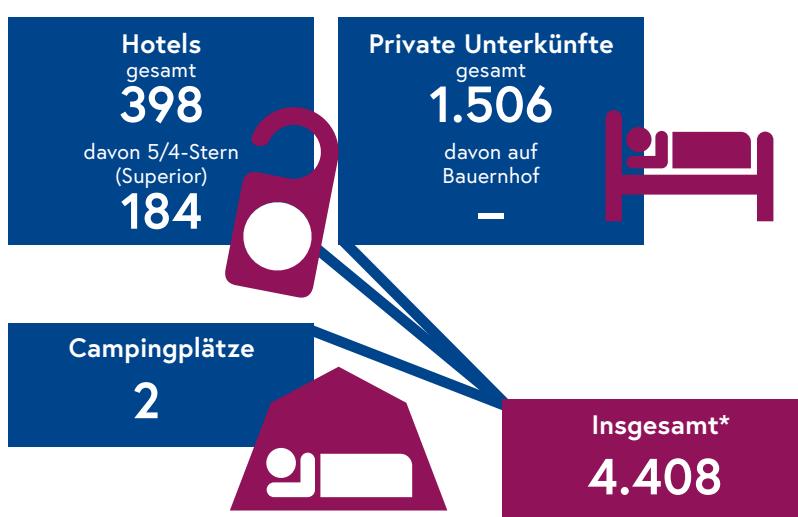


Quelle: Statistik Austria



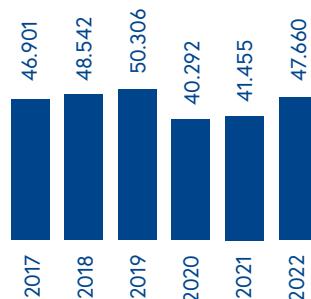
Quelle: OeHT

## Zahl der Betriebe im Tourismusjahr 2021/22



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige  
Quelle: Statistik Austria

## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMAW

# Die Erfolgsgeschichte fortsetzen!



**Staatssekretärin  
Susanne Kraus-Winkler**

Nach den Corona-Jahren, den neuen Herausforderungen am Arbeitsmarkt und im Spannungsfeld von Nachhaltigkeit und Digitalisierung ist klar: Veränderung ist die neue Realität. Der heimische Tourismus hat in den letzten Jahren bewiesen, dass er schnell auf Veränderungen reagieren kann und hat damit ein eindrucksvolles Comeback geschafft. Gemeinsam werden wir – die Bundesregierung, genauso wie Sie als Unternehmer/innen, Stakeholder/innen und Mitarbeiter/innen der Tourismusbranche – auch die aktuellen Herausforderungen weiter meistern.

Die Voraussetzungen dafür sind gut: Die Reiselust der Gäste ist ungebrochen und die Prognosen des WIFO sehen deutliche Wachstumsraten im Tourismus. Was wir jetzt weiterhin brauchen, sind Mut, Zuversicht und Engagement, sowie ein tourismuspoltisches Verständnis aller, um die Rahmenbedingungen laufend an die Veränderungen anzupassen. So werden wir auch die Erfolgsgeschichte des österreichischen Tourismus fortsetzen können.



