

Tourismus in Österreich 2023



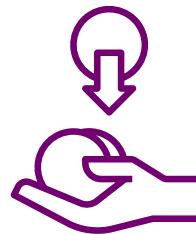
Tourismus und Freizeitwirtschaft im Jahr 2023

Kennzahlen Tourismus

(Urlaubs- und Geschäftsreisen in- und ausländischer Gäste)



Direkte Effekte

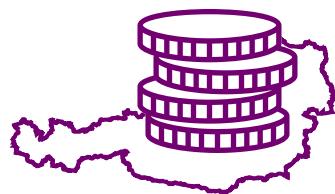


35,9 Mrd. Euro

Touristischer Konsum
(Tourismus-Satellitenkonto)

20,3 Mrd. Euro

Direkte Wertschöpfung
(Modell WIFO)



Direkte und indirekte Effekte (Modell WIFO)

6,2 %

Beitrag zum BIP
Urlaubs- und Geschäftsreisen

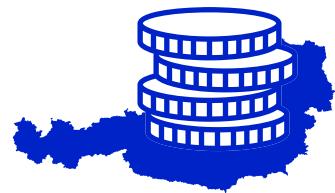
7,6 % der Erwerbstätigen

Beitrag zur Beschäftigung
auf Basis von Vollzeitäquivalenten



Kennzahlen Freizeitwirtschaft

Direkte und indirekte Effekte (Modell WIFO)



7,8 %

Beitrag zum BIP



9,0 % der Erwerbstätigen

Beitrag zur Beschäftigung
auf Basis von Vollzeitäquivalenten

Freizeitwirtschaft: Aufwendungen privater Haushalte in Österreich, 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)/Tourismus Salzburg GmbH. (Umschlag)
BMAW/Enzo Holey, Nadine Studeny (S. 5), ÖW/Lukas Nagler (S. 13), BMAW/Enzo Holey (S. 17),
ÖW/Julius Silver (S. 21), ÖW/Cross Media Redaktion (S. 33), BMAW/Enzo Holey (S. 51),
iStockphoto, leonid_tit (S. 61), ÖW/Lena Ehrenhofer SOVISO (S. 69), Pamela Rußmann (S. 71),
ÖW/Lorin Canaj (S. 72), Marco Rossi (S. 73), ÖW/Sascha Radke (S. 75), Jürg Christandl (S. 75),
Ben Leitner (S. 76), Michael Nagle (S. 77), Michael Stabentheiner (S. 79), BKA/Andy Wenzel (S. 90)

Gestaltung: Drahtzieher Design + Kommunikation, Barbara Wais

Alle Rechte vorbehalten
Wien, 2024

Rückmeldungen: Ihre Überlegungen zum vorliegenden Bericht übermitteln Sie bitte an die
Abteilung Tourismuspolitik abt-81@bmaw.gv.at

Inhalt

Vorwort	5
Stimmen zum Tourismus 2023	7
Schwerpunkte des BMAW	13
„Plan T – Masterplan für Tourismus“ wird umgesetzt	14
Tourismusbilanz 2023	21
Indikatoren 2023	33
Zukunftsgerichtetes Indikatorenstystem	34
Volkswirtschaftliche Bedeutung	35
Preisliche Wettbewerbsfähigkeit	37
Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus	38
RevPAR – Revenue Per Available Room	39
Fiktive Entschuldungsdauer	40
Ankünfte	41
Nächtigungen	42
Aufenthaltsdauer	43
Energiemix	44
Anteil erneuerbarer Energieträger	45
Energieverbrauch pro Nächtigung	46
Österreichisches Umweltzeichen	47
Beschäftigung	48
Awareness-Kampagne #teamtourismus	51
Gästezufriedenheit	52
Tourismusakzeptanz	56
Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung	58
Nachhaltigkeitstour	59
Österreichische Hotel- und Tourismusbank	61
Österreich Werbung	69
Tourismus in den Bundesländern	79
Was braucht der Tourismus der Zukunft?	90

Tourismus 2023 – erfolgreich auch in herausfordernden Zeiten

Die Tourismusbranche zeigte eine erstaunliche Resilienz – so resümiert das Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) die Entwicklung des Tourismus in den letzten zwei Jahren.



Bundesminister
Martin Kocher

Das ist einerseits unerwartet, denn das Jahr 2023 war geprägt von zahlreichen Herausforderungen. Krieg in Europa, Teuerung, Arbeits- und Fachkräftebedarf und letzte Reisebeschränkungen in wichtigen Herkunftsmärkten ließen ein so schnelles Comeback des Tourismus nicht erhoffen. Jedoch wissen wir andererseits, dass die Sehnsucht der Menschen nach Urlaub, nach Erholung und Reisen nach Krisen rasch zurückkehrt und Österreich auch in bewegten Zeiten als sichere und verlässliche Tourismusdestination gilt.



Staatssekretärin
Susanne Kraus-Winkler

2023 war es erstmals wieder möglich, ohne COVID-bedingte Einschränkungen zu reisen und Urlaub in Österreich zu genießen. Wie in diesem Bericht dargestellt, konnte Österreich seine Attraktivität als Urlaubsdestination beibehalten und in der Sommersaison mit insgesamt 80,9 Millionen Nächtigungen auch einen neuen Rekord aufstellen. Im gesamten Jahr 2023 ist Österreich mit 151,2 Millionen Nächtigungen nur mehr 1 Prozent unter dem Rekordniveau von 2019. Das ist erstaunlich und erfreulich für die Tourismusunternehmen, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die gesamte heimische Wirtschaft.

Das deutliche Wachstum – über 45,2 Millionen Gäste im Jahr 2023 – führt allerdings auch dazu, dass wir wieder über „Balanced Tourism“ nachdenken und an Lösungskonzepten arbeiten müssen. Für eine erfolgreiche Tourismusdestination ist die Akzeptanz in der Bevölkerung eine wesentliche Voraussetzung. Diese ist in Österreich nach wie vor sehr hoch, dennoch müssen wir gemeinsam daran arbeiten, um diese Akzeptanz bestmöglich auf dem hohen Niveau zu halten.

Genauso wichtig und Grundlage für den Tourismus ist der Erhalt unserer einzigartigen Natur, weshalb das Thema Nachhaltigkeit für die Tourismusbranche besonders bedeutend ist. Es ist erfreulich, wie viele Tourismusbetriebe in Österreich dieses Ziel mit Leidenschaft und Nachdruck bereits seit geraumer Zeit verfolgen. Dabei sind es nicht nur die Leitbetriebe, die hier ein gutes Beispiel vorgeben, sondern auch ein Großteil aller Unternehmen – Gastronomiebetriebe, Beherbergungsbetriebe, Seilbahnen, Freizeitbetriebe, Veranstalter von Kongressen und Events, sowie Destinationen.

Ein weiteres wichtiges und stets präsentes Thema ist in diesem Zusammenhang die Mobilität. Tourismus bedeutet Ortsveränderung. Viele beeindruckende regionale Konzepte tragen heute schon dazu bei, dass sich Touristinnen und Touristen nachhaltig fortbewegen können. Dennoch müssen wir Österreich noch umweltschonender erreichbar und erlebbar machen sowie auch mit Hilfe von Digitalisierung und Künstlicher Intelligenz Mobilität schonender managen und entzerren.

Das Wachstum der Branche führt auch zu einem erhöhten Arbeits- und Fachkräftebedarf, dieser Herausforderung steuern wir mit vielen Initiativen entgegen – beispielsweise durch die Erhöhung der Saisonkontingente, weiteren Erleichterungen und Anpassungen bei der Rot-Weiß-Rot-Karte oder unserer Awareness-Kampagne „Team Tourismus: starke Branche – deine Chance“. Auch Unternehmen haben in den letzten Jahren viel unternommen, um Arbeiten im Tourismus attraktiver und zeitgemäß zu gestalten. Es ist bereits ersichtlich, dass sich das Image von Jobs im Tourismus verbessert. Eine 2023 durchgeführte Umfrage des Market Instituts bestätigt, dass die Mitarbeiterzufriedenheit im Tourismus höher als in anderen Branchen ist. Motivierte und gut ausgebildete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben das Erfolgsrezept für den österreichischen Qualitätstourismus. Erfreulich ist auch, dass es 2023 wieder einen Anstieg an Lehrlingen im Tourismus gab.

Mit einem direkten und indirekten BIP-Anteil von 6,2 Prozent im Tourismus und 7,8 Prozent in der Freizeitwirtschaft sind diese Branchen für Österreich wesentliche Wirtschaftsfaktoren. Sie bringen nicht nur Wertschöpfung und Wohlstand in die Regionen, sondern tragen auch ein positives Image des gesamten Standorts in die Welt hinaus. Für die heimische Wirtschaft ist es außerdem wesentlich zu erkennen, dass die Bedeutung des Tourismus und der Freizeitwirtschaft für viele Regionen in Österreich weitaus höher ist.

Im „Plan T“ wurde festgehalten, dass es im Tourismus nicht nur um Gäste aus dem In- und Ausland geht, sondern um ein Miteinander von Gästen, Unternehmerinnen und Unternehmern, Beschäftigten und Einheimischen zum Wohle aller. Mit dem Rückenwind eines erfolgreichen Jahres 2023 werden wir gemeinsam weiter an unserem Tourismusstandort Österreich arbeiten. In diesem Sinne wünschen wir viel Freude beim Lesen des Tourismusberichts!

Bundesminister Martin Kocher
Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler

Stimmen zum Tourismus 2023



© Gorfer/zbc3

„Der Tourismus ist zurück in der Erfolgsspur, vielerorts ist das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht. Dazu hat auch das Engagement der Bundesregierung beigetragen, deren Unterstützung maßgeblich zum raschen Aufschwung nach dieser Jahrhundertkrise beigetragen hat. Und so liegt Österreich heute beim Vergleich der Kaufkraft der Kunden sowie der Resilienz der Unternehmen im internationalen Spitzensfeld. Ich danke allen, die dazu beigetragen haben und insbesondere jenen, die österreichische Gastfreundschaft leben und das freundliche Gesicht Österreichs in der Welt sind.“

ÖVP-Tourismussprecher Franz Hörl, Abg. z. NR

„Die Tourismusbranche in Österreich lebt von und für die Menschen. Die Qualität des österreichischen Tourismus spiegelt sich nicht nur in unserer Landschaft, sondern auch in der kontinuierlichen Verbesserung der Arbeitsbedingungen und der Qualität der Ausbildung wider – denn ausgezeichnete Rahmenbedingungen garantieren eine ausgezeichnete Zukunftsprognose!“

SPÖ-Tourismussprecherin Melanie Erasim, Abg. z. NR



© Parlamentsdirektion/Thomas Topf



© Parlamentsdirektion

„Nach Jahren verfehlter Corona-Politik mit Lockdowns hat sich unser Tourismus erholt! Dringende Maßnahmen wie Stärkung des Eigenkapitals und Senkung der Lohnnebenkosten müssen nun umgesetzt werden.“

FPÖ-Tourismussprecher Gerald Hauser, Abg. z. NR



© Peter Koren

„Den Aufschwung nutzen, um gemeinsam mit Mut und Visionen an einem zukunftsfähigen Tourismus von morgen zu arbeiten. Im Einklang mit der Bevölkerung und Natur zum nachhaltigsten Tourismusland Europas.“

GRÜNE-Tourismussprecherin Barbara Neßler, Abg. z. NR



© Ingo Pertramer

„Damit der Tourismussektor in Österreich auch als Arbeitgeber wieder attraktiver und konkurrenzfähiger wird, braucht es gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Ohne sie geht es nicht. Deshalb müssen wir es schaffen, dass am Ende des Monats zehn Prozent mehr vom Lohn in der Tasche unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleiben. Und genau dafür werde ich mich auch weiterhin einsetzen.“

NEOS-Tourismussprecher Josef Schellhorn, Abg. z. NR

© Inge Prader



„Dieses Jahr ist uns nach den großen Herausforderungen der vergangenen Jahre die Trendwende gelungen: Einerseits war es uns möglich, an das Rekord-Jahr 2019 anzuschließen, andererseits konnten wir Österreichs Stellung als Qualitätstourismusland weiter ausbauen. Ein schöner Erfolg, hinter dem der enorme Einsatz der heimischen Betriebe und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern steht. Das Credo der Zukunft lautet: Qualität vor Quantität. Nachhaltigkeit in allen Bereichen – sowohl ökologisch, ökonomisch als auch sozial – ist gefragter denn je. Österreichs Betriebe sind hier bestens gerüstet, leben und denken bereits heute Nachhaltigkeit in den Regionen und in regionalen Wertschöpfungsketten. Hier gilt es dranzubleiben und uns kontinuierlich und innovativ weiterzuentwickeln, um Österreichs Top-Position nicht nur zu halten, sondern noch weiter auszubauen.“

Vizepräsidentin Martha Schultz
Wirtschaftskammer Österreich

„Die Tourismusbranche ist ein wichtiger Player in der heimischen Wirtschaft. Als maßgeblicher Wirtschaftsfaktor und stabiler, guter Arbeitgeber sichert sie Wertschöpfung und Wohlstand in den Regionen. Dass den Österreicherinnen und Österreichern die Bedeutung des Tourismus durchaus bewusst ist, zeigen auch die Ergebnisse einer aktuellen Umfrage: Demnach ist für 93% der Befragten der (Winter-) Tourismus für den Wohlstand in Österreich sehr wichtig bzw. wichtig. 92% nehmen Österreich als eine sehr attraktive bzw. attraktive Destination für Touristinnen und Touristen wahr. Ein Top-Ergebnis, doch die Konkurrenz schläft nicht. Um weiterhin auf der Überholspur zu bleiben und Österreichs Ruf als eine der weltweit besten Qualitäts-Tourismusdestinationen zu festigen, bedarf es neben der gemeinsamen Anstrengung aller touristischen Partnerinnen und Partner, bestmöglicher Rahmenbedingungen für die heimischen Betriebe und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

Bundesspartenobmann Robert Seeber
Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft



© Gruber Michael

© Raimo Rumpler



„Im Zeichen der wachsenden Reisenachfrage bleiben Reisebüros für Reisende unverzichtbar, da sie personalisierte Beratung, Sicherheit und Zugang zu exklusiven Angeboten bieten. Als Dienstleister erleichtern sie nicht nur die effiziente Reiseplanung, sondern tragen auch zur wirtschaftlichen Stärkung lokaler Gemeinschaften bei, indem sie Arbeitsplätze schaffen und lokale Unternehmen unterstützen. Somit behalten Reisebüros ihre Bedeutung als Schlüsselakteure im Tourismussektor, die den Kundinnen und Kunden einen Mehrwert durch individuelle Betreuung und wirtschaftliche Förderung bieten.“

Gregor Kadanka
Obmann Fachverband der Reisebüros

„Die 21.426 gewerblichen Freizeit- und Sportbetriebe leisten mit unzähligen unterschiedlichen Angeboten sowohl für Einheimische als auch für ausländische Gäste einen wertvollen Beitrag zur physischen und psychischen Gesundheit. Unsere Mitgliedsbetriebe können stolz auf sich sein, denn ihr großes und umfangreiches Freizeitangebot, welches ständig erweitert wird, trägt mit Sicherheit dazu bei, dass sich viele Gäste für einen Urlaub in Österreich entscheiden.“

Astrid Legner

Obfrau Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe



© Fotostudio Furgler



© STG, Jesse Streibl

„Das Jahr 2023 markiert erneut ein beeindruckendes Wachstum für den österreichischen Tourismus. Mit einem Rekordhoch von 80,9 Millionen Nächtigungen während der Sommersaison setzt die Branche ihren Aufwärtstrend fort. Die Zusammenarbeit aller Akteure im Tourismussektor ist ein wesentlicher Faktor für den Erfolg dieses Jahres. Wir sind zuversichtlich, dass diese positiven Entwicklungen auch in Zukunft anhalten werden.“

Michael Feiertag

Geschäftsführer Steirische Tourismus und Standortmarketing GmbH-STG und aktuell Sprecher der neun Landestourismusorganisationen



© Gabriele-Griesenboeck

„Der Tourismus in Österreich kann auf ein gutes Jahr 2023 zurückblicken. Die DMOs und TVBs legen sich ins Zeug, entwickeln sich stetig weiter und meistern alle Herausforderungen, die auf sie zukommen. Wir, der BÖTM, das Destinationsnetzwerk in Österreich, schaffen die Verbindungen, um den Tourismus weiter zu stärken. Wir unterstützen beim Kompetenzaufbau in den Organisationen und liefern die notwendigen Informationen direkt an die Basis. Gemeinsam stärker – genau darauf setzen wir als Destinationsnetzwerk – sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene.“

Mathias Schattleitner

Präsident Bund Österreichischer Tourismusmanager



© VERKEHRSBUERO

„Die Geschäftsentwicklung im Jahr 2023 ist durchaus als positiv und zufriedenstellend zu werten, wiewohl gesellschaftliche Entwicklungen und strukturelle Herausforderungen den Geschäftsalltag weiterhin begleiten. Reisen ist ein Bedürfnis, auf das man nicht verzichten möchte – auch das hat 2023 gezeigt. Somit ist und bleibt es wichtig, unsere Gäste, Kundinnen und Kunden gut zu verstehen und auf deren Bedürfnisse entsprechend einzugehen.“

Martin Winkler

Vorsitzender des Vorstandes VERKEHRSBUERO

© SKB www.stefanjoham.com



„Trotz herausfordernder Zeiten hat der österreichische Tourismus nicht nur überlebt, sondern sich als Quelle der Inspiration und des kulturellen Austauschs bewiesen. Im Jahr 2023 erlebten die führenden Sehenswürdigkeiten Österreichs einen Ansturm von Besucherinnen und Besuchern aus aller Welt. Die Faszination, die von unseren historischen Stätten, malerischen Landschaften und kulturellen Schätzen ausgeht, hat maßgeblich dazu beigetragen, den Tourismus in Österreich als stabile Branche zu etablieren. Die Erfahrungen aus den letzten Jahren betonen jedoch die Notwendigkeit von Flexibilität und Innovation in der Tourismusindustrie, um sich an ändernde Bedingungen anzupassen. Diese Herausforderungen gilt es weiterhin gemeinsam zu bewältigen, um die konstante Erholung des österreichischen Tourismus fortlaufend zu sichern.“

Klaus Panholzer

Präsident Austrian Leading Sights

„2023 war wirtschaftlich trotz sehr guter Nachfrage und Rekordzahlen herausfordernd – Inflation, steigende Energiepreise sowie kriegerische Auseinandersetzungen vor der Haustüre. Für 2024 bleibt uns, auf diesem Wege hart weiterzuarbeiten: Nehmen wir das unter dem Motto „Zukunft gestalten“ gemeinsam in Angriff – nur unter Einbeziehung aller am Tourismus Beteiligten können wir als Tourismusland Österreich punkten und erfolgreich sein! Und noch ein Wunsch: Lösen wir das COFAG-Thema und lassen so Corona endgültig hinter uns!“

Walter Veit

Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung



© ÖHV/Lechner

© elisabethkurzlindner



„Die Privatvermieter haben eine große Zukunft! Herzlichkeit und ein ehrliches, authentisches und leistbares Angebot stehen hoch im Kurs. Es ist mir eine Ehre, als Bundesobfrau für den Privatvermieterverband Österreich meine Stimme zu erheben! Ich setze mich für Aufklärung, Klarheit & Transparenz ein. Auf Bundesebene versuchen wir die Rahmenbedingungen für Privatvermieter zu aktualisieren. Mein Wunsch ist eine leistbare Selbstversicherung für Privatvermieter. Schritt für Schritt und gemeinsam, gesund wachsen sind unsere Ziele. Eine positive Tourismusgesinnung und die Weiterentwicklung des neuen Berufsbildes Privatvermieter liegen mir sehr am Herzen!“

Elisabeth Kurz-Lindner

Bundesobfrau Privatvermieter Verband Österreich

„Die 27 Tourismusschulen sind mit ihren mehr als 8000 Schülerinnen und Schülern die bedeutendste Ausbildungsinstitution für den Tourismus in Österreich. Wir freuen uns, dass wir nach der Pandemie wieder regen Zuspruch erfahren und auf höchstem Niveau die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Zukunft ausbilden dürfen. Ein reger Austausch mit der Branche und die gute Zusammenarbeit, unter anderem bei der Abwicklung der Pflichtpraktika und bei der Entwicklung der neuen Lehrpläne, ist uns dabei besonders wichtig.“

Jürgen Kürner

Vorsitzender des Verbandes der Direktorinnen und Direktoren der österreichischen Schulen für Tourismus



© Tourismusschulen Semmering



© Hubert Siller

„Das Jahr 2023 hat wieder einmal eindrucksvoll gezeigt, dass Österreich zu den begehrtesten Urlaubsländern weltweit zählt. Unser Land verfügt über eine prachtvolle Vielfalt mit eindrucksvollen Natur- und Kulturerlebnissen, gepaart mit einer besonderen Gastlichkeit.“

Hubert J. Siller

Leiter MCI Tourismus, Management Center Innsbruck (MCI)

„Das Buchungsverhalten der Bauernhof-Gäste ist für die Sommersaison wieder auf dem sehr guten Niveau von 2019. Auch bei der Belebung der Vor- und Nachsaison wurden Fortschritte erzielt. Das authentische Bauernhof-Erlebnis scheint bei den Gästen nachhaltig gefragt. Die gestiegenen Kosten konnten durch Preisanpassungen ausgeglichen werden. In der Wintersaison fehlen noch 10% Auslastung, diese ist jedoch bei kurzfristigem Buchungsverhalten stark schnee- und wetterabhängig.“

Hans Embacher

Geschäftsführer Urlaub am Bauernhof



© Wildbild



© Thomas Schrott

„In Anbetracht des Klimawandels ist zu erwarten, dass sich die Zahl Erholungssuchender – Touristinnen und Touristen wie Einheimische – die die 429 Schutzhütten der alpinen Vereine Österreichs erwandern und besuchen, weiter erhöhen wird. Gleichzeitig sind die Alpen überdurchschnittlich stark von den Folgen des Klimawandels betroffen. Daher müssen die notwendigen Anpassungen zum Erhalt der Schutzhütten und Wege fortgeführt und die Bewusstseinsbildung der Gäste für einen sparsamen Ressourceneinsatz am Berg gestärkt werden – lokal, regional & ökologisch.“

Gerald Dunkel-Schwarzenberger

Präsident Verband alpiner Vereine Österreichs

Schwerpunkte des BM^AW



„Plan T – Masterplan für Tourismus“ wird umgesetzt



Umsetzung Aktionsplan 2023–2024



Aktionsplan 2024

Unter Berücksichtigung der ökonomischen, sozialen und ökologischen Dimension verfolgt der Bund seit Jahren den Weg der nachhaltigen Entwicklung des Tourismussektors. Durch viele Initiativen gemeinsam mit allen Stakeholdern soll Österreich – wie im „Plan T – Masterplan für Tourismus“ festgehalten – zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen weltweit werden. Um eine konsequente Umsetzung des Masterplans zu gewährleisten, wird dieser durch Aktionspläne ergänzt, die konkrete Meilensteine definieren und eine dynamische Reaktion auf sich verändernde Rahmenbedingungen ermöglichen. Auch die Umsetzung wird laufend dokumentiert.



Beispielhaft werden einige aktuelle Projekte und Themen dargestellt:

Tourismusakzeptanz als Schlüssel zum Erfolg

Seit dem Jahr 2020 wird die Einstellung der österreichischen Bevölkerung zum Tourismus und dessen Beitrag zur Lebensqualität gemessen. Auf Basis eines eigens entwickelten Indikators zur Tourismusakzeptanz fanden bis einschließlich 2023 jährlich rund 2.500 Befragungen statt. Mit der Anpassung der Tourismus-Nachfrage- und Akzeptanzstatistik-Verordnung wird die Erhebungsmethode optimiert und es werden rund 10.000 Befragungen jährlich durchgeführt. Die kontinuierliche Erhebung wird durch die Statistik Austria sichergestellt. Mit dieser Maßnahme nimmt Österreich eine Vorreiterrolle im europäischen Diskurs ein. Österreich bemüht sich auch, das Thema international zu platzieren und damit mittelfristig Vergleichbarkeit zu erreichen. Darüber hinaus unterstützt das BMAW zukünftig Tourismusdestinationen bei der Entwicklung des gemeinsamen Ziels eines „Balanced Tourism“. In der neuen Broschüre „Find the right balance“ werden Anregungen für einen nachhaltigen und ausgewogenen Tourismus gegeben, die auch auf internationalen und nationalen Beispielen basieren. Zur Unterstützung von Projekten zur Identifikation und zur Ableitung von strategischen Lösungsszenarien gibt es zusätzlich einen Förderungscall. Eine weitere Initiative ist die Darstellung der aktuellen Forschungslandschaft im österreichischen Tourismus. Ziel ist es, künftig die Expertise in der Tourismusforschung besser zu bündeln, interdisziplinäre Ansätze und Aktivitäten zu fördern und faktenbasierte Grundlagen zur Unterstützung von Tourismuspolitik und -branche zu schaffen.



Broschüre „Find the right balance“

Österreich setzt auf nachhaltigen Tourismus

Ein Ziel des „Plan T – Masterplan für Tourismus“ ist, das Österreichische Umweltzeichen im Tourismus durch einen maßgeschneiderten Zugang für Betriebe und Destinationen noch stärker zu etablieren. Bereits seit den 1990er Jahren gibt es Umweltzeichen für Tourismusbetriebe – zu Beginn für Beherbergung und Gastronomie, dann erfolgten Ausweitungen auf Veranstaltungslocations, Green Meetings, Hütten und den Kulturbereich. Der Startschuss für das Umweltzeichen für Tourismusdestinationen fiel 2019, als gemeinsam mit 19 Pilotdestinationen aus Österreich im Laufe von zwei Jahren mögliche Kriterien diskutiert wurden. Die Veröffentlichung der Richtlinien für das neue „Umweltzeichen Tourismusdestinationen“ erfolgte 2022 und bereits 2023 wurden die ersten drei Destinationen (Seefeld, Wagrain-Kleinarl und Saalfelden-Leogang) ausgezeichnet. Zahlreiche andere Destinationen befinden sich schon im Zertifizierungsprozess. Das BMAW unterstützt zudem Tourismusdestinationen bei Initiativen zur Förderung von Nachhaltigkeit z. B. durch Seminare, Austauschplattformen, Informationsangebote oder die Dialogreihe „Nachhaltigkeit im Tourismus“, bei der in Präsenz oder als Webinar unterschiedlichste Themen der Nachhaltigkeit angesprochen und gute Beispiele präsentiert werden. Österreich setzt sich in multilateralen Gremien und bei vielen bilateralen Kontakten aktiv für die nachhaltige Entwicklung des Tourismus ein. Die Expertise und die vielen guten Beispiele Österreichs sind gefragt. So wurde etwa im Februar 2024 auch das erste weltweite Rahmenwerk zur Messung von Nachhaltigkeit im Tourismus angenommen, bei dessen Erarbeitung Österreich einen wesentlichen Beitrag geleistet hat. Die Plattform „Tourismus und die SDGs“ (Sustainable Development Goals) informiert über die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung und stellt österreichische Initiativen und Projekte vor, die zur Umsetzung der 17 SDGs beitragen. Zudem sind auf dieser Plattform Forschungsarbeiten von Studierenden sowie Schülerinnen und Schülern österreichischer Ausbildungseinrichtungen mit Tourismusschwerpunkt abrufbar, die Tourismus in den Kontext einzelner oder mehrerer SDGs setzen.



Nachhaltigkeit
im Tourismus

Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung

Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der Tourismus- und Freizeitwirtschaft profitieren bei der Umsetzung von Investitionsprojekten bereits seit vielen Jahren von der bundeseitigen Unterstützung, die eines der bedeutendsten Instrumente für die Tourismuspolitik des Bundes darstellt. Mit April 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 weiterhin finanzielle Unterstützung in Form von Zinsenzuschüssen 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 seit April 2023 ausschließlich als „Nachhaltigkeitsbonus“ für nachhaltige Investitionen in den Bereichen Ökologie, Beschäftigte/Regionen und Wirtschaft vergeben. Positiv anzumerken ist, dass 2023 trotz der allgemein rückläufigen Investitionstätigkeit bei rund der Hälfte

aller Kreditansuchen auch ein Nachhaltigkeitsbonus beantragt wurde. Die gewerbliche Tourismusförderung des Bundes setzt mit den genannten Förderungsinstrumenten Anreize für die nachhaltige Weiterentwicklung der Tourismusbranche und wird in zahlreichen Bundesländern durch attraktive Anschlussförderungen ergänzt. Weitere Informationen zu den einzelnen Förderungsmöglichkeiten finden sich auf der Website der OeHT unter www.oehht.at.

Initiativen für eine nachhaltige Tourismusmobilität

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 Klimaschutz zuständigen Bundesministerien eingerichtet. Der jährliche Tourismus-Mobilitätstag dient als Fach- und Netzwerkveranstaltung und fand 2023 bereits zum zehnten Mal statt: Mehr als 130 Expertinnen und Experten aus den Bereichen Tourismus, Verkehr und Klimaschutz tauschten sich zu Chancen und Herausforderungen von Tourismus und klimafreundlicher Mobilität aus. Der Fokus lag dieses Mal auf nachhaltigen Mobilitätsangeboten im Ausflugs- und Tagestourismus. Im Rahmen der Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“ findet zudem ein kontinuierlicher Austausch mit nominierten Personen aus Tourismus, Verkehr und Klimaschutz von Bundes- und Landesebene statt. Insbesondere standen bei den Sitzungen 2023 folgende Themenfelder auf der Tagesordnung: Daten als Grundlage für (Mobilitäts)-Angebote und Besucherlenkung, Tagestourismus – Mobilitätsangebote und Bewerbung, Bedarfsverkehre und ihre Beauskunftung, Informationen zu Schienenersatzverkehr. Unterstützung erfahren Tourismusdestinationen auch mit dem Leitfaden „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil“ (Neuüberarbeitung im Oktober 2023, 6. Auflage), der Tipps, Bausteine und eine Handlungsanleitung beinhaltet. In Zusammenarbeit mit den Landestourismusorganisationen und der Österreich Werbung arbeitet das BMAW auch an einer verstärkten Positionierung Österreichs als Urlaubsdestination für Rad-Begünstigte. Ein wichtiger Schwerpunkt ist hierbei, Stakeholder über die Anforderungen der Gäste zu informieren, um das Angebot besser auf die Bedürfnisse der Radreisenden auszurichten. Seit 2021 leitet Österreich (BMK/BMAW) die sektorübergreifende Partnerschaft zu „Sustainable Tourism Mobility“ im Rahmen von THE PEP der UNECE und erarbeitet gemeinsam mit mehreren Staaten im pan-europäischen Raum Guidelines für Maßnahmen auf nationaler Ebene.



**Mobilität im
Tourismus**

Maßnahmen für den touristischen Arbeitsmarkt

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft hat aufgrund der Entwicklung der Branche zum Qualitätstourismus einen stetig wachsenden Bedarf an Arbeitskräften. Das BMAW hat auf diesen Bedarf reagiert und z.B. die Kontingente für Saisonarbeitskräfte 2023 von 3.389 auf 4.295 erhöht, wobei in Saisonspitzen eine Überschreitung um 50 Prozent möglich ist. Um die Zuwanderung von Fachkräften aus Drittstaaten im Tourismus zu erleichtern, erfolgte eine Reform der Rot-Weiß-Rot-Karte (RWR), die zu einer Zunahme des Zuzugs an Fachkräften führte. Von den im Dezember 2023 2.543 als Stammsaiso-

niers im Tourismus registrierten Personen waren zu diesem Zeitpunkt 1.072 Personen in einem Tourismusbetrieb beschäftigt. Diese Personengruppe erhält seit der Neuerung der Stammsaisonier-Regelung im Sommer 2022 Beschäftigungsbewilligungen außerhalb der Kontingente und ohne Arbeitsmarktprüfung. Die Austrian Business Agency – Unit „Work in Austria“ – hat zudem eine Servicestelle für RWR-Karten eingerichtet. Zur Imageverbesserung der Arbeit im Tourismus wurde zu Beginn der Sommersaison 2023 die Kampagne „Team Tourismus: starke Branche – deine Chance“ gestartet. Auf einer Website und durch Social-Media-Aktivitäten wird auf die Karrieremöglichkeiten im Tourismus aufmerksam gemacht.



Team Tourismus

Österreich Werbung setzt neue Schwerpunkte

Seit Mai 2023 ist Astrid Steharnig-Staudinger Geschäftsführerin der Österreich Werbung (ÖW). Die ÖW verfolgt das Ziel, die Branche in den drei strategischen Nutzenfeldern Kommunikation, Kooperation und Innovation noch stärker zu unterstützen. In all diesen Feldern ist die Zusammenarbeit mit den Landestourismusorganisationen, den Regionen und den Betrieben wesentlich, um „Urlaub in Österreich“ in die Welt zu tragen. Auch das im „Plan T“ definierte Ziel „Österreich als kulinarische Destination erlebbar machen“ befindet sich in Umsetzung. Um eine langfristige Weiterentwicklung der ÖW zu gewährleisten, haben die beiden Vereinsmitglieder – Bund und Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) – die Statuten überarbeitet und mit Jahresbeginn 2024 einen Aufsichtsrat eingerichtet. Acht Expertinnen und Experten aus Verwaltung, Management, Lehre und Tourismuspraxis unterstützen die ÖW bei der Erfüllung ihrer Aufgaben.



ÖW-Aufsichtsrat, v.l.n.r.: Martin Winkler, Hubert Siller, Petra Bohuslav, STS Susanne Kraus-Winkler, Martha Schultz, Ulrike Rauch-Keschmann, Robert Seeber, Johannes Siter (nicht am Bild: Mario Pulker)

Tourismus nutzt die Chance der Digitalisierung

Österreich gilt international als Vorreiter, wenn es um die Digitalisierung im Tourismus geht. Im Rahmen des letztjährigen Österreichischen Tourismustages (ÖTT) unterzeich-

neten die Österreich Werbung (ÖW), die Data Intelligence Offensive (DIO), die Standortagentur Tirol, die Tirol Werbung und die MODUL Universität Wien ein Memorandum of Understanding (MoU), das die Zusammenarbeit im Bereich der Daten für den österreichischen Tourismus festlegt. Ziel des MoU ist die Etablierung, Weiterentwicklung und Wirkungsmaximierung eines Datenraums, des Tourism Data Space, für den Tourismus in Österreich und dessen europäische Anbindung. Mittels unterschiedlicher Use-Cases, u.a. in den Themenbereichen Besucherstromlenkung, Optimierung von Energieeffizienz oder KI-unterstützte Buchungs- und Preisprognosen, wird das Potential der Datenanwendung für die Branche aufgezeigt. Neben dem Aufbau von Datenräumen geht es künftig auch noch stärker um die Vernetzung von Daten aus verschiedenen Quellen, um beispielsweise das Verkehrsmanagement zu verbessern oder Tourismusangebote zielgruppenorientierter weiterzuentwickeln.

Pilotprojekt für ein regionales Informations- und Managementsystem

Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML) unterstützt das BMWF die sektorübergreifende Zusammenarbeit auf der regionalen Handlungsebene – mit besonderem Fokus auf Kooperation zwischen Tourismus und Regionalentwicklung. In diesem Zusammenhang wurde das Forschungs- und Entwicklungsprojekt „GoRegion“ umgesetzt, in welchem als zentrales Ergebnis der Bedarf an Datengrundlagen auf regionaler Ebene identifiziert wurde. Darauf aufbauend wurde das Pilotprojekt eines regionalen Informations- und Managementsystems (RESY) zur engeren Vernetzung von Tourismus und Regionalpolitik initiiert. Die beiden ausgewählten Pilotregionen – Region Wels und Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern – erhielten von Expertinnen und Experten im Rahmen von Workshops Unterstützung beim Aufbau und bei der Nutzung von Daten. Aus dem Projekt ist ein webbasiertes Dashboard mit insgesamt 30 Basisindikatoren in fünf Kategorien und weiteren regionsspezifischen Indikatoren entstanden, das im Juni 2024 österreichweit der Öffentlichkeit präsentiert und anschließend online zur Verfügung stehen wird.

Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit durch geordnete Betriebsübergaben

99,9 Prozent der österreichischen Betriebe im Tourismus sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU), diese bilden das Rückgrat der Tourismuswirtschaft. Im Bereich der Beherbergung und Gastronomie stehen nach Schätzungen der KMU Forschung Austria jedoch bis 2029 rund 7.900 Betriebsübergaben an. Um Betriebe bei Übergabeprozessen zu unterstützen, wurde ein digitaler Leitfaden mit Schlüsselthemen für eine erfolgreiche Nachfolge entwickelt. Konkret wird auf die einzelnen Phasen im Laufe eines Übergabeprozesses eingegangen: Überlegungsphase, Planungsphase, Nachfolgesuche, Umsetzungsphase und Abschlussphase.



Betriebsübergabe
im Tourismus

Privatzimmervermietung – wichtiges Segment im heimischen Tourismus

Die Privatzimmervermietung ist eine tragende Säule des Tourismus. Laut Statistik Austria gibt es in Österreich rund 43.000 private Unterkünfte (Sommersaison 2023), 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 Gastgeberinnen und Gastgeber beeindrucken mit einzigartigen Unterkünften und neuen Konzepten. All diese Angebote müssen aber auf rechtlich sicheren Beinen stehen. In einem breiten Prozess unter Einbeziehung aller relevanten Stakeholder wird an einem Zukunftsbild für eine erfolgreiche Privatzimmervermietung gearbeitet.

EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung über Online-Plattformen

Im Mai 2024 ist die Verordnung zur kurzfristigen Vermietung von Unterkünften über Online-Plattformen in Kraft getreten; die Mitgliedstaaten haben nun bis 2026 Zeit, die entsprechende Begleitgesetzgebung zu erlassen. Das BMAW hat sich unter Einbeziehung der Bundesländer und weiterer Stakeholder in den Verhandlungen auf EU-Ebene für eine zweckmäßige und praktikable Ausgestaltung der Verordnung eingesetzt. Ziele dieser Verordnung sind mehr Transparenz und Erhöhung der Datenqualität im „Short-Term Rental“ (STR) Bereich. Die Mitgliedsstaaten verpflichten sich, Registrierungssysteme für touristische Beherbergerinnen und Beherberger einzuführen, im Gegenzug liefern Buchungsplattformen Daten über ihre Vermittlungstätigkeiten. Die Umsetzung der Verordnung wird durch ein kooperatives und koordiniertes Vorgehen zwischen dem BMAW und den Ländern befördert. Dazu hat das BMAW im Herbst 2023 einen Prozess in Kooperation mit dem BRZ gestartet; in gemeinsamen Arbeitsgruppen wird innerhalb der 24-monatigen Frist an der Umsetzung und der Einführung einer Registrierungspflicht für alle Beherbergerinnen und Beherberger in Österreich gearbeitet.

Digitales Gästeblatt für Österreich

Die Meldepflicht der Gäste in den Beherbergungsbetrieben erfolgt vielfach noch in Papierform, obwohl die elektronische Meldung schon seit längerem möglich ist. Eine gesamthafte Digitalisierung des Meldewesens soll dazu beitragen, An- und Abmeldungen von Gästen zu beschleunigen, die Datenqualität zu verbessern und die Datenaktualität zu erhöhen. Zu diesem Zweck wurde die Machbarkeitsstudie „Digitales Gästeblatt“ in Auftrag gegeben, welche die Möglichkeiten der Umstellung der Gästemeldungen in den Beherbergungsbetrieben auf digitale Lösungen analysiert. Auf Basis dieser Studie wird nun an der Umsetzung gearbeitet. Im Rahmen der Arbeiten an der Umsetzung der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung über Online-Plattformen wird gleichzeitig auch an der Realisierung des Digitalen Gästeblattes gearbeitet.

Energiekostenzuschuss

Mit dem Energiekostenzuschuss wird ein Teil der Mehrkosten der heimischen Tourismusbetriebe angesichts der gestiegenen Preise für Energie abgedeckt und die österreichische Wettbewerbsfähigkeit gesichert.

Tourismus im Österreichischen Programm für ländliche Entwicklung 2014–2020 (LE 14-20)

Das Österreichische Programm für Ländliche Entwicklung 2014–2020 fällt in die Zuständigkeit des BML. Die Abteilung Tourismus-Förderungen im BMAW fungiert als Bewilligende Stelle (BST) für folgende Maßnahmen zur Unterstützung des Tourismus in ländlichen Gebieten:

- Kleine touristische Infrastruktur (inkl. Investitionen in Alpine Infrastruktur, VHA 7.5.1.a)
- Innovative Pilotprojekte im Tourismus (Leuchtturmförderungsaktion, VHA 16.02.2.a)
- Kooperation von Kleinstunternehmen im Tourismus (Maßnahme mit Ende 2018 eingestellt)

Das LE-Programm wurde auf Basis einer EU-Übergangsverordnung um zwei Jahre verlängert. In der aktuellen Programmperiode 14-20 konnten somit bis Ende 2023 insgesamt 91 Projekte mit öffentlichen Fördermitteln (ELER + nat.) in der Höhe von rund 17 Mio. Euro durch die Abteilung Tourismus-Förderungen bewilligt werden. Davon entfielen rund 8 Mio. Euro (28 Projekte im Bereich der Maßnahme 7.5.1.a) überwiegend auf Investitionen in die Alpine Infrastruktur (z. B. Sanierungs- bzw. Modernisierungsmaßnahmen von alpinen Schutzhütten bzw. Erneuerungen von Materialseilbahnen) und weitere 8 Mio. Euro auf 53 Leuchtturm-Projekte. Eine inhaltliche Gesamtübersicht zu den bewilligten Leuchtturm-Projekten ist auf der Webseite des BMAW verfügbar.



Touristische Leuchtturmprojekte

Der GAP-Strategieplan (GSP 23-27) ist das Nachfolgeprogramm und seit 1. Jänner 2023 operativ. Die Abteilung Tourismus-Förderungen wird wieder als Bewilligende Stelle für Tourismusmaßnahmen fungieren und beabsichtigt, die gut etablierten Fördermaßnahmen im Bereich der Alpinen Infrastruktur bzw. der Leuchtturmförderung weiterzuführen. Im Jahr 2023 erfolgte dazu die Erarbeitung der rechtlichen und administrativen Voraussetzungen.

Alpine Infrastruktur mit Fokus auf Abschluss des Rahmenförderungsvertrages

Seit über 40 Jahren werden die im Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) zusammengeschlossenen Vereine (u.a. Österreichischer Alpenverein, Naturfreunde, Österreichischer Touristenklub sowie zahlreiche Kleinvereine) aus Tourismusförderungsmitteln des Bundes bei der Sanierung und Erhaltung von alpinen Schutzhütten und Wegen unterstützt. Mit der im September 2023 erfolgten Unterfertigung des Rahmenförderungsvertrages über die Förderung der alpinen Infrastruktur 2023–2027 wurde der Fortbestand der traditionellen „nationalen“ Förderungsschiene abgesichert. Im Förderungsjahr 2023 standen dafür 2,72 Mio. Euro zur Verfügung. Im Hinblick auf die aktuellen Herausforderungen im alpinen Bereich stellt die nationale Förderung einen unerlässlichen Beitrag zur Erhaltung der österreichischen Schutzhütten dar und unterstützt zugleich die Sicherheit und den Komfort von Gästen und Beschäftigten. Zudem stellt die Unterfertigung des neuen Rahmenfördervertrages 2023-2027 auch die Weichen für die Erarbeitung einer Förderungsrichtlinie zum GAP-Strategieplan 2023-2027, die die Grundlage für die Fortsetzung der seit 2019 zusätzlich bestehenden EU-kofinanzierten Förderungsschiene bilden wird.

Tourismusbilanz 2023



Tourismusbilanz 2023

Mengenmäßige Nachfrage im Tourismus gut ein Zehntel höher als 2022 – Vorkrisenniveau beinahe erreicht

2023 mengenmäßig stärkste Tourismusnachfrage nach 2019, Freizeitsektor erneut auf Expansionskurs

Im Jahr 2023 wurde ein neuer Höchstwert an Gästeankünften (45,2 Mio.) und das bisher zweithöchste Volumen an Nächtigungen (knapp 151,2 Mio.) nach 2019 (152,7 Mio.) verzeichnet. Damit lag die Nächtigungsnachfrage nur um 1,0% unter dem Spitzenwert, das Ergebnis 2022 wurde um 10,4% sowie das mittelfristige Vorkrisenniveau der Jahre 2015 bis 2019 (\varnothing 144,6 Mio. Nächtigungen) um 4,5% übertroffen. Während die Binnennachfrage 2023 mit 39,9 Mio. Nächtigungen bereits wieder an das präpandemische Niveau anschließen konnte ($-0,1\%$, $+2,6\%$ zum Vorjahr), wiesen die internationalen Quellmärkte noch ein knappes Minus von 1,3% aus ($+13,5\%$ gegenüber 2022).

Aus saisonaler Sicht stellte 2023 erneut der Sommertourismus die Triebfeder dar (56,9% der jährlichen Ankünfte und 53,5% der Jahresnächtigungen), die Dynamik zum Vorjahr fiel aber aufgrund des größeren Aufholbedarfs im Winter deutlich stärker aus: Mit knapp 19,0 Mio. Gästeankünften und 69,3 Mio. Nächtigungen war die Winterbilanz von November 2022 bis April 2023 die drittbeste nach den Saisonen 2018/19 (20,4 Mio. Ankünfte, 72,9 Mio. Nächtigungen) und 2017/18 (19,8 Mio. bzw. 71,8 Mio.). Der Rückstand auf die Spitzenbilanz 2018/19 reduzierte sich damit auf $-7,1\%$ (Ankünfte) bzw. $-4,9\%$ (Nächtigungen), im Vergleich zur Vorjahressaison bedeutete dies einen kräftigen Aufschwung (Ankünfte $+45,6\%$, Nächtigungen $+31,5\%$). Die Nächtigungsnachfrage inländischer Gäste näherte sich dabei dem Vorkrisenniveau etwas stärker an als jene der internationalen Reisenden ($-4,2\%$ zu $-5,1\%$), im Vergleich zum pandemiegeprägten Winter 2021/22 holte das ausländische Segment jedoch stärker auf ($+34,5\%$, Binnenreisende $+22,1\%$).

Im Sommer 2023 (Mai bis Oktober) erreichte die touristische Nachfrage sowohl bei Ankünften (25,7 Mio.) als auch bei Nächtigungen (80,9 Mio.) neue Rekordmarken. Die bisherigen Höchstwerte der Saison 2019 wurden damit um $+0,6\%$ (Ankünfte) bzw. $+2,5\%$ (Nächtigungen) übertroffen, im Vorjahresvergleich betrug der Zuwachs $+7,2\%$ bzw. $+3,9\%$. Im Binnentourismus schwächte sich die im Pandemiesommer 2021 und in der Saison 2022 stark angestiegene Nächtigungsnachfrage wieder etwas ab ($-1,9\%$ im Vorjahresvergleich), lag aber mit knapp 23,9 Mio. dennoch höher als in den Saisonen vor 2021. Ausländische Gäste nächtigten im Sommer 2023 nicht nur erstmals wieder häufiger in Österreich als in der Saison 2019 ($+2,5\%$), sondern markierten mit knapp 57,1 Mio. auch ein neues Zwischenhoch seit über 30 Jahren – zuletzt war die internationale Nachfrage nur in den Sommern 1991 und 1992 (mit 59,3 Mio. bzw. 58,6 Mio. Übernachtungen) noch höher.

Nächtigungen in Österreich nach Monaten



Quelle: Statistik Austria

Durch seine zentrale Lage am Kontinent und vorteilhafte Verkehrsanbindungen ist Österreich insbesondere für europäische Quellmärkte eine attraktive Urlaubsdestination – allen voran Deutschland. Das Nachbarland zeichnete 2023 für 38,0% (57,4 Mio.) der insgesamt 151,2 Mio. Nächtigungen in heimischen Unterkünften verantwortlich und war damit noch bedeutender als der inländische Markt (26,4% bzw. 39,9 Mio.). Während bei deutschen Gästen nur 1 Prozentpunkt des Marktanteils von 2022 verlorenging (Nächtigungen +79,0%), zog es die in den Pandemiejahren verstärkt im Inland urlaubenden Österreicherinnen und Österreicher wieder häufiger ins Ausland, sodass sich hier die Verluste auf 2 Prozentpunkte beliefen (Nächtigungen +34,8%). Weitere wichtige Quellmärkte für Österreich waren 2023 die Niederlande (Marktanteil: 7,3%), die Schweiz (2,9%), die Tschechische Republik (2,4%), das Vereinigte Königreich (2,2%) sowie Belgien (1,9%). Die Ränge 8 und 9 belegten Italien und Polen (1,7% bzw. 1,6%), dahinter folgte mit den USA das einzige nichteuropäische Herkunftsland unter den Top 10 (1,4%).

Inländische und deutsche Gäste sind für 64,4% der Nächtigungsanfrage in Österreich 2023 verantwortlich

Im Tourismusjahr 2022/23 (November 2022 bis Oktober 2023) standen in ca. 70.200 Beherbergungsbetrieben (ohne Campingplätze) in Österreich rund 1,17 Mio. Betten zur Verfügung. Im Vergleich zu 2021/22 bedeutet dies eine Steigerung der Kapazitäten um +1,9% (verfügbare Betten) bzw. +2,4% (Betriebe). Gegenüber dem Vorkrisenzeitraum 2018/19 betrug der Zuwachs +3,6% bzw. +4,2%.

Regional entwickelten sich die Unterkunftskapazitäten 2022/23 durchaus unterschiedlich: Während die Zahl der Betriebe im Vorjahresvergleich insbesondere in Wien markant anstieg (+13,6 %), gefolgt von Oberösterreich (+5,2 %) und der Steiermark (+3,2 %), ging diese in Niederösterreich und Kärnten leicht zurück (je –0,1%). Dementsprechend stieg auch das Bettenangebot in Wien mit +8,0 % am stärksten, in Niederösterreich wurden 2,5 % der Kapazitäten von 2021/22 abgebaut. Insgesamt gab es aber in allen Bundesländern mehr Betriebe als im Tourismusjahr 2018/19, wobei gut die Hälfte des Bettenangebotes (50,1%) auf die nächtigungsstärksten Bundesländer Tirol (356.200 Betten) und Salzburg (231.400 Betten) entfiel.

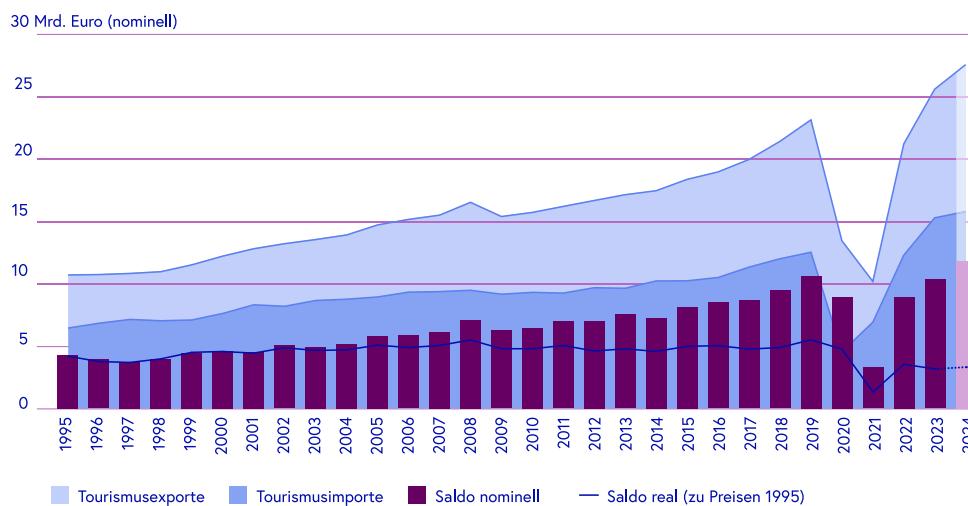
**Beherbergungs-
angebot 2022/23
neuerlich gewachsen,
Auslastung aber
noch unter
Vorkrisenniveau**

Im 10-Jahresvergleich veränderte sich die Unterkunftsstruktur österreichweit zugunsten gewerblicher Ferienwohnungen (von 6,3 % aller Betriebe (ohne Campingplätze) im Tourismusjahr 2012/13 auf aktuell 15,0 %). Dies ging vor allem zu Lasten von Privatquartieren, deren Gewicht national von 22,6 % auf 14,7 % zurückging. Hingegen gewannen auch die privaten Ferienwohnungen an Bedeutung – ihr Anteil an den Beherbergungsbetrieben insgesamt stieg im Österreich-Durchschnitt von 46,5 % (2012/13) auf 50,5 % (2022/23). Hotels, Gasthöfe und Pensionen machten aktuell 15,8 % aller heimischen Beherbergungsbetriebe aus, vor 10 Jahren noch 20,4 % .

Die touristischen Unterkünfte (ohne Campingplätze) in Österreich waren im ersten uneingeschränkten Winter seit der Pandemie (November 2022 bis April 2023) zu 34,7 % ausgelastet (Saison 2021/22: 27,0 % ; 2018/19: 37,7 %). Im Sommer 2023 erreichte die Kennzahl 35,6 % (2022: 35,0 % , 2019: 36,5 %). Insbesondere in Wien lag die Auslastung 2022/23 noch deutlich unter dem Vorpandemieniveau (–10,9 Prozentpunkte im Winter und –8,7 Prozentpunkte im Sommer), was auf das überdurchschnittlich stark gestiegene Bettenangebot von +13,6 % über das gesamte Tourismusjahr bei rückläufiger Nächtigungsentwicklung (Winter 2018/19–2022/23: –7,9 % , Sommer 2019/2023: –0,9 % ; ohne Camping) zurückzuführen ist.

Die Tourismusnachfrage 2023 war zwar nicht mehr von der COVID-19-Pandemie beeinträchtigt, dafür aber von einer hohen Teuerung geprägt, welche sich in der deutlich stärkeren Dynamik bei den nominellen Größen laut Zahlungsbilanz im Vergleich zur mengenmäßigen Nachfrage widerspiegelt: Während die Nächtigungen ausländischer Gäste in Österreich um +13,5 % wuchsen, expandierten die internationalen Reiseverkehrseinnahmen (einschließlich des internationalen Personentransportes) im Vergleich zu 2022 um +20,7 % auf 25,6 Mrd. Euro. Die Auslandsausgaben österreichischer Reisender wiesen mit +24,4 % eine leicht stärkere Dynamik auf und erreichten rund 15,3 Mrd. Euro. Der sich daraus ergebende Saldo von +10,3 Mrd. Euro fiel um +15,6 % höher aus als 2022, blieb aber um 2,8 % unter der Marke von 2019. Unter Abschwächung des Preisauftriebs dürften die Exporte 2024 um nominell +7,7 % sowie die Importe um +2,9 % wachsen, der Überschuss wäre mit +11,8 Mrd. Euro um +14,2 % höher als 2023.

Reiseverkehrsbilanz Österreichs



Quelle: OeNB, Statistik Austria, WIFO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Einschließlich internationaler Personentransport; 2023: Schätzung, 2024: Prognose (Stand März 2024).

Preisbereinigt lagen die Reiseverkehrseinnahmen Österreichs aus dem Ausland 2023 um +8,9% über jenen des Vorjahrs, die internationalen Ausgaben inländischer Reisender zogen mehr als doppelt so stark an (+19,0%). Der Saldo verringerte sich damit gegenüber 2022 real um gut ein Zehntel. 2024 dürften die Exporte preisbereinigt stärker wachsen als die Importe (+2,1% zu +1,2%) und der daraus resultierende Saldo damit um +4,5% über dem Ergebnis von 2023 liegen.

Aus der Sicht Österreichs beinhaltet die Reiseverkehrsbilanz die im Inland getätigten Ausgaben von Personen mit Hauptwohnsitz im Ausland (Reiseverkehrsexporte) sowie die im Ausland getätigten Ausgaben von Personen mit Hauptwohnsitz in Österreich (Reiseverkehrsimporte), die mit einer Reise in Zusammenhang stehen. Dabei werden die Ausgaben im Zuge häufiger Grenzübertritte genauso erfasst wie jene von Nicht-Tourist/innen wie Pendler/innen, Saisoniers oder Studierenden. Die in der Reiseverkehrsbilanz zudem nicht abgebildeten Einnahmen von inländischen Tages- und Nächtigungsgästen sind den von Statistik Austria und WIFO erstellten, auf international akkordierter Methodik basierenden, Tourismus-Satellitenkonten (TSA) für Österreich zu entnehmen (UN, 2010).

TSA – Tourismus-Satellitenkonto für Österreich

Für das aktuelle Berichtsjahr 2022 weisen die Tourismus-Satellitenkonten für Österreich einen touristischen Gesamtkonsum von nominell 30,8 Mrd. Euro aus (+90,2% zu 2021). Dieser verteilte sich zu 59,9% auf internationale Gäste, zu 38,6% auf Binnenreisende und zu 1,4% auf imputierte Mieten für Aufenthalte in Wochenendhäusern und Zweitwohnungen. 2023 dürfte der nominelle Tourismuskonsum in Österreich laut Schätzungen des WIFO um +16,6% auf 35,9 Mrd. Euro gestiegen sein. Seit 2022 spiegelt sich zusätzlich die hohe Teuerung in der starken Dynamik wider.

**Tourismuskonsum
2022 mit nominell
30,8 Mrd. Euro
beinahe doppelt
so hoch wie im
pandemiegeprägten
Vorjahr**

Das TSA-Konzept berücksichtigt nur die direkten Umsätze zwischen (End-)Verbrauchs- und Produktionsseite. Daher ist ausgehend von dieser Basis auch nur die Ermittlung unmittelbar generierter (= direkter) Wertschöpfungseffekte möglich. Diese beliefen sich in Bezug auf die in Österreich getätigten Gesamtaufwendungen in- und ausländischer Nächtigungs- und Tagesgäste zu Urlaubs- und Geschäftszwecken 2022 auf nominell 17,0 Mrd. Euro, das bedeutete im Jahresabstand einen Zuwachs von +91,8% sowie einen rechnerischen Anteil der direkten Wertschöpfung am BIP von 3,8% (+1,6 Prozentpunkte gegenüber 2021). Für 2023 geht das WIFO von unmittelbaren Effekten des Tourismuskonsums in der Höhe von nominell 20,3 Mrd. Euro bzw. einer Zunahme um +19,4% aus, in Relation zur gesamten Wirtschaftsleistung dürfte sich die Kenngröße auf 4,3% belaufen haben.

Anders als die direkten Wirkungen können die durch die Tourismusnachfrage in vorgelagerten Bereichen ausgelösten indirekten Effekte nicht gemessen werden. Diese wurden daher mithilfe des vom WIFO entwickelten regionalen Simulationsmodells ASCANIO abgeschätzt. Dem Modell liegen unter anderem sektorale Lieferverflechtungen sowie eine tourismusrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der Konsumstatistik laut VGR zugrunde.

**Touristische
Wertschöpfung 2023:
29,5 Mrd. Euro
direkte und
indirekte Effekte**

Der Urlaubs- und Geschäftstourismus in Österreich erbrachte laut Modell im Berichtsjahr 2022 eine Gesamtgewertschöpfung (direkt und indirekt) von nominell 25,9 Mrd. Euro (+95,9% zum Vorjahr). Mit 5,8% der heimischen Wirtschaftsleistung lag die (nominalen) Kennzahl damit deutlich über dem Tiefstwert des krisengeprägten Vorjahres (BIP-Beitrag 2021: 3,3%). 2023 dürften die direkten und indirekten Wirkungen des Tourismus zu laufenden Preisen um +13,8% auf 29,5 Mrd. Euro gewachsen sein sowie die gesamtwirtschaftliche Bedeutung bei 6,2% gelegen haben. Real geht das WIFO in Bezug auf die touristische Gesamtgewertschöpfung 2023 von einem Zuwachs um +2,7% im Vergleich zum Vorjahr und einem volkswirtschaftlichen Beitrag von 5,4% aus.

TSA-Beschäftigungsmodul für Österreich

Nach dem Einbruch 2021 zog die Beschäftigung 2022 in tourismuscharakteristischen Industrien wieder kräftig an (um +38,0% auf rund 159.500 Vollzeitäquivalente (VZÄ); Selbst- und Unselbstständige), das bedeutete 3,9% aller (Voll-)Arbeitsplätze in Österreich (2021: 2,9%). Der Großteil der direkten Tourismusbeschäftigung entfiel mit 69,3% auf Beherbergung und Gastronomie (die beiden Bereiche teilten sich schätzungsweise 69,1% zu 30,9% auf).

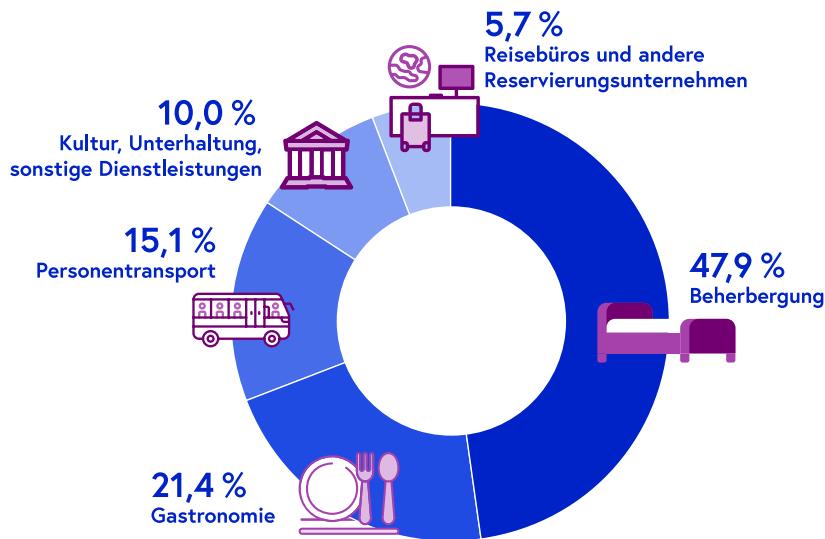
Der Personentransport (einschließlich Vermietung von Transportmitteln) nahm zuletzt 15,1% der direkten Tourismusbeschäftigung ein (2021: 9,1%; VZÄ), der Kultur- und Unterhaltungsbereich ein Zehntel (2021: 7,6%). Auf Reisebüros kamen 2022 5,7% der (Vollzeit-) Stellen im Tourismus (2021: 7,9%).

Die Tourismuswirtschaft trug damit direkt und indirekt 6,6% zur nationalen Gesamtbeschäftigung bei (2021: 4,4%), 2023 beläuft sich die Kennzahl Schätzungen zufolge mit ca. 311.300 Vollzeitäquivalenten (+16,6% zum Vorjahr) auf 7,6% aller Erwerbstätigen (in VZÄ).

**Beherbergung und
Gastronomie mit
Abstand wichtigste
Bereiche am touristi-
schen Arbeitsmarkt**

Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2022

Anteile in % (auf Basis von Vollzeitäquivalenten)



Quelle: Statistik Austria, Berechnungen WIFO

Die tourismusspezifische Abgrenzung branchentypischer Industrien ist in Bezug auf die Beschäftigung enger gefasst als bei der direkten Wertschöpfung, eine Gegenüberstellung beider Kenngrößen – beispielsweise zur Ermittlung von Produktivitäten – ist daher unzulässig.

Die touristische Nachfrage hat nicht nur unmittelbare Beschäftigungseffekte in branchentypischen Industrien, sondern zieht auch Arbeitskräftebedarf im Hinblick auf die Erbringung von Vorleistungen in allen anderen Wirtschaftszweigen nach sich. Diese insgesamt (direkt und indirekt) dem Tourismuskonsum zurechenbaren Wirkungen auf den Arbeitsmarkt beliefen sich laut Modellrechnung des WIFO mittels ASCANIO 2022 auf rund 267.000 Vollzeitstellen. Das bedeutete ein Plus von 51,9 % gegenüber 2021 und 6,6 % der nationalen Gesamtbeschäftigung (auf Vollzeitäquivalent-Basis; 2021: 4,4 %).

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.

Die Freizeitwirtschaft in dieser spezifischen Definition kann keinen bestehenden 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.

**Freizeitwirtschaft
2022: 48,7 Mrd. Euro
Umsatz (nominell)**

Laut aktuellen Berechnungen auf dieser Konzeptbasis wurden in Österreich von der heimischen Bevölkerung 2022 nominell 48,7 Mrd. Euro für freizeitrelevante Güter und Dienstleistungen aufgewendet. Im Vergleich zum stark von der Pandemie geprägten Vorjahr bedeutete dies nicht nur einen kräftigen Anstieg in nominellen Größen (+20,8%) – dieser wurde zusätzlich von der hohen Teuerung getrieben (VPI +8,6%) –, sondern auch in realer Rechnung (+11,4%). 2023 wuchsen die bundesweiten Konsumausgaben für Freizeitzwecke bei anhaltend hoher Inflation (+7,8%) nach ersten Schätzungen nominell neuerlich an (+9,3% auf 53,2 Mrd. Euro), aber auch real dürfte das vorjährige Volumen übertroffen worden sein (+1,3%).

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 Modellergebnissen bewirkten die freizeitrelevanten Konsumausgaben der Österreicherinnen und Österreicher 2022 eine unmittelbare Wertschöpfung von 24,7 Mrd. Euro (+23,5% zum Vorjahr; zu laufenden Preisen), in Bezug zum nominellen BIP ergab sich ein Anteil von 5,5% (2021: 4,9%). Für 2023 schätzt das WIFO die direkt der Freizeitwirtschaft zurechenbare Wertschöpfung auf 27,6 Mrd. Euro (+11,6%) sowie den Anteil an der gesamten Wirtschaftsleistung auf 5,8% (jeweils nominell).

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeitwirtschaft

Freizeitrelevante Wertschöpfung	2018	2019	2020	2021	2022	2023 (Schätzung)
Direkte Effekte						
Mio. Euro, nominell	22.078	22.193	18.504	20.011	24.716	27.572
Veränderung zum Vorjahr in %	.	+0,5	-16,6	+8,1	+23,5	+11,6
Anteil am BIP in %	5,7	5,6	4,9	4,9	5,5	5,8
Direkte und indirekte Effekte						
Mio. Euro, nominell	29.308	29.348	24.945	27.508	34.207	37.293
Veränderung zum Vorjahr in %	.	+0,1	-15,0	+10,3	+24,4	+9,0
Beitrag zum BIP in %	7,6	7,4	6,5	6,8	7,6	7,8

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

Die insgesamt durch den Freizeitkonsum der heimischen Bevölkerung generierte Wertschöpfung belief sich 2022 laut WIFO-Modell auf nominell 34,2 Mrd. Euro (+24,4 % zum Vorjahr), das entsprach 7,6 % der gesamten Wirtschaftsleistung (2021: 6,8 %). 2023 dürfte die Freizeitwirtschaft mit einem direkten und indirekten Wertschöpfungsvolumen von 37,3 Mrd. Euro (+9,0 %) einen BIP-Beitrag von 7,8 % geleistet haben (zu laufenden Preisen).

Die Ausgaben der österreichischen Bevölkerung für freizeitrelevante Güter und Dienstleistungen wirken auch auf den Arbeitsmarkt. Diese Effekte wurden ebenfalls mit dem Simulationsmodell des WIFO (ASCANIO) abgeschätzt und resultierten für das aktuelle Berichtsjahr 2022 in einer direkten Beschäftigung von knapp 236.400 Vollzeitäquivalenten (Selbst- und Unselbstständige; +4,5 % zum Vorjahr), der Anteil an den Erwerbstägigen insgesamt belief sich auf 5,8 % (2021: 5,7 %). Unter Einbeziehung der vorgelagerten Bereiche waren der Freizeitwirtschaft 2022 insgesamt rund 316.700 Vollzeitstellen zurechenbar (um +7,0 % mehr als 2021), der Bereich trug damit direkt und indirekt 7,8 % zur nationalen Gesamtbeschäftigung bei. Durch die Ausweitung des (nominellen) Konsums von Freizeitgütern und -aktivitäten 2023 stiegen auch die betreffenden Beschäftigungseffekte – und zwar unmittelbar um +16,6 % auf rund 275.600 VZÄ und einen direkten Anteil an den Erwerbstägigen von 6,8 % sowie direkt und indirekt um 15,9 % auf gut 367.000 VZÄ (Beitrag zur Gesamtbeschäftigung: 9,0 %).

**5,8 % der
Erwerbstägigen sind
unmittelbar der
Freizeitwirtschaft
zurechenbar**

Tourismus in Europa und Position Österreichs

Mit 23,4 Mrd. Euro an Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr nahm Österreich 2023 wie schon im Vorjahr Rang 8 unter 32 Ländern in Europa (EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich) ein. Der nominelle Marktanteil lag mit 4,1 % um gut 0,2 Prozentpunkte höher als 2022 (2019: 4,2 %, Rang 7). Auf preisbereinigter Basis stellte Österreich knapp 3,6 % des europäischen Exportvolumens (2022: 3,4 %, 2019: 3,9 %) – dies bedeutete ebenfalls unverändert Rang 8.

**Reiseverkehrsexporte
2023 nominell um
knapp ein Viertel
gestiegen, in Europa
insgesamt um rund
16 % – Österreich
erneut auf Platz 8 im
Ranking**

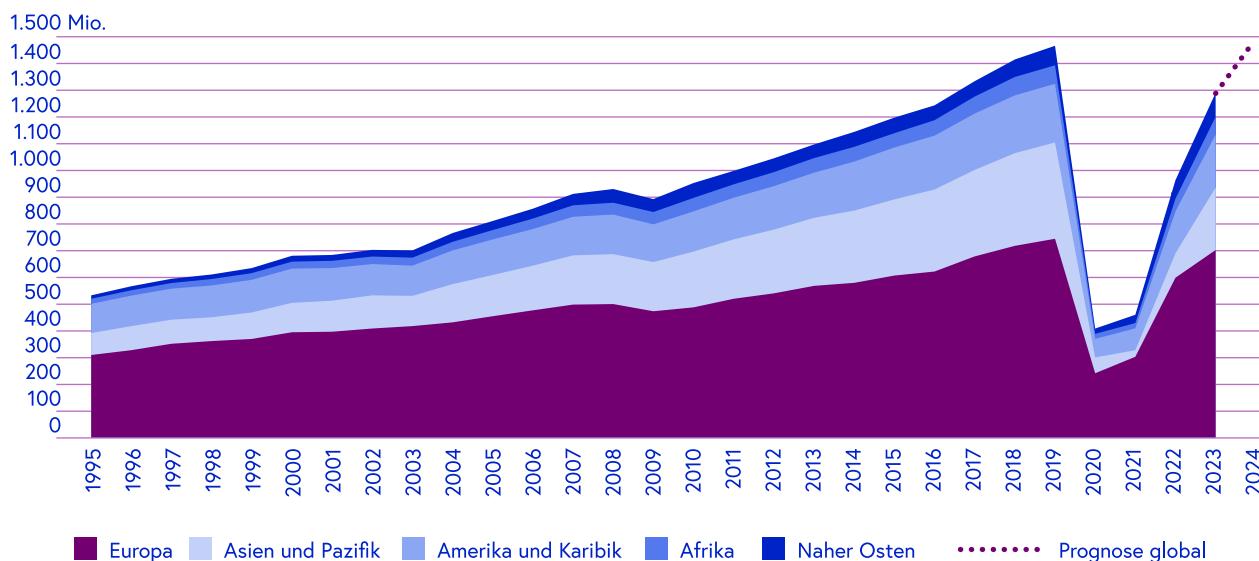
Die Spitzenplätze im internationalen europäischen Tourismus mit jeweils mehr als einem Zehntel der kontinentalen Umsätze (zu laufenden Preisen) belegten 2023 – in derselben Reihenfolge wie 2022 – Spanien (Marktanteil: 14,6 %, +0,6 Prozentpunkte), das Vereinigte Königreich (12,7 %, 2022: 12,6 %) und Frankreich (11,0 %, -0,5 Prozentpunkte). Die zweitplatzierte Destination verbuchte zudem neben der Türkei (2023 auf Platz 5 mit 7,9 % der nominellen Tourismusexporte Europas) die höchsten Marktanteilsgewinne seit 2019 (jeweils +1,6 Prozentpunkte) – beide Länder verbesserten sich damit im Vorkrisenvergleich um einen Rang. Nennenswerte Steigerungen im 4-Jahresabstand erfuhren ansonsten nur noch Portugal (von 3,8 % auf 4,4 %), Kroatien (von 2,2 % auf 2,5 %), Rumänien und die Schweiz (jeweils +0,2 Prozentpunkte auf 0,9 % bzw. 3,5 %). Italien und Deutschland hatten in Bezug auf die nominellen Tourismusexporte unter 32 europäischen Ländern 2023 die Plätze 4 und 6 inne (wie 2022), die Anteile blieben mit 8,9 % bzw. 6,1 % im Vorjahresvergleich annähernd konstant. Damit verzeichnete Deutschland innerhalb des Ländersamples die stärksten Positionsverluste seit 2019 (-1,6 Prozentpunkte), dahinter folgten Frankreich und Belgien-Luxemburg (-0,7 bzw. -0,5 Prozentpunkte) sowie die Slowakei und Italien (jeweils -0,3 Prozentpunkte).

Ankünfte aus internationalen Quellmärkten mit knapp 1,3 Mrd. um ein Drittel höher als 2022, Vorkrisenniveau zu 88% wiederhergestellt

Tourismus weltweit – Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste

Nach Auslaufen der Pandemie nahmen ausländische Gäste ihre Reisetätigkeit rasch wieder auf, sodass die diesbezügliche Zahl der globalen Ankünfte 2023 mit 1,3 Mrd. bereits zu 88,0% dem Vorkrisenniveau und einer Zunahme von +33,9% gegenüber 2022 entsprach. In Asien und dem pazifischen Raum wuchs die internationale Nachfrage mit Abstand am stärksten (+155,1%) – hier fehlten jedoch noch 35,2% der Ankünfte von 2019, während in Europa (+17,4%), Amerika (einschließlich Karibik; +26,6%) und Afrika (+39,8%) das frühere Volumen zu rund 90% bis 96% erreicht bzw. im Nahen Osten (+28,5%) sogar um gut ein Fünftel überschritten wurde. Für 2024 rechnet UN Tourism weltweit mit einem neuen Höchstwert von knapp 1,5 Mrd. Ankünften aus dem Ausland.

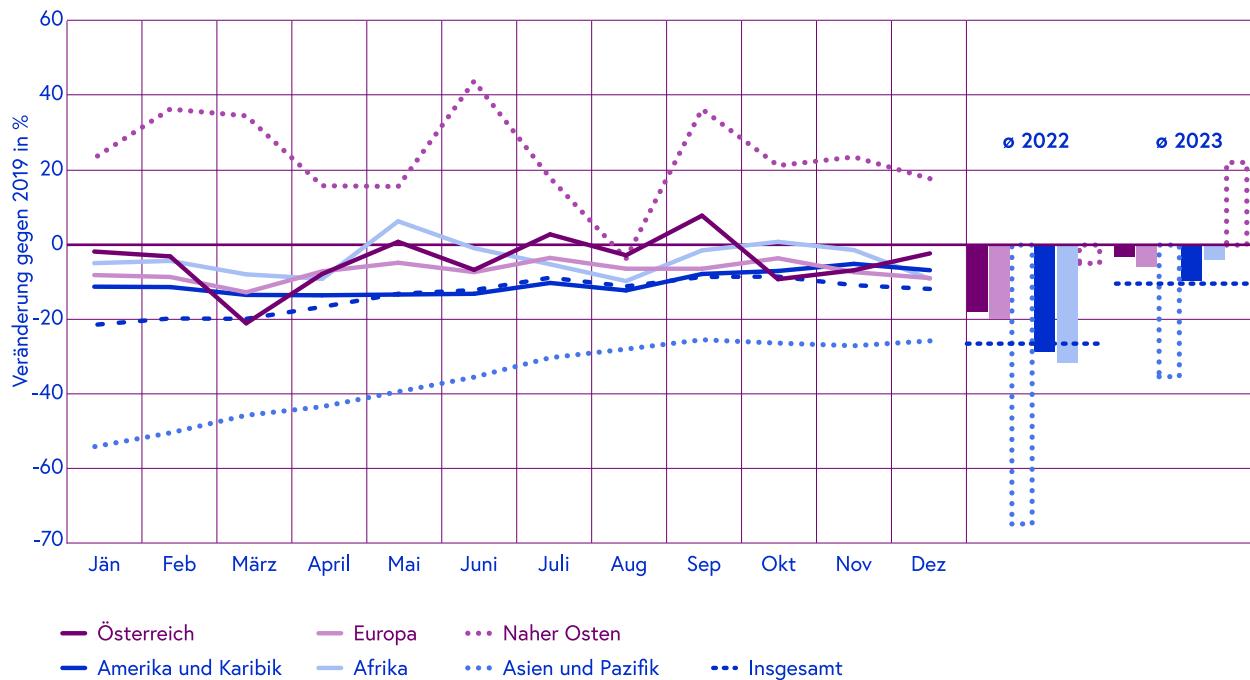
Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste nach Weltregionen



Quelle: UN Tourism. 2022 und 2023: vorläufig, 2024: Prognose

2023 entfielen 54,4 % der globalen internationalen Ankünfte auf Destinationen in Europa, Österreich stellte hiervon 4,4 %. Die betreffende Nachfrage entwickelte sich im Vorjahresvergleich hierzulande ähnlich wie am Kontinent (+17,9 % zu Ø +17,4 %), kam aber näher an das Volumen von 2019 heran (-3,1 % zu Ø -5,7 %) – hierfür sorgte die vorteilhaftere Dynamik in den wichtigen Sommermonaten Juli bis August (Österreich +2,7 %, Europa -4,5 %). In Bezug auf die Entwicklung von Ankünften ausländischer Gäste stach der Nahe Osten mit starken Zuwächsen 2019/2023 in den einzelnen Monaten hervor (Peak im Juni mit +44,6 %), nur im August blieb die Nachfrage leicht unter Vorkrisenniveau. Afrika wies lediglich im Mai und Juni mehr internationale Ankünfte als in den Vergleichsmonaten 2019 auf, in den übrigen Weltregionen bestanden noch ganzjährig Rückstände.

Unterjährige Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste 2023



Quelle: Statistik Austria, UN Tourism. Weltregionen: vorläufige Werte, Österreich: endgültige Werte

Ausblick 2024

Das in den letzten beiden Jahren durch Krieg, Lieferkettenprobleme und hohe Inflation beeinträchtigte wirtschaftliche Umfeld in Österreich und Europa dürfte sich ab der zweiten Jahreshälfte 2024 aufhellen. Die Tourismusbranche zeigte jedoch schon davor eine erstaunliche Resilienz: Trotz Teuerung (VPI Österreich: 2022 +8,6%, 2023 +7,8%) war die Reiselust ungebrochen – insbesondere die internationalen Gäste kehrten nach der Pandemie rasch wieder nach Österreich zurück und auch die während der Krisenjahre erhöhte Binnennachfrage verblieb auf hohem Niveau.

Des Weiteren stellen die befürchtete wirtschaftliche Abschwächung in weiten Teilen Europas und die anhaltende Inflation in naher Zukunft eine große Herausforderung für die Erholung des Tourismussektors in Österreich dar. Diese Faktoren dürften weniger die mengenmäßige Nachfrage (Anzahl der Ankünfte und Übernachtungen) als vielmehr die Zahlungsbereitschaft der Gäste beeinträchtigen. Umfragen zu den Urlaubsplänen der heimischen Bevölkerung und potenzieller Gäste aus wichtigen Quellmärkten (Deutschland, Niederlande) deuten zwar auf eine robuste touristische Nachfrage hin, zeigen jedoch auch Tendenzen zur Sparsamkeit (Österreich Werbung, 2023). Sollte die

schwache Dynamik bei den Einnahmen anhalten, wird erwartet, dass der Tourismus die heimische Wirtschaft im Jahr 2024 weniger stark unterstützen wird als ursprünglich angenommen. Hinzu kommt die global unsichere geopolitische Situation, nicht nur aufgrund des anhaltenden Krieges in der Ukraine, sondern auch wegen des Risikos eines "Flächenbrandes" im Nahen Osten. Obwohl die betroffenen Länder keine Hauptmärkte für den Tourismus in Österreich darstellen, haben solche Konflikte direkte und indirekte Auswirkungen auf das Reiseverhalten in Europa.

Laut aktuellem Szenario des WIFO (Stand März 2024) sollte im Sommer das hohe Niveau der Saison 2023 von gut 80,9 Mio. Nächtigungen dank eines neuen Höchstwertes bei ausländischen Gästen (57,3 Mio., +0,4%) gehalten werden können (Binnenreisende -0,9%), die Gesamtnachfrage läge damit um +2,5% höher als vor der Krise (Ausland +2,9%, Inland +1,6%). Im November und Dezember wird mit einer Steigerung von Ø 1,9% zum Vorjahr gerechnet (-3,2% gegenüber den Vergleichsmonaten 2019). Damit würde im Kalenderjahr mit gut 153,6 Mio. Nächtigungen erstmals die 153 Mio.-Marke überschritten (+1,6% zum Vorjahr, 2019/2024 +0,6%) – auch hier käme die Dynamik vom internationalen Segment (+2,1% im Vorjahresvergleich, +0,8% gegenüber 2019), während der Binnentourismus mit erstmals 40,0 Mio. auf hohem Niveau stagnieren dürfte (+0,3% zu 2023 bzw. +0,2% zu 2019).

Auf der Angebotsseite ist unterdessen eine weitere Verschärfung des Personalmangels im österreichischen Tourismus zu erwarten. So gab es bei steigender Nachfrage 2023 bereits um +3,3% mehr Beschäftigungsverhältnisse in Beherbergung und Gastronomie als ein Jahr zuvor. Mit gut 224.700 Arbeitsstellen lag die Zahl zudem um rund 4.300 Jobs über dem früheren Beschäftigungsausmaß von 2019 (+1,9%), wobei insbesondere in den Unterkünften deutlich mehr Personal benötigt wurde (+4,7% im Vorjahresvergleich; Gastronomie: +2,2%). Dennoch klagt die Tourismusbranche verstärkt über einen Arbeitskräftemangel. Dies legt die Vermutung nahe, dass das Stundenausmaß pro Job im Durchschnitt gesunken ist und somit der Zuwachs bei Arbeitsstellen hinter der Entwicklung des Arbeitsvolumens (geleistete Stunden aller Beschäftigten) zurückblieb. Im Jahresdurchschnitt 2023 waren in den touristischen Kernbereichen mit 30.300 zwar um +3,4% mehr Personen arbeitslos als 2022, im Vergleich zum Vorkrisenstand bedeutete dies aber eine Reduktion um 17,0%.

Es wird erwartet, dass der Fachkräftebedarf auch 2024 weitestgehend bestehen bleibt. Um dieser Herausforderung zu begegnen, sind verschiedene Maßnahmen vorstellbar. Dazu gehört die verstärkte Bereitstellung von Ausbildungsangeboten, um den Pool an qualifiziertem Personal zu erhöhen. Zusätzlich könnten die Arbeitsbedingungen im Tourismus attraktiver, flexibler und familienfreundlicher gestaltet werden, sodass Fachkräfte langfristig(er) gebunden werden.

Indikatoren 2023



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 gesamthafte 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 Tagetourismus 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 2023 verwendet. Daneben gibt es in jeder der drei Dimensionen eine 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, Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung

Im Kern bleibt dieses Indikatorensystem auch zukünftig erhalten, wird aber laufend erweitert, heuer zum Beispiel um das Reiseverhalten der Österreicherinnen und Österreicher.

Volkswirtschaftliche Bedeutung

Indikator:

6,2 %

Beitrag zum BIP

Nach Schätzungen auf Basis des Konzeptes des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich dürften die Tourismusausgaben der in- und ausländischen Gäste in Österreich 2023 um 16,6% auf 35,9 Mrd. Euro gestiegen sein. Die resultierenden direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte beliefen sich auf 29,5 Mrd. Euro (+13,8%) und deren Beitrag zum BIP 6,2%.

Real geht das WIFO von einem Zuwachs der touristischen Gesamtwertschöpfung um +2,7% im Vergleich zum Vorjahr und einem volkswirtschaftlichen Beitrag von 5,4% aus.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich

Touristische Wertschöpfung	2019	2020	2021	2022	2023 (Schätzung)
Direkte Effekte¹					
Mio. Euro, nominell	21.895	11.711	8.858	16.992	20.292
Veränderung zum Vorjahr	+5,7%	-46,5%	-24,4%	+91,8%	+19,4%
Anteil am BIP	5,5%	3,1%	2,2%	3,8%	4,3%
Direkte und indirekte Effekte¹					
Mio. Euro, nominell	30.280	16.513	13.222	25.901	29.464
Veränderung zum Vorjahr	+6,3%	-45,5%	-19,9%	+95,9%	+13,8%
Beitrag zum BIP	7,6%	4,3%	3,3%	5,8%	6,2%

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen. – 1 Berechnungen mittels Input-Output-Modell des WIFO (ASCANIO).

Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos für Österreich

Touristische Nachfrage nominell (Mio. Euro)	2019	2020	2021	2022	2023 (Schätzung)
Ausgaben ausländischer Gäste	20.778	11.760	8.131	18.472	22.295
Übernachtungsgäste ¹	17.281	10.075	6.316	15.392	18.746
Tagesreisende	3.497	1.685	1.815	3.080	3.549
Ausgaben inländischer Gäste	16.880	9.148	7.763	11.908	13.136
Urlaubsreisende	14.771	8.063	6.861	10.131	11.241
Übernachtungsgäste ¹	11.222	5.968	5.235	7.719	8.718
Tagesreisende	3.549	2.094	1.626	2.412	2.523
Geschäftsreisende	2.109	1.085	901	1.777	1.895
Übernachtungsgäste ¹	1.408	646	602	1.179	1.311
Tagesreisende	701	439	299	598	584
Imputierte Mieten für Wochenendhäuser und Zweitwohnungen	228	358	309	441	510
Gesamtausgaben	37.886	21.265	16.203	30.821	35.940

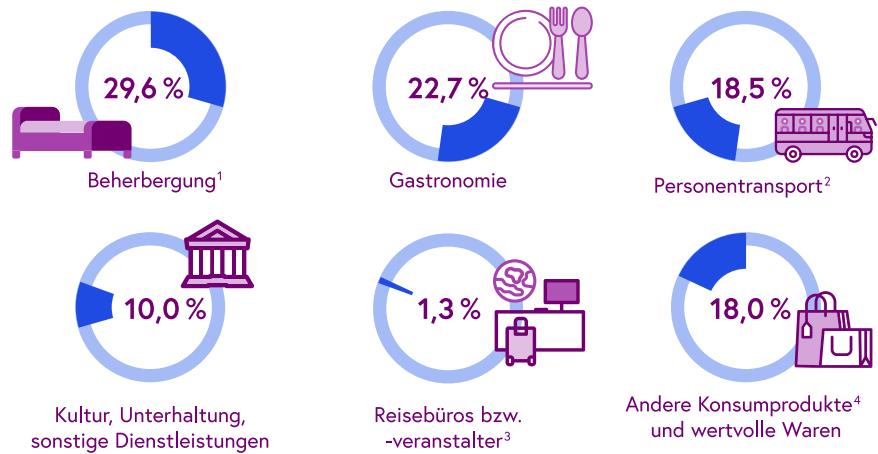
Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“; Urlaubs- und Geschäftsreisen. – 1 Hierzu zählen alle Ausgaben, die im Rahmen von Nächtigungen in entgeltlichen Unterkünften laut amtlicher Nächtigungsstatistik, Nächtigungen bei Bekannten und Verwandten, auf Festivals, in Unterkünften der Kurzzeitvermietung (z.B. AirBnB) getätigkt 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 ermöglicht die Betrachtung der touristischen Ausgaben auch nach ihrer Verwendung. Im Berichtsjahr 2022 machten die für die Branche charakteristischen Güter und Dienstleistungen mit nominell 25,3 Mrd. Euro gut doppelt so viel wie im krisen geprägten Vorjahr aus. Ihr Anteil am gesamten Tourismuskonsum in Österreich, der mit +90,2% schwächer wuchs, stieg damit um 4,1 Prozentpunkte auf 82,0%. Das überproportionale Wachstum der tourismustypischen Aufwendungen stammte aus den Bereichen Personentransport (+181,2% zu 2021) sowie Kultur und Unterhaltung (+128,5%), während der Aufschwung in den Kernbereichen Beherbergung und Gastronomie ($\varnothing +80,0\%$, zusammen 16,1 Mrd. Euro) sowie bei Reiseveranstaltern (+29,9%; nur Margen) verhaltener vonstatten ging.

Damit verschob sich auch das Gewicht am Gesamtkonsum im Vergleich zu 2021 zugunsten der Positionen mit dynamischer Entwicklung (Personentransport: +6,0 Prozentpunkte auf 18,5%, Kultur und Unterhaltung: von 8,3% auf aktuell 10,0%), der Unterkunfts bereich büßte hingegen 2022 am stärksten an Marktanteilen in Bezug auf den nominellen Umsatz ein (-2,5 Prozentpunkte auf 29,6%). Auf Restaurantdienstleistungen entfielen zuletzt 22,7% des Tourismuskonsums sowie auf die Spannen der Reisebüros 1,3% – die Bedeutung dieser Bereiche verringerte sich gegenüber 2021 um 0,5 bzw. 0,6 Prozentpunkte.

Andere Konsumprodukte und wertvolle Waren machten 2022 gut 5,5 Mrd. Euro (+55,2% gegen das Vorjahr) und damit 18,0% der touristischen Aufwendungen insgesamt aus (Marktanteil 2021: 22,0%).

Struktur des Tourismuskonsums laut TSA für Österreich 2022, Anteile in %



Quelle: Statistik Austria. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“; Urlaubs- und Geschäftstreisen; 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

Preislische Wettbewerbsfähigkeit

Indikator:

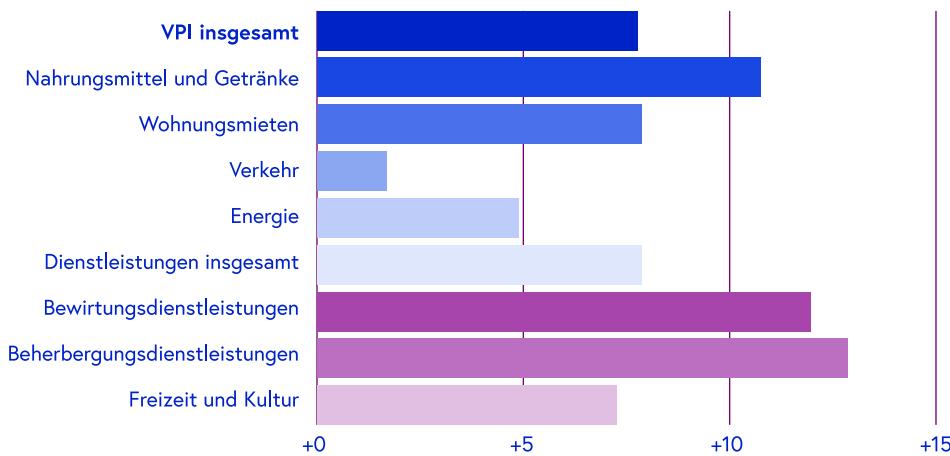
7,8 %

Inflation

Seit Ende 2021 zogen die Preise infolge diverser Krisen und unterbrochener Lieferketten deutlich an. Nachdem die Teuerung 2022 den höchsten Wert seit 1975 erreicht hatte (VPI: +8,6% zum Vorjahr), blieb diese auch 2023 hoch (+7,8%). Unter den touristisch relevanten Positionen verteuerten sich Beherbergungs- und Bewirtungsdienstleistungen besonders stark (+12,9% bzw. +12,0%), wobei der Gastronomie ein höheres Gewicht am gesamten Warenkorb zukam als dem Unterkunftsgebiet (11,4% zu 1,7%). Die Preise für Nahrungsmittel und Getränke zogen 2023 ebenfalls überdurchschnittlich an (+10,8%, nach +9,9% 2022), zudem beeinflusste die Position den VPI zu 13,1%. Der mit 13,4% ebenso bedeutende Verkehr wurde nach dem starken Anstieg 2022 (+16,2%) 2023 kaum teurer (+1,7%) – hier ähnelte das Muster jenem bei Energiepreisen (2022 +39,2%, 2023 +4,9%; Gewicht: 7,2%). Anders bei Wohnungsmieten sowie Freizeit- und Kulturdienstleistungen, wo die Preise 2022 kaum gestiegen waren, 2023 aber mit +7,9% bzw. +7,3% im Bereich der Gesamtinflation lagen (Einfluss auf VPI: 5,5% bzw. 11,2%).

Inflation in Österreich
2023 mit +7,8%
schwach rückläufig,
überproportionaler
Preisauftrieb in
Beherbergung und
Gastronomie

Entwicklung der Verbraucherpreise in Österreich 2023, Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



Quelle: Statistik Austria

In der EU 27 war der Preisauftrieb in Gastronomie und Beherbergung 2023 mit +8,1% bzw. +9,3% ebenfalls stärker als im (harmonisierten) Durchschnitt aller Warengruppen (HVPI laut Eurostat: +6,4%), wobei die Dynamik im Verpflegungsbereich zulegte (2022 +7,0%), sich bei den Unterkünften aber abschwächte (2022 +12,6%; HVPI: +9,2%). 2023 verteuerte sich das touristische Angebot in Kroatien in beiden Kernbereichen weit über dem EU-Durchschnitt (Bewirtung +15,4%, Beherbergung +17,2%); in Belgien (+17,5%), Portugal (+16,9%) und Zypern (+13,7%) traf dies für die Unterkünfte zu, in den MOEL 5 (Tschechische Republik, Polen, Ungarn, Slowenien, Slowakei) für die Gastronomie (\varnothing 15,9%).

Indikator:

2.561
Euro

Pro-Kopf-
Einnahmen

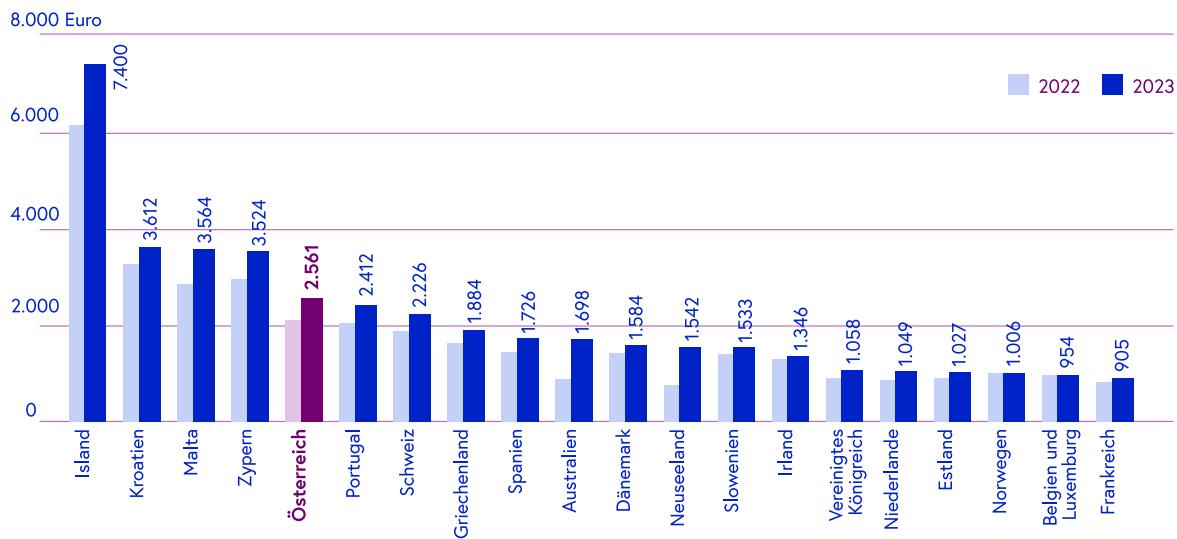
Österreich bei den
Pro-Kopf-Einnahmen
im internationalen
Reiseverkehr 2023
unter den Top 5 von
42 Destinationen

Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Tourismus

2023 überwand Österreich den krisenbedingten Rückstand bei den nominellen Reiseverkehrseinnahmen aus dem Ausland (2019/2022 –7,7%) dank einer starken Dynamik zum Vorjahr (+23,6%, Europa Ø +15,9%), damit ähnelte die Entwicklung seit 2019 mit +14,1% jener in Europa insgesamt (hier: EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich; Ø +16,5%). In Übersee (Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA) und den BRIC-Staaten zogen die nominellen Reiseverkehrsexporte (auf Euro-Basis) 2023 im Jahresabstand kräftig an (+53,2% bzw. +50,7%), im Vergleich zu 2019 blieb die Dynamik aber weit unter dem Schnitt von 42 Ländern (Übersee +5,4%, BRIC –20,5%, insgesamt Ø +9,4%).

Die Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr lagen im Mittel aller 42 Destinationen 2023 bei nominell 215 Euro. In Europa fielen diese mit 914 Euro deutlich höher aus als in Übersee (507 Euro) und den BRIC-Staaten (19 Euro). Österreich belegte im Ranking 2023 mit Reiseverkehrsexporten je Einwohnerin und Einwohner von nominell 2.561 Euro Platz 5 (wie 2022 und 2019). Besser schnitten nur tourismusintensive Insel- bzw. Meerdestinationen ab: Beim Spitzensreiter Island verzerrten die geringe Bevölkerungsdichte und ein hohes Preisniveau die Kennzahl jedoch stark nach oben (auf 7.400 Euro); Kroatien, Malta und Zypern erzielten im Schnitt rund 3.600 Euro. In Kroatien expandierte der Umsatz ausländischer Gäste in Relation zur Bevölkerung seit 2019 um nominell 40,0%, und damit deutlich stärker als in Österreich (+11,0%), Europa (Ø +15,0%) oder den 42 Ländern insgesamt (Ø +7,7%).

Nominelle Tourismusexporte pro Kopf der Wohnbevölkerung 2023 in ausgewählten Ländern¹, in Euro



Ohne internationale Personentransport; 2023: Schätzung der nominellen Tourismusexporte auf Basis der durchschnittlichen Entwicklung von I. bis III. Quartal (Stand 04.03.2024).

1 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, wiwiw, UNWTO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond

RevPAR – Revenue Per Available Room

Indikator:

132 Euro

4+5*-Betriebe

69 Euro

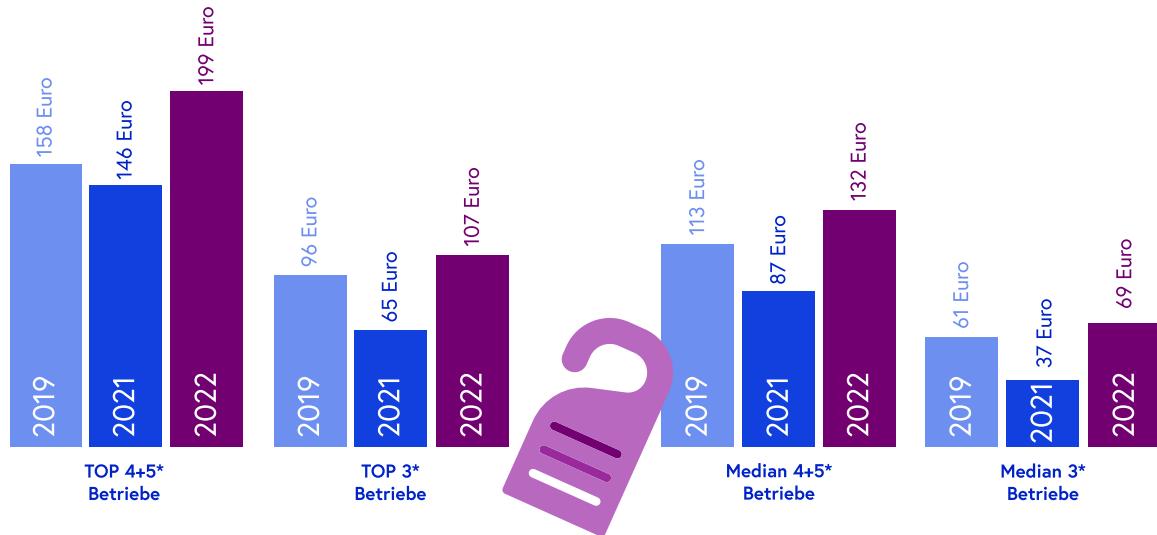
3*-Betriebe

RevPAR Median

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 ($\text{RevPAR} = \text{Beherbergungsumsatz} / [\text{Offenhaltetage} \times \text{Zimmerkapazität}]$). Die Kennzahl eignet sich besonders für zwischenbetriebliche Vergleiche innerhalb der einzelnen Hotelkategorien.

Während die Aussagekraft der Kennzahl 2021 COVID-19-bedingt vermindert war, ist in den Bilanzen des Jahres 2022 schon die kontinuierliche Erholung der Tourismusbranche erkennbar. Der RevPAR lag beim Median der 3*-Hotelbetriebe 2019 noch bei 61 Euro, sank 2021 auf 37 Euro und erreichte 2022 bereits wieder 69 Euro. Der TOP-Wert (oberes Quartil) der 3*-Hotelbetriebe erreichte 2019 noch 96 Euro und konnte nach einem Rückgang im Jahr 2021 auf 65 Euro im Jahr 2022 mit 107 Euro bereits wieder verbessert werden. Der RevPAR entwickelte sich auch in der 4+5*-Kategorie ähnlich und lag 2019 im Median noch bei 113 Euro, der TOP-Wert bei 158 Euro. Nach pandemiebedingt negativen Entwicklungen im Jahr 2021 auf 87 Euro im Median und 146 Euro im TOP-Wert konnten 2022 bereits wieder Werte von 132 Euro (Median) bzw. 199 Euro (TOP-Wert) erreicht werden.

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).



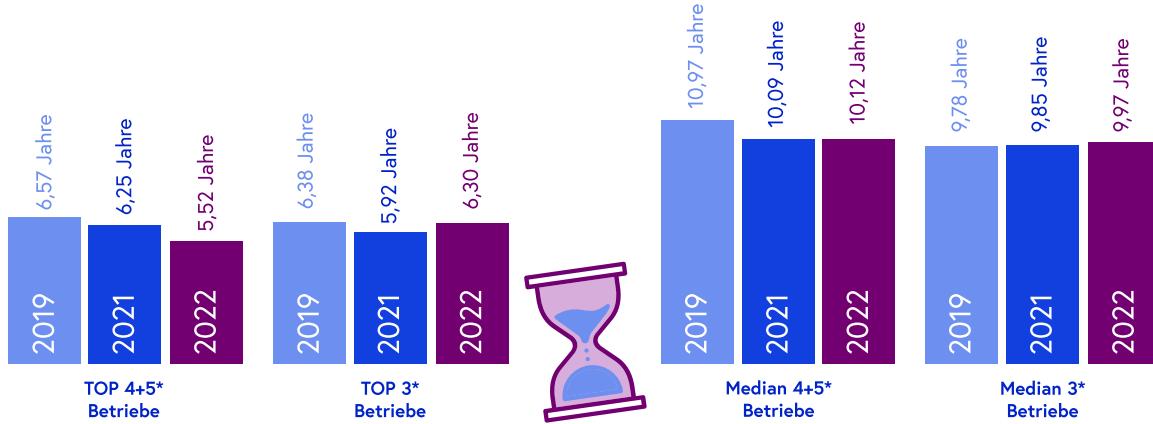
Fiktive Entschuldungsdauer
Median

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

Die fiktive Entschuldungsdauer der von OeHT geförderten Hotelbetriebe weist unter dem Eindruck der COVID-19-Pandemie eine differenzierte Entwicklung auf. So liegt die fiktive Entschuldungsdauer im Median der 3*-Kategorie trotz leichter Steigerungen 2022 noch unter zehn Jahren und damit in etwa beim Wert von 2019. Im Median der 4+5*-Hotellkategorie stellt sich dagegen im Vergleich zum Wert des Jahres 2019 von knapp elf Jahren eine Verbesserung ein, sodass der Wert für 2022 bei knapp über zehn Jahren liegt.

Die TOP-Betriebe der 3*-Kategorie benötigen zur rechnerischen Schuldentilgung aus eigener wirtschaftlicher Kraft auf Basis der 2022 verfügbaren Zahlen etwas über sechs Jahre und liegen damit ungefähr beim Wert von 2019. Die TOP-Betriebe der 4+5*-Kategorie konnten dagegen die fiktive Entschuldungsdauer von rund sechseinhalb Jahren aus dem Jahr 2019 auf rund fünfeinhalb Jahre im Jahr 2022 senken.

Fiktive Entschuldungsdauer in Jahren



Quelle: OeHT

Ankünfte

Indikator:

45,2 Mio.

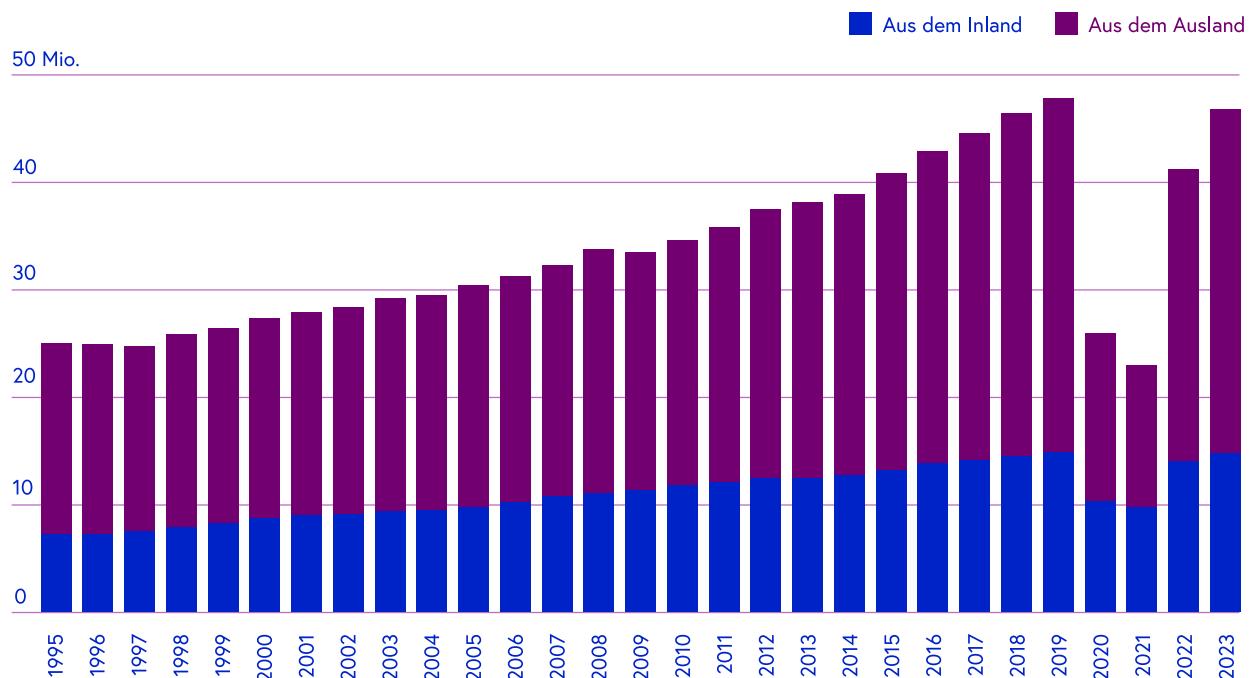
Ankünfte

2023 wurden in heimischen Beherbergungsbetrieben gut 45,2 Mio. Ankünfte gezählt, das ist der zweithöchste Wert seit Beginn der Aufzeichnungen; nur 2019 lag das Volumen noch um knapp 1 Mio. höher. Mit 31,6% (14,3 Mio.) inländischen und 68,4% (30,9 Mio.) ausländischen Gästen entsprach das Herkunftsverhältnis nach drei Jahren Pandemie 2023 erstmals wieder gewohnten Größenordnungen. Nachdem vor allem internationale Reisende bereits 2022 rasch zurückgekehrt waren, zog dieses Gästesegment auch 2023 überdurchschnittlich stark an (+17,9%; insgesamt +13,6%). Im Binnentourismus lag die Zahl der Ankünfte um +5,3% über dem Vergleichswert von 2022.

Im langfristigen Vergleich stieg die Nachfrage in Bezug auf Ankünfte in Österreich um insgesamt +87,0% ($\varnothing +2,3\%$ pro Jahr; 1995/2023). Das inländische Segment entwickelte sich in diesem Zeitraum dynamischer als die internationale Nachfrage (+104,3% zu +80,0%). 2023 konnte der Binnentourismus zudem bereits wieder an das Vorkrisenniveau von 2019 anschließen (-0,1%), die Ankünfte ausländischer Österreich-Gäste wiesen noch einen Rückstand von -3,1% auf (insgesamt -2,1%).

Gästeankünfte 2023 mit 45,2 Mio. auf historisch zweithöchstem Niveau, Nachfragedynamik im internationalen Segment deutlich stärker als bei Binnenreisenden

Entwicklung der Ankünfte in Österreich



Quelle: Statistik Austria

Indikator:



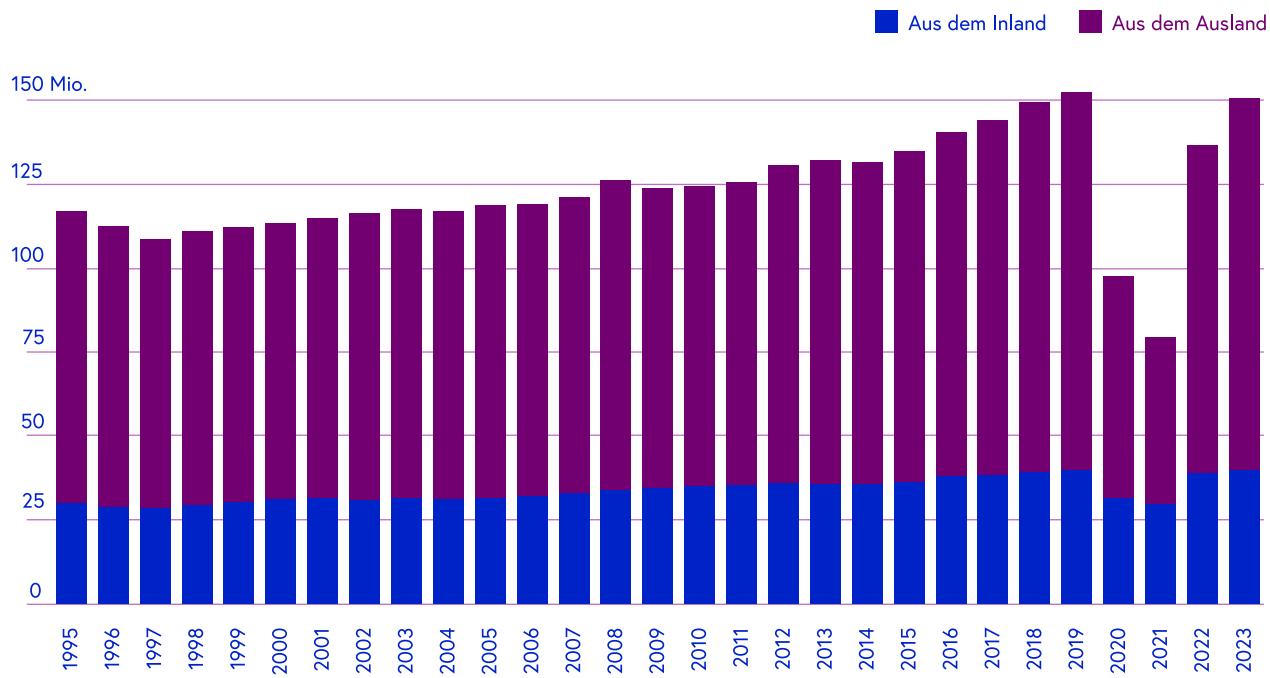
Mit 151,2 Mio.
Nächtigungen 2023
nur knapp unter
Höchstwert von
2019

Nächtigungen

Der deutliche Aufwärtstrend von 2022 setzte sich 2023 auch in Bezug auf die Nächtigungsnachfrage in Österreich fort: Mit rund 151,2 Mio. Übernachtungen wurde zum zweiten Mal nach 2019 (152,7 Mio.) die 150 Mio.-Marke überschritten. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Nächtigungen um +10,4 %. Ähnlich wie bei den Ankünften ging auch hier das Wachstum überwiegend von den wichtigen internationalen Gästen aus (+13,5 %; Binnenreisende +2,6 %), die mit 73,6 % des Gesamtaufkommens wieder eine ähnliche Gewichtung wie vor der Krise erlangten (2019 73,8 %) und gegenüber 2022 deutlich an Marktanteilen gewannen (+2,0 Prozentpunkte).

Seit 1995 nahm die Zahl der Nächtigungen in Österreich um insgesamt +29,1 % zu, das entspricht einem jährlichen Wachstum von durchschnittlich +0,9 % (1995/2023). Die Binnennachfrage wuchs langfristig etwas stärker als jene aus dem Ausland (+32,5 % zu +27,9 %), was zu leichten Marktanteilsgewinnen von 25,7 % auf 26,4 % führte. Der Einbruch infolge der COVID-19-Pandemie konnte 2023 beinahe vollständig überwunden werden: Auf das Nächtigungsvolumen von 2019 fehlte insgesamt nur noch 1,0 %, wobei das Vorkrisenniveau bei inländischen Gästen de facto bereits wiederhergestellt werden konnte (-0,1 %), der Rückstand somit vom internationalen Segment herrührte (-1,3 %).

Entwicklung der Nächtigungen in Österreich



Quelle: Statistik Austria

Aufenthaltsdauer

Indikator:

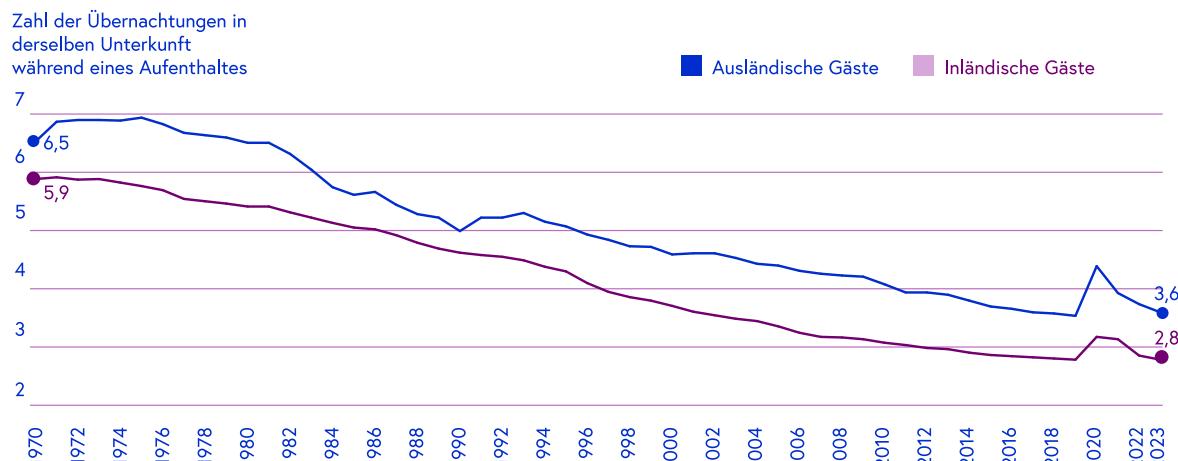
3,3

Nächte

Nach Überwindung der COVID-19-Krise stellten die Gäste ihr Reiseverhalten 2023 wieder auf gewohnte Muster um (häufigere und kürzere Reisen bzw. mehrere Unterkunftswechsel pro Reise). Die durchschnittliche Verweildauer in einem Beherbergungsbetrieb reduzierte sich gegenüber 2022 um -2,8% auf 3,3 Nächte und erreichte damit den bisherigen Tiefstwert des Jahres 2019. Der Rückgang fiel bei internationalen Gästen (-3,7% auf Ø 3,6 Übernachtungen) relativ stärker aus als bei Binnenreisenden (-2,5% auf Ø 2,8 Nächte). Grund hierfür ist die verstärkte Rückkehr von Fernreisenden aus dem asiatischen Raum, die durch das Ansteuern mehrerer Ziele in Europa und dementsprechend kürzere Aufenthalte je Unterkunft die Kennzahl des ausländischen Gästesegments insgesamt nach unten nivellieren.

Reiseverhalten 2023
schwenkt mit kürzeren
Aufenthalt(en) je
Unterkunft wieder
auf langfristigen
Entwickelpfad ein

Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Österreich



Quelle: Statistik Austria

Die kürzeste Aufenthaltsdauer zeigte sich 2023 bei Gästen aus Taiwan und Südkorea mit jeweils Ø 1,7 Nächten, gefolgt von China (1,9 Nächte) sowie Südostasien und Indien (je 2,0 Nächte). Reisende aus den Niederlanden blieben unter allen Auslandsmärkten mit Ø 4,9 Übernachtungen am längsten in derselben Unterkunft – hier stieg die Kennzahl im Vorjahresvergleich sogar leicht an (+1,2%); auf den Plätzen folgten die Gäste aus Belgien und Luxemburg (4,7 bzw. 4,6 Nächte), Dänemark (4,2 Nächte), Island (4,0 Nächte) und Deutschland (3,9 Nächte).

Indikator:

Strom 50%
Fernwärme 16%
Öl 14%
Erneuerbare 11%
Gas 10%

Energiemix

in Beherbergung und Gastronomie

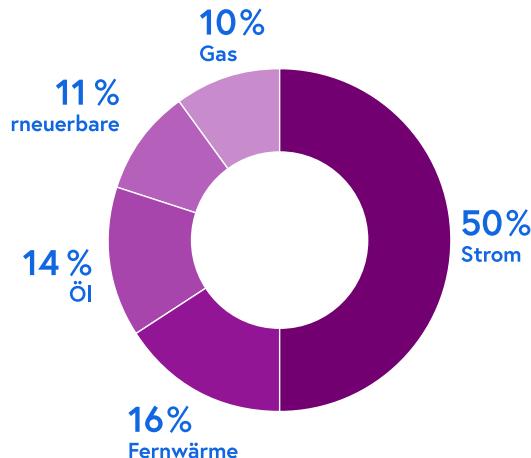
Um die ökologische Dimension im Indikatorenset abzubilden, wurden vom Umweltbundesamt drei Indikatoren erarbeitet, die die Entwicklung in diesem Bereich darstellen. Damit wird die Tourismusbranche in die Bestrebungen Österreichs zur Langfriststrategie bis 2050 eingebunden und mit den Zielen des Nationalen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

Im Jahr 2021 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. Die Sektoren Beherbergung und Gastronomie hatten im Jahr 2021 einen Anteil von 1,3% am österreichischen Endenergieverbrauch (aktuellere Daten liegen noch nicht vor).

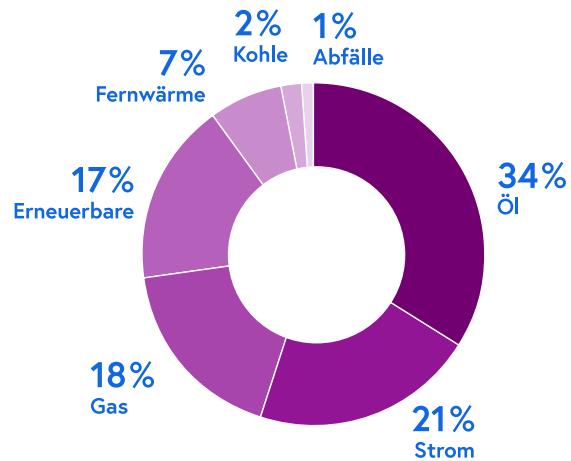
Strom ist Hauptenergieträger

In den Sektoren Beherbergung und Gastronomie entfällt mehr als die Hälfte des Energieverbrauchs auf Strom. Erdölprodukte und Erdgas decken gemeinsam etwas mehr als ein Viertel der Energienachfrage. Der Anteil direkter erneuerbarer Energieträger liegt bei 11%.

**Energetischer Endverbrauch
Beherbergung und Gastronomie
Jahr 2021: 15 Petajoule**



**Energetischer Endverbrauch
Österreich
Jahr 2021: 1.127 Petajoule**



Quelle: Statistik Austria, Umweltbundesamt

Anteil erneuerbarer Energieträger

in Beherbergung und Gastronomie

Indikator:

54 %

Anteil erneuerbarer Energieträger

2021 betrug der Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie 54% und liegt damit schon jetzt über dem Zielkorridor des Nationalen Energie- und Klimaplans für 2030 (der Zielkorridor ist zwischen 46% und 50%). Im Zeitraum 2008–2021 stieg er von 37% um 17 Prozentpunkte.

Berechnungen des Umweltbundesamtes auf Basis des Szenarios WEM (mit bestehenden Maßnahmen) ergeben für das Jahr 2025 einen Anteil von 54% und bis 2030 einen leicht rückläufigen Trend, nicht zuletzt durch methodische Veränderungen der Berechnung.

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	2021	2025	2030
Beherbergung	32	36	40	40	39	39	42	41	44	39	43	44	46	46	43	
Gastronomie	39	44	44	44	60	59	60	57	60	59	57	63	66	66	61	
Beherbergung und Gastro-nomie	37	41	43	42	50	51	53	51	54	52	52	57	59	54	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.

Schwankungen ergeben sich insbesondere auch durch externe Faktoren wie Leistung der Flusskraftwerke oder geringerem Energieverbrauch während der COVID-19-Pandemie.

Indikator:

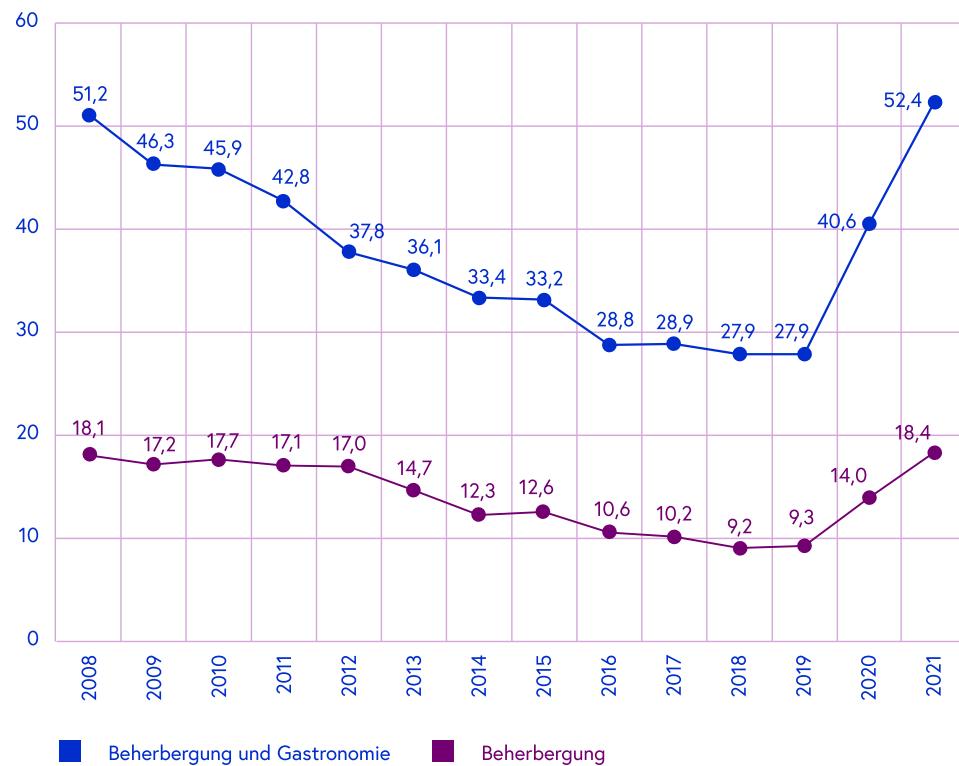
52,4 kWh
Energieverbrauch

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. Dieser Wert zeigte im Jahr 2020 aufgrund der COVID-19-Pandemie eine deutliche Abkehr vom langjährigen Trend, da die Zahl der Nächtigungen um über ein Drittel einbrach. Dieser Einbruch setzte sich im Jahr 2021 fort. Seit 2022 steigen die Nächtigungen aber wieder annähernd auf Vorkrisenniveau.

Davor sank der Energieverbrauch in der Beherbergung von 18,1 kWh pro Nächtigung im Jahr 2008 auf 9,3 kWh im Jahr 2019. Im ganzen Sektor Tourismus, also inklusive Gastronomie, reduzierte sich der Wert 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.

Energieverbrauch pro Nächtigung in kWh



Quelle: Umweltbundesamt

Österreichisches Umweltzeichen

Indikator:

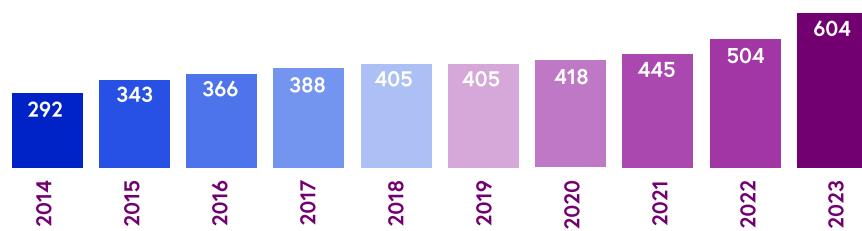
604

Tourismusbetriebe

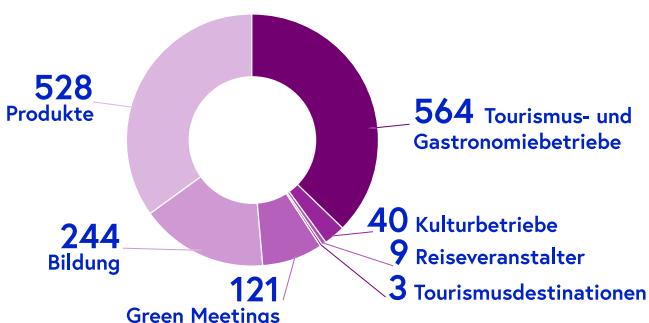
Als das seit 1990 für umweltfreundliche Produkte geltende Österreichische Umweltzeichen im Jahr 1996 um Standards für nachhaltig wirtschaftende Tourismusbetriebe erweitert wurde, war dies weltweit eine der ersten nationalen Umweltzertifizierungen im Tourismus. Ursprünglich nur auf Tourismusbetriebe fokussiert, ist es mehr als 25 Jahre später auch für Reiseangebote, Meetings und Events sowie Kulturbetriebe aus der Branche nicht mehr wegzudenken. Mit über 600 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 eine neue 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. 2023 konnten bereits die ersten drei Destinationen nach dieser Richtlinie zertifiziert werden.

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



Österreichisches Umweltzeichen nach Kategorien



Quelle: VKI (Werte jeweils im Dezember)

Indikator:

Beschäftigung

224.711

Unselbstständig
Beschäftigte

Beherbergung und Gastronomie bilden die beiden Kernbranchen im Tourismus. Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen nahm in den letzten Jahren (Ausnahme: Coronakrise) stetig zu. Die Branche ist gewachsen und das Wachstum hat sich in einem Beschäftigungszuwachs niedergeschlagen. Ein erneuter Zuwachs bei der Beschäftigung, eine hohe Zahl an offenen Stellen und ein im Vergleich zu 2019 niedriges Niveau der Arbeitslosigkeit stehen für die positive Entwicklung in der Branche. Nachdem sich die Situation am Arbeitsmarkt bereits in den letzten beiden Jahren entspannt hat, liegt das Beschäftigungsniveau 2023 trotz leicht steigender Arbeitslosigkeit über dem Vorkrisenniveau 2019.

Trotz der guten Gesamtsituation waren 2023 im Jahresdurchschnitt 36.076 Personen (+1.008 Personen bzw. +2,9 %) aus dem Beherbergungs- und Gaststättenwesen arbeitslos gemeldet oder in AMS-Schulung. Die Zahl der vorgemerkten Arbeitslosen ist zwar gegenüber dem Vorjahr in jedem Bundesland (außer Kärnten) gestiegen, liegt jedoch nach wie vor um –13,5 % unter dem Vorkrisenniveau 2019.

Die Zahl der unselbstständig Beschäftigten liegt im Jahresdurchschnitt 2023 mit 224.711 Personen auf dem höchsten Stand der letzten 10 Jahre. Im Vergleich zum Vorjahr sind im Beherbergungs- und Gaststättenwesen um +7.240 bzw. +3,3 % mehr Personen beschäftigt. In jedem Bundesland, außer der Steiermark, konnte ein Plus bei den unselbstständig Beschäftigten verzeichnet werden.

Die Beschäftigungsstruktur der Branche sticht aufgrund ihres hohen Frauenanteils (55 %) und ihres hohen Anteils an Ausländerinnen und Ausländern (57 %) hervor.

**2023 konnten
78.080 offene
Stellen und 4.423
offene Lehrstellen
besetzt werden**

Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen schwankt saisonal und ist regional unterschiedlich. Auch bei der Verfügbarkeit von Fachkräften gibt es regional große Unterschiede. Die Nachfrage nach Arbeitskräften ist 2023 mit 11.392 beim AMS gemeldeten offenen Stellen nach wie vor hoch (+27,7 % geg. 2019), obwohl sie im Vergleich zum überdurchschnittlichen Jahr 2022 um –22,9 % (-3.375) zurückgegangen ist. Auch die Zahl der gemeldeten offenen Lehrstellen ist um –295 bzw. –13 % auf 1.969 gesunken.

Neben der klassischen Vermittlung wird mit der überregionalen Vermittlung versucht, das Ungleichgewicht von Angebot und Nachfrage zwischen den Bundesländern auszugleichen und damit den dringenden Bedarf an Arbeitskräften in den Tourismusregionen zu decken. Konkret werden unter bestimmten Voraussetzungen und unter Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen Arbeitslose aus der Tourismusbranche aus jenen Bundesländern mit einem Überangebot an Arbeitskräften in Bundesländer mit Personalmangel vermittelt. In

der überregionalen Vermittlung spielen Jobbörsen (auch virtuell) eine wichtige Rolle, da sich hier Betriebe mit ihren Jobangeboten vorstellen können und ein direkter Austausch zwischen Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und Arbeitsuchenden ermöglicht wird. Generell stellt die Kooperation der AMS-Geschäftsstellen über die Bundeslandgrenzen hinaus, in Kombination mit der engen Zusammenarbeit mit den Tourismusbetrieben, einen wesentlichen Erfolgsfaktor für die überregionale Vermittlung dar. Aus der engen Zusammenarbeit in den letzten Jahren entstanden beispielsweise Qualifizierungsangebote mit Praktikumsteilen, die im Westen Österreichs absolviert werden.

Jugendliche und vor allem junge Asylberechtigte werden für eine Lehre im Westen Österreichs motiviert und in Kooperation mit Tourismusbetrieben auf die betriebliche Ausbildung vorbereitet und vermittelt. Arbeitskräfte aus Europa werden via EURES (169 Personen in der Wintersaison 2023/2024), dem europäischen Jobnetzwerk, für österreichische Tourismusunternehmen vermittelt.

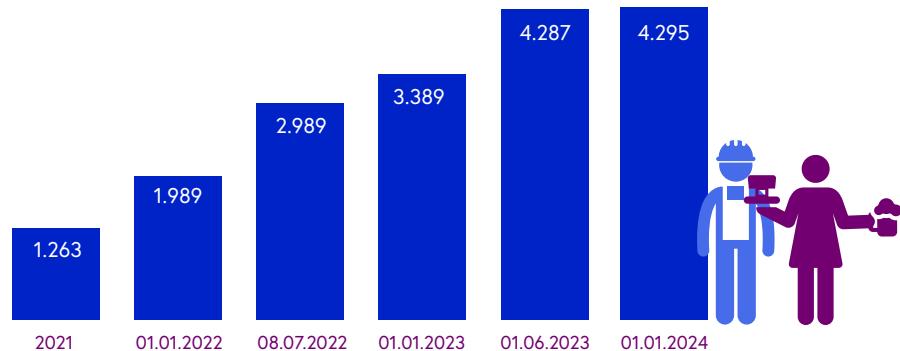
Neben der Vermittlung wird der Schwerpunkt auf Beschäftigungsförderungen, Qualifizierungen und Beratungsdienstleistungen gelegt. Branchenbedingt und aufgrund der regionalen Unterschiede forciert das AMS auch verstärkt Kooperationen mit Unternehmen. Tourismusbetriebe werden in Personal- und Betriebsfragen von externen Beratungsunternehmen im Auftrag des AMS unterstützt.

2023 wurden insgesamt 23.200 Personen (–2,2% geg. 2022) in Qualifizierungsmaßnahmen einbezogen. Die vom AMS finanzierten Qualifizierungen reichen von Anlern- über Spezialisierungskursen bis zu Vorbereitungskursen für den Lehrabschluss in Tourismusberufen. Das Schulungsangebot des AMS wird stets an die Entwicklungen am Arbeitsmarkt angepasst. Für den Tourismusbereich heißt das konkret, dass auf große Flexibilität bei den Kurszeiten und auf modulare Angebote vor allem in Kombination mit Berufserfahrung fokussiert wird. Der Fokus sämtlicher Qualifizierungsmaßnahmen wird schwerpunktmäßig auf zukunftsorientierte Qualifikationen ausgerichtet. Dazu gehören vor allem auch die im Tourismus immer stärker gefragten Bereiche Digitalisierung und Nachhaltigkeit wie z. B. Verkauf und Online Marketing.

Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte

Der Bundesminister für Arbeit und Wirtschaft kann zur Deckung eines vorübergehenden zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus Kontingente für die befristete Beschäftigung von Saisoniers aus Drittstaaten festlegen. Für das Jahr 2023 betrug das Kontingent zunächst 3.389 (2022: 2.989), wurde dann aber im Juni aufgrund des anhaltenden Bedarfs um weitere 898 Plätze – somit von 3.389 auf 4.287 – und mit Jänner 2024 auf 4.295 erhöht. Wie bereits 2022 war eine zeitlich begrenzte Überschreitung um bis zu 50% möglich.

Kontingente Saisoniers



Quelle: BMAW

Die Kontingente im Jahr 2023 waren – wie schon in den Vorjahren – regional unterschiedlich ausgelastet. Der größte Bedarf an Saisonarbeitskräften aus Drittstaaten bestand österreichweit in den Wintermonaten Dezember, Jänner und Februar sowie in den Sommermonaten Juli und August.

Das AMS war bemüht, die Zulassung der Saisonarbeitskräfte im Rahmen einer flexiblen Kontingentbewirtschaftung (ein frei werdender Kontingentplatz wird sofort nachbesetzt) bestmöglich zu steuern und so die hohe Servicequalität des touristischen Angebots zu garantieren.

Stammsaisoniers

Ende Dezember 2023 waren 2.543 Personen als Stammsaisoniers im Tourismus registriert – von diesen waren zum genannten Zeitpunkt 1.072 Personen in einem Tourismusbetrieb beschäftigt. Diese Personengruppe erhält Beschäftigungsbewilligungen außerhalb der Saisonkontingente und ohne Arbeitsmarktprüfung.

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

Tourismusberufe waren auch 2023 wieder auf der jährlichen Mangelberufsliste für die Zulassung von Fachkräften aus Drittstaaten. Im Jahr 2023 hat das AMS insgesamt 1.064 (2022: 348) positive RWR-Karten-Gutachten für Fach- und Schlüsselkräfte in den tourismusrelevanten Branchen Beherbergung und Gastronomie ausgestellt, was einen deutlichen Aufwärtstrend darstellt.

Vertriebene aus der Ukraine

Personen aus der Ukraine mit einem „Ausweis für Vertriebene“ haben seit 21. April 2023 freien Zugang zum österreichischen Arbeitsmarkt. Sie können bewilligungsfrei jede beliebige Beschäftigung aufnehmen. 2023 haben 537 beim AMS vorgemerkte Vertriebene mit Tourismusberufen eine Beschäftigung aufgenommen. Im Jahresdurchschnitt 2023 waren insgesamt 3.661 (2022: 2.006, 2021: 460) Personen mit ukrainischer Staatsbürgerschaft (kein Rückschluss auf Vertriebenenstatus möglich) im Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt.

Awareness-Kampagne #teamtourismus

Der Tourismus leidet oftmals unter einem schlechten Image, dabei sieht die Wirklichkeit ganz anders aus. Er dient als Einstiegsbranche und bietet Chancen für einen raschen Jobantritt, er schafft internationale Karrieremöglichkeiten und verspricht vielfältige Berufsbilder.

**TEAM
TOURISMUS**
**STARKE □ DEINE
BRANCHE □ CHANCE**



Team Tourismus

Unter dem Claim: „**Team Tourismus = Starke Branche = deine Chance**“ startete daher im Juni 2023 eine Awareness-Kampagne mit dem Ziel, das Image der Branche zu stärken, die Wertschätzung für die Branche zu erhöhen und die Vielseitigkeit des Tourismus als Arbeitgeber sichtbar zu machen.

Mit dem Hashtag #teamtourismus werden seit dem Start authentische Sujets über Social Media ausgespielt. Dabei wird die Attraktivität der Branche anhand von zahlreichen Berufsbildern unterstrichen. Zusätzlich wurde eine Webseite eingerichtet (www.bmaw.gv.at/teamtourismus), auf der Zahlen, Daten und Fakten sowie Informationen über Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung im Tourismus zur Verfügung gestellt werden.

Seit Beginn der Kampagne wurden mit den ersten beiden Wellen insgesamt ca. 26.000 Klicks gezählt. Die Reichweite macht rund 2,4 Millionen aus (i.e. erreichte Profile im Bewerbungszeitraum). Eine dritte Welle startete im Mai 2024.



Indikator:

1,58

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. Mittlerweile beteiligen sich auch zahlreiche Destinationen am Projekt.

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

Befragungsmethodik:

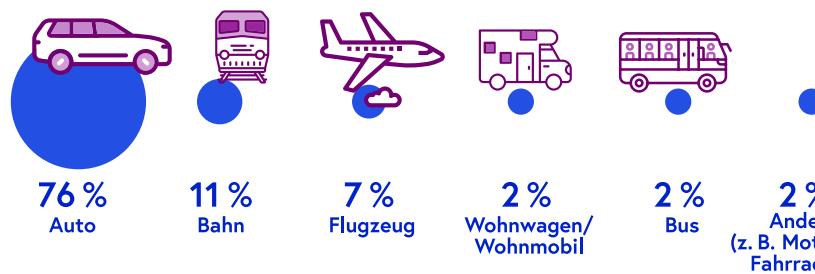
Seit 2017 werden die Daten für T-MONA vollständig digital erhoben. Um die Gäste auf diesem Weg zu erreichen, ist der Online-Fragebogen in diverse b2c-Kontaktkanäle von ÖW, LTO, Destinationen sowie anderer touristischer Partner/innen integriert. Seit dem Start der permanent laufenden Online-Befragung konnten so bereits knapp 153.500 Interviews generiert werden.



Die Gesamtzufriedenheit lag im Tourismusjahr 2022/23 bei 1,58

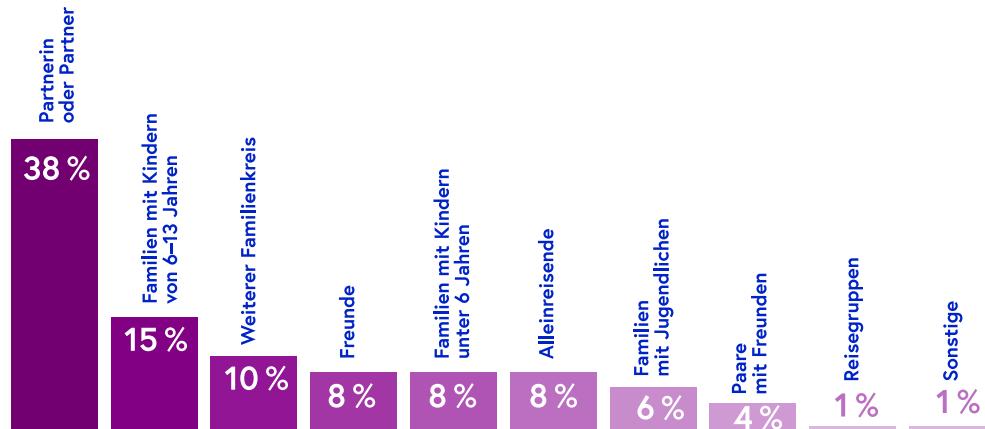
Im Fragebogen wird die Zufriedenheit mit Einzelaspekten des Urlaubs sowie mit dem Aufenthalt insgesamt erhoben und kann mit 1 = „äußerst begeistert“ bis 6 = „eher enttäuscht“ bewertet werden.

Wie reisten unsere Gäste an?

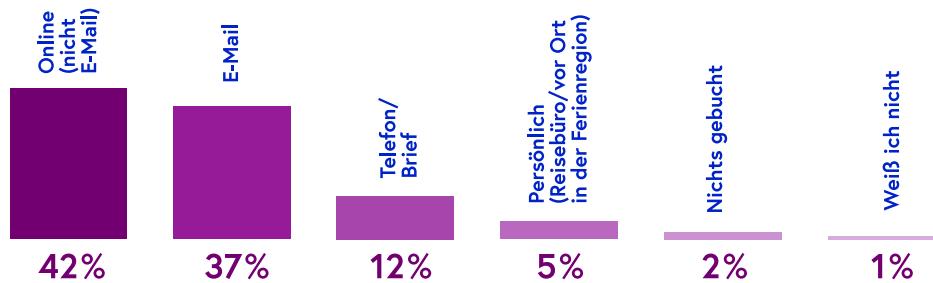
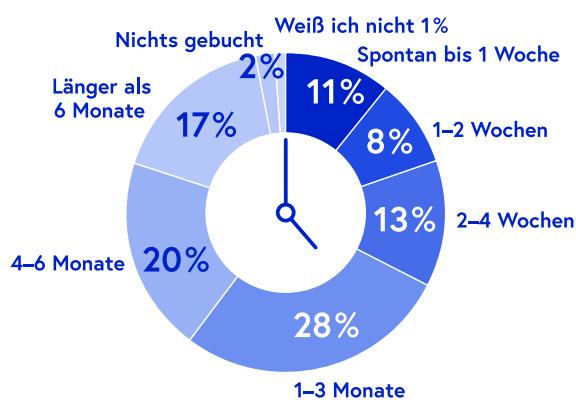


**Ausgaben pro Person pro Nacht im Österreich-Urlaub (exkl. An-/Abreise):
191 Euro**

Mit wem verbringen unsere Gäste ihren Urlaub in Österreich?



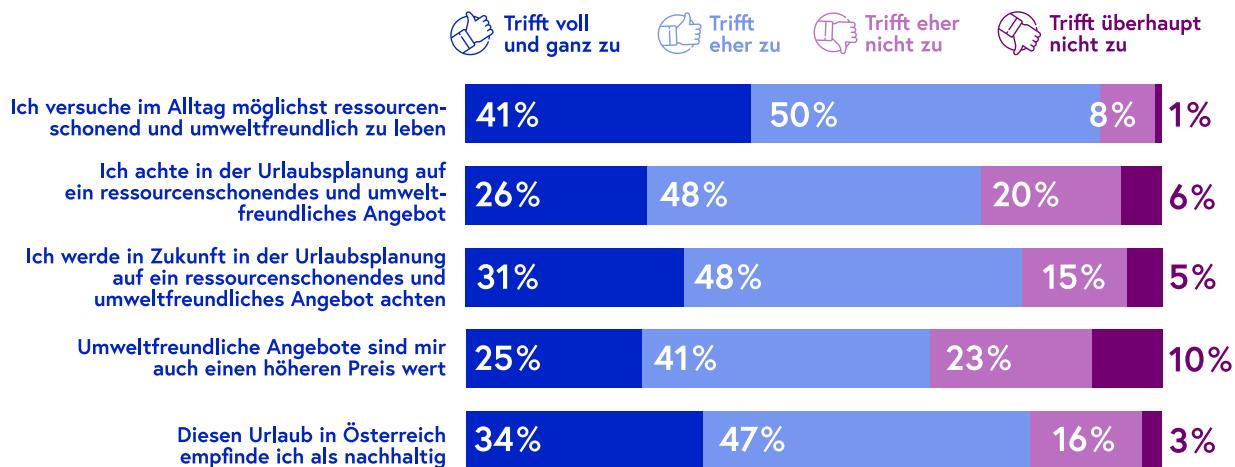
Buchungszeitpunkt und Buchungsart



Durchschnittliche Weiterempfehlungsabsicht: 9,3

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

Wie stehen unsere Gäste zur Nachhaltigkeit?



Was sagen unsere Gäste über ihren Urlaub in Österreich?





Indikator:



Tourismusakzeptanz

Tourismusakzeptanz in Österreich weiterhin hoch

Im Jänner 2020, vor Ausbruch der COVID-19-Pandemie, wurde zum ersten Mal die Tourismusakzeptanz in Österreich erhoben. 2021, 2022 und 2023 wurde diese Befragung wiederholt und jeweils über das gesamte Jahr verteilt erhoben.

2023 wurden dazu in einer repräsentativen Online-Befragung 2.439 Österreicherinnen und Österreicher zwischen 15 und 75 Jahren befragt.

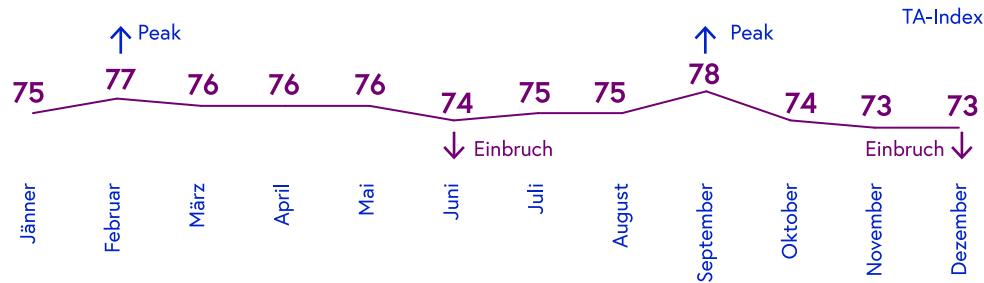
Im Mittelpunkt der Erhebung standen der Gesamteindruck und die Einstellung der Österreicherinnen und Österreicher zum Tourismus. Die Einflüsse des Tourismus auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft & Umwelt, Freizeitinfrastruktur & öffentlichen Verkehr sowie sozialem Gemeinwohl & Lebensqualität wurden 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 75 Punkte auf einer Skala von 0 bis 100.

Das ist nach wie vor ein sehr guter Wert (2022 76; 2021 78; 2020 78). Gegenüber 2022 zeigt sich allerdings erneut ein leichter Rückgang. Dieser liegt innerhalb der statistischen Schwankungsbreite, dennoch gilt es, die Entwicklung insgesamt zu beobachten. Insgesamt zeigt sich im Jahr 2023 eine kritischere Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung in vielen Aspekten.

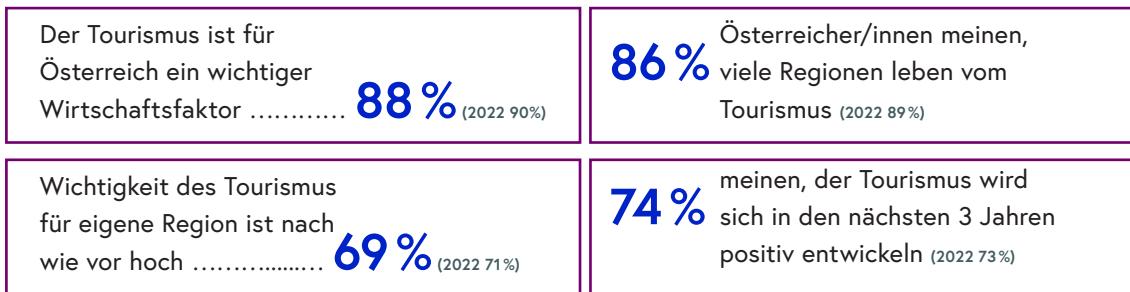
Der Tourismusakzeptanz-Index im Zeitverlauf 2023



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

- **77 %** meinen, der Tourismus hat in Österreich ein gutes Image (2022 78 %)
- **77 %** meinen, der Tourismus hat im Ausland ein gutes Image (2022 78 %)
- **77 %** der Österreicherinnen und Österreicher stehen dem Tourismus nach wie vor positiv gegenüber (2022 79 %)

Differenzierte Meinung der Österreicherinnen und Österreicher zum Thema Nachhaltigkeit:

- Während **29 %** der Meinung sind, der Tourismus in Österreich sei nachhaltiger geworden, sind **40 %** gegenteiliger Meinung
- **25 %** verzichten aus Nachhaltigkeitsgründen sogar auf den Skiurlaub – für **16 %** kommt dies nicht in Frage
- **20 %** verzichten aus Nachhaltigkeitsgründen auf Flugreisen – für **18 %** ist dies kein Motiv
- **26 %** nutzen öffentliche Verkehrsmittel aus Umweltgründen – für **21 %** ist das kein Beweggrund

Die Wahrnehmung, dass der Tourismus die Wirtschaft stärkt und Nachhaltigkeit & Naturschutz fördert, hat nach wie vor einen positiven Einfluss auf die Tourismusakzeptanz. Der Einfluss von Wirtschaft ist jedoch rückläufig, während regionale Aspekte an Bedeutung gewinnen. Den stärksten negativen Einfluss hat – wie bereits in den vergangenen drei Jahren – die Wahrnehmung, dass der Tourismus die Umwelt schädigt.

Der Einfluss des Tourismus auf den Arbeitsmarkt (zur Schaffung von Arbeitsplätzen) wird wichtiger. Im Vergleich zu 2022 zeigen sich leicht positive Veränderungen in Bezug auf den Tourismus als Arbeitgeber. 4 von 10 der befragten Österreicherinnen und Österreicher sind der Meinung, dass sich die Berufschancen mit einer Tourismusausbildung im letzten Jahr verbessert haben (und knapp 5 von 10 meinen, die Berufschancen sind zumindest gleichgeblieben). 54 % sind der Meinung, dass die Tourismusbetriebe durch die Saisonverlängerung leichter Personal finden. Gleichzeitig sind immer weniger Personen der Meinung, dass durch den Tourismus die Anzahl der Beschäftigten steigt (Rückgang von 80 % auf 72 % auf 66 %).

Indikator:

76,7 %

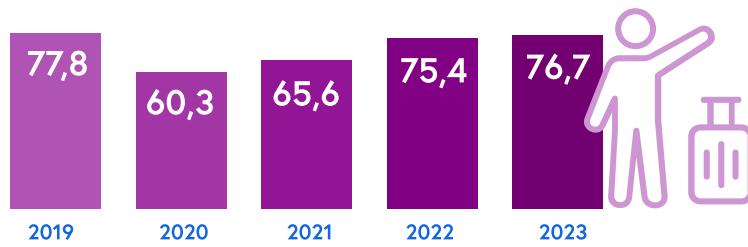
**Anteil Personen
mit mind. einer
Urlaubsreise mit
Übernachtung**

Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung

Die Zahl der Urlaubsreisen der heimischen Bevölkerung in das In- und Ausland wuchs 2023 auf 27,0 Mio. an. Damit wurde das Vergleichsniveau des Vorjahres um +7,9% sowie jenes von 2019 (21,2 Mio.) um +27,4% überschritten. Von den in Österreich wohnhaften Personen ab 15 Jahren verreisten zuletzt 76,7%, 2022 lag der Anteil bei 75,4% (2019: 77,8%).

Urlaubsreiseintensität der österreichischen Bevölkerung (ab 15 Jahren)

Anteil der Personen mit mindestens einer Urlaubsreise mit Übernachtung in %



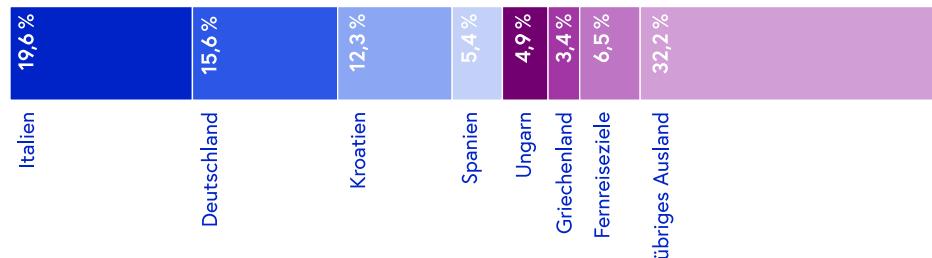
Quelle: Statistik Austria

Fast die Hälfte (47,1% bzw. 12,7 Mio.) der Urlaubsreisen mit Übernachtung (inklusive Verwandten- und Bekanntenbesuchen) wurde von Österreicherinnen und Österreichern 2023 innerhalb des eigenen Landes unternommen (+0,2% im Vorjahresvergleich), wobei die Steiermark (21,2%) und Niederösterreich (14,2%) am häufigsten frequentiert wurden.

Die Zahl der Urlaubsreisen mit Übernachtung im Ausland stieg 2023 auf 14,3 Mio. an (+15,9% gegenüber 2022). Hier stellten Italien (19,6%), Deutschland (15,6%), Kroatien (12,3%), Spanien (5,4%) und Ungarn (4,9%) die wichtigsten Destinationen dar. 6,5% aller Auslandsurlaube 2023 waren Fernreisen (außerhalb Europas und der Türkei; 2019: 8,6%)

Bevorzugte Reiseziele auf Auslandsurlaubsreisen der österreichischen Bevölkerung (ab 15 Jahren)

2023
Anteile in %



Quelle: Statistik Austria

Nachhaltigkeitstour

„Österreich zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen der Welt machen“ – dieses Ziel wurde bereits 2019 in der nationalen Tourismusstrategie des Bundes, dem „Plan T – Masterplan für Tourismus“, verankert. Der österreichische Tourismus ist schon heute ein internationaler Vorreiter im Bereich der Nachhaltigkeit. Die Aushängeschilder der Branche in diesem Bereich vor den Vorhang zu holen war das Ziel der Nachhaltigkeitstour, die Tourismus-Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler im Sommer 2023 durch ganz Österreich geführt hat.

Im Zuge der Tour wurden mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifizierte Betriebe und Destinationen besucht, die durch ihre nachhaltigen Praktiken hervorstechen. Im Fokus standen dabei nicht nur die ökologischen Aspekte der Betriebe, sondern auch die sozialen und wirtschaftlichen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung.

Dabei wurden viele wegweisende Konzepte von Betrieben und Destinationen präsentiert, die den Weg Österreichs zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen der Welt vorzeichnen. So etwa das Konzept des Grünen Hotels zur Post in Salzburg, das nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie wirtschaftet und seinen Gästen Rabatte bei einer nachhaltigen Anreise mit dem E-Auto, dem Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln gewährt. Eine weitere Besonderheit ist der Fokus auf regionale Bio-Lebensmittel, die 85% des in der Küche verarbeiteten Materials ausmachen.

Es wurden aber nicht nur Betriebe vor den Vorhang geholt, sondern auch nachhaltige Destinationen. Etwa die Region rund um den Weissensee in Kärnten, die eine der zentralen Herausforderungen im Bereich des nachhaltigen Tourismus angegangen ist: jenes der „letzten Meile“ – also der Weg vom regionalen Bahnhof oder Busterminal bis zum tatsächlichen Reiseziel. Die Region setzt dem das Konzept der „sanften Mobilität“ entgegen – so wird ein Elektroautobus zur Verfügung gestellt, der die Gäste vom Bahnhof zu den Betrieben bringt und umgekehrt. Auch für eine Anreise in den nahegelegenen Naturpark wird im 30-Minuten-Takt ein eigener Bus zur Verfügung gestellt. Die verbleibenden Lücken werden per E-Car-Sharing und Verleihräder geschlossen.

Ein weiterer Fixpunkt waren Diskussionsveranstaltungen mit Stakeholdern, darunter touristische Unternehmerinnen und Unternehmer, Vertreterinnen und Vertreter von Destinationen und lokale Interessensgruppen. Diese ermöglichen den Teilnehmerinnen und Teilnehmern nicht nur Einblicke in die Herausforderungen und Möglichkeiten des nachhaltigen Tourismus, sondern auch den Austausch von Best-Practice-Beispielen.

Die Tourismus-Staatssekretärin nutzte diese Gelegenheiten, um die Nachhaltigkeitsstrategie des BMAW im Bereich Tourismus vorzustellen. So wurden die Teilnehmenden über die neugestaltete gewerbliche Tourismusförderung informiert, die bei nachhaltigen Investitionen einen Bonus von 7% vorsieht. Präsentiert wurde auch die Zertifizierungsstrategie, die den Betrieben Orientierung bei den dutzenden Nachhaltigkeitszertifikaten gibt.

Die „Nachhaltigkeitstour“ erwies sich als wichtige Initiative, um das Bewusstsein für nachhaltigen Tourismus zu schärfen und die Bedeutung der Nachhaltigkeit in der Tourismuspriorisierung zu betonen. Die Tour verdeutlichte, dass Nachhaltigkeit im Tourismus nicht nur ein Ziel, sondern bereits Realität in vielen Betrieben und Destinationen ist.



Bio Hotel Retter, Pöllauberg, Steiermark



Stern Schifffahrt Attersee, Oberösterreich



Hotel Reginig, Techendorf, Kärnten



Hotel Regina, Wien

Österreichische Hotel- und Tourismusbank

Österreichische Hotel- und Tourismusbank

Mit der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (OeHT) steht der Tourismus- und Freizeitwirtschaft als einziger Branche in Österreich eine Einrichtung zur Verfügung, die sowohl Förderungsstelle als auch Bank ist. Ihre Leistungen gehen über das Angebot standardisierter Finanzierungs- und Förderungsprodukte hinaus. Dies ist gerade unter den derzeit geltenden – und künftig noch verstärkten – regulatorischen Bedingungen wichtig und schützt damit die Tourismusbranche vor Finanzierungsgängen. Damit ist die OeHT seit mehr als 75 Jahren eine wichtige und verlässliche Partnerin der Branche und gestaltet diese mit ihrem umfassenden Aufgabenportfolio seit Jahrzehnten entscheidend mit. Die OeHT steht im Eigentum der Österreichischen Kontrollbank AG (OeKB) und der Raiffeisen Bank International AG (RBI AG) sowie einiger Raiffeisen Landesbanken im Wege der Raiffeisen ÖHT Beteiligungs-GmbH.



www.oeht.at

Als Förderungsinstrumente stehen der OeHT geförderte Kredite, Haftungen und Zuschüsse zur Verfügung. Die neuen Förderungsrichtlinien des Bundesministeriums für Arbeit und Wirtschaft (BMAW) sind seit April 2023 in Kraft und setzen einen Schwerpunkt auf die Themen Nachhaltigkeit, Jungunternehmer und Betriebsnachfolge.

Die neue gewerbliche Tourismusförderung – Startschuss für eine nachhaltige Tourismuszukunft

Der Neuausrichtungsprozess zur gewerblichen Tourismusförderung wurde unter der Federführung der Sektion Tourismus des BMAW im April 2023 erfolgreich abgeschlossen. Mit der neuen gewerblichen Tourismusförderung werden Investitionen von kleinen und mittleren Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft zielgerichtet unterstützt. Die gewerbliche Tourismusförderung zählt seit jeher zu den bedeutendsten Steuerungsinstrumenten für die Tourismuspriorität des Bundes. Branchenweite Herausforderungen wie die grüne Transformation, die Attraktivierung des Arbeitsmarkts sowie die Digitalisierung der betrieblichen Leistungsprozesse stehen im zentralen Blickpunkt der inhaltlichen Ausrichtung der neuen Förderungsprogramme.

Die neue gewerbliche Tourismusförderung umfasst auch künftig die bewährten Finanzierungs- und Förderungsprodukte in Form von Haftungen, Zinsenzuschüssen für geförderte Kredite und Zuschüssen. Der neue Nachhaltigkeitsbonus soll als einmaliger Investitionskostenzuschuss in Kombination mit einem geförderten OeHT-Investitionskredit die Umsetzung nachhaltiger Investitionsvorhaben zusätzlich unterstützen. Im Fokus stehen dabei Investitionen in die drei Bereiche Ökologie (Maßnahmen zur Verbesserung der Energie- oder Ressourceneffizienz), Mitarbeiter & Regionen (Errichtung von Mitarbeiterinfrastruktur oder beispielsweise Reaktivierung von Leerstand) und Digitalisierung & Wirt-

schaft (Investitionen im Zuge von Betriebsübergaben und Digitalisierungsmaßnahmen). Ebenso erfreulich ist, dass der Zugang zur Jungunternehmerförderung im Rahmen von Betriebsübergaben erleichtert und die Summe der förderbaren Kosten von Bund und Ländern angehoben wurden. Bei der Jungunternehmerförderung und der Unternehmensstabilisierung ist auch eine landeseitige Unterstützung vorgesehen.

Verlässliche Partnerin der Tourismuswirtschaft

Die OeHT ist seit 1947 die nationale Anlaufstelle für Förderungen und Finanzierungen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft und wickelt im Auftrag des BMAW seit 1996 die gewerbliche Tourismusförderung des Bundes ab. Sie verfolgt die Mission, den heimischen Tourismus innovativ, nachhaltig und wettbewerbsfähig mitzugestalten, dies in direkter Kooperation mit Bund und Ländern, der heimischen Tourismus- und Freizeitwirtschaft und den Unternehmerinnen und Unternehmern Österreichs entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Attraktive Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten bieten Unterstützung zur Realisierung von Investitionsvorhaben, als Starthilfe bei Unternehmensgründungen und -übernahmen oder zur Unternehmensstabilisierung an. Die Themenschwerpunkte sind dabei die „grüne Transformation des Tourismus“, die Sicherstellung von Betriebsübergaben sowie die Attraktivierung des „Arbeitgebers Tourismus“. Am 6. Juni 2023 lud das BMAW gemeinsam mit der Geschäftsführung der OeHT zum Jubiläumsfest anlässlich des 75-jährigen Bestehens ins Wiener „Casino Zögernitz“.



Tourismus gemeinsam gestalten – OeHT mit neuem Claim und modernem Markenauftritt

Gleichzeitig mit dem Start der neuen gewerblichen Tourismusförderung und dem 75-Jahr-Jubiläum präsentiert sich die OeHT mit ihrem neuen, modernen Markenauftritt. Mit dem dynamischen Unternehmensclaim „Tourismus gemeinsam gestalten“ positioniert sich die OeHT als Ermöglicherin und rückt dabei noch stärker die enge Zusammenarbeit mit Kundinnen und Kunden sowie allen Stakeholdern für eine nachhaltige Entwicklung des österreichischen Tourismus in den Mittelpunkt. Mit dem neuen Auftritt erfolgt auch eine Integration unter das Markendach der OeKB-Gruppe, die im Jahr 2019 ihre strategische Ausrichtung als zentrale Förderungsstelle mit einer Mehrheitsbeteiligung an der OeHT erweitert hat.



Der neue Nachhaltigkeits-Check

Zur Fokussierung der Förderungen auf das Thema Nachhaltigkeit gehört es auch, sie in Zahlen sichtbar zu machen. In einem gemeinsamen Projekt von BMAW, OeHT, OeKB und weiteren touristischen Stakeholdern konnten die wesentlichsten ESG-Kennzahlen (Environmental, Social und Governance) für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft erarbeitet werden. Damit konnte ein Standard an ESG-Kerndaten, die künftig in der Branche erhoben werden sollen, etabliert werden.

Diese erarbeiteten ESG-Kennzahlen sind nun auch im OeKB > ESG Data Hub Sektor-Fragebogen für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft hinterlegt. Der OeKB > ESG Data Hub bildet den Schlüssel zu Sustainable Finance für Unternehmen und Kreditinstitute. Unternehmen können auf dieser Plattform ihre ESG-Daten einpflegen und anschließend mit ausgewählten Kreditinstituten teilen. Bereits rund 80 % des heimischen Bankensektors nutzen die zentrale Online-Plattform.

Mit den neuen Richtlinien zur gewerblichen Tourismusförderung wird bei jedem Antrag der sogenannte „Nachhaltigkeits-Check“ eines Betriebes verpflichtend im OeHT-Kundenportal abgefragt. Der Nachhaltigkeits-Check beruht ebenfalls auf den obengenannten ESG-Kennzahlen zur ökologischen, wirtschaftlichen und sozial-regionalen Nachhaltigkeit. Die Angaben zur Nachhaltigkeit sind damit auch Förderungsvoraussetzung.

Die neuen Abfragekriterien werden auch im gesamten Bestandskundenkreis der OeHT erhoben. Unternehmen mit laufenden Förderungsprodukten aus vorangegangenen Richtlinienperioden berichten nun ebenfalls die erforderlichen ESG-Daten auf Basis des jährlichen Betriebsfragebogens, der zielgerichtet um gewisse Abfragen erweitert wurde. Damit wird das wichtige Ziel verfolgt, in Kürze der Branche verlässliche und nachvollziehbare Kennzahlen zur Nachhaltigkeit zur Verfügung stellen zu können.

Nachhaltigkeitscheck

ESG KPIs

E	Primärenergiebedarf	$\frac{\text{Primärenergiebedarf in kWh}}{\text{Anzahl der Übernachtungen bzw. Sitzplätze}}$
	Gesamtenergieverbrauch	$\frac{\text{Verbrauch Strom + Kühlung + Wärme in kWh}}{\text{Anzahl der Übernachtungen bzw. Sitzplätze}}$
	Wasserverbrauch	$\frac{\text{Wasserverbrauch in m}^3}{\text{Anzahl der Übernachtungen bzw. Sitzplätze}}$
	Abfallaufkommen	$\frac{\text{Abfallaufkommen in kg}}{\text{Anzahl der Übernachtungen bzw. Sitzplätze}}$
	Fluktuation	$\frac{\text{Abgänge im Berichtsjahr (exkl. Lehrlinge, Praktikanten und Pensionisten)}}{\text{Belegschaft} \times 100 \%}$
S	Weibliche Führungskräfte	$\frac{\text{Anteil weibliche Führungskräfte inkl. Stellvertretung}}{\text{Gesamtanzahl Führungskräfte} \times 100 \%}$
	Investitionen in Beschäftigte	Aufwendungen für Wohnen, Schulungen und Fringe Benefits
C	Lieferanten < 100 km	$\frac{\text{Anzahl Lieferanten < 100 km}}{\text{Anzahl Lieferanten gesamt} \times 100 \%}$
	ESC-Zertifizierung	ESC-Zertifizierung vorhanden ja/nein

Förderungen im Jahr 2023

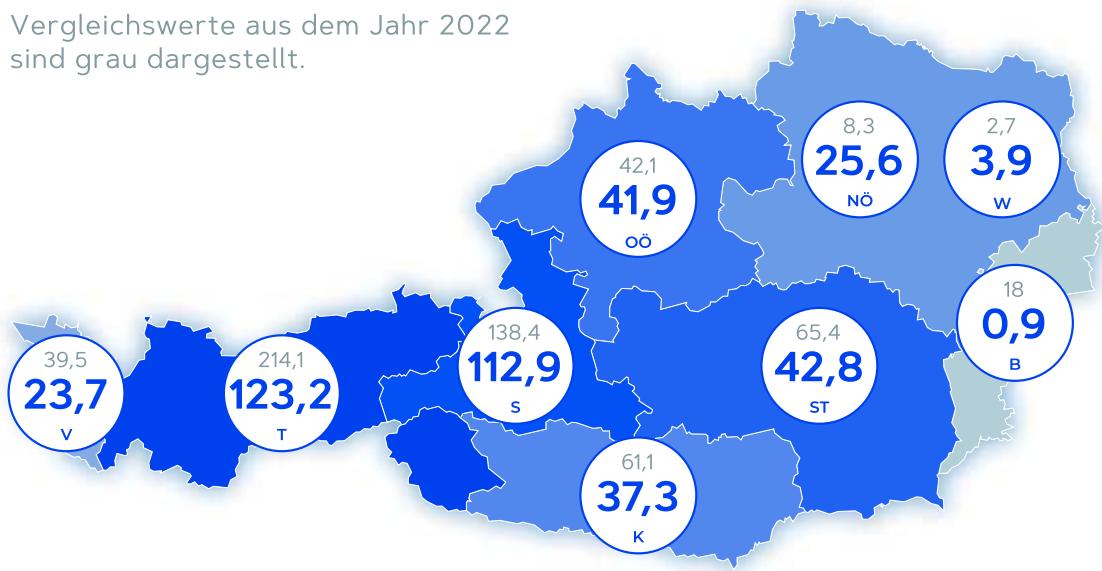
Die OeHT konnte mit ihren geförderten Finanzierungsprodukten im Jahr 2023 Investitionen mit einem Gesamtvolumen i.H.v. rd. 412 Mio. Euro betreuen. Sowohl in Bezug auf die Anzahl an geförderten Projekten (80) als auch in Bezug auf das von der OeHT unterstützte Gesamtinvestitionsvolumen (123 Mio. Euro) nahm Tirol die Position als Spitzensreiter ein. Dahinter folgen die Bundesländer Salzburg mit einem Investitionsvolumen i.H.v. rd. 113 Mio. Euro und die Steiermark mit rd. 43 Mio. Euro. In Gesamtbetrachtung wurden 2023 etwa 80% des von der OeHT geförderten Investitionsvolumens der Tourismus- und Freizeitwirtschaft durch geförderte Kreditprodukte unterstützt. Das anhaltend hohe Zinsniveau und die inflationsbedingten Kostensteigerungen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Warenausbau und andere Aufwandspositionen bewirkten eine verhaltene Investitionstätigkeit in allen Teilbereichen des Tourismus. Es ist davon auszugehen, dass die in den Jahren 2022 und 2023 erzielten Preissteigerungen in diesem Ausmaß künftig nicht mehr am

Markt durchzusetzen sind, was bei anhaltender Kostensteigerung direkte Auswirkungen auf das Investitionsverhalten der Branche hat. Umso erfreulicher ist, dass die Nachfrage an der Jungunternehmerförderung – der Start-up Förderung der OeHT – trotz anhaltend schwieriger Rahmenbedingungen keinen wesentlichen Einbruch erlitten hat, was wiederum für den ungebrochenen Unternehmergeist der Branche spricht. Insgesamt haben die im Jahr 2023 von der OeHT abgewickelten Förderungen und das neue gewerbliche Tourismusförderungsprogramm einen wesentlichen Beitrag dazu geleistet, den Tourismusstandort Österreich nachhaltig und wirkungsorientiert zu stärken.

Investitionsvolumen 2023 Bundesländervergleich

(in Mio EUR)

Vergleichswerte aus dem Jahr 2022
sind grau dargestellt.



Förderungen Gesamt	OeHT-Investitionskredite	erp-Kredite
313 Geförderte Fälle	143 Mio EUR Bewilligtes Kreditvolumen	24 Mio EUR Bewilligtes Kreditvolumen
412 Ausgelöstes Investitionsvolumen	291 Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen	40 Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen
OeHT-Haftungen	OeHT-Zuschüsse	Jungunternehmer
24 Geförderte Fälle	10 Mio EUR Bewilligtes Haftungsvolumen	38 Geförderte Fälle
14 Ausgelöstes Investitionsvolumen	62 Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen	6 Mio EUR Ausgelöstes Investitionsvolumen

OeHT erarbeitet gemeinsam mit Kooperationspartnern den bisher größten Benchmark Vergleich für Hotellerie und Gastronomie für 2022

Die OeHT hat mit den Kooperationspartnern Prodinger und Kohl & Partner den größten Benchmark Vergleich für die heimische Ferienhotellerie und Gastronomie erstellt. Damit wurde den Unternehmern ein wertvolles Instrument an die Hand gegeben, um das Potential und die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit des eigenen Betriebes zu evaluieren. Auch die Fachverbände Hotellerie und Gastronomie der Wirtschaftskammer und die Österreichische Hotelervereinigung (ÖHV) verwenden die Daten zur Weiterentwicklung ihrer Mitglieder und sind damit wichtige strategische Partner des Projekts.

Die beiden Fitness-Checks für Gastronomie und Hotellerie, die bereits zum zweiten Mal veröffentlicht wurden, bieten den unterschiedlichen Betriebstypen aktuelle Benchmarks, Analysen und Vergleichswerte und basieren auf dem STAHR-Standard (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants), einem Berichtswesen, das speziell für die Ferienhotellerie und Gastronomie entwickelt wurde. Insgesamt wurden Daten von rund 1.000 Hotel- und Gastronomiebetrieben ausgewertet und analysiert. Der Vergleich der eigenen Kennzahlen mit jenen der Mitbewerber und der jeweiligen Top-Betriebe ist eine wichtige Voraussetzung jeder erfolgreichen Betriebsführung. Insgesamt erweisen sich die Fitness-Checks als wichtige Instrumente für die Branche, indem sie Betrieben ermöglichen, ihre Performance auf Basis solider Daten zu bewerten und gezielte Verbesserungen anzustreben.

Ein besonderer Fokus lag bei der Erstellung der Vergleichswerte für das Jahr 2022 auf dem Bereich der Nachhaltigkeit, insbesondere aufgrund der Einführung neuer ESG-Kennzahlen. Die OeHT setzt derzeit auf ein gemeinsam mit dem BMAW entwickeltes Indikatoren Set, das auch seitens der Wirtschaftskammer Österreich und den Fachverbänden Hotellerie und Gastronomie und anderer Interessensvertretungen bzw. auch von im Tourismus tätigen Beratungsunternehmen wie Prodinger oder Kohl & Partner mitgetragen wird. Die neu erhobenen ESG-KPIs werden künftig dazu verwendet, die Leistung von Tourismusbetrieben in den unterschiedlichen Dimensionen der Nachhaltigkeit zu messen und die Betriebe bei der grünen Transformation und einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung zielgerichtet zu unterstützen.

Die drei Kooperationspartner konnten aus dem Benchmark-Setting von 2022 ablesen, dass sowohl im Bereich der Hotellerie als auch innerhalb der Gastronomie mit höheren Preisen ein überwiegender Teil der Kostensteigerungen abgefangen werden konnte. Die teureren Rohstoffe und Dienstleistungen sowie die Energiepreisseigerungen haben den Betriebsergebnissen trotzdem zugesetzt. Für das Jahr 2023 wird erwartet, dass sich die Spirale tendenziell nach unten entwickelt hat, insbesondere da die Betriebe keine gravierenden Preissteigerungen am Markt durchsetzen konnten und die Aufwandspositionen Mitarbeiter-, Energie- und Zinsaufwand nochmals spürbar angestiegen sind.

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 Prodinger Beratungsgruppe, die Österreichische Hotel- und Tourismusbank und Kohl & Partner halten sich 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 Prodinger Beratungsgruppe, die Österreichische Hotel- und Tourismusbank und Kohl > Partner halten sich an den **Standard STAHR** (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants). Dieser basiert auf der Grundlage eines einheitlichen Berichtswesens für Hotels und Restaurants.



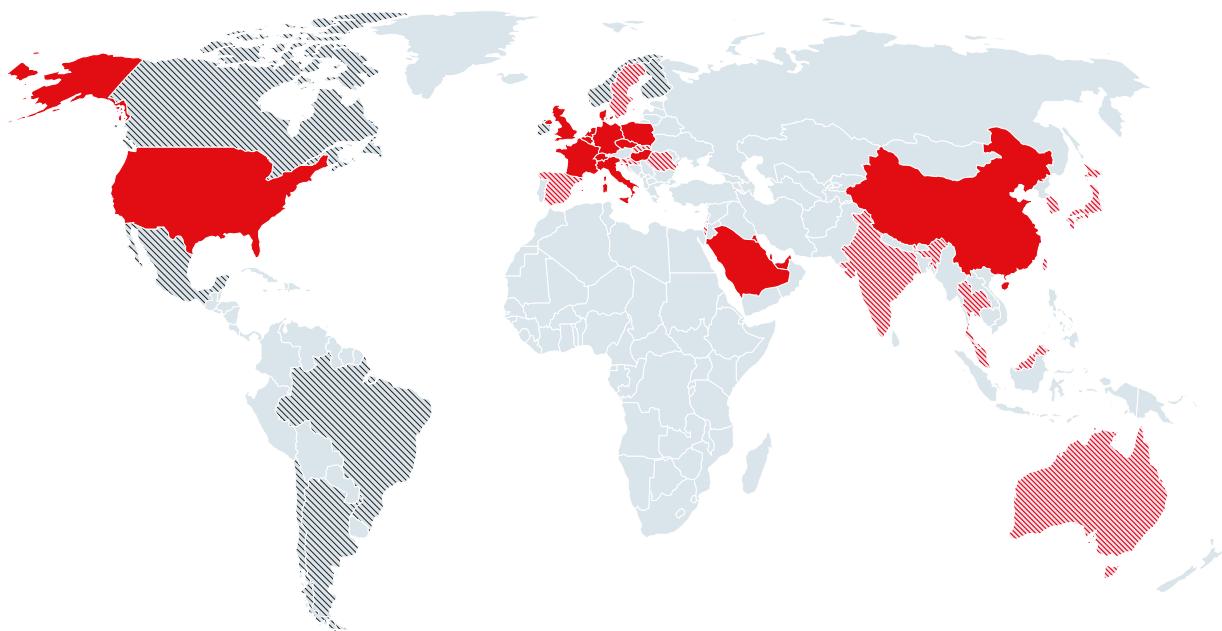
Österreich Werbung



Die Österreich Werbung

Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Ihr zentrales Anliegen ist, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismusmitwirkenden für den Erhalt beziehungsweise den Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Urlaubslands Österreich zu sorgen. Weltweit begeistern rund 220 Mitarbeitende der Österreich Werbung in 21 Büros auf 27 Märkten für „Urlaub in Österreich“. Damit leistet die Österreich Werbung einen essenziellen Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Diese Märkte bearbeitete die Österreich Werbung im Jahr 2023



Kernmärkte

- Deutschland •
- Niederlande •
- Schweiz •
- Großbritannien •
- Tschechien •
- Belgien •
- Italien •
- Polen •
- Ungarn •
- USA •
- Frankreich •
- Dänemark •
- China •
- Arabische Länder** •

Aktivmärkte

- Australien •
- Indien •
- Israel
- Japan •
- Kroatien
- Rumänien •
- Schweden
- Slowakei
- Spanien •
- Slowenien
- Südostasien***
- Südkorea •
- Taiwan (Chinesisches Taipei)

Potenzialmärkte*

- Irland
- Norwegen
- Kanada
- Brasilien
- Finnland
- Chile
- Argentinien
- Mexiko

• Markt mit Bürostandort

* In Zusammenarbeit mit der Außenwirtschaft Austria

** Arabische Länder: Vereinigte Arabische Emirate, Saudi-Arabien, Katar, Kuwait

*** Südostasien: Thailand, Malaysia, Singapur

(Stand: März 2023)



Astrid Steharnig-Staudinger ist seit 1. Mai 2023 Geschäftsführerin der Österreich Werbung

Neue Geschäftsführung seit Mai 2023

Seit 1. Mai 2023 ist Astrid Steharnig-Staudinger die neue Geschäftsführerin der Österreich Werbung. Die gebürtige Kärntnerin hat ihre über 23 Jahre dauernde Berufslaufbahn in verschiedenen Bereichen der Tourismusbranche verbracht. Geboren in eine Kärntner Land- und Gastwirtschaftsfamilie, hat die Absolventin der Kärntner Tourismusschulen und eines Wirtschaftsstudiums mit Fokus auf Zentral- und Südosteuropa ihre ersten beruflichen Stationen im Marketing und Vertrieb von internationalen Hotelgruppen absolviert. 2003 folgte der Schritt in die österreichische Bundeshauptstadt, wo sie für den WienTourismus für das Destinationsmarketing in den CEE-Märkten und Skandinavien verantwortlich zeichnete. 2008 gründete sie Linking Brands, eine international ausgerichtete Agentur zur Etablierung von Marken- und Wirtschaftskooperationen zwischen Tourismuspartnern und namhaften Consumer Brands. In ihrer Rolle als Geschäftsführerin der Österreich Werbung möchte Steharnig-Staudinger einen besonderen Fokus darauf legen, Kooperationen mit und innerhalb der Branche zu stärken und die Kommunikation zu modernisieren – die auf der ITB 2024 präsentierte Launchkampagne zum österreichischen Lebensgefühl macht diesen neuen Kommunikationsstil erstmals sichtbar.

ÖW mit Aufsichtsrat statt Präsidium

Um die Strukturen der Österreich Werbung an die aktuellen Rahmenbedingungen anzupassen, haben die Vereinsmitglieder Bund und Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) in einem intensiven Diskussionsprozess die Statuten der ÖW überarbeitet. Anstelle des früheren Präsidiums wurden mit Jahresanfang 2024 ein Aufsichtsrat installiert sowie die Aufgaben dieses Aufsichtsrats und der Generalversammlung geschärft und damit zeitgemäße und effiziente Strukturen geschaffen.

Der neue Aufsichtsrat hat sich am 10.1.2024 konstituiert. Er berät die ÖW-Geschäftsführung und kontrolliert die Erfüllung der statutenmäßigen Aufgaben. Die neuen Statuten gewährleisten nicht nur modernes Management, sondern auch die erforderliche Kontrolle. Der Aufsichtsrat besteht laut Statuten aus acht Personen, wobei der Bund fünf und die Wirtschaftskammer Österreich drei Aufsichtsrätinnen und Aufsichtsräte nominiert. Die Mitglieder des Aufsichtsrats werden für vier Jahre bestellt und üben diese Funktion ehrenamtlich aus. Die acht Aufsichtsratsmitglieder sind:

Nominiert vom Bund:

Mag. Ulrike Rauch-Keschmann, Sektionschefin für Tourismus im BMAW

(Aufsichtsrats-Vorsitzende)

Dr. Petra Bohuslav, kfm. Geschäftsführerin der Staatsoper

FH-Prof. Mag. Hubert Siller, MCI Innsbruck

Johannes Siter, BA, M.A.I.S., Bundesministerium für Finanzen

Martin Winkler, MBA, Vorsitzender des Vorstandes der österreichischen Verkehrsbüro AG

Nominiert von der WKÖ:

Martha Schultz, Vizepräsidentin der WKÖ (stv. Vorsitzende)

Robert Seeber, Bundesspartenobmann Tourismus und Freizeitwirtschaft, WKÖ

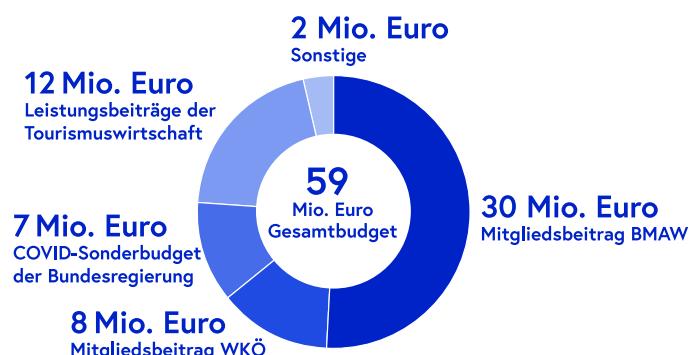
Mario Pulker, Fachverbandsobmann Gastronomie, WKÖ



v.l.n.r.: Johannes Siter, Mario Pulker, Petra Bohuslav, Ulrike Rauch-Keschmann, Martha Schultz, Hubert Siller, Robert Seeber, Martin Winkler

59 Mio. Euro Budget im Jahr 2023

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. Der Mitgliedsbeitrag des Bundes betrug im Jahr 2023 30 Mio. Euro, jener der WKÖ 8 Mio. Euro. Zusätzlich standen der ÖW Mittel aus dem mehrjährigen COVID-19-Sonderbudget des Bundes zur kommunikativen Unterstützung des Restarts nach der Pandemie zur Verfügung. Das Budget für das Jahr 2023 betrug in Summe 59 Millionen Euro.



Zusammensetzung des ÖW-Budgets im Jahr 2023

Best-of Kommunikation



Sujet aus der Sommerkampagne unter dem Motto „Cool down auf Österreichisch“

Ganzjahreskommunikation unter einem Dach

Zeitgemäßes Marketing für Urlaub in Österreich auf Österreichs wichtigsten Herkunfts märkten betreiben: das ist eine der Kernaufgaben der Österreich Werbung. Im vergan-

genen Jahr stellte die ÖW erstmals alle ihre weltweiten Kommunikationsmaßnahmen unter ein einziges kommunikatives Dach: „Urlaub auf Österreichisch“. Die Zielsetzung der Ganzjahreskommunikation war es, weltweit mit einer übergeordneten Botschaft die Marke „Urlaub in Österreich“ in allen Kommunikations- und Marktaktivitäten spürbar zu machen. Die Strategie, über alle Märkte und über das ganze Jahr hinweg verschiedene Themen unter einem Kampagnendach zu kommunizieren, ersetzte dabei die Einzelkampagnen aus früheren Jahren. Das Kommunikationsdach umfasste die saisonalen Imagekampagnen für Sommer und Winter genauso wie die thematischen Kampagnen Rad, Städte und Kulinarik.

Storytelling in den Ressorts

Neben awarenessstarken Kampagnen bringt die Österreich Werbung reiserelevante Inhalte der Zielgruppe auch mittels strategischem Content-Marketing näher. Im Jahr 2023 entstand redaktioneller Content in den drei etablierten Ressorts „Bewegung & Erholung“, „Kunst & Kultur“ und „Kulinarik“ sowie erstmals auch im neuen Ressort „Nachhaltigkeit“. Denn wer zuhause das eigene Wohlgefühl und Verantwortung für die Umwelt unter einen Hut bringt, will meistens auch nachhaltig reisen. Die Österreich Werbung gibt den Gästen entsprechende Informationen und Tipps.

Der redaktionelle Content in den vier Ressorts behandelt Themen, die für die Zielgruppe anziehend und gesellschaftlich relevant sind. Das Storytelling in den Ressorts ergänzt die Kampagnen inhaltlich durch Beweisführung und sorgt für Involvement.

Österreich ist jetzt auf TikTok

Dorthin gehen, wo die Urlaubsplanerinnen und Urlaubsplaner von morgen sind und sie schon heute für Urlaub in Österreich begeistern: Diesen Ansatz verfolgt die Österreich Werbung mit ihrem neuen TikTok-Kanal. Gestartet wurde der Kanal im Oktober 2023. Sechs Monate später hält der Account bei 50.000 Followern und die auf dem Kanal ausgespielten Videos wurden im selben Zeitraum schon 70 Millionen Mal angesehen.



Mit zielgruppengerechten Videos begeistert die ÖW auf TikTok die Gäste von morgen schon heute

Best-of Kooperation

Österreich auf der ITB

Von 7. bis 9. März 2023 war das Tourismusland Österreich nach der Corona-Pause wieder auf der wichtigsten und größten Tourismusmesse der Welt präsent. Neben der Kontakt- pflege mit Einkäuferinnen und Einkäufern sowie internationalen Medien stand vor allem die professionelle Präsentation und der Verkauf der Produkte österreichischer Touris- muspartnerinnen und Tourismuspartner im Fokus. Die Bilanz kann sich sehen lassen: 43 Partnerinnen und Partner aus ganz Österreich absolvierten auf dem Österreich-Stand gut 1.000 Termine.



Gut besucht: der Österreich-Stand auf der ITB 2023 in Berlin

Österreichischer Tourismustag und ATB 2023

Von 2. bis 4. Mai 2023 traf sich die Tourismusbranche im Austria Center Vienna (ACV) beim Österreichischen Tourismustag (ÖTT) und der Austrian Travel Business (ATB), der größten Tourismusfachmesse Österreichs. Die positive Bilanz der ATB: 240 österreichische Ausstellerinnen und Aussteller trafen in über 4.300 Vernet- zungsterminen auf 350 internationale Top-Einkäuferinnen und -Einkäufer. Und am ÖTT begeisterten 30 Speaker die 800 angemeldeten Gäste mit ihren Beiträgen. Mit dem Motto „Nachhaltigkeit als Dauergast“ behandelte der ÖTT ein bedeutendes Zukunftsthema. Sowohl für die Branche selbst als auch für die Buchungsentscheidung der Gäste spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle.



v.l.n.r.: Susanne Kraus-Winkler, Harald Mahrer und Astrid Steharnig-Staudinger bei der gemeinsamen Eröffnungs-Pressekonferenz

Market Insights LIVE

Fundiertes 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 weitere Kernaufgabe der Österreich Werbung. Am 23. November 2023 fand in den Swarovski Kristallwelten die Veranstaltung Market Insights LIVE statt. Dabei traf die österreichische Tourismusbranche auf das geballte Markt-Know-how der Österreich Werbung. Insights aus den Märkten und Hintergrundwissen über die Zielgruppe sowie Networking standen im Vordergrund.



Das war Market Insights LIVE 2023:
der Video-Rückblick
auf das Event



Bei Market Insights LIVE traf die Branche zum Informationsaustausch auf die Heads of Markets der Österreich Werbung

Best-of Innovation

KI-Chatbot Österreich Concierge

Die Österreich Werbung setzt auf die innovative Kraft der künstlichen Intelligenz (KI), um potenziellen Gästen einen noch besseren Service zu bieten. Der KI-Chatbot Österreich Concierge beantwortet seit Juni 2023 Gästeanfragen, sofort, rund um die Uhr in 25 Sprachen.

Die Beschäftigung mit und die Integration von KI-Diensten in die verschiedenen Services der Österreich Werbung folgt der Strategie, der österreichischen Tourismusbranche die neuesten Technologien näherzubringen, um gemeinsam eine nachhaltige und innovative Entwicklung des Standortes sicherzustellen.

Österreich Concierge

Welche Skigebiete sind empfehlenswert?

Welche Winteraktivitäten kann ich unternehmen?

Kann man in Österreich barrierefrei Urlaub machen?

Wo finde ich die schönsten Sehenswürdigkeiten?

Warum soll ich meinen Sommerurlaub gerade in Österreich verbringen?

Österreich bietet eine einzigartige Kombination aus natürlicher Schönheit, kulturellen Erlebnissen und einer Vielzahl von Aktivitäten, die es zu einem idealen Ziel für den Sommerurlaub machen. Die Alpen bieten nicht nur eine atemberaubende Kulisse, sondern auch die Möglichkeit für zahlreiche Outdoor-Aktivitäten wie Wandern, Mountainbiken und Klettern [1][2]. Die kristallklaren Seen in Regionen wie dem Salzkammergut laden zum Schwimmen, Segeln und Entspannen ein [3]. Darüber hinaus bietet Österreich eine reiche Kulturgeschichte, die in seinen Städten und Dörfern erlebt werden kann, sowie eine hervorragende Küche, die von traditionellen österreichischen Gerichten bis hin zu internationaler Gourmetküche reicht [4]. Für Familien gibt es zahlreiche familienfreundliche Unterkünfte und Aktivitäten, die sicherstellen, dass alle Altersgruppen einen unvergesslichen Urlaub erleben können [5]. Mit solch einer Vielfalt an Möglichkeiten ist Österreich der perfekte Ort, um einen Sommer voller Abenteuer, Entspannung und Kulturerlebnisse zu genießen.

Wie kann ich helfen?

Bitte geben Sie keine Angaben zu Ihrer Person (z.B. Name, E-Mail, Tel.) in das Chatfenster ein, da Bestandteile der Anfrage in Länder außerhalb der EU übermittelt werden können. Wenn Sie sich direkt mit uns in Verbindung setzen wollen, verwenden Sie bitte die Möglichkeiten auf unserer Kontaktseite. Bitte lesen Sie dazu auch unsere Datenschutzerklärung.

Der KI-Chatbot Österreich Concierge beantwortet rund um die Uhr Gästeanfragen rund um Urlaub in Österreich

Im VR-Ballon über Österreich

Der VR-Ballon der Österreich Werbung ist auf Messen und Veranstaltungen ein echter Publikumsmagnet. In einer Virtual-Reality-Brille erleben die Nutzerinnen und Nutzer eine Ballonfahrt über Österreich. Der physische Ballonkorb ist mehr als ein optisches Gimmick. Er deckt sich mit der Darstellung des virtuellen Korbs und vermittelt den Nutzerinnen und Nutzern das Gefühl, den virtuellen Korb real anfassen zu können. Der VR-Ballon war schon auf zahlreichen Veranstaltungen zu sehen, zuletzt auf der Tourismusmesse in Rimini und der ITB in Berlin.



Das VR-Erlebnis im Heißluftballon ist ein Besuchermagnet auf Messen und Veranstaltungen

Studie „Nachhaltigkeitsaspekte bei der Hotelauswahl“

Umfrage-Studien zeigen, dass Urlaubsreisende grundsätzlich bereit sind, Nachhaltigkeit auch im Urlaub zu leben. Was bislang fehlte, waren belastbare Daten über die Bereitschaft

der Konsumentinnen und Konsumenten, für nachhaltige Angebote und Dienstleistungen auch Geld auszugeben bzw. dafür einen Aufpreis zu den gängigen Standardprodukten zu bezahlen.

Die Conjoint-Studie der ÖW liefert erstmals belastbare Daten zu genau dieser Fragestellung. Im Rahmen der Studie wurden 959 potenzielle Österreich-Gäste in Deutschland befragt. Mit Hilfe der Ergebnisse ist es touristischen Anbietern möglich, die ökonomischen Aspekte, also den Nutzen einer Erweiterung des eigenen Produktangebots, mit den Kosten der Umsetzung abzuwägen.

KPI-Toolkit & Green Claims Publikation

Die Österreich Werbung unterstützt die Branche beim digitalen und grünen Wandel mit zahlreichen Services und Publikationen, zum Beispiel mit dem KPI-Toolkit für Destinationen. Die Publikation enthält 25 „Key Performance Indicators“ zur strategischen Verankerung und Messbarmachung von Nachhaltigkeit im Tourismus.

Für Tourismusbetriebe, die ihre Bemühungen um Umweltschutz und Nachhaltigkeit kommunikativ verwerten, hat die Österreich Werbung die Publikation „Leitfaden Green Claims im Tourismus“ veröffentlicht. Er hilft, sogenanntes Greenwashing und damit verbundene wettbewerbsrechtliche Probleme zu vermeiden.



Mit Publikationen wie dem Leitfaden Green Claims im Tourismus unterstützt die ÖW die Branche bei der nachhaltigen Transformation

Best-of Österreich Werbung



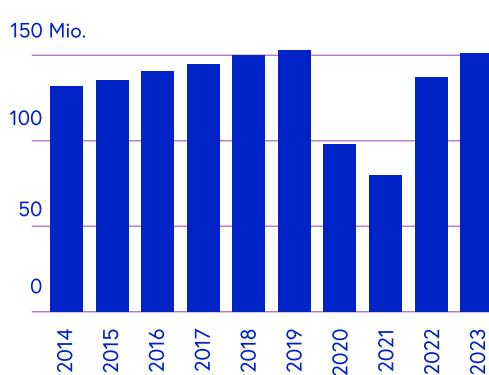
Was die Österreich Werbung für und gemeinsam mit ihren Partnerinnen und Partnern im Tourismus bewegt: Darum geht es auch im etwas anderen ÖW-Jahresbericht, den „Never-Ending Success Stories“: www.austriatourism.com/success-stories.

Tourismus in den Bundesländern



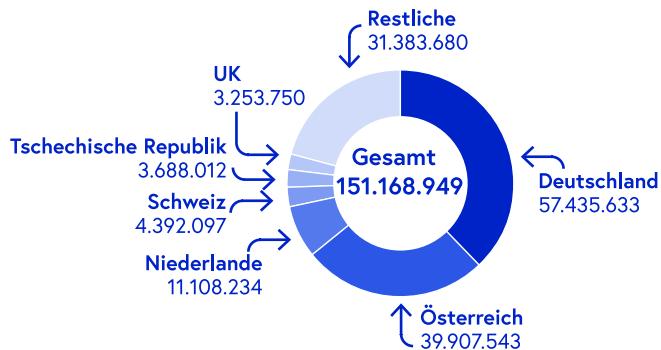
Tourismus in Österreich

Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria

Wichtigste Herkunftsländer 2023

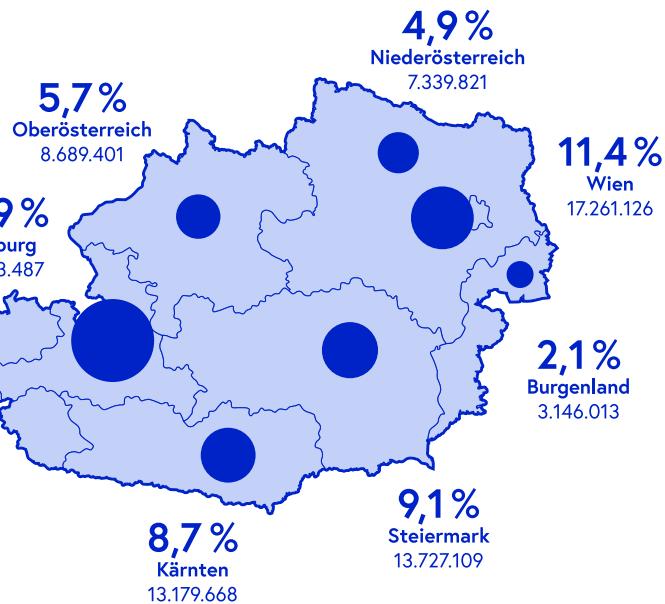


Quelle: Statistik Austria

Nächtigungen 2023 nach Bundesländern in %

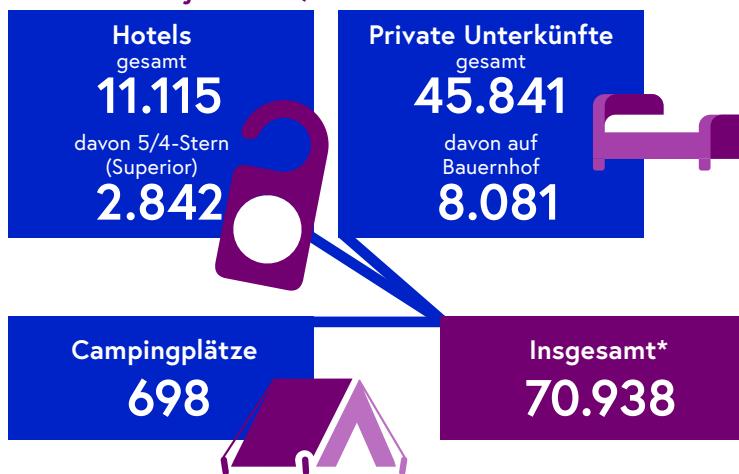


Quelle: OeHT



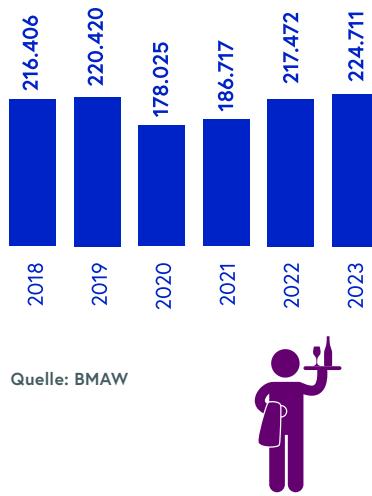
Quelle: Statistik Austria

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



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

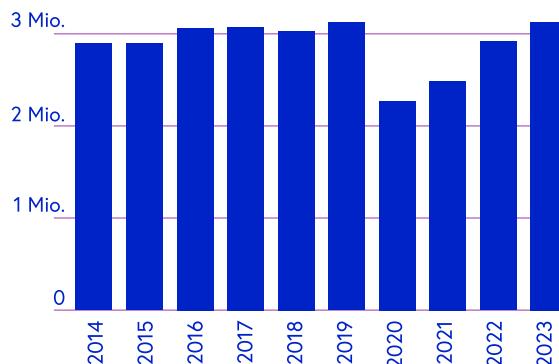
Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMWA

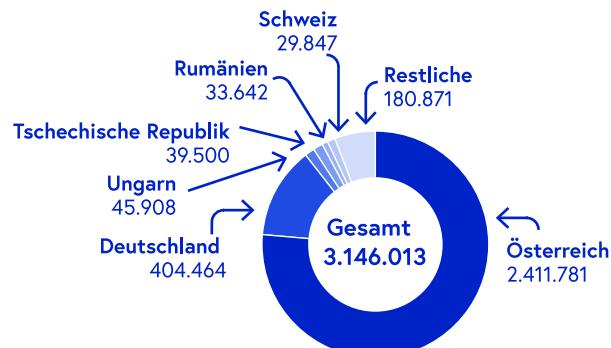
Tourismus im Burgenland

Entwicklung der Nächtigungen



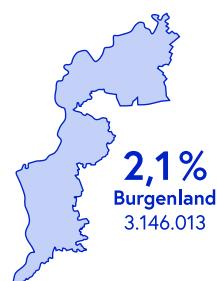
Quelle: Statistik Austria

Wichtigste Herkunftsländer 2023



Quelle: Statistik Austria

Anteil Burgenlands an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %

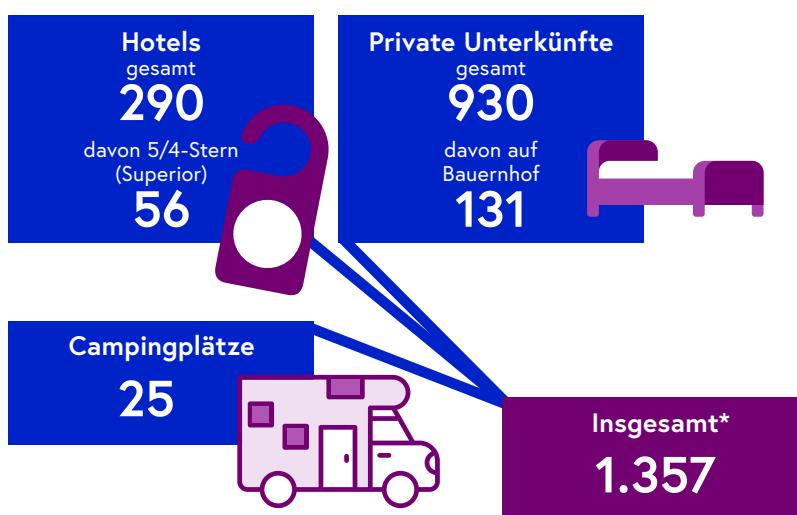


Quelle: Statistik Austria



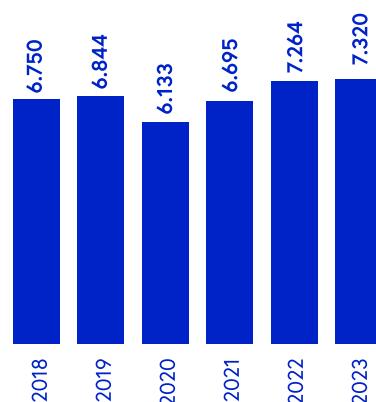
Quelle: OeHT

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



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

Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



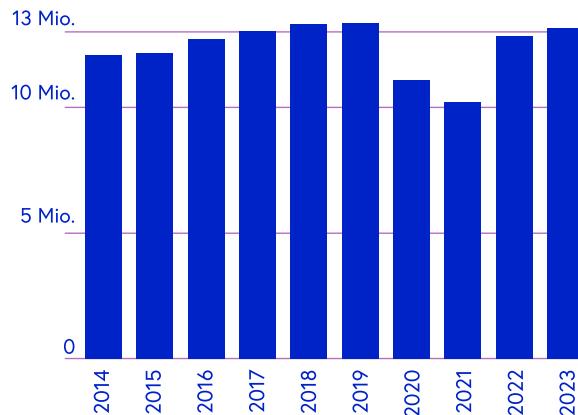
Quelle: BMAW



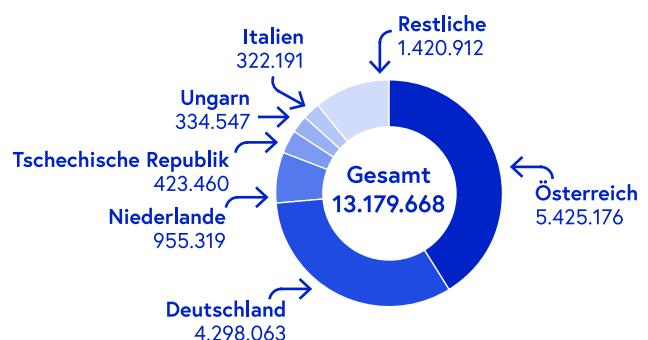
Tourismus in Österreich 2023

Tourismus in Kärnten

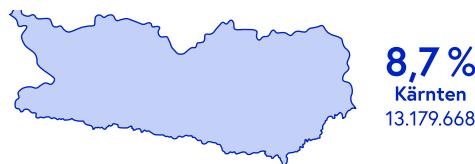
Entwicklung der Nächtigungen



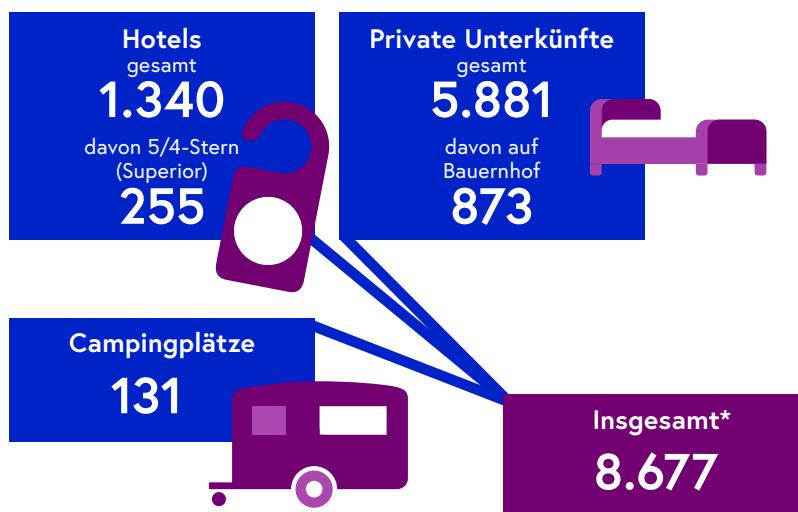
Wichtigste Herkunftsländer 2023



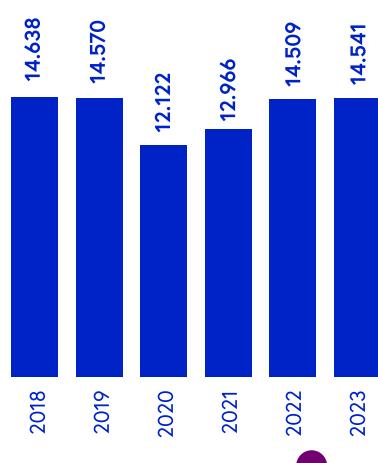
Anteil Kärtntens an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %



Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23

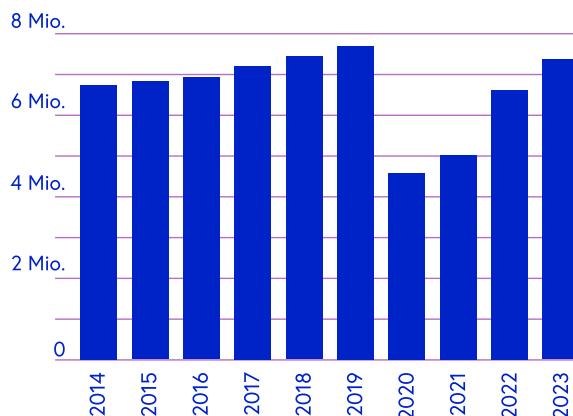


Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



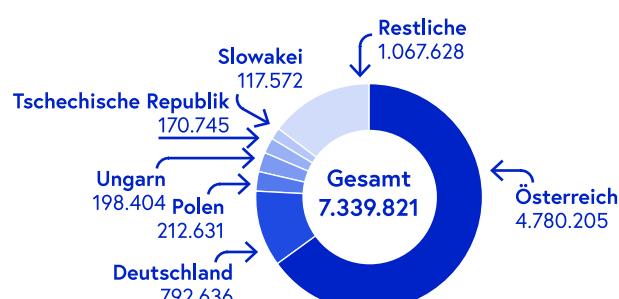
Tourismus in Niederösterreich

Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria

Wichtigste Herkunftsländer 2023



Quelle: Statistik Austria

Anteil Niederösterreichs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %

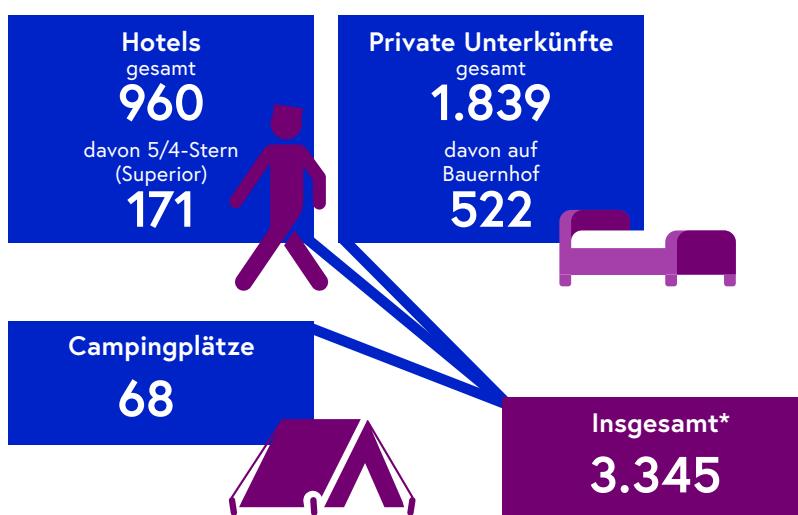


Quelle: Statistik Austria



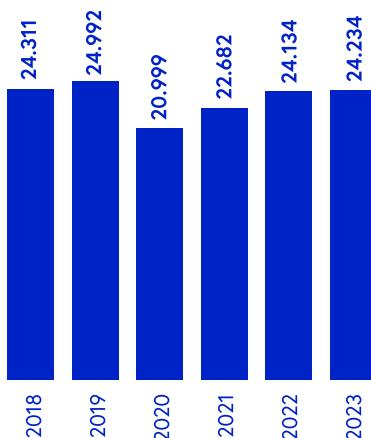
Quelle: OeHT

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



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

Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

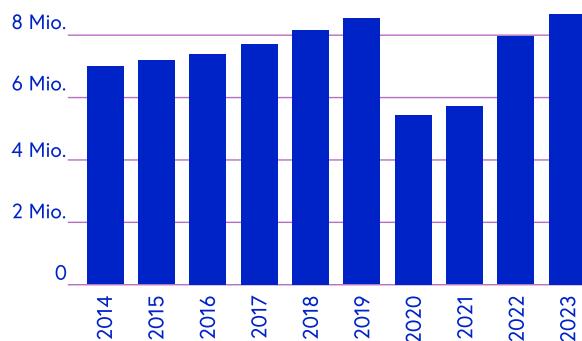


Quelle: BMAW



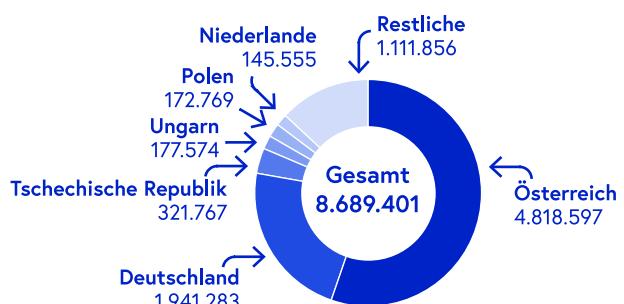
Tourismus in Oberösterreich

Entwicklung der Nächtigungen



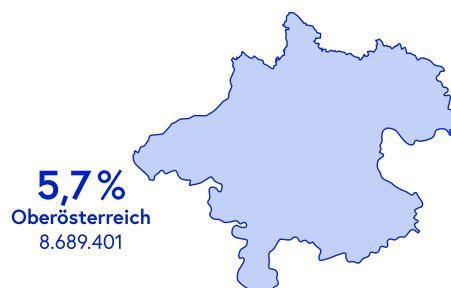
Quelle: Statistik Austria

Wichtigste Herkunftsländer 2023



Quelle: Statistik Austria

Anteil Oberösterreichs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %

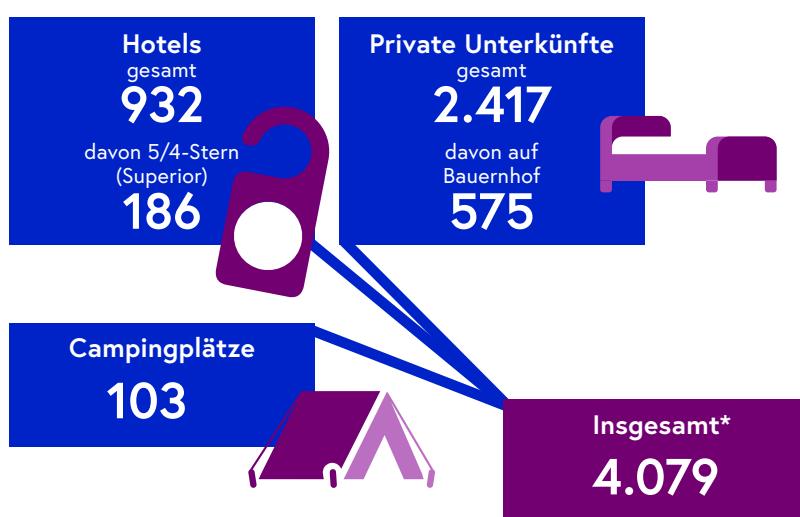


Quelle: Statistik Austria



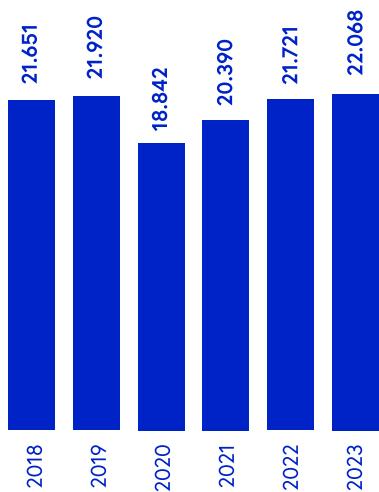
Quelle: OeHT

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



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

Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

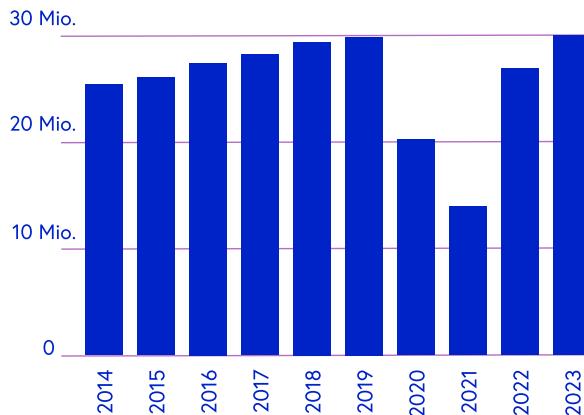


Quelle: BMAW

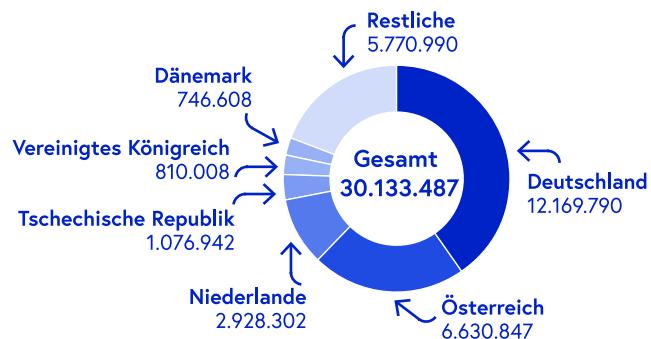


Tourismus in Salzburg

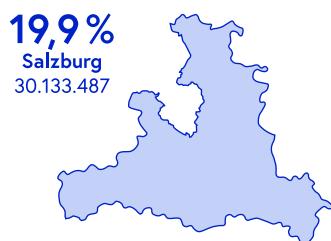
Entwicklung der Nächtigungen



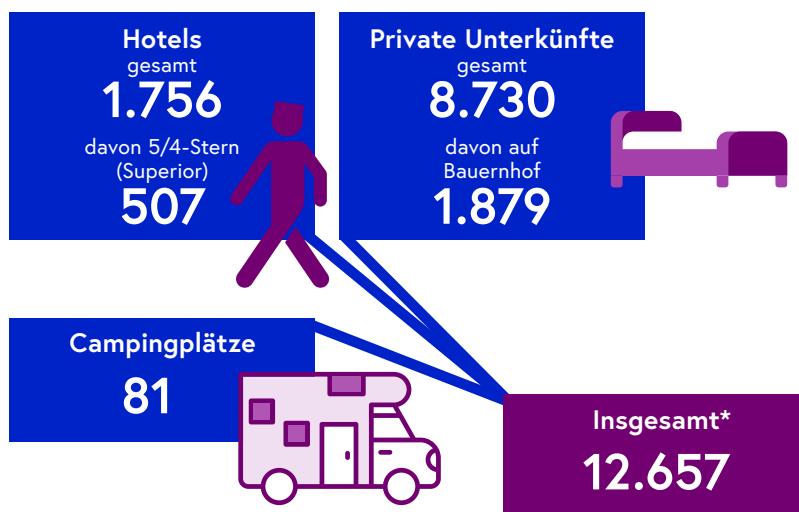
Wichtigste Herkunftsländer 2023



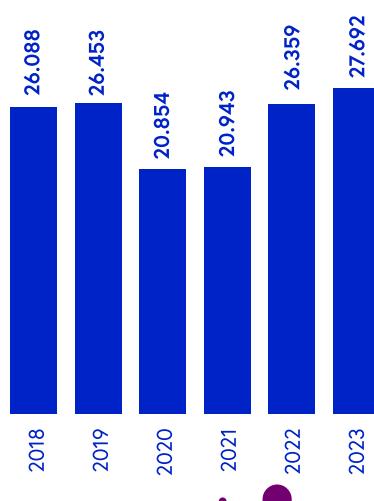
Anteil Salzburgs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %



Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23

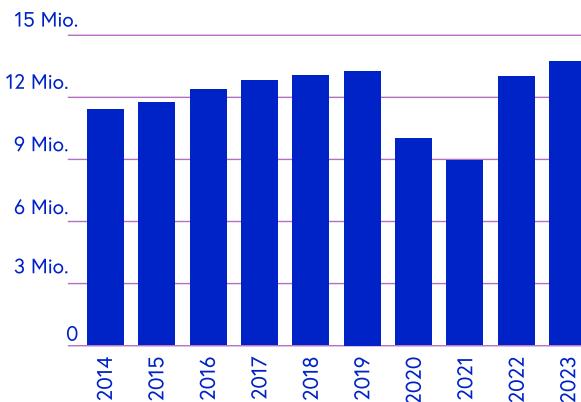


Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

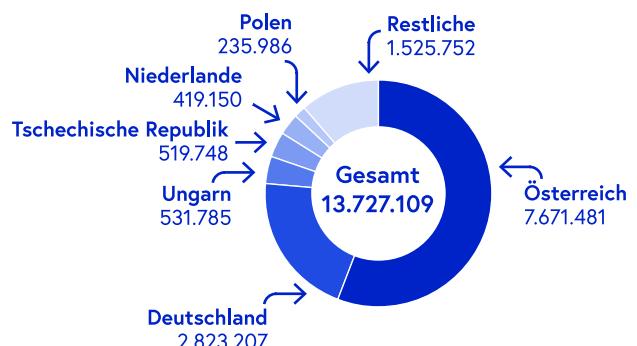


Tourismus in der Steiermark

Entwicklung der Nächtigungen



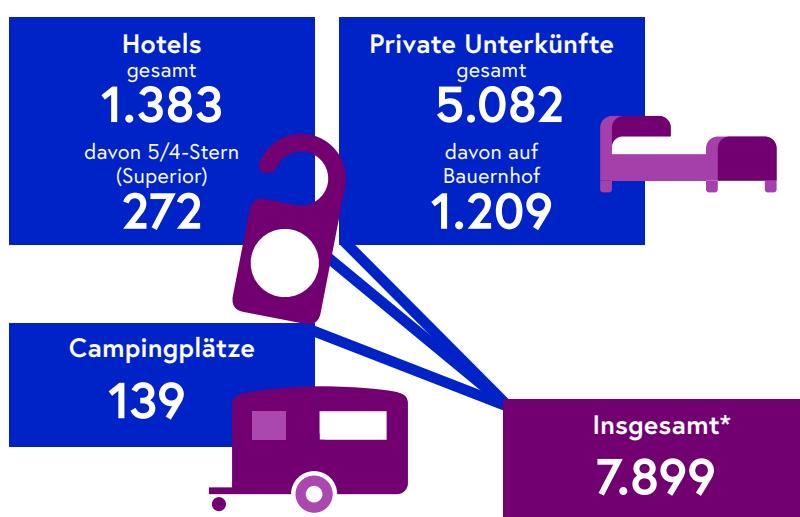
Wichtigste Herkunftsländer 2023



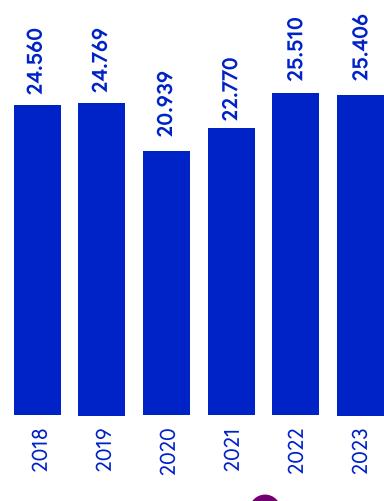
Anteil Steiermarks an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %



Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23

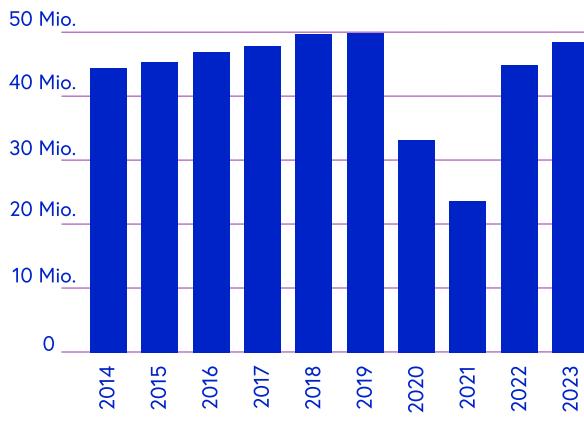


Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

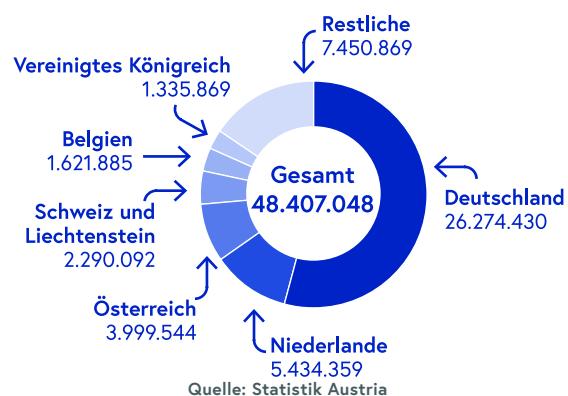


Tourismus in Tirol

Entwicklung der Nächtigungen



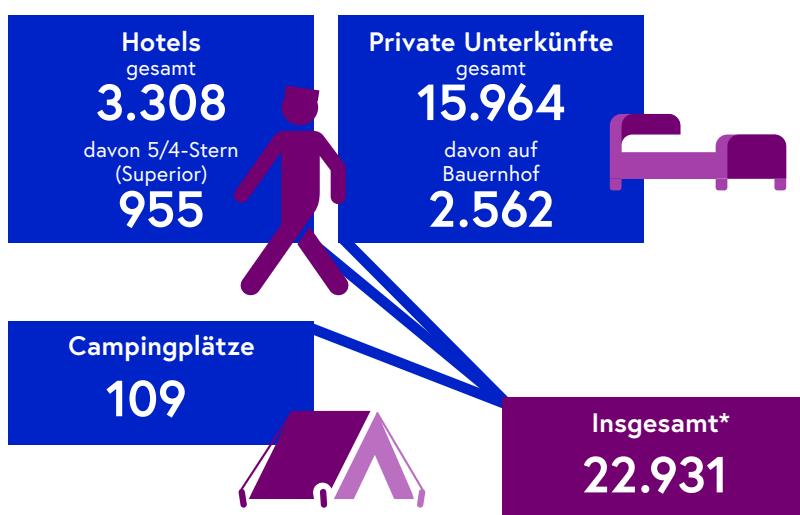
Wichtigste Herkunftsländer 2023



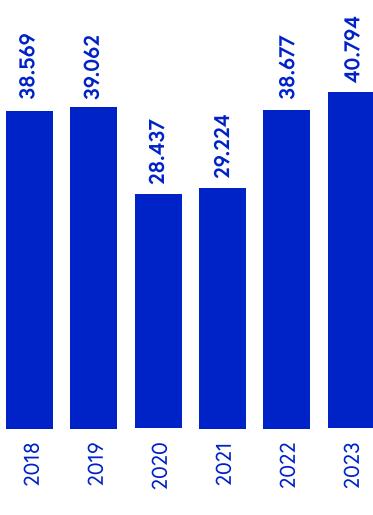
Anteil Tirols an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %



Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23

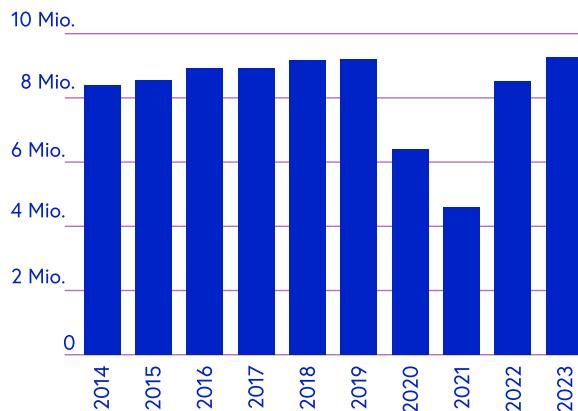


Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



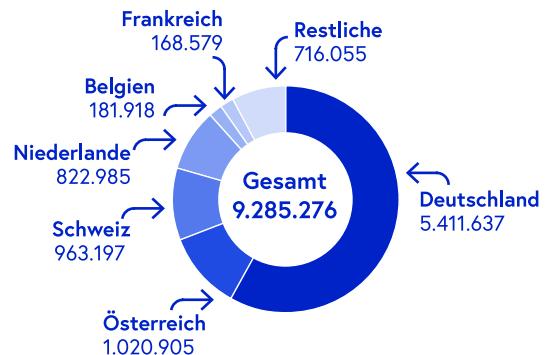
Tourismus in Vorarlberg

Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria

Wichtigste Herkunftsländer 2023



Quelle: Statistik Austria

Anteil Vorarlbergs an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %

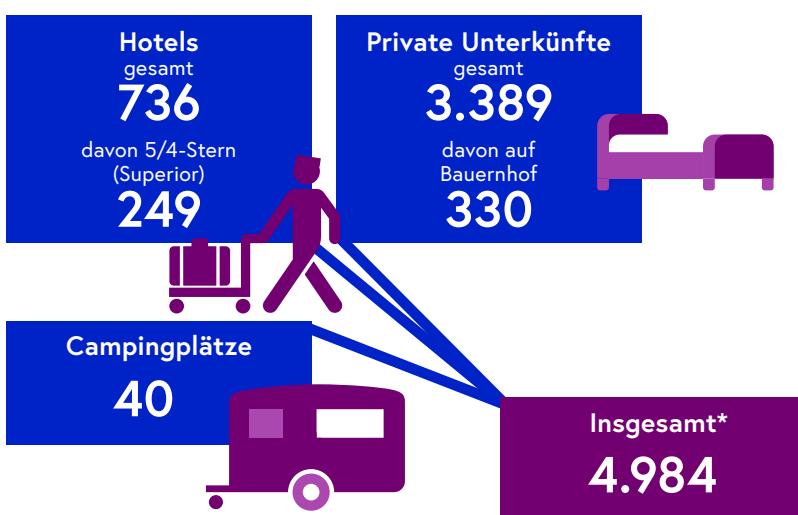


Quelle: Statistik Austria



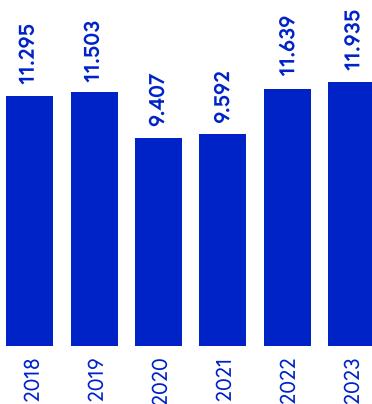
Quelle: OeHT

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



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

Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

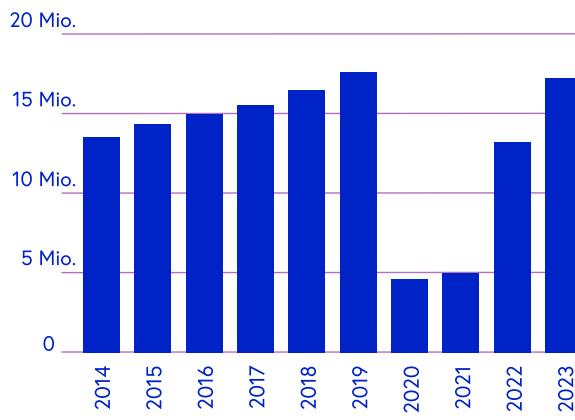


Quelle: BMAW

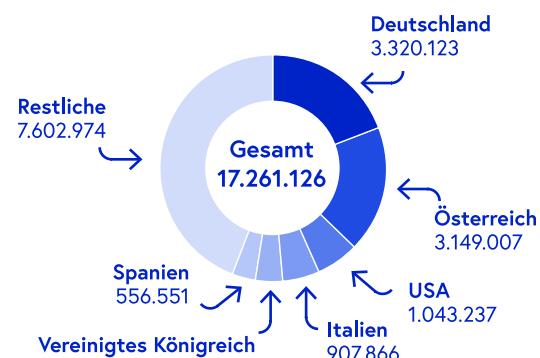


Tourismus in Wien

Entwicklung der Nächtigungen



Wichtigste Herkunftsländer 2023



Anteil Wiens an Gesamtnächtigungen Österreichs 2023 in %



Quelle: Statistik Austria

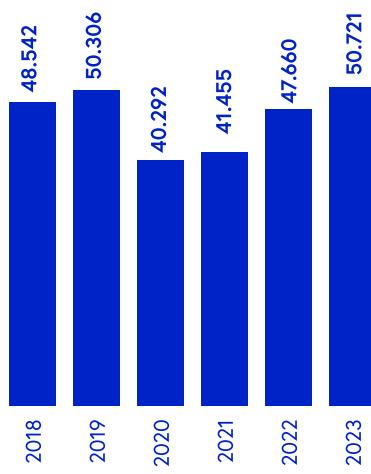


Quelle: OeHT

Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2022/23



Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Was braucht der Tourismus der Zukunft?



Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler

Im Rückblick auf das Tourismusjahr 2023 in Österreich steht außer Frage, dass dieses Jahr eine bedeutende Wegmarke für die Branche darstellte. Der österreichische Tourismus hat nicht nur seine Resilienz und Anpassungsfähigkeit unter Beweis gestellt, sondern auch entscheidende Entwicklungen in den großen Fragen der Zukunft vorangetrieben. Die Frage „Was braucht der Tourismus der Zukunft?“ ist dabei eine zentrale Leitfrage, die uns alle – uns als Bundesregierung, genauso wie Sie als Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Branche – begleitet.

Zunächst braucht der Tourismus der Zukunft Nachhaltigkeit in ihren drei Dimensionen mit einem klaren Bekenntnis zu umweltfreundlichem Wirtschaften. Damit sollen nicht nur die Schönheit und Vielfalt bewahrt, sondern auch sichergestellt werden, dass kommende Generationen diese genießen können. Weiterhin sind Digitalisierung und KI unverzichtbare Treiber für Innovation und Gästezufriedenheit. Digitale Lösungen, die personalisierte Erlebnisse ermöglichen und gleichzeitig die Effizienz steigern, werden zunehmend zum Standard.

Die Pandemie und die folgenden multiplen Krisen haben zudem die Notwendigkeit von Flexibilität und Krisenresilienz unterstrichen. Der Tourismussektor muss agil bleiben und in der Lage sein, sich schnell an veränderte Rahmenbedingungen anzupassen.

Das Jahr 2023 hat gezeigt, dass Österreich auf einem guten Weg ist, diese Herausforderungen zu bewältigen und Chancen zu nutzen. Die Zukunft des Tourismus in Österreich ist vielversprechend, vorausgesetzt, wir bleiben unseren Prinzipien treu, schauen über den Tellerrand hinaus und arbeiten gemeinsam an einer nachhaltig ausgerichteten und florierenden Tourismusbranche.



