

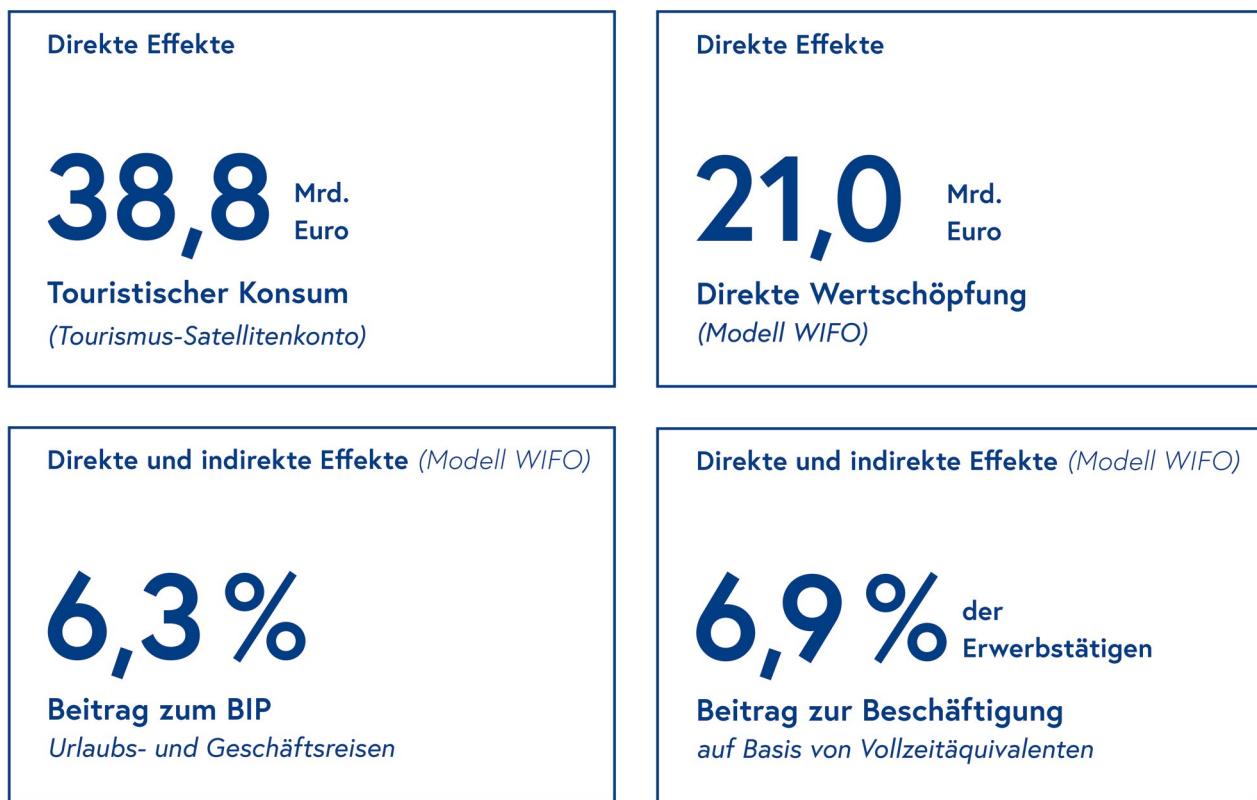
# Tourismus in Österreich 2024



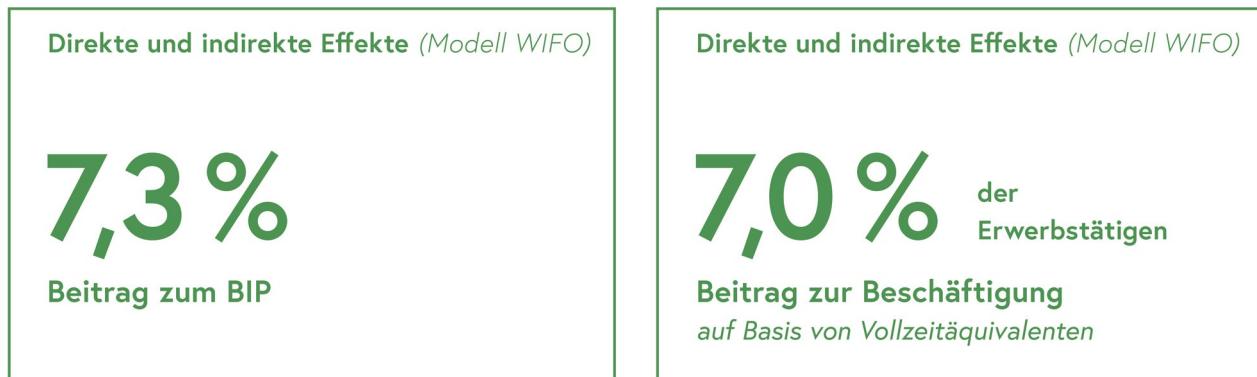
# Tourismus und Freizeitwirtschaft im Jahr 2024

## Kennzahlen Tourismus

(Urlaubs- und Geschäftsreisen in- und ausländischer Gäste)



## Kennzahlen Freizeitwirtschaft



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. Nominelle Größen.

Finden Sie hier den Download des Berichtes:



#### Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET)  
Sektion Tourismus  
Stubenring 1, 1010 Wien

Fotonachweis:

Volkspartei (S. 5 oben), BKA (S. 5 unten), Tourismus Salzburg GmbH/Günter Breitegger (S. 7), Filzmoos Tourismus/Coen Weesjes (S. 11), Off The Path/Sebastian Canaves (S. 24), Villacher Alpenstraßen GmbH/Michael Stabentheiner (S. 53), ÖW/Johannes Hulsch (S. 62), ÖW/Linda Schäffler (S. 71), ÖW/Marko Mestrovic (S. 74), SOVISO/Lena Ehrenhofer (S. 75 oben links), Kaiserschnitt Film GmbH (S. 75 oben rechts), SOVISO/Sebastian Somlo (S. 75 unten links), ÖW/Martin Stöbich (S. 75 unten rechts), ÖW/Marko Mestrovic (S. 76), ÖW/Jörg Lehmann (S. 77 oben), ÖW/Julian Schmidt (S. 77 unten), ÖW/Ben Leitner (S. 78 oben), ÖW/Sascha Radke (S. 78 unten), ÖW/Núria Cugat (S. 79), ÖW (S. 80 alle), OEOC (S. 81 links), ÖW (S. 81 rechts), ÖW/Christopher Blank (S. 82), ÖW/Christian Lendl (S. 83 beide), Off The Path/Sebastian Canaves (S. 85)

Layout / Erstellung: glanzlicht GmbH

Druck: BMWET

Alle Rechte vorbehalten  
Wien, 2025

Rückmeldungen zum vorliegenden Bericht übermitteln Sie bitte an die Abteilung Tourismuspoltik [POST.VI1-25@bmwet.gv.at](mailto:POST.VI1-25@bmwet.gv.at)

## Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	<b>5</b>
<b>Fokus auf heimische Bevölkerung</b> .....	<b>7</b>
<b>Tourismusbilanz 2024</b> .....	<b>11</b>
<b>Indikatoren</b> .....	<b>24</b>
Zukunftsgerichtetes Indikatoren-System.....	25
Volkswirtschaftliche Bedeutung.....	26
Preisliche Wettbewerbsfähigkeit.....	28
Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Reiseverkehr.....	29
RevPAR – Revenue Per Available Room.....	30
Fiktive Entschuldungsdauer.....	31
Ankünfte.....	32
Nächtigungen.....	33
Aufenthaltsdauer.....	34
Energiemix in Beherbergung und Gastronomie.....	35
Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie.....	36
Energieverbrauch pro Nächtigung.....	37
Österreichisches Umweltzeichen.....	38
Arbeitsmarkt.....	39
Awareness-Kampagne #teamtourismus.....	43
Gästezufriedenheit.....	44
Tourismusakzeptanz.....	47
Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung.....	52
<b>Aktionsplan 2024</b> .....	<b>53</b>
<b>Österreichische Hotel- und Tourismusbank</b> .....	<b>62</b>
<b>Österreich Werbung</b> .....	<b>71</b>

<b>Tourismus in den Bundesländern.....</b>	<b>85</b>
Tourismus in Österreich.....	86
Tourismus im Burgenland.....	88
Tourismus in Kärnten.....	89
Tourismus in Niederösterreich.....	90
Tourismus in Oberösterreich.....	91
Tourismus in Salzburg.....	92
Tourismus in der Steiermark.....	93
Tourismus in Tirol.....	94
Tourismus in Vorarlberg.....	95
Tourismus in Wien.....	96

## Vorwort

Der Tourismus ist eine zentrale Säule der österreichischen Wirtschaft – er schafft Arbeitsplätze, stärkt die Regionen und prägt das internationale Bild unseres Landes. Der Tourismusbericht 2024 zeigt eindrucksvoll: Österreich ist zurück auf Erfolgskurs. Mit 154,3 Millionen Nächtigungen und 46,7 Millionen Ankünften haben wir nicht nur die Werte des Vorjahres übertroffen, sondern auch das bisherige Rekordjahr 2019 hinter uns gelassen. Besonders der Zuwachs internationaler Gäste – allen voran aus Deutschland und den USA – belegt: Die Welt entdeckt Österreich neu.



Bundesminister  
Wolfgang  
Hattmannsdorfer

Dieser Erfolg ist kein Zufall. Er ist das Ergebnis harter Arbeit – von Unternehmerinnen und Unternehmern, Beschäftigten und regionalen Initiativen, die in Qualität, Nachhaltigkeit und Innovation investieren. Als Bundesregierung unterstützen wir diesen Weg mit klaren politischen Weichenstellungen: Wir überarbeiten den „Plan T“ und machen ihn zu einem strategischen Kompass für einen Tourismus der Zukunft – sozial gerecht, ökologisch verantwortungsvoll und wirtschaftlich nachhaltig.

Gleichzeitig ist uns bewusst: Die Herausforderungen sind real. Die Erträge und die Wertschöpfung können mit den Nächtigungssteigerungen nicht mithalten, die Teuerung belastet Betriebe und Gäste gleichermaßen. Arbeits- und Fachkräftemangel verschärfen sich. Und der Druck, gleichzeitig ökologisch zu handeln und wirtschaftlich zu bestehen, steigt. Es braucht daher eine Politik, die handelt – nicht verwaltet. Unser Regierungsprogramm 2025–2029 setzt hier klare Schwerpunkte: Wir schaffen gezielte Anreize für nachhaltige Mobilität, investieren in die Erreichbarkeit touristischer Regionen und verbessern die Rahmenbedingungen für Beschäftigte im Tourismus.



Staatssekretärin  
Elisabeth Zehetner

Gerade bei der Fachkräftesicherung setzen wir auf konkrete Maßnahmen: bessere Ausbildungsangebote, attraktivere Arbeitsbedingungen – und neue rechtliche Möglichkeiten zur Arbeitsmigration, insbesondere aus den Westbalkan-Staaten. Denn ohne engagierte Menschen, die mit Kompetenz und Leidenschaft Gastgeberin und Gastgeber sind, ist Tourismus nicht denkbar.

Wir sehen Tourismus nicht isoliert. Er ist Teil einer lebendigen Regionalentwicklung, er stärkt lokale Wirtschaftskreisläufe und er trägt zur Lebensqualität bei – für Gäste ebenso wie für die Bevölkerung. Diese Balance zu wahren ist unsere politische Verantwortung. Der gesellschaftliche Rückhalt für den Tourismus ist kein Selbstläufer. Er muss täglich neu erarbeitet und gerecht gestaltet werden.

Als Bundesregierung bekennen wir uns klar zum Tourismusstandort Österreich – und damit zu all jenen, die ihn Tag für Tag gestalten. Lassen Sie uns gemeinsam für einen Tourismus arbeiten, der nicht nur wirtschaftlichen Erfolg bringt, sondern auch sozialen Zusammenhalt, ökologische Verantwortung und regionale Stärke fördert.

Nur so wird Österreich auch morgen zu den weltweit führenden Tourismusdestinationen gehören.

Unser besonderer Dank gilt allen, die mit Engagement, Kompetenz und Leidenschaft dazu beitragen, dass Österreich weltweit als eine der beliebtesten Tourismusdestinationen geschätzt wird. Diese gemeinsame Leistung ist nicht selbstverständlich. Lassen Sie uns auch in Zukunft partnerschaftlich zusammenarbeiten, um den Tourismusstandort Österreich nachhaltig, innovativ und wettbewerbsfähig weiterzuentwickeln – zum Wohle der Regionen, der Menschen und unserer Gäste.



Bundesminister Wolfgang Hattmannsdorfer



Staatssekretärin Elisabeth Zehetner

# Fokus auf heimische Bevölkerung



## Fokus auf heimische Bevölkerung

Der Plan T – Masterplan für Tourismus setzt auf einen Paradigmenwechsel in der Tourismusentwicklung: Nicht mehr der Gast allein steht im Mittelpunkt der Tourismuspolitik. Ebenso wichtig sind die Bedürfnisse der Unternehmerinnen und Unternehmer und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber auch der Umwelt und besonders der heimischen Bevölkerung. Nur wenn die Bevölkerung die Touristinnen und Touristen nicht als Belastung empfindet, kann für den Gast ein unvergessliches Urlaubserlebnis geschaffen werden.

Bis 2019 wurde der Erfolg des österreichischen Tourismus hauptsächlich an quantitativen Größen wie Nächtigungen und Ankünften gemessen, die aber nur einen Teilaspekt der Branche widerspiegeln. Für eine zielgerichtete Tourismuspolitik brauchte es daher ein Instrument, um auch die Einstellung der Bevölkerung abzubilden. Diesem Aspekt wird seit 2020 im Rahmen der Messung der Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung Rechnung getragen, zu der es bis dahin kaum Daten gab.

Die regelmäßige Messung der Tourismusakzeptanz ermöglicht es, frühzeitig Trends und Veränderungen in der Wahrnehmung des Tourismus zu erkennen und gezielt darauf zu reagieren.

Von 2020 bis 2023 wurde die Tourismusakzeptanz im Rahmen eines Pilotprojekts von einem externen Marktforschungsinstitut im Auftrag des Tourismusministeriums erhoben. Im Mittelpunkt der Erhebung standen der Gesamteindruck und die Einstellung der Österreicherinnen und Österreicher zum Tourismus. Die Einflüsse des Tourismus auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft und Umwelt, Freizeitinfrastruktur und öffentlichen Verkehr sowie sozialem Gemeinwohl und Lebensqualität wurden im Detail beleuchtet. Über statistische Verfahren wurde aus den Ergebnissen ein Tourismusakzeptanz-Index berechnet. Pro Jahr wurden ca. 2.000 detaillierte Interviews geführt.

Die Ergebnisse der Erhebungen waren durchwegs positiv und zeigten, dass die Bevölkerung dem Tourismus in Österreich grundsätzlich wohlwollend gegenübersteht. Zu den positiven Einflussfaktoren konnten insbesondere die wirtschaftlichen Vorteile, wie die Schaffung von Arbeitsplätzen und die Stärkung der regionalen Wirtschaft gezählt werden. Gleichzeitig gab es jedoch auch kritische Faktoren, die immer wieder genannt wurden, darunter Umweltbelastungen sowie steigende Lebenshaltungskosten durch den Tourismus.

Trotz des insgesamt hohen Akzeptanzniveaus zeigte sich im Verlauf der Erhebungsjahre eine leicht sinkende Tendenz (2020: 78/100 Punkte; 2021: 78/100 Punkte; 2022: 76/100

Punkte; 2023: 75/100 Punkte). Dadurch wurde deutlich, dass die Tourismusakzeptanz kontinuierlich beobachtet werden sollte, um frühzeitig Maßnahmen zum Erhalt einer positiven Einstellung in der Bevölkerung setzen zu können. Zudem konnte festgestellt werden, dass die Faktoren, die die Wahrnehmung des Tourismus in der Bevölkerung – ob positiv oder negativ – beeinflussen, im Wesentlichen unverändert blieben und daher eine derart umfangreiche Befragung nicht dauerhaft erforderlich ist.

Aus diesem Grund wurde die Messung der Tourismusakzeptanz in der Tourismus-Nachfrage und –Akzeptanzstatistik Verordnung (BGBl. II Nr. 301/2003 idF BGBl. II Nr. 86/2024) verankert und die Statistik Austria zur Durchführung eingesetzt. Die jährliche Erhebung ist damit rechtlich abgesichert und gewährleistet eine kontinuierliche Beobachtung der Tourismusakzeptanz. Sie erfolgt gemeinsam mit der Befragung zum Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung.

Im Zuge dieser Neuerungen wurde auch die Methodik der Befragung angepasst. Der Fragebogen wurde gestrafft und vereinfacht, wodurch nun eine wesentlich höhere Anzahl an Personen befragt werden kann (2024 über 14.000 Interviews). Dies soll die Teilnahme erleichtern und dennoch aussagekräftige Ergebnisse liefern. Der bisher verwendete Tourismusakzeptanz-Index wurde durch eine neue Darstellung der Ergebnisse ersetzt.

Die Ergebnisse aus dem Erhebungsjahr 2024 decken sich inhaltlich im Wesentlichen mit jenen der vorangegangenen Jahre und zeigen erneut ein positives Ergebnis auf. So konnte etwa festgestellt werden, dass lediglich 6% der Befragten die Anzahl der Touristinnen und Touristen in Österreich als zu hoch empfinden. Eine genaue Darstellung der Ergebnisse findet sich im Indikatorenteil dieses Berichts.

Die Erhebung der Tourismusakzeptanz ist ein wesentliches Instrument der Tourismuspolitik. Genauso wichtig sind allerdings auch konkrete Maßnahmen auf Bundesländer- und Destinationsebene, um die lokale Bevölkerung aktiv in Planungs- und Entscheidungsprozesse einzubinden und so die Tourismusakzeptanz auf einem hohen Niveau zu halten. Um Regionen im Kontext von „Balanced Tourism“ zu unterstützen, wurde im März 2024 vom Tourismusministerium ein Förderungscall zu diesem Thema ausgelobt. Der Call richtete sich an Tourismusverbände und andere touristische Stakeholder, die sich mit der Identifikation bzw. der Ableitung von Lösungsansätzen auf dem Weg zu einem ausbalancierten Tourismus befassen. Bis 31. Juli 2024 konnten entsprechende Projekte eingereicht werden.

Von insgesamt 21 fristgerecht eingereichten Ansuchen konnten 17 Projekte anhand bestimmter Auswahlkriterien (Nachhaltigkeit, Realisierbarkeit, strategische Bedeu-

tung/Innovationsgehalt, regionale Verankerung/breite Einbeziehung) durch eine Fachjury ausgewählt werden. Die Umsetzung dieser 17 Projekte aus den Bundesländern Tirol, Salzburg, Kärnten, Steiermark, Oberösterreich, Niederösterreich und Wien wird mit rund 570.000,00 Euro aus Tourismusförderungsmitteln des Bundes unterstützt.

Inhaltliche Schwerpunkte der ausgewählten Projekte sind etwa der Fokus auf alle drei Säulen der Nachhaltigkeit, die Erhebung des Status quo oder die Durchführung von breit angelegten Partizipations- und Stakeholderprozessen. Einige Projekte umfassen auch den innovativen Einsatz von Mobilfunkdaten für Besucherlenkungsmaßnahmen oder suchen nach neuen Mobilitätslösungen. Die Projekte reihen sich zum Teil auch in größer angelegte Prozesse ein. So soll ein Projekt den Weg der Destination zur Erlangung des kürzlich geschaffenen Umweltzeichens für Destinationen bereiten.

Auch die lokale Bandbreite ist sehr groß – neben Projekten aus zahlreichen ländlichen Regionen gibt es auch in den Städten Salzburg, Linz, Graz und Wien Initiativen, die über diesen Call unterstützt werden. Der Großteil der Projekte wird in der zweiten Jahreshälfte 2025 abgeschlossen werden.

Die hohe Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung ist Voraussetzung für eine erfolgreiche Tourismusdestination. Diese Akzeptanz ist allerdings nicht selbstverständlich, insbesondere bei steigenden Gästezahlen muss die Bevölkerung bei der ausgewogenen und zukunftsfähigen Gestaltung der Destination eingebunden werden.

# Tourismusbilanz 2024



# Tourismusbilanz 2024

## Mengenmäßige Nachfrage: Neue Höchstwerte im Jahr 2024

2024 neue Höchstmarken mit 154,3 Mio. Nächtigungen (+2,1%) und 46,7 Mio. Ankünften (+3,3%) – getragen von kräftiger Nachfrage im Sommer und anhaltender Erholung im Winter

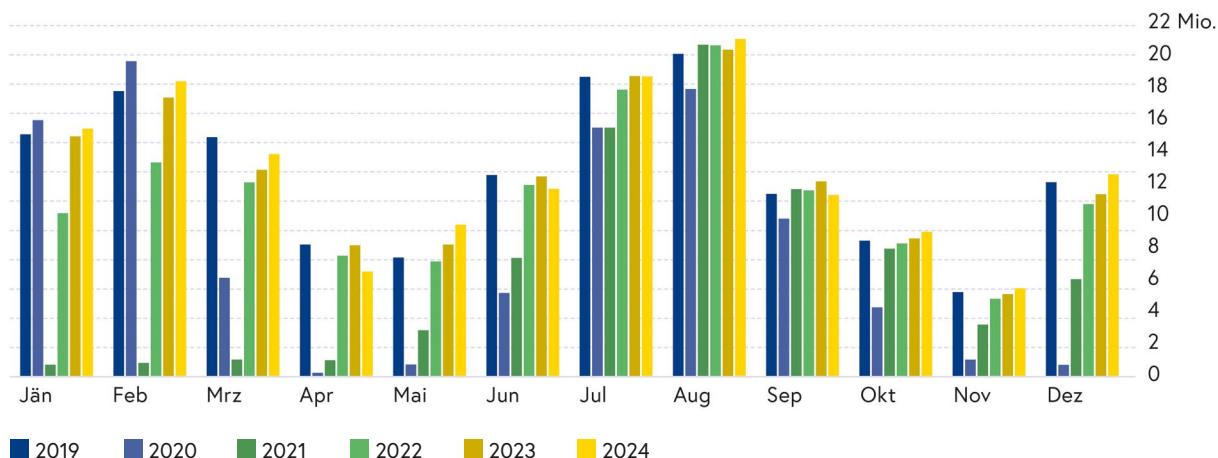
Im Jahr 2024 verblieb die österreichische Tourismuswirtschaft hinsichtlich der Zahl der Gäste und ihrer Nächtigungen auf einem Wachstumspfad. Die Gesamtzahl der Nächtigungen stieg auf eine neue Höchstmarke von 154,3 Mio. und übertraf damit den Wert von 2023 um 2,1% sowie das bisherige Rekordniveau des Vorkrisenjahres 2019 um 1,1%. Diese Steigerung ist auf beide Gästesegmente zurückzuführen, wobei sich die Nachfrage internationaler Tourist/innen (114,1 Mio. Nächtigungen) im Jahresabstand mit +2,5% dynamischer entwickelte als der Binnentourismus (40,3 Mio.) mit +0,9% (2019/2024 +1,1% zu +0,8%). Bei den Ankünften war der Wachstumstrend zugunsten ausländischer Gäste noch etwas stärker ausgeprägt (+4,2% zu +1,6% bei inländischen Reisenden, insgesamt +3,3%).

Die Erholung des heimischen Tourismus nach den Pandemiejahren verlief in den beiden Saisonen unterschiedlich schnell. Während Ankünfte und Nächtigungen schon im Sommer 2022 wieder an das Vorkrisenniveau anschließen und es bereits im Jahr darauf übertreffen konnten, verlief der Aufwärtstrend im Winter verlangsamt, so dass die Lücke zur Saison 2018/19 noch immer nicht ganz geschlossen werden konnte.

In der Wintersaison 2023/24 wurden insgesamt knapp 71,1 Mio. Nächtigungen verzeichnet, um 2,5% mehr als im Jahr davor. Sowohl inländische wie ausländische Gäste nächtigten in ähnlichem Maße häufiger in heimischen Unterkünften (+2,6% bzw. +2,5% gegenüber 2022/23), wobei das internationale Segment saisonal stärker dominierte als im Jahresdurchschnitt (77,2% zu Ø 73,9%). Die Zahl der Ankünfte von November 2023 bis April 2024 stieg im Jahresabstand um gut 1 Mio. (+5,5%) auf 20 Mio. Damit verblieben Nächtigungen und Ankünfte noch um 2,1% bzw. 2,5% unter dem Vorkrisenniveau von 2018/19, und zwar in beiden Gästesegmenten (Ausland: jeweils -2,7%, Inland: Nächtigungen -1,7%, Ankünfte -0,4%).

Im Vergleich dazu nahm die Nächtigungszahl im Sommer 2024 nur leicht (+0,9% gegenüber Mai bis Oktober 2023) auf gut 81,6 Mio. zu. Während die Nachfrage inländischer Gäste etwas zurückging (um 0,3% auf 23,8 Mio.), gab es im Auslandssegment Zuwächse (+1,3% auf 57,8 Mio.). Die Ankünfte beliefen sich im selben Zeitraum auf insgesamt 26,4 Mio. (+2,5% im Vergleich zur Vorjahressaison). Im Gegensatz zum Winter überstiegen Ankünfte und Nächtigungen im Sommer die Werte von 2019 um 3,1% bzw. 3,3%.

## Nächtigungen in Österreich nach Monaten



Quelle: Statistik Austria.

Der österreichische Tourismus verzeichnete 2024 eine positive Entwicklung der Nächtigungszahlen aus den wichtigsten ausländischen Herkunftsmärkten. Der europäische Markt blieb dominant, wobei die EU-Länder (ohne Österreich) mit 94,6 Mio. Nächtigungen (+1,9% zu 2023, 2019/2024 +4,1%) 83% zum internationalen Gesamtaufkommen beitrugen, um 2,3 Prozentpunkte mehr als 2019.

Ausländische Herkunftsmärkte mit hoher Nächtigungsdynamik, leichte Zunahme im Binnentourismus

Die Nächtigungen aus dem Inland blieben mit einem Zuwachs von 0,9% hinter der Dynamik der ausländischen Nachfrage zurück. Der Binnentourismus trug 2024 gut ein Viertel (26,1%) zum Nächtigungsvolumen insgesamt in Österreich bei und reihte sich damit auf Platz 2 hinter Deutschland. Die Nachfrage aus diesem benachbarten, wichtigsten Quellmarkt (Auslandsmarktanteil 2024: 51,3%), entwickelte sich 2024 mit 58,5 Mio. Nächtigungen positiv, jedoch im Jahresabstand schwächer als der internationale Durchschnitt (+1,8% zu Ø +2,5%; 2019/2024 +3,1% zu Ø +1,1%). Die Niederlande als zweitbedeutendster Auslandsmarkt verzeichnete mit 11,1 Mio. Nächtigungen einen leichten Rückgang zum Vorjahr (−0,2%), lag damit aber noch immer 7,1% über Vorkrisenniveau.

Die MOEL 5-Länder (Polen, Tschechische Republik, Slowakei, Slowenien, Ungarn) wiesen 2024 eine überproportionale Nächtigungsdynamik von durchschnittlich +3,9% auf und erreichten zusammen ein Volumen von 10,2 Mio. Besonders Polen (+5,5%) und Ungarn (+4,1%) stachen im Vorjahresvergleich hervor, seit 2019 wuchs die Nachfrage aus Polen (+22,3%) und Tschechien (+15,3%) am stärksten. Die Schweiz (+6,7%) und das Vereinigte Königreich (+5,4%) verzeichneten 2024 ebenfalls hohe Zuwächse, auch wenn das Vorkrisenniveau noch nicht erreicht wurde.

Bei den Fernmärkten erholten sich die asiatischen Märkte spürbar von den pandemiebedingten Einbrüchen. China verzeichnete gegenüber 2023 einen deutlichen Anstieg um 85,5%, auf das frühere Niveau von 2019 fehlten aber noch immer 55,7%. Im Gegensatz dazu nächtigten Gäste aus Indien 2024 schon annähernd so häufig in Österreich wie fünf Jahre zuvor (-1,7%, +21,1% gegenüber 2023); die beiden Märkte haben jedoch sehr geringes Gewicht an der internationalen Gesamtnachfrage (zusammen zuletzt 0,9%, 2019: 1,6%). Die USA mit einem Auslandsmarktanteil von 2,1% (2024; 2019: 1,8%) verzeichneten ebenfalls eine bemerkenswerte Erholung (Nächtigungen +14,2% zum Vorjahr, 2019/2024 +16,3%). Insgesamt haben die Fernmärkte (hier: BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China), übrige GUS, Japan, Kanada, USA, Vereinigte Arabische Emirate, Saudi-Arabien) ihre frühere Bedeutung noch nicht wiedererlangt – das Gewicht dieser Märkte an den gesamten Nächtigungen aus dem Ausland lag 2024 mit 4,9% noch um 1,4 Prozentpunkte unter dem Wert von 2019.

## Beherbergungsangebot 2023/24

Im Tourismusjahr 2023/24 (November 2023 bis Oktober 2024) umfasste das Beherbergungsangebot in Österreich rund 71.900 Betriebe (ohne Campingplätze), um 2,3% mehr als 2022/23. Die Bettenkapazität wuchs ebenfalls und erreichte gut 1,19 Mio. (+1,7%). Diese Entwicklungen innerhalb der Beherbergungsbranche verliefen jedoch regional differenziert. Insbesondere Wien verzeichnete mit einem Zuwachs von 10,8% bei den Betten die größte Expansion, während die Zahl der Betriebe dort um 4,5% anstieg. Grund hierfür ist unter anderem die zunehmende Bedeutung der Vermietung von Privatquartieren über digitale Plattformen wie „Airbnb“, wo ein Anstieg an Betrieben um 13,7% gemeldet wurde. Einen bemerkenswerten Zuwachs bei touristischen Unterkünften von 6,6% gab es auch im Burgenland. Demgegenüber blieb das Beherbergungsangebot im nachfragestärksten Bundesland Tirol weitgehend stabil (Betriebe +0,5%, Betten -0,1%).

Die geographische Verteilung der Beherbergungskapazitäten konzentriert sich auf die tourismusintensiven Regionen im Westen Österreichs. Tirol mit rund 355.700 Betten und Salzburg mit ca. 235.100 Betten vereinten gemeinsam knapp die Hälfte (49,5%) des heimischen Beherbergungsmarktes auf sich, wenngleich dieser Anteil im Vorjahr noch bei 50,1% gelegen hatte und sich damit marginal abschwächte. Die Dominanz ist historisch gewachsen und reflektiert die starke touristische Ausrichtung dieser Bundesländer.

Auch das Segment der Campingplätze expandierte weiter. Im Tourismusjahr 2023/24 standen insgesamt 729 Campingplätze zur Verfügung, um 31 bzw. 4,4% mehr als im Vorjahr. Der größte absolute Zuwachs wurde – wie auch schon 2022/23 – in der Steiermark verzeichnet (+13 auf 152 Plätze), relativ gesehen wies das Burgenland mit +20,0% die kräftigste Steigerungsrate auf (+5 auf 30 Campingplätze).

Strukturelle Verschiebungen innerhalb der Beherbergungsbranche lassen sich insbesondere im wachsenden Segment gewerblicher Ferienwohnungen erkennen. Im 10-Jahres-

Touristische Unterkünfte in Österreich:  
2023/24 erneut mehr Betriebe und Betten

vergleich hat sich deren Zahl signifikant von insgesamt gut 4.200 (2013/14) auf knapp 11.400 im Tourismusjahr 2023/24 erhöht (+169,1%). Damit macht dieser Unterkunftstyp mittlerweile 15,7% aller Beherbergungsbetriebe (einschließlich Campingplätzen) aus. Gleichzeitig ging der Anteil klassischer Privatquartiere (auf Bauernhof und nicht auf Bauernhof) seit 2013/14 von 21,8% auf aktuell 14,1% zurück. Auch die traditionelle Hotellerie verlor Marktanteile: Hotels, Gasthöfe und Pensionen machten 2023/24 nur noch 15,1% aller Beherbergungsbetriebe aus, 10 Jahre zuvor waren es noch 20,0%; die Betriebszahl dieses Beherbergungstyps sank in diesem Zeitraum um 14,5%. Dies verdeutlicht eine langfristige Verschiebung hin zu flexibleren, individuelleren Unterkunftsformen.

Die durchschnittliche Bettenauslastung lag in der Wintersaison 2023/24 bei 34,9% und damit geringfügig über dem Vorjahreswert von 34,7%. Trotz dieses leichten Anstiegs blieb die Auslastung weiterhin unter dem Niveau des Vergleichszeitraums 2018/19 (37,7%). In der Sommersaison 2024 sank die Bettenauslastung leicht auf 35,2% (2023: 35,6%; 2019: 36,5%). Insbesondere in Wien blieb die Kennzahl deutlich unter dem Vorkrisenniveau (in beiden Saisons um jeweils rund 10 Prozentpunkte). Dies ist möglicherweise auf das überproportionale Wachstum des Bettenangebotes (+10,8% im Tourismusjahr) zurückzuführen, das den Wettbewerb innerhalb der Stadt erhöhte und zu einer geringeren durchschnittlichen Auslastung führte.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Beherbergungsangebot in Österreich im Tourismusjahr 2023/24 weiter angewachsen ist, sowohl hinsichtlich der Anzahl der Betriebe als auch der Bettenkapazität. Dabei zeigten sich jedoch regionale Unterschiede: Wien und das Burgenland verzeichneten die stärksten Zuwächse, während in Tirol das Angebot weitgehend stabil blieb. Strukturell setzte sich der Trend hin zu gewerblichen Ferienwohnungen und Campingplätzen fort, während die traditionelle Hotellerie weiter an Bedeutung verlor. Die Bettenauslastung zeigte sich insgesamt stabil, erreichte jedoch noch nicht das Vorkrisenniveau.

## Reiseverkehrsbilanz 2024

Neben der Beherbergungsstatistik, die mit Ankünften und Nächtigungen reine Mengengrößen und diese zudem nur in entgeltlichen Unterkünften erfasst (der Tagestourismus und unentgeltliche Aufenthalte bei Bekannten und Verwandten sowie an Zweitwohnsitzen bleiben unberücksichtigt), bietet die Reiseverkehrsbilanz einen monetären Blickwinkel, der jedoch anderen Limitierungen unterliegt:

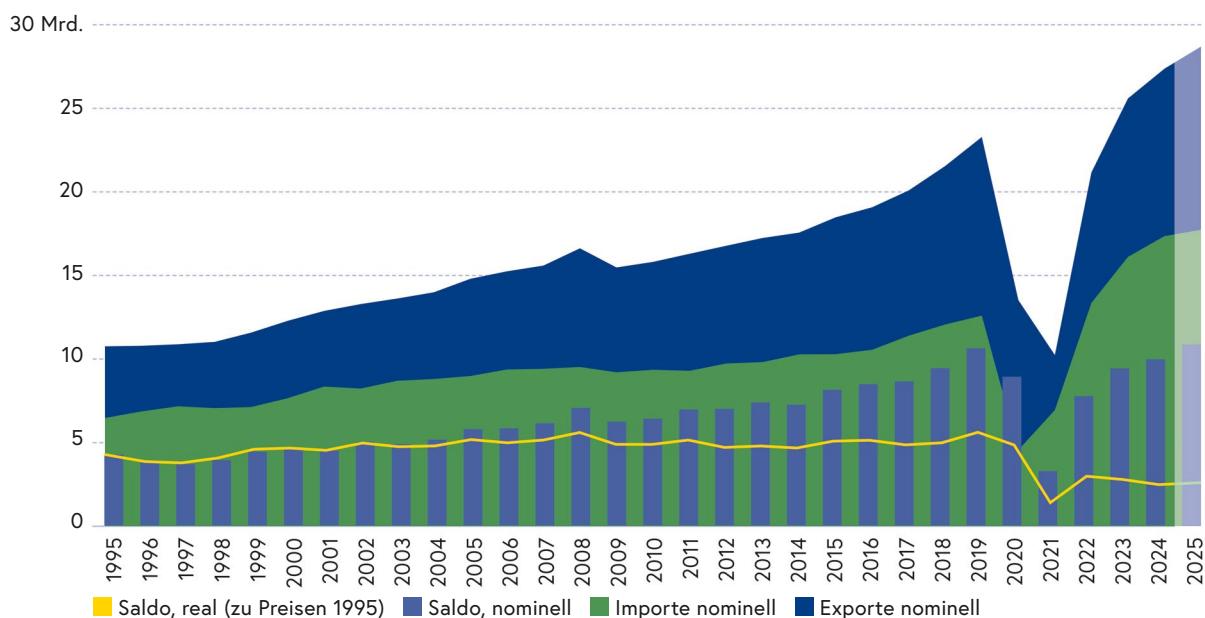
Die österreichische Reiseverkehrsbilanz beinhaltet die im Inland für eine Reise getätigten Ausgaben von Personen mit Hauptwohnsitz im Ausland (Reiseverkehrsexporte) sowie die im Ausland getätigten Reiseaufwendungen von Personen mit Hauptwohnsitz in Österreich (Reiseverkehrsimporte). Dabei werden die Ausgaben im Zuge häufiger Grenzübertritte genauso erfasst, wie jene von Nicht-Tourist/innen wie Pendelnden, Saisonarbeitskräften oder Studierenden. Die in der Reiseverkehrsbilanz nicht abgebildeten Einnahmen von

inländischen Tages- und Nächtigungsgästen sind den von Statistik Austria und WIFO erstellten, einer international akkordierten Methodik folgenden Tourismus-Satellitenkonten (TSA) für Österreich zu entnehmen (UN, 2010).

Die internationalen Reiseverkehrseinnahmen Österreichs (einschließlich des internationalen Personentransports) erhöhten sich im Jahr 2024 nominell um 7,0% auf rund 27,2 Mrd. Euro und erreichten damit – vor allem inflationsbedingt – ein neues Allzeithoch. Auch die Ausgaben für Auslandsreisen im Rahmen von Urlauben und für geschäftliche Zwecke, also die Tourismusimporte, legten weiter zu, um 7,7% auf etwa 17,2 Mrd. Euro. Der sich daraus ergebende Überschuss in der Reiseverkehrsbilanz belief sich auf knapp +10,0 Mrd. Euro und lag damit um 5,7% über dem Vorjahreswert. Damit setzt sich der positive Trend der letzten Jahre fort, auch wenn sich die Dynamik gegenüber den starken Aufholeffekten der Jahre 2022 und 2023 etwas abschwächte. Preisbereinigt war der Saldo aus Einnahmen und Ausgaben zwar ebenfalls positiv, verringerte sich aber gegenüber 2023 um 11,0%, was die im Vergleich zu den Auslandsreisezielen der Österreicher/innen höheren Preissteigerungsraten im heimischen Tourismus widerspiegelt.

Im Vergleich zum Vorkrisenniveau des Jahres 2019 zeigte sich ein gemischtes Bild: Die nominellen Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr lagen 2024 um 17,6% über dem damaligen Niveau, die Ausgaben sogar um +37,8%, womit der (positive) nominelle Saldo um 6,3% unter dem Vorkrisenwert zurückblieb. Preisbereinigt fiel der reale Saldo um 55,8% niedriger aus als 2019 – ein Hinweis darauf, dass zwar inflationsbedingt hohe nominelle Ströme erzielt wurden, aber der reale Nettobeitrag aus dem Reiseverkehr noch deutlich unter dem Vorkrisenwert liegt.

#### Reiseverkehrsbilanz Österreichs in Mrd. Euro



Quelle: OeNB, Statistik Austria, WIFO; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Einschließlich internationaler Personentransport; 2024: Schätzung, 2025: Prognose (Stand März 2025).

## TSA – Tourismus-Satellitenkonten für Österreich

Laut den Tourismus-Satellitenkonten für Österreich belief sich der touristische Gesamtkonsum im letztverfügbaren Berichtsjahr 2023 auf nominell 36,8 Mrd. Euro (+17,0% gegenüber 2022). Davon stammten 61,5% von ausländischen Gästen und 37,5% von Binnenreisenden, 0,9% machten die imputierten Mieten für Aufenthalte am Zweitwohnsitz und in Wochenendhäusern aus. Ersten Schätzungen des WIFO zufolge dürften die Umsätze im heimischen Tourismus 2024 um 5,6% auf 38,8 Mrd. Euro gewachsen sein. In dieser Entwicklung spiegeln sich auch die überdurchschnittlichen Preissteigerungen bei touristischen Gütern und Dienstleistungen wider.

Tourismuskonsum  
2023 mit nominell  
36,8 Mrd. Euro auf  
starkem Expansions-  
kurs (+17,0% zu 2022)

Das TSA-Konzept berücksichtigt nur die unmittelbar zwischen (End-)Verbrauchs- und Produktionsseite entstandenen Umsätze. Ausgehend von dieser Basis können daher auch nur die direkten Wertschöpfungseffekte ermittelt werden. Die in Österreich von in- und ausländischen Nächtigungs- und Tagesgästen zu privaten und dienstlichen Zwecken im Jahr 2023 getätigten Gesamtaufwendungen generierten nominell rund 20,1 Mrd. Euro an direkter Wertschöpfung (+18,8% im Vorjahresvergleich) und einen rechnerischen Anteil am BIP (zu laufenden Preisen) von 4,2% (2022: 3,8%). 2024 dürften sich die unmittelbaren Effekte des Tourismuskonsums in Österreich laut ersten Schätzungen des WIFO auf nominell 21,0 Mrd. Euro und 4,4% am BIP belaufen haben.

Touristische Wert-  
schöpfung 2024  
(Schätzung): 30,3  
Mrd. Euro direkte und  
indirekte Effekte

Im Gegensatz zu den direkten Effekten können die durch die touristische Nachfrage in vorgelagerten Bereichen ausgelösten indirekten Wirkungen nicht einfach gemessen, sondern nur mithilfe von Modellrechnungen abgeschätzt werden. Dem WIFO steht mit dem regionalen Simulationsmodell ASCANIO, dem unter anderem sektorale Lieferverflechtungen und eine tourismusrelevante Bewertung der Güterstruktur auf Basis der VGR-Konsumstatistik zugrunde liegen, eine solche Basis zur Verfügung.

Den Modellrechnungen zufolge wurden durch die Nachfrage nach Urlaubs- und Geschäftsreisenden in Österreich im Berichtsjahr 2023 nominell gut 28,9 Mrd. Euro an Gesamtwertschöpfung (direkt und indirekt) erwirtschaftet (+18,2% zum Vorjahr). Damit trug die Tourismuswirtschaft 6,1% zum BIP bei (2022: 5,5%, 2019: 6,2%; nominell). 2024 dürfte die Kennzahl 6,3% erreicht und sich das Wertschöpfungsvolumen auf 30,3 Mrd. Euro belaufen haben (+4,7%, zu laufenden Preisen).

Beherbergung und Gastronomie dominieren den touristischen Arbeitsmarkt: 2024 entfielen 73,7% der in typischen Industrien Erwerbstätigen auf diese Bereiche (VZÄ-Basis)

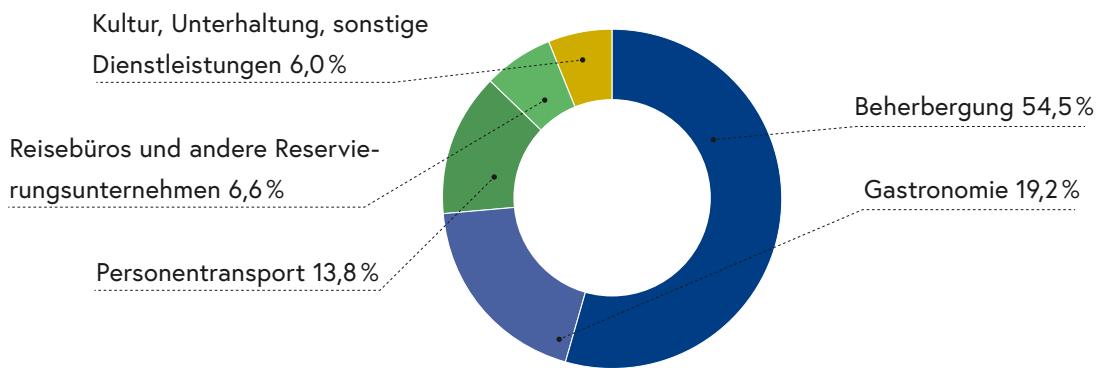
## Beschäftigungswirkungen des Tourismus in Österreich

Nach dem kräftigen Aufschwung 2022 nahm die tourismustypische Beschäftigung von Selbst- und Unselbstständigen auch 2023 weiter zu (+7,6%). Mit ca. 171.000 Vollzeitäquivalenten (VZÄ) stellte die direkte Erwerbstätigkeit im Tourismus 4,2% der heimischen (Voll-)Arbeitsstellen (2022: 3,9%). Dabei waren die Kernbereiche Beherbergung und Gastronomie mit Abstand am bedeutendsten (73,7% der charakteristischen Tourismusbeschäftigung; im (geschätzten) Verhältnis von 74% zu 26%).

Die Erwerbstätigen in typischen Tourismusindustrien verteilten sich zudem weiters zu 13,8% auf den Personentransport (einschließlich Vermietung von Transportmitteln; 2022: 13,3%), zu 6,6% auf Reisebüros und -veranstalter/innen (2022: 6,0%) sowie zu 6,0% auf Kultur, Unterhaltung und sonstige Dienstleistungen (2022: 6,5%).

### Struktur der Erwerbstätigen in charakteristischen Tourismusindustrien 2023

Anteile in % (auf Basis von Vollzeitäquivalenten)



Quelle: Statistik Austria, Berechnungen WIFO.

2024 dürfte die direkte Erwerbstätigkeit in den touristischen Bereichen um 0,8% auf ca. 172.000 Vollzeitarbeitsplätze angewachsen sein und erneut 4,2% an der Gesamtbeschäftigung betragen haben.

Bei der Beschäftigung wird der Begriff typischer Tourismusindustrien enger abgegrenzt als in Bezug auf die direkte Wertschöpfung. Ein unmittelbarer Vergleich beider Größen (wie etwa zur Ermittlung von Produktivitäten) ist daher nicht zulässig.

Der Tourismuskonsum löst nicht nur (direkte) Beschäftigung in charakteristischen Branchen aus, sondern wirkt auch indirekt durch den für die Erbringung von Vorleistungen resultierenden Arbeitskräftebedarf auf alle übrigen Wirtschaftsbereiche. Demnach waren laut Modellrechnung des WIFO dem touristischen Arbeitsmarkt 2023 direkt und indirekt gut 279.000 Vollzeitstellen zurechenbar (+8,3% zum Vorjahr), das entspricht 6,8% der nationalen Gesamtbeschäftigung (auf Vollzeitäquivalent-Basis; 2022: 6,4%).

Für 2024 ergaben Schätzungen einen leichten Anstieg (+1,0%) auf ca. 282.000 Vollzeitarbeitsplätze, 6,9% aller Erwerbstätigen (auf VZÄ-Basis) wurden somit infolge der Tourismusnachfrage ausgelastet.

### Freizeit-Satellitenkonten für Österreich

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 Besuchs 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 entsprechend des TSA-Konzeptes immer dem Tourismus zugerechnet.

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

Aktuelle, auf diesem Konzept basierende Berechnungen ergaben für 2023 Aufwendungen der österreichischen Bevölkerung für freizeitrelevante Güter und Dienstleistungen von nominell 47,6 Mrd. Euro, das entspricht einer Steigerung im Jahresabstand von 5,2%. Aufgrund der hohen Teuerung (VPI +7,8%) ergab sich preisbereinigt allerdings ein um 2,4% geringeres Volumen als 2022. Ersten Schätzungen zufolge zog der Freizeitkonsum 2024 nominell um 6,2% auf 50,5 Mrd. Euro an und wuchs dank deutlich schwächerer Inflation (+2,9%) auch real um 3,2%.

Freizeitwirtschaft  
2023: 47,6 Mrd. Euro  
Umsatz und 33,0 Mrd.  
Euro direkte und in-  
direkte Wertschöpfung  
(nominell)

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. Demnach zog der freizeitrelevante Konsum der heimischen Bevölkerung 2023 unmittelbare Wertschöpfungseffekte von nominell 24,3 Mrd. Euro nach sich (+5,8% zum Vorjahr). Ihr Anteil an der Gesamtwirtschaft belief sich wie 2022 auf 5,1%. Für 2024 rechnet das WIFO mit einer direkten Wertschöpfung der Freizeitwirtschaft von gut 26,0 Mrd. Euro (+7,1%) und einem BIP-Anteil von 5,4% (jeweils zu laufenden Preisen).

Die durch die Nachfrage nach freizeitrelevanten Gütern und Dienstleistungen in Österreich direkt und indirekt ausgelösten Wertschöpfungswirkungen beliefen sich 2023 laut Modell auf nominell 33,0 Mrd. Euro (+5,9% im Jahresabstand) und wie 2022 auf 7,0% der gesamten Wirtschaftsleistung. 2024 dürften die entsprechenden Kennzahlen auf 35,3 Mrd. Euro (+6,9%) und 7,3% (BIP-Beitrag) lauten (laufende Preise).

## Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Freizeitwirtschaft in Österreich

Freizeitrelevante Wertschöpfung (nominell)	2019	2020	2021	2022	2023	2024 Schätzung
<b>Direkte Effekte</b>						
Mio. Euro	21.393	18.316	19.370	22.990	24.315	26.042
Veränderung zum Vorjahr in %	+2,0	-14,4	+5,8	+18,7	+5,8	+7,1
Anteil am BIP in %	5,4	4,8	4,8	5,1	5,1	5,4
<b>Direkte und indirekte Effekte</b>						
Mio. Euro	28.638	24.879	26.256	31.163	32.998	35.262
Veränderung zum Vorjahr in %	+2,3	-13,1	+5,5	+18,7	+5,9	+6,9
Beitrag zum BIP in %	7,2	6,5	6,5	7,0	7,0	7,3

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

**Beschäftigungseffekte 2023 (auf VZÄ-Basis):**  
5,0% der Erwerbstätigen direkt auf Freizeitkonsum zurückzuführen

Der Freizeitkonsum der in Österreich wohnhaften Personen wirkt auch auf den Arbeitsmarkt. Die betreffenden Effekte wurden ebenfalls mit dem Simulationsmodell des WIFO (ASCANIO) abgeschätzt. Im aktuellen Berichtsjahr 2023 waren demnach rund 206.000 Vollzeitäquivalente an Selbst- und Unselbstständigen unmittelbar der Freizeitwirtschaft zuzuschreiben (+0,1% zum Vorjahr). Ihr Gewicht an den Erwerbstätigen insgesamt lag auf dieser Bemessungsbasis bei 5,0% (2022: 5,1%). Zusammen mit der Beschäftigung in vorgelagerten Bereichen (indirekte Effekte) waren 2023 insgesamt ca. 278.000 (Voll-) Arbeitsplätze und damit um 0,6% mehr als 2022 auf den freizeitrelevanten Konsum zurückzuführen. Mit 6,8% aller in Österreich vollzeitäquivalenten Erwerbstätigen leistete die Freizeitwirtschaft 2023 zudem den gleichen Beitrag als im Jahr zuvor. Mit den 2024 gestiegenen (nominellen) Aufwendungen für diesen Bereich erhöhten sich auch die betreffenden Beschäftigungseffekte auf unmittelbar ca. 210.000 VZÄ (+2,0%) sowie direkt und indirekt auf rund 285.000 VZÄ (+2,4%). Die infolge des Freizeitkonsums direkt Erwerbstätigen machten schätzungsweise 5,1% der nationalen Beschäftigung aus, insgesamt trug der Bereich 7,0% zum gesamten Arbeitsmarkt bei (auf VZÄ-Basis).

**Tourismus in Europa weiter im Aufwind:**  
Anstieg der nominellen Reiseverkehrsexporte 2024 zum Vorjahr um Ø 9,3% (+27,0% seit 2019), Wachstum in Österreich mit +6,0% geringer

### Tourismus in Europa und Position Österreichs

Mit geschätzt 24,2 Mrd. Euro Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr (nominell, ohne internationalen Personentransport) lag Österreich 2024 wie in den beiden Jahren davor auf Rang 8 unter 32 europäischen Ländern (EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich). Der nominelle Marktanteil war mit gut 3,8% um rund 0,1 Prozentpunkt niedriger als 2023 (2019: 4,1%, Rang 7). Auf preisbereinigter Basis fiel die Kennzahl mit knapp 3,4% des europäischen Reiseexportvolumens ähnlich wie 2023 aus (2019: 3,9%), bedeutete aber eine Verbesserung von Platz 9 (2023) auf aktuell Rang 8.

An der Spitze des internationalen europäischen Einnahmenrankings stand 2024 unter 32 Ländern erneut Spanien mit einem nominellen Marktanteil von 15,9% (+1,1 Prozentpunkte zu 2023) vor dem Vereinigten Königreich (12,4%, 2023: 11,8%) und Frankreich (11,4%, -0,1 Prozentpunkt). Seit 2019 konnten neben Spanien und dem Vereinigten Königreich (jeweils gut +1,5 Prozentpunkte) auch die Türkei und Portugal ihre Auslandsmarktanteile am europäischen Reiseverkehr deutlich steigern (+1,0 bzw. +0,7 Prozentpunkte). Insgesamt verbuchten nur 10 der 32 Länder in diesem Zeitraum Positionsgewinne; neben den vier genannten waren dies Kroatien (+0,3 Prozentpunkte), Rumänien (+0,1 Prozentpunkt), Malta, Litauen, Lettland und Irland (jeweils Zuwächse deutlich unter 0,1 Prozentpunkt).

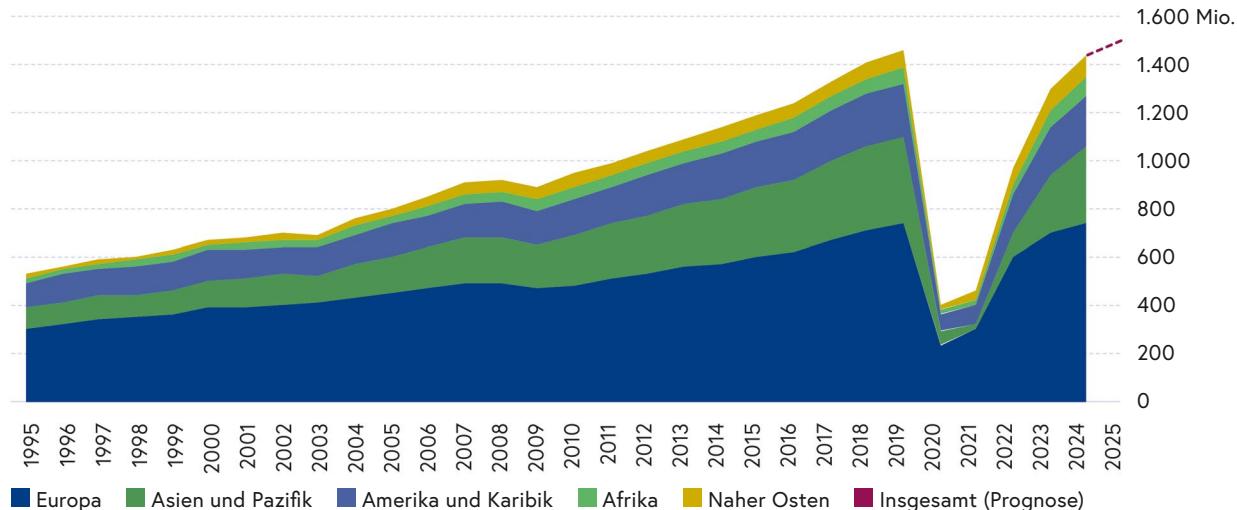
Die größten Marktanteilsverluste 2019/2024 verzeichneten Deutschland (-1,7 Prozentpunkte), die Niederlande (-0,7 Prozentpunkte), Belgien und Luxemburg (zusammen -0,5 Prozentpunkte) sowie Polen (ebenfalls knapp -0,5 Prozentpunkte). Österreich musste wie Griechenland und weniger bedeutende Märkte wie Finnland und die Slowakei jeweils 0,3 Prozentpunkte seines früheren Exportgewichtes an den nominellen Reiseverkehrsumsätzen Europas abgeben.

### Tourismus weltweit – Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste

Nach der starken Erholung im Jahr 2023 setzte sich der Aufwärtstrend im internationalen Tourismus auch 2024 fort. Weltweit wurden knapp 1,45 Mrd. grenzüberschreitende Ankünfte verzeichnetet (+10,7%), womit das Vorkrisenniveau von 2019 (1,46 Mrd.) nahezu wieder erreicht wurde (-1,3%). 2025 könnte laut Schätzungen von UN Tourism erstmals die 1,5 Mrd.-Marke mit einem prognostizierten Wachstum von 3% bis 5% überschritten werden (UN Tourism, 2025).

Zahl der grenzüberschreitend Reisenden 2024 mit weltweit 1,45 Mrd. annähernd wieder auf Vorkrisenniveau

### Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste nach Weltregionen



Quelle: UN Tourism. 2024: vorläufig, 2025: Mittlere Prognose aus zwei Szenarien (Stand Jänner 2025).

Besonders dynamisch entwickelte sich die ausländische Nachfrage erneut im asiatisch-pazifischen Raum, der mit 316,0 Mio. Ankünften (+32,9% gegenüber 2023) zwar deutlich zulegte, das Vorkrisenniveau von 2019 (362,7 Mio.) aber weiterhin verfehlte (-12,9%). Auch in Amerika inklusive Karibik (213,5 Mio., +6,9% im Jahresabstand) wurde der frühere Vergleichswert (2019: 219,3 Mio.) noch nicht ganz erreicht (-2,6%), während Afrika mit 73,6 Mio. bereits um 6,9% mehr internationale Ankünfte zählte als vor fünf Jahren (+12,2% im Vergleich zum Vorjahr). In Europa wurde das frühere Volumen mit 747,3 Mio. Ankünften aus dem Ausland erstmals leicht überschritten (+0,7%, +5,5% zu 2023), im Nahen Osten zeigte sich währenddessen die kräftigste Expansion 2019/2024 mit +32,4% auf 94,8 Mio. internationalen Gästeankünften (+1,4% zum Vorjahr).

Weltweit schwächte sich die Dynamik im Jahresverlauf 2024 ab (I. Quartal: +20,5%, IV. Quartal: +8,7%; jeweils Vorjahresvergleiche), nur in Afrika blieben die Zuwächse unterjährig relativ konstant. Europa blieb aber mit einem Anteil von 51,7% an den weltweiten Ankünften aus dem Ausland die bedeutendste Zieldestination (wovon auf Österreich 4,3% entfielen, was einem Anteil von 2,2% am globalen Aufkommen entsprach), gefolgt von Asien (21,9%) und Amerika (14,8%). Afrika und der Nahe Osten sind als Tourismusregionen noch relativ unbedeutend (mit diesbezüglichen Marktanteilen von zuletzt 5,1% bzw. 6,6%).

### Unterjährige Entwicklung der Ankünfte internationaler Nächtigungsgäste 2024 Veränderung gegen das Vorjahr in %

	Österreich	Europa	Asien und Pazifik	Amerika und Karibik	Afrika	Naher Osten	Insgesamt
I. Quartal	+9,2%	+11,3%	+60,0%	+11,6%	+12,7%	+6,4%	+20,5%
II. Quartal	-0,9%	+6,0%	+35,4%	+6,4%	+8,5%	-4,5%	+10,4%
III. Quartal	+1,0%	+3,0%	+23,9%	+4,6%	+11,3%	+1,6%	+6,6%
IV. Quartal	+8,6%	+5,1%	+21,0%	+5,0%	+10,5%	+0,8%	+8,7%
Ø 2024	<b>+4,2%</b>	<b>+5,5%</b>	<b>+32,9%</b>	<b>+6,7%</b>	<b>+12,2%</b>	<b>+1,4%</b>	<b>+10,7%</b>

Quelle: Statistik Austria, UN Tourism. Weltregionen: vorläufige Werte (Stand Jänner 2025), Österreich: endgültige Werte.

### Ausblick 2025

Trotz anhaltender geopolitischer Spannungen – etwa durch die Kriege in der Ukraine und im Nahen Osten sowie verschärzte Handelskonflikte unter der US-Administration – und einer verhaltenen Konjunktur in vielen europäischen Ländern setzt sich die Erholung des Tourismus nach dem Ende der pandemiebedingten Einschränkungen weltweit wie auch in Österreich fort. Umfragen zu den Urlaubsplänen für 2025 (z. B. Deutsche Reiseanalyse 2025, Österreichischer Reiseverband 2025) lassen auf eine stabile Nachfrage schließen. Für viele Haushalte ist Urlaub ein fester Bestandteil ihrer Konsumgewohnheiten geworden. Trotz – oder gerade auch wegen – zunehmender Zukunftssorgen wird nur ungern

auf das Reisen verzichtet – wenngleich sich auch Anzeichen mehren, dass der Anteil jener, die sich Urlaub nicht (mehr) leisten können, wächst. Das WIFO erwartet für 2025 eine im Vorjahresvergleich weitgehend stabile Zahl an Nächtigungen in österreichischen Beherbergungsbetrieben.

Zwar lagen Gäste- und Nächtigungszahlen bereits 2024 über dem Vorkrisenniveau von 2019, doch hinkt die wirtschaftliche Entwicklung vieler Betriebe hinterher. Die Urlaubsausgaben bleiben verhalten – unter anderem infolge der angespannten Konjunktur in Österreich und Deutschland sowie anderen wichtigen Herkunftsmärkten. Gleichzeitig steigen die Kosten für Personal, Energie und Lebensmittel, was die Rentabilität vieler Unternehmen belastet. Zwar wächst der nominelle Beitrag des Tourismus zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung, real ist jedoch ein Rückgang zu verzeichnen: Laut Statistik Austria sank die Wertschöpfung preisbereinigt in den touristischen Kernbereichen Beherbergung und Gastronomie 2024 um 2,1 %, während sie im Durchschnitt aller Wirtschaftsbereiche nur um 1,3 % zurückging (Stand Juni 2025). Die Lücke zum Niveau der 2019 erzielten realen Bruttowertschöpfung könnte sich in den kommenden Jahren ausweiten.

Neben wirtschaftlichen Fragen bleibt die Arbeitskräftesituation im Tourismus eine zentrale Herausforderung. Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, braucht es attraktivere Arbeitsbedingungen – etwa durch den Ausbau von Ganzjahresarbeitsplätzen oder flexiblere Arbeitszeitmodelle. Gleichzeitig gilt es, vorhandene Arbeitskräftepotenziale besser zu nutzen: Dazu zählen insbesondere Frauen in ländlichen Regionen, die oft durch mangelnde Kinderbetreuung eingeschränkt sind, ältere Beschäftigte, deren Arbeitsplätze altersgerecht gestaltet werden müssen, sowie Asylwerber/innen, die derzeit vom Arbeitsmarkt weitgehend ausgeschlossen sind.

Auch der Klimawandel stellt den heimischen Tourismus vor enorme Aufgaben. Neben verstärkten Klimaschutzmaßnahmen – etwa durch klimafreundliche Mobilität, Fokussierung auf Nahmärkte und längere Aufenthaltsdauer – ist vor allem im Winter eine Anpassung des touristischen Angebotes notwendig. Besonders in tief gelegenen Skigebieten führt die abnehmende Schneesicherheit zu verkürzten Saisonen und steigenden Kosten. Um konkurrenzfähig zu bleiben, müssen schneunabhängige Angebote für den Winter entwickelt und gleichzeitig die Potenziale der Sommer- und Nebensaisonen besser genutzt werden.

Nicht zuletzt kann der Tourismus langfristig nur erfolgreich sein, wenn ein Gleichgewicht zwischen den Bedürfnissen der lokalen Bevölkerung und jenen der Gäste hergestellt wird. Der weltweite Tourismusboom hat vielen Regionen wirtschaftlichen Aufschwung gebracht, ging aber oft mit sozialen Belastungen einher, was die Tourismusakzeptanz beeinträchtigt hat. Während aktuell vor allem Städte vom sogenannten Übertourismus betroffen sind, könnten in Zukunft auch ländliche Destinationen unter Druck geraten – etwa durch den Trend zur „Coolcation“, also der Suche nach kühleren Reisezielen im Sommer.

# Indikatoren



# Zukunftsgerichtetes Indikatorensystem

Im Plan T – Masterplan für Tourismus ist die Erarbeitung eines neuen zukunftsgerichteten Indikatorensystems verankert, welches alle drei Dimensionen der Nachhaltigkeit abbilden und somit eine 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 den Tourismus-Satellitenkonten (TSA), erweitert durch die modellhafte Berücksichtigung indirekter Wirkungen entlang der Wertschöpfungskette. Damit wird die Wertschöpfung geschätzt und die monetär bewertete Dimension der Tourismuswirtschaft sichtbar. Die TSAs bilden nicht nur den Nächtigungstourismus, sondern auch den Tagetourismus ab und zeigen 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 können die TSAs nur mit einem Jahr Verzögerung berechnet werden. In diesem Bericht werden auch TSA-Schätzungen für das Jahr 2024 verwendet. Daneben gibt es in jeder der drei Dimensionen wieder folgende Auswahl an Indikatoren, die die Entwicklung der Branche in diesem Bereich abbilden:

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

Dieses Indikatorensystem wird jährlich aktualisiert und laufend erweitert, heuer zum Beispiel um die erstmalige Erhebung der Tourismusakzeptanz durch die Bundesanstalt Statistik Österreich.



## Volkswirtschaftliche Bedeutung

Basierend auf Schätzungen gemäß dem Konzept der Tourismus-Satellitenkonten für Österreich erhöhten sich die touristischen Ausgaben in- und ausländischer Gäste im Jahr 2024 voraussichtlich um 5,6 % auf insgesamt 38,8 Mrd. Euro (nominell). Daraus ergaben sich direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte in Höhe von 30,3 Mrd. Euro (+4,7 %), was einem Anteil von 6,3 % am BIP entspricht (2023: 6,1 %), real rechnet das WIFO aber mit einer geringeren gesamten touristischen Wertschöpfung gegenüber dem Vorjahr.

### Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich

Touristische Wertschöpfung (nominell)	2019	2020	2021	2022	2023	2024 Schätzung
<b>Direkte Effekte<sup>1)</sup></b>						
Mio. Euro	17.294	10.253	8.794	16.899	20.068	21.012
Veränderung zum Vorjahr in %	+3,4	-40,7	-14,2	+92,2	+18,8	+4,7
Anteil am BIP in %	4,4	2,7	2,2	3,8	4,2	4,4
<b>Direkte und indirekte Effekte<sup>1)</sup></b>						
Mio. Euro	24.412	15.069	12.966	24.488	28.937	30.298
Veränderung zum Vorjahr in %	+3,9	-38,3	-14,0	+88,9	+18,2	+4,7
Beitrag zum BIP in %	6,2	4,0	3,2	5,5	6,1	6,3

1) Berechnungen mittels Input-Output-Modell des WIFO (ASCANIO).

Quelle: Statistik Austria, WIFO. Urlaubs- und Geschäftsreisen.

### Hauptergebnisse der Tourismus-Satellitenkonten für Österreich

Touristische Nachfrage (nominell)	2019	2020	2021	2022	2023	2024 Schätzung
<b>Mio. Euro</b>						
<b>Ausgaben ausländischer Gäste</b>	20.011	11.728	8.203	18.525	22.623	24.048
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	16.424	10.041	6.860	15.451	18.953	20.081
Tagesreisende	3.587	1.688	1.343	3.074	3.669	3.967
<b>Ausgaben inländischer Gäste</b>	10.465	6.999	8.069	12.641	13.812	14.380
Urlaubsreisende	8.947	6.184	7.113	10.779	11.800	12.282
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	6.778	4.871	5.498	8.371	9.532	9.970
Tagesreisende	2.168	1.314	1.615	2.408	2.269	2.312
Geschäftsreisende	1.518	815	956	1.862	2.011	2.098
Übernachtungsgäste <sup>1)</sup>	1.070	537	659	1.264	1.615	1.698
Tagesreisende	448	277	297	598	396	400
Imputierte Mieten für Wochenendhäuser und Zweitwohnungen	130	243	225	278	349	415
<b>Gesamtausgaben</b>	<b>30.605</b>	<b>18.970</b>	<b>16.498</b>	<b>31.444</b>	<b>36.783</b>	<b>38.843</b>

1) Hierzu zählen alle Ausgaben, die im Rahmen von Nächtigungen in entgeltlichen Unterkünften laut amtlicher Nächtigungsstatistik, Nächtigungen bei Bekannten und Verwandten, auf Festivals, in Unterkünften der Kurzzeitvermietung (z. B. Airbnb) getätigten werden, sowie weiters auch alle Ausgaben von Personen, die zu touristischen Zwecken am Zweitwohnsitz nächtigen; bei Letzteren werden lediglich die imputierten Mieten separat ausgewiesen.

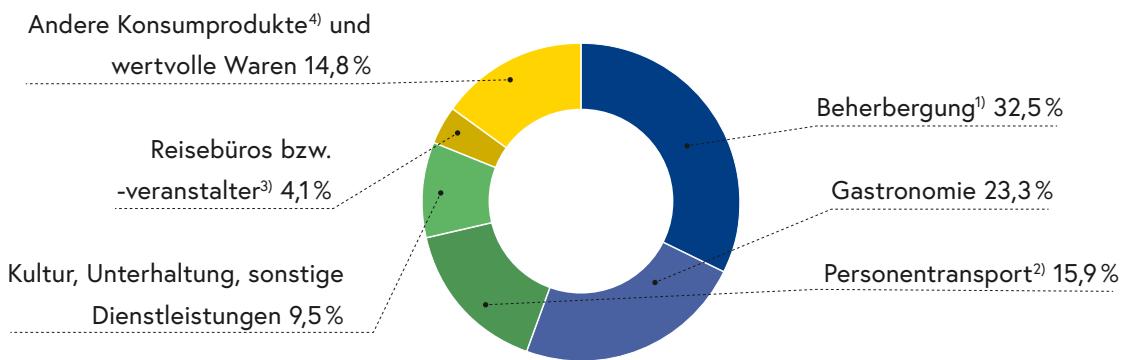
Quelle: Statistik Austria, WIFO. Basierend auf „Recommended Methodological Framework (RMF) 2008“; Urlaubs- und Geschäftsreisen.

Die Tourismus-Satellitenkonten (TSAs) erlauben auch eine Gliederung der touristischen Ausgaben nach ihrer güterspezifischen Verwendung. Im Berichtsjahr 2023 beliefen sich die Ausgaben für tourismustypische Güter und Dienstleistungen nominell auf gut 31,3 Mrd. Euro und waren damit um 20,5% höher als im Vorjahr. Ihr Anteil am gesamten Tourismuskonsum in Österreich, der mit +17,0% schwächer zunahm, stieg dadurch um 2,5 Prozentpunkte auf 85,2%. Das überdurchschnittliche Wachstum der tourismusspezifischen Ausgaben war vor allem auf die Kernbereiche Beherbergung und Gastronomie ( $\varnothing +22,8\%$ , zusammen 20,5 Mrd. Euro) zurückzuführen, aber auch der Personentransport (+18,6%) und die Reiseveranstalter (+18,4%; nur Margen) verbuchten höhere Zuwächse ihrer Einnahmen als die Tourismuswirtschaft insgesamt. Lediglich der Kultur- und Unterhaltungsbereich (einschließlich sonstiger Dienstleistungen) blieb 2023 mit nominell +12,4% deutlich hinter der Gesamtentwicklung zurück.

Infolge der unterschiedlichen Dynamik bei den Gütern und Dienstleistungen verschob sich die Gewichtung innerhalb des Tourismuskonsums 2023 im Vergleich zum Vorjahr zugunsten der Bereiche mit überproportionalem Wachstum: Am stärksten legten die Unterkünfte (+1,4 Prozentpunkte auf 32,5%) sowie die Restaurant- und Gaststätten-dienste zu (+1,3 Prozentpunkte auf 23,3%), dahinter folgte der Personentransport (+0,2 Prozentpunkte auf 15,9%). Dies ging zu Lasten des Kultur- und Unterhaltungssektors (-0,4 Prozentpunkte auf 9,5%) sowie anderer Konsumgüter und hochwertiger Waren (-2,5 Prozentpunkte). Der nominelle Marktanteil letzterer an den gesamten Tourismusaufwendungen machte 2023 14,8% aus (mit einem gegenüber 2022 unverändertem Volumen von gut 5,4 Mrd. Euro).

### Struktur des Tourismuskonsums laut TSA für Österreich 2023

Anteile in %



- 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.

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



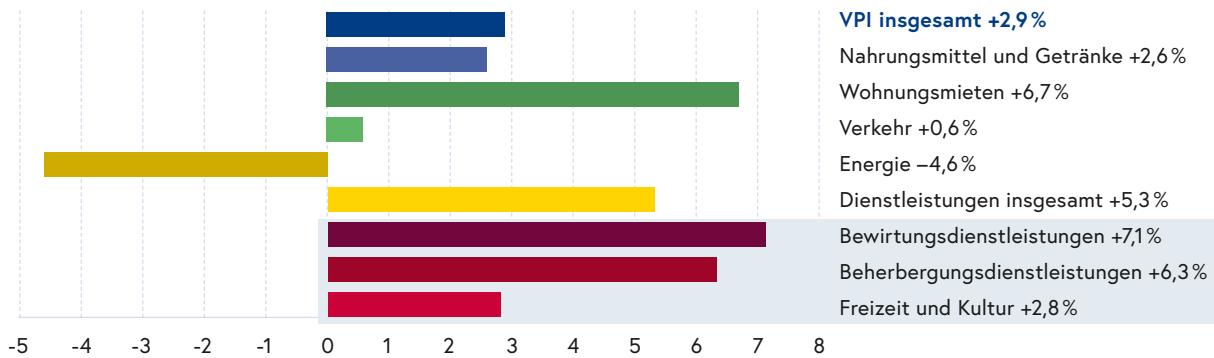
Inflation in Österreich 2024 auf Normalisierungskurs, Preissteigerung in Beherbergung und Gastronomie aber immer noch deutlich stärker

## Preisliche Wettbewerbsfähigkeit

Nach dem Höhepunkt der Teuerung in den Jahren 2022 und 2023 (+8,6% bzw. +7,9%) schwächte sich der Preisauftrieb in Österreich im Jahr 2024 merklich ab. Der Verbraucherpreisindex (VPI) stieg im Jahresschnitt nur noch um 2,9%. Die für den Tourismus besonders relevanten Dienstleistungen zeigten sich 2024 weiterhin preisdynamisch: Bewirtungsdienstleistungen verteuerten sich um 7,1%, Beherbergungsdienstleistungen um 6,3%. Damit setzte sich die überdurchschnittliche Teuerung in diesen Bereichen fort, wenn auch mit geringerer Dynamik als im Vorjahr (+12,0% bzw. +12,9%). Zu berücksichtigen ist dabei, dass die Gastronomie mit rund 11,3% weiterhin ein wesentlich höheres Gewicht am VPI hat als der Unterkunfts bereich (rund 1,7%). Unter den sonstigen touristisch bedeutsamen Positionen fiel die Entspannung bei den Energiepreisen deutlich aus (-4,5%), was sich auch dämpfend auf die Preisentwicklung im Verkehrsbereich (+0,6%) auswirkte. Weiters geringer als in den Vorjahren war auch der Preisauftrieb für Nahrungsmittel und Getränke (+2,7% nach +10,7% 2023) und Freizeit- und Kulturdienstleistungen (+2,8% nach +7,3%). Hingegen verteuerten sich Wohnungs mieten weiterhin stark (+6,7% nach +7,9% 2023).

### Entwicklung der Verbraucherpreise in Österreich 2024

Veränderungen gegen das Vorjahr in %



Quelle: Statistik Austria.

Auch in der EU 27 lag der Preisauftrieb 2024 in Gastronomie und Beherbergung mit +5,1% bzw. +5,3% deutlich unter den Preissteigerungsraten der beiden Vorjahre. Besonders kräftig verteuerten sich diese Dienstleistungen 2024 erneut in Kroatien (Bewirtung +10,2%, Beherbergung +12,8%) sowie in Griechenland (+6,0% bzw. +7,6%), in anderen zentralen Mitbewerberländern Österreichs verlief die Preisentwicklung moderater: In Italien und Spanien lag sie in der Gastronomie unter dem EU-Durchschnitt, im Beherbergungswesen in Italien im Mittel und in Spanien um 1 Prozentpunkt über diesem. In Frankreich stiegen die Preise in den touristischen Kernbereichen mit +3,1% (Bewirtung) bzw. +2,9% (Unterkünfte) sogar deutlich moderater als in der gesamten EU.

# Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Reiseverkehr

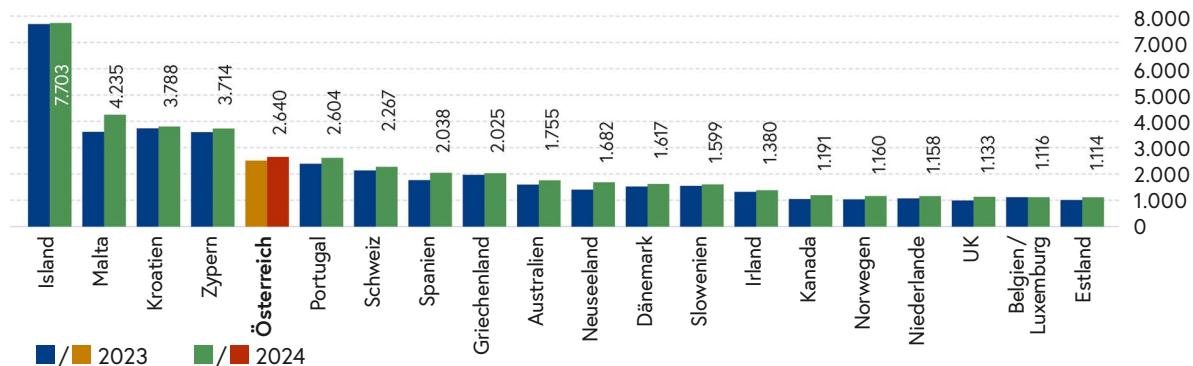
Indikator:  
2.640 €  
Pro-Kopf-  
Einnahmen

2024 setzte sich die Erholung der internationalen Reiseverkehrsexporte fort, wenngleich mit abgeschwächter Dynamik: Österreichs nominelle Einnahmen aus dem Ausland (ohne internationalen Personentransport) wuchsen im Jahresabstand um 6,0% (Schätzung; zum Vergleich: 2023 +22,0%), das mittlere europäische Wachstum über 32 Länder lag mit +9,3% zwar deutlich höher, war aber ebenfalls von abnehmender Dynamik geprägt (2023 +15,4%). Der Aufholprozess nach Ende der Pandemie dürfte also weitgehend abgeschlossen sein. Im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019 belief sich das Plus in Österreich auf 18,1%, womit es im unteren europäischen Mittelfeld lag (Europa gesamt: Ø +27,0%). In Übersee (Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA) und den BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China) expandierten die nominellen Reiseverkehrsexporte 2024 stark (+17,8% bzw. +26,5%; auf Euro-Basis), blieben aber im Vergleich zu 2019 mit +22,6% bzw. +10,7% sowohl hinter der globalen (42 Länder: Ø +24,0%) als auch der europäischen Entwicklung zurück. Die Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr lagen im Mittel aller 42 Destinationen 2024 bei nominell 245 Euro, variierten aber zwischen den einzelnen Ländern und Regionen stark, wofür vor allem die Bevölkerungsdichte verantwortlich ist. In Europa fielen die Pro-Kopf-Einnahmen mit 1.011 Euro weiterhin deutlich höher aus als in Übersee (585 Euro) und den bevölkerungsreichen BRIC-Staaten (26 Euro). Österreich belegte wie 2023 mit nominell 2.640 Euro Platz 5. Davor rangierten ausschließlich stark tourismusabhängige und sehr kleine Insel- und Küstendestinationen: Island verzeichnete aufgrund seiner geringen Bevölkerungszahl und des hohen Preisniveaus einen nach oben verzerrten Wert von 7.703 Euro; Kroatien, Malta und Zypern erzielten zwischen rund 3.700 Euro und 4.200 Euro. Unter den Länderblöcken führte 2019/2024 Europa (Ø +24,5%) vor allen Ländern (Ø +21,6%), Übersee (Ø +19,7%) und den BRIC-Staaten (Ø +8,6%).

Österreich bei den Pro-Kopf-Einnahmen im internationalen Reiseverkehr 2024 erneut unter den Top 5 von 42 Destinationen

## Nominelle Reiseverkehrsexporte pro Kopf der Wohnbevölkerung 2024

In Euro, in ausgewählten Ländern unter 42 Destinationen<sup>1)</sup>



1) Gesamtes Sample besteht aus 32 Ländern in Europa (EU 27, Island, Norwegen, Schweiz, Türkei, Vereinigtes Königreich), Australien, Japan, Kanada, Mexiko, Neuseeland, USA, BRIC-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China).

Quelle: IWF, OECD, OeNB, Statistik Austria, WIFO, wiiw, UN Tourism; WDS – WIFO-Daten-System, Macrobond. Ohne internationalen Personentransport; 2024: Schätzung der nominellen Tourismusexporte auf Basis der durchschnittlichen Entwicklung in den ersten drei Quartalen (Stand 17.02.2025).

Indikator:

**149 €**

4+5\* Betriebe

Median

**82 €**

3\* Betriebe

Median

## RevPAR – Revenue Per Available Room

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 (RevPAR = Beherbergungsumsatz/[Offenhaltetage × 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 beginnend mit den Bilanzen des Jahres 2022 die kontinuierliche Erholung der Tourismusbranche erkennbar.

Der RevPAR lag beim Median der 3\*-Hotelbetriebe 2019 noch bei 61 Euro, sank 2021 auf 37 Euro, erreichte 2022 69 Euro und stieg 2023 weiter auf 82 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 und im Jahr 2023 mit 117 Euro 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) und 2023 Werte von 149 Euro (Median) bzw. 215 Euro (TOP-Wert) erreicht werden.

### RevPAR - Revenue Per Available Room, in Euro

	2021	2022	2023
TOP 4+5* Betriebe	146	199	215
TOP 3* Betriebe	65	107	117
Median 4+5* Betriebe	87	132	149
Median 3* Betriebe	37	69	82

Quelle: OeHT.

## 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). Die fiktive Entschuldungsdauer sollte maximal 15 Jahre betragen (Grenzwert nach Unternehmensreorganisationsgesetz). Ein gesundes Unternehmen weist eine deutlich geringere Entschuldungsdauer auf.

Die fiktive Entschuldungsdauer der von OeHT geförderten Hotelbetriebe zeigt unter dem Eindruck der COVID-19-Pandemie eine differenzierte Entwicklung. So liegt die Kennzahl im Median der 3\*-Kategorie trotz leichter Steigerungen 2023 noch unter 12 Jahren. Im Median der 4+5\*-Hotelkategorie liegt der Wert in etwa ebenso bei rund 12 Jahren. Die TOP-Betriebe der 3\*-Kategorie benötigen zur rechnerischen Schuldentilgung aus eigener wirtschaftlicher Kraft auf Basis der 2023 verfügbaren Zahlen etwa 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 etwas unter sechs Jahre im Jahr 2023 senken.

### Fiktive Entschuldungsdauer, in Jahren

	2021	2022	2023
TOP 4+5* Betriebe	6,25	5,52	5,90
TOP 3* Betriebe	5,92	6,30	6,03
Median 4+5* Betriebe	10,09	10,12	12,03
Median 3* Betriebe	9,85	9,97	11,56

Quelle: OeHT.





Indikator:

**46,7 Mio.**

Ankünfte

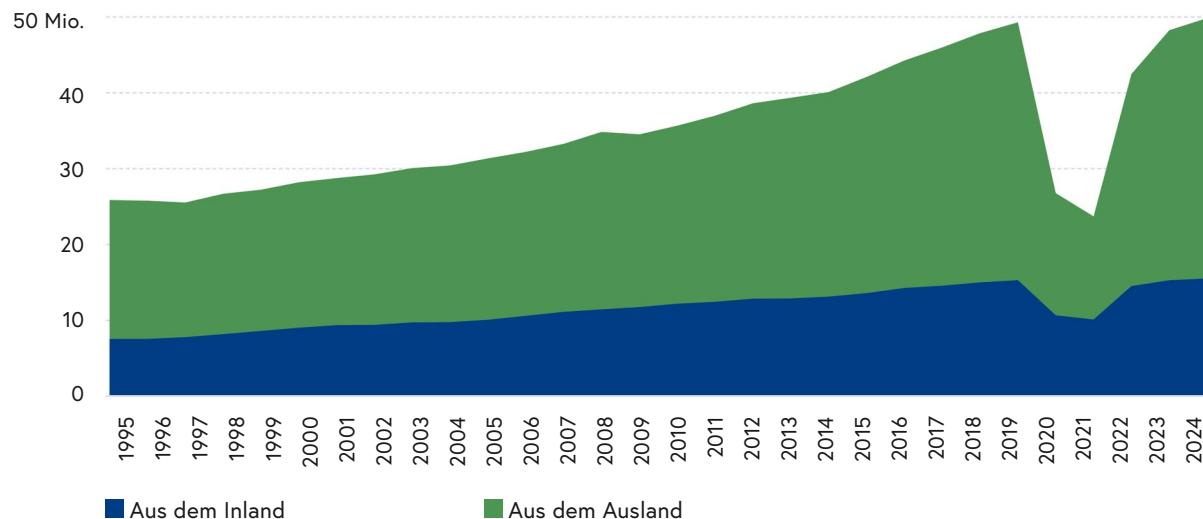
Gästeankünfte 2024 auf neuem Höchstniveau, internationale Nachfrage als Triebfeder

## Ankünfte

2024 wurde mit knapp 46,7 Mio. Ankünften in heimischen Beherbergungsbetrieben ein neuer historischer Höchstwert erreicht. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Anstieg um +3,3%. Maßgeblich für dieses Plus war der weitere Zuwachs an internationalen Gästen, deren Zahl sich um 4,2% auf 32,2 Mio. erhöhte. Damit entfielen 68,9% des Gesamtaufkommens auf ausländische Herkunftsmärkte – ein geringfügig höherer Anteil als 2023 (68,4%). Die Zahl der inländischen Gäste nahm mit +1,6% deutlich moderater auf 14,5 Mio. zu.

Im langfristigen Vergleich zeigt sich ein nahezu kontinuierliches Wachstum der Nachfrage – seit 1998 kam es nur 2009 (Finanz- und Wirtschaftskrise) und in den beiden Pandemiejahren 2020 und 2021 zu einem Rückgang der Gästezahl. Die Ankünfte haben sich in diesem Zeitraum insgesamt um +87,2% erhöht (Ø +2,4% pro Jahr). Dabei verlief die Entwicklung bei inländischen Gästen mit einem Zuwachs von +91,2% geringfügig dynamischer als jene der ausländischen Gäste, deren Zahl um +85,5% zunahm. Im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019 lagen die Ankünfte 2024 um +1,1% höher. Dabei übertraf sowohl der Binnentourismus (+1,5%) als auch die internationale Nachfrage (+1,0%) das damalige Niveau, womit neue Höchstwerte erreicht wurden.

### Entwicklung der Ankünfte in Österreich



Quelle: Statistik Austria.

# Nächtigungen

2024 setzte sich der Aufwärtstrend nicht nur bei der Zahl der Gäste, sondern auch bei den Nächtigungen fort: Mit rund 154,3 Mio. wurde hier das bisherige Rekordniveau von 2019 (152,7 Mio.) um 1,1% übertragen, gegenüber dem Vorjahr bedeutete das ein Plus von 2,1%. Für den Anstieg war in erster Linie die internationale Nachfrage verantwortlich (+2,5%), während sich der Binnentourismus verhaltener entwickelte (+0,9%). Der Anteil ausländischer Gäste am Gesamtaufkommen lag bei 73,9% (2023: 73,6%), womit sich die Bedeutung der internationalen Herkunftsmärkte weiter festigte – auch das ist ein Anzeichen, dass die Nachwehen der Pandemie zumindest hinsichtlich der mengenmäßigen Nachfrage überwunden scheinen.

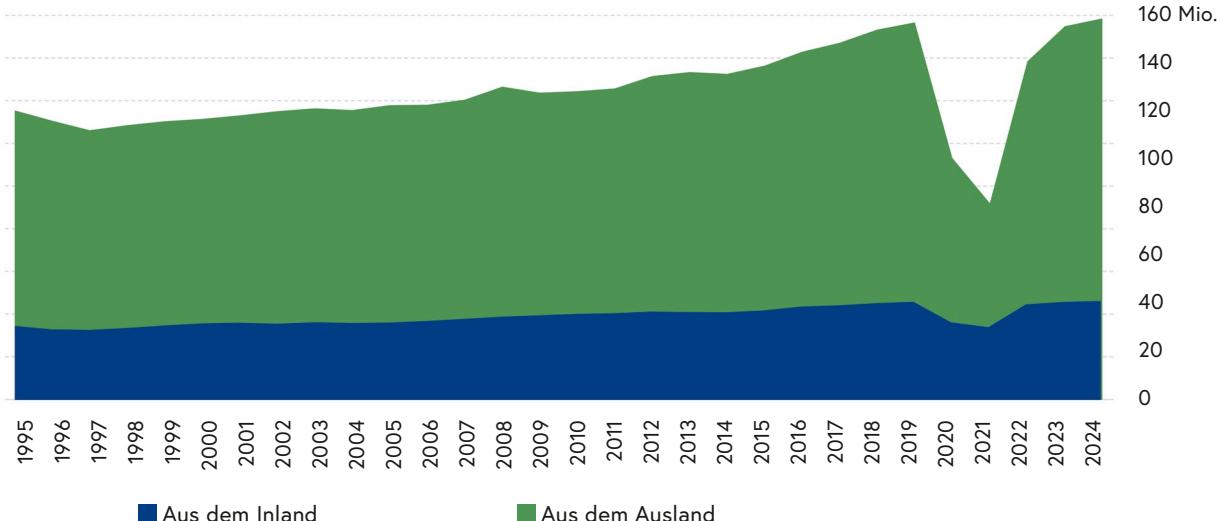
Auch in Bezug auf diesen Indikator lohnt sich ein Blick auf die längerfristige Entwicklung: Seit 1998 ist die Zahl der Nächtigungen in Österreich insgesamt um +38,8% gestiegen ( $\varnothing +1,3\%$  pro Jahr). Dabei entwickelten sich beide Gästesegmente relativ ähnlich (Inlandsnachfrage: +37,5%, ausländische Gäste: +39,3%). Gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019 nächtigten Binnenreisende 2024 um 0,8% häufiger, internationale Gäste um 1,1% – damit wurden jeweils neue Höchstmarken erreicht. Im Vergleich zum touristisch am stärksten betroffenen Pandemiejahr 2021 haben sich die Nächtigungen annähernd verdoppelt (+94,0%).

Indikator:  
**154,3 Mio.**

Nächtigungen

Nächtigungsnachfrage 2024 um 1,6 Mio. (+1,1%) höher als im bisherigen Rekordjahr 2019

## Entwicklung der Nächtigungen in Österreich



Quelle: Statistik Austria.

Indikator:

**3,3**

Nächte

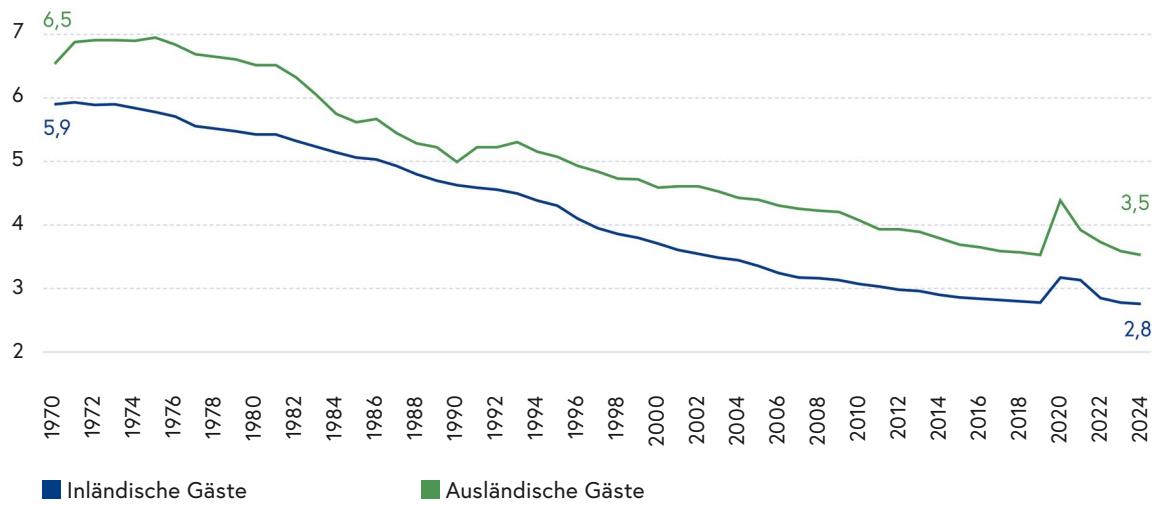
Verweildauer mit  
durchschnittlich 3,3  
Nächten je Unterkunft  
wie 2019 auf historisch  
niedrigster Marke

## Aufenthaltsdauer

Nachdem in den Pandemiejahren die durchschnittliche Aufenthaltsdauer entgegen dem langjährigen Trend um rund eine halbe Nacht gestiegen war, weil mehr Gäste ihren Haupturlaub in Österreich verbracht hatten, setzte sich bereits 2022 der frühere Pfad fort. Die Entwicklung hin zu kürzeren Aufenthalten in einer Unterkunft war demnach auch 2024 zu beobachten: Die durchschnittliche Verweildauer in einem Beherbergungsbetrieb sank gegenüber dem Vorjahr um –1,2% auf 3,3 Nächte. Damit wurde der bisherige Tiefstwert von 2019 (absolut) erneut erreicht (–0,1%). Der Rückgang fiel bei internationalen Gästen mit –1,6% (Ø 3,5 Nächte) deutlicher aus als bei inländischen Gästen (–0,7% auf Ø 2,8 Nächte).

### Entwicklung der Aufenthaltsdauer in Österreich

Zahl der Übernachtungen in derselben Unterkunft während eines Aufenthaltes



Quelle: Statistik Austria.

Hinsichtlich der Herkunft der Gäste zeigen sich markante Unterschiede: Die längste Aufenthaltsdauer verzeichneten 2024 Gäste aus den Niederlanden mit durchschnittlich 4,9 Nächten, am kürzesten verweilten Fernreisende aus Asien (China, Südkorea, Taiwan: jeweils 1,7 Nächte, Südostasien: 2,0 Nächte, Indien: 2,1 Nächte, Japan: 2,2 Nächte) und Amerika (Zentral- und Südamerika: 2,4 Nächte, USA: 2,5 Nächte), aber auch Gäste aus der Türkei, Spanien und Italien (2,4 bis 2,6 Nächte), was zum einen auf häufigere Ortswechsel im Rahmen von ausgedehnteren Reisen, zum anderen auf einen Trend zu Kurzurlauben hinweist. Auffällige Unterschiede zeigten sich auch unter den Beherbergungsformen: Während die Österreich-Gäste durchschnittlich 2,8 Nächte in Hotels (1- bis 5-Sterne) verbrachten, hielten sie sich in oft für Haupturlaube genutzten Ferienwohnungen deutlich länger auf (gewerblicher Typ: 4,6 Nächte, privater Typ: 5,5 Nächte).

## Energiemix in Beherbergung und Gastronomie

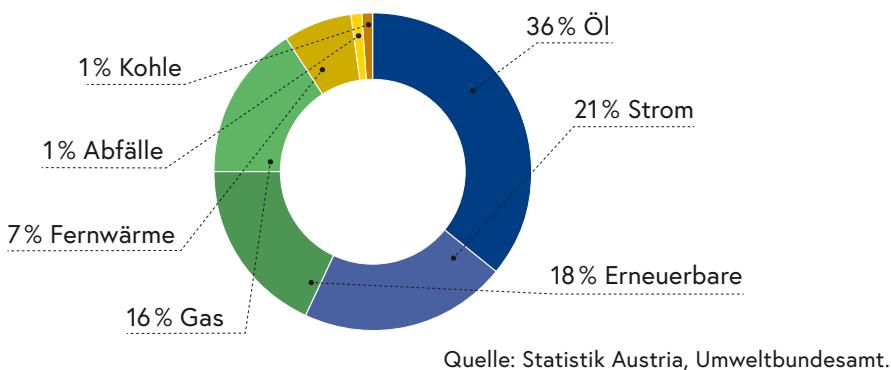
Um die ökologische Dimension im Indikatorenset abzubilden, werden vom Umweltbundesamt jährlich drei Indikatoren erarbeitet, die die Entwicklung in diesem Bereich darstellen. Damit wird die Tourismusbranche in die Bestrebungen Österreichs zur Langfriststrategie bis 2050 eingebunden und mit den Zielen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

Im Jahr 2023 (letztverfügbare Daten) entfiel der Großteil des gesamtösterreichischen 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 2023 einen Anteil von 1,2% am österreichischen Endenergieverbrauch.

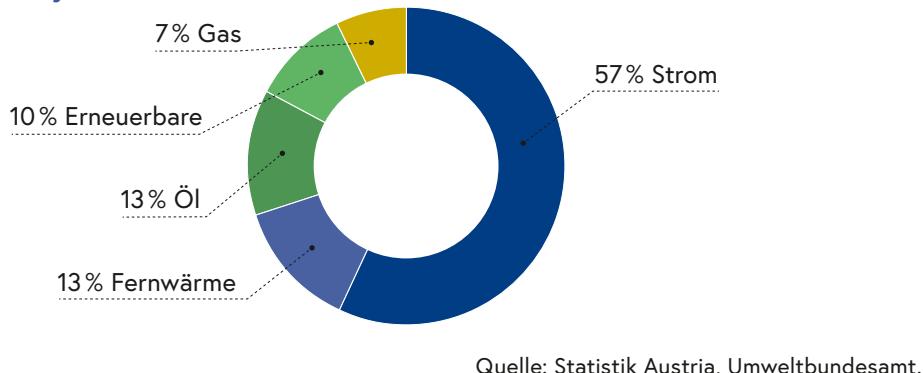
### Strom ist Hauptenergieträger

In den Sektoren Beherbergung und Gastronomie entfällt mehr als die Hälfte des Energieverbrauchs auf Strom. Erdölprodukte und Erdgas decken gemeinsam ein Fünftel der Energienachfrage. Der Anteil direkter erneuerbarer Energieträger liegt bei 10%.

### Energetischer Endverbrauch Österreich im Jahr 2023: 1.029 Petajoule



### Energetischer Endverbrauch Beherbergung und Gastronomie im Jahr 2023: 12,5 Petajoule



Indikator:

57 %

Strom

13 %

Fernwärme

13 %

Öl

10 %

Erneuerbare

7 %

Gas

Indikator:

**66 %**

Anteil erneuerbarer Energieträger

## Anteil erneuerbarer Energieträger

in Beherbergung und Gastronomie

2023 betrug der Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie 66 % und liegt damit schon jetzt über dem Zielkorridor des im Jahr 2024 veröffentlichten Nationalen Energie- und Klimaplans für 2030 (der Zielkorridor ist zwischen 57 % und 60 %). Im Zeitraum 2008–2023 stieg der Anteil von 37 % um 29 Prozentpunkte auf 66 %.

Grund für den starken Anstieg von 2022 auf 2023 war vor allem die höhere Produktion von Strom aus Wasserkraft, die 2022 aufgrund meteorologischer Verhältnisse sehr gering war, sowie ein starker Ausbau von Wind und Photovoltaik.

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	2022	2023
Beherbergung	32	36	40	40	38	39	41	41	43	37	43	44	46	50	48	51
Gastronomie	39	44	44	44	60	59	60	57	60	59	57	63	66	60	59	71
Beherbergung und Gastronomie	37	41	43	42	50	51	53	51	54	51	53	57	59	57	56	66

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.

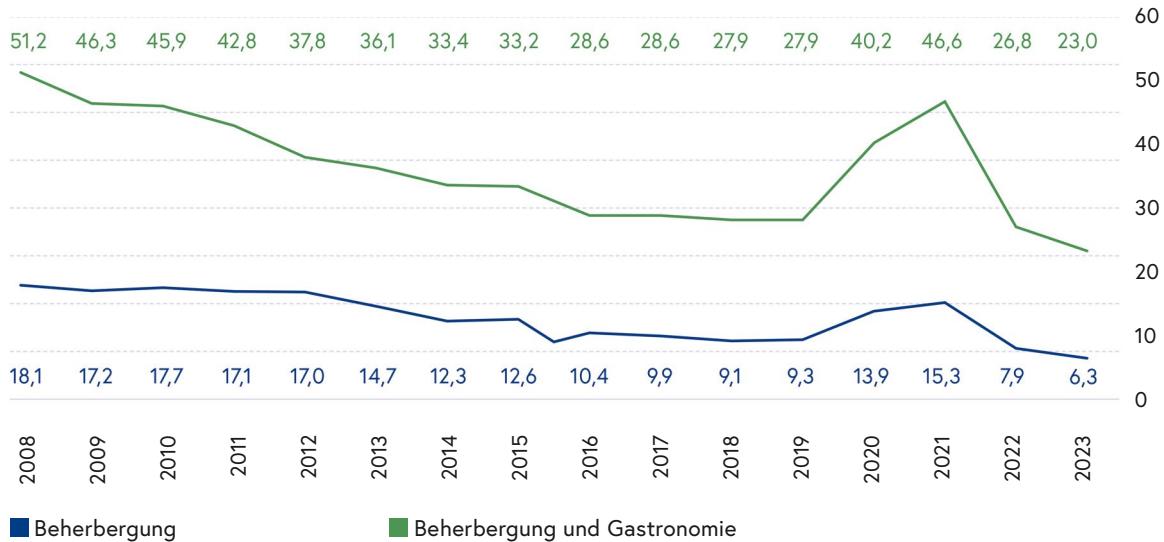
## Energieverbrauch pro Nächtigung

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-Krise 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 und haben mittlerweile das Vorkrisenniveau überholt.

Der Energieverbrauch pro Nächtigung liegt im Jahr 2023 nun wieder im langjährigen Trend. In der Beherbergung sank der Verbrauch von 18,1 kWh pro Nächtigung im Jahr 2008 auf 6,3 kWh im Jahr 2023. Inklusive Gastronomie reduzierte sich der Wert von rund 51 kWh pro Nächtigung auf rund 23 kWh.

Dieser signifikante Rückgang war sowohl auf steigende Nächtigungszahlen als auch auf einen sinkenden Energieverbrauch gegenüber 2008 zurückzuführen.

**Energieverbrauch pro Nächtigung (kWh / Nächtigung)**



Quelle: Umweltbundesamt.



Indikator:

**726**Tourismus- und  
Kulturbetriebe

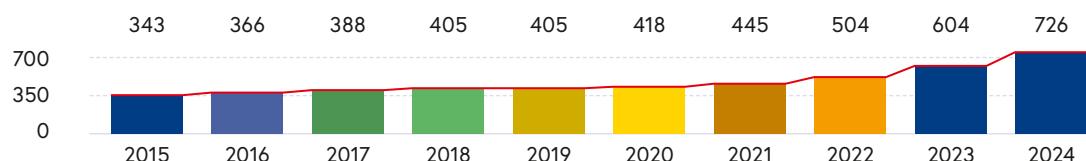
## Österreichisches Umweltzeichen

Seit 1996 gibt es im Tourismus mit dem Österreichischen Umweltzeichen ein etabliertes Nachhaltigkeitszertifikat, das sowohl nach innen eine Richtschnur in den drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (ökologisch, sozio-kulturell, ökonomisch) gibt, als auch nach außen hilft, nachhaltige Angebote im Markt zu positionieren und sichtbar zu machen. Österreich hat damals als weltweit erstes Land Standards für nachhaltig wirtschaftende Tourismusbetriebe definiert.

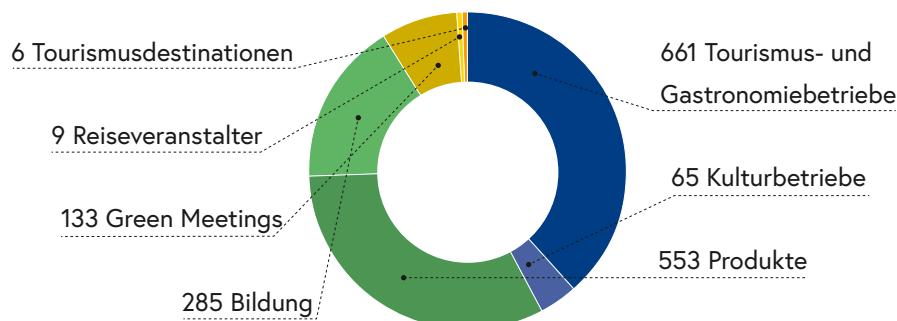
Ursprünglich nur auf Tourismusbetriebe fokussiert, ist es fast 30 Jahre später auch für Reiseangebote, Meetings und Events sowie Kulturbetriebe aus der Branche nicht mehr wegzudenken. Mit über 720 zertifizierten Standorten signalisiert der Tourismus die große Bedeutung, die Nachhaltigkeit für diesen für Österreich so wichtigen Wirtschaftszweig hat. Aufgrund der international zunehmenden Bedeutung von objektiven Nachhaltigkeitszertifizierungen im Tourismus wurde 2022 aus einer Initiative des Plan T – Masterplan für Tourismus heraus, gemeinsam mit fast 20 Tourismusdestinationen österreichweit, eine neue Umweltzeichen-Richtlinie für Tourismusdestinationen erarbeitet, die sich an internationalen Standards orientiert. 2023 konnten bereits die ersten drei Destinationen zertifiziert werden, 2024 folgten die nächsten drei. Folgende sechs Tourismusdestinationen sind damit bereits zertifiziert: Seefeld, Wagrain-Kleinarl, Nassfeld-Lesachtal-Weissensee, Saalfelden-Leogang, Kufsteiner Land, Montafon.

So gelingt es noch besser, die Bedürfnisse der Gäste, der Tourismuswirtschaft, der Umwelt und der heimischen Bevölkerung in Einklang zu bringen.

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



### Österreichisches Umweltzeichen nach Kategorien



Quelle: VKI (Werte jeweils im Dezember).

# Arbeitsmarkt

Indikator:

**226.765**Unselbstständig  
Beschäftigte

Beherbergung und Gastronomie bilden die beiden Kernbranchen im Tourismus. Die Nachfrage nach touristischen Dienstleistungen nahm in den letzten Jahren (Ausnahme: COVID-19-Krise) stetig zu. Die Branche ist gewachsen und das Wachstum hat sich in einem Beschäftigungszuwachs niedergeschlagen. Nachdem sich die Situation am Arbeitsmarkt bereits in den letzten Jahren entspannt hat, liegt das Beschäftigungsniveau 2024, trotz steigender Arbeitslosigkeit, auf einem erneuten Hoch. Ein wiederholter Zuwachs bei der Beschäftigung, eine relativ hohe Zahl an offenen Stellen und ein im Vergleich zu 2019 niedriges Niveau der Arbeitslosigkeit stehen für die positive Entwicklung in der Branche.

Trotz der guten Gesamtsituation waren 2024 im Jahresdurchschnitt 39.279 Personen (+3.203 Personen bzw. +8,9 %) aus dem Beherbergungs- und Gaststättenwesen arbeitslos gemeldet oder in AMS-Schulung. Die Zahl der vorgemerkten Arbeitslosen ist zwar gegenüber dem Vorjahr in jedem Bundesland gestiegen, lag jedoch nach wie vor um -5,8 % unter dem Vorkrisenniveau 2019.

Die Zahl der unselbstständig Beschäftigten lag im Jahresdurchschnitt 2024 mit 226.765 Personen auf dem höchsten Stand der letzten 10 Jahre, wobei das Beschäftigungsniveau von Drittstaatsangehörigen in diesem Zeitraum, mit einem Plus von 61%, besonders gestiegen ist. Im Vergleich zum Vorjahr waren im Beherbergungs- und Gaststättenwesen um +2.054 bzw. +0,9% mehr Personen beschäftigt. In allen Bundesländern, außer der Steiermark, Kärnten und Niederösterreich konnte ein Plus bei den unselbstständig Beschäftigten verzeichnet werden.

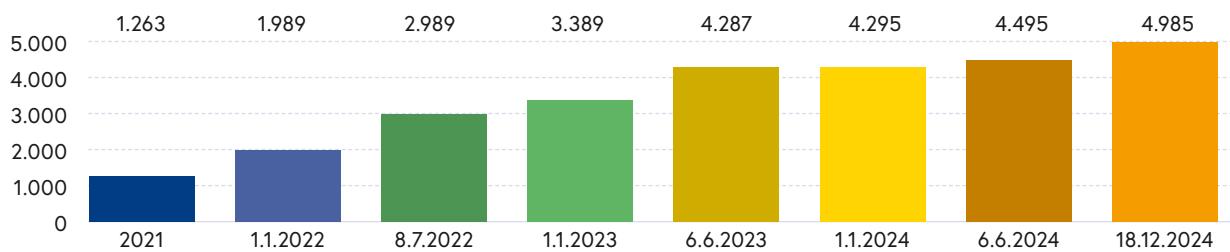
Die Beschäftigungsstruktur der Branche sticht aufgrund ihres hohen Frauenanteils (54 %) und ihres hohen Anteils an Ausländerinnen und Ausländern (59 %) hervor.

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 lag 2024 mit 9.395 beim AMS gemeldeten offenen Stellen noch leicht über dem hohen Niveau von 2019 (+5,3 %), wobei sie im Vergleich zum Jahr 2023 um -17,5 % (-1.997) zurückgegangen ist. Auch die Zahl der gemeldeten offenen Lehrstellen ist um -361 bzw. -18,3 % auf 1.608 gesunken.

## Beschäftigung ausländischer Arbeitskräfte

Die Bundesministerin für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz kann zur Deckung eines vorübergehenden zusätzlichen Arbeitskräftebedarfs im Tourismus Kontingente für die Zulassung befristet beschäftigter Saisoniers aus Drittstaaten festlegen. Das Kontingent für 2024 betrug zunächst 4.295 (2023: 4.287) und wurde im Juni aufgrund des anhaltenden Bedarfs um weitere 170 Plätze in Kärnten und 30 Plätze in Niederösterreich auf insgesamt 4.495 erhöht. Wie bereits in den Jahren zuvor war zu den Saisonspitzen eine Überschreitung der Kontingente um bis zu 50% möglich.

### Kontingente Saisoniers



Quelle: BMASGPK.

Die Kontingente im Jahr 2024 waren – wie schon in den Vorjahren – regional unterschiedlich ausgelastet. Der größte Bedarf an Saisonarbeitskräften aus Drittstaaten bestand in den Bundesländern Tirol und Salzburg und österreichweit in den Wintermonaten Dezember, Jänner und Februar sowie in den Sommermonaten Juni, Juli und August. Das AMS war bemüht, die Zulassung der Saisonarbeitskräfte im Rahmen einer flexiblen Kontingentbewirtschaftung (ein freiwerdender Kontingentplatz wird sofort nachbesetzt) bestmöglich zu steuern und so die hohe Servicequalität des touristischen Angebots zu garantieren.

Die jährlichen Saisonkontingente wurden von 2019 (1.263) bis 2024 nahezu vervierfacht und haben die Bereitschaft der Betriebe, Saisonstellen vorrangig mit Arbeitskräften aus dem vorhandenen Arbeitskräftepotenzial zu besetzen, deutlich gesenkt. Angesichts steigender Arbeitslosigkeit auch im Tourismus sollten die Betriebe offene Saisonstellen wieder verstärkt arbeitslos gewordenen Inländerinnen und Inländern und integrierten Ausländerinnen und Ausländern anbieten.

## **Stammsaisoniers**

Neben den über die Kontingente zugelassenen Saisoniers waren Ende Dezember 2024 beim AMS weitere 2.702 Personen als sog. (seit mehreren Jahren regelmäßig beschäftigte) „Stammsaisoniers“ für den Bereich Tourismus registriert. Diese Personengruppe erhält Beschäftigungsbewilligungen außerhalb der Saisonkontingente und ohne Arbeitsmarktprüfung. Davon waren 1.016 Personen wieder in Tourismusbetrieben beschäftigt.

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

Tourismusberufe waren auch 2024 wieder auf der jährlichen Mangelberufsliste für die Zulassung von Fachkräften aus Drittstaaten, so z.B. Gaststättenköchinnen und Gaststättenköche. Im Jahr 2024 hat das AMS für die Branchen Beherbergung und Gastronomie insgesamt 2.818 positive RWR-Karten-Gutachten für Fach- und Schlüsselkräfte, somit mehr als doppelt so viele wie im Jahr davor (2023: 1.064) ausgestellt.

## **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. 2024 haben 1.020 beim AMS vorgemerkte Vertriebene mit Tourismusberufen eine Beschäftigung aufgenommen. Im Jahresdurchschnitt 2024 waren insgesamt 4.520 (2023: 3.661, 2022: 2.006, 2021: 460) Personen mit ukrainischer Staatsbürgerschaft (kein Rückschluss auf Vertriebenenstatus möglich) im Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt.

Aufgrund der guten Arbeitsmarktlage und der nach wie vor relativ großen Nachfrage nach Arbeitskräften wurde 2024, wie auch in den Jahren davor, der Fokus der aktiven Arbeitsmarktpolitik primär auf die Vermittlung von Arbeitskräften und die Besetzung offener Stellen gelegt. 2024 konnten 78.428 offene Stellen (+348, +0,4%) und 4.463 offene Lehrstellen (+40, +0,9%) über das AMS besetzt werden.

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 Arbeitgeber/innen und Arbeitsuchenden ermöglicht wird. Generell stellt die Kooperation der 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 (173 Personen in der Saison 2024/2025), 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.

Insgesamt wurden 38.684 (+38 bzw. +0,1% geg. 2023) Personen mit Mitteln der aktiven Arbeitsmarktpolitik unterstützt.

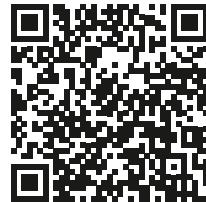
62 % der Förderungen entfielen auf Qualifizierungen, 55 % auf Unterstützungsmaßnahmen (darunter fällt die Kinderbetreuungsbeihilfe und die Betreuung in externen Beratungseinrichtungen) und 10 % auf Beschäftigungsförderungen wie der Eingliederungsbeihilfe.

2024 wurden insgesamt 24.055 Personen (+3,7% geg. 2023) 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.

# Awareness-Kampagne

## #teamtourismus

TEAM  
TOURISMUS  
STARKE ■■■ DEINE  
BRANCHE ■■■ CHANCE



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

Unter dem Claim: „**Team Tourismus = Starke Branche = deine Chance**“ startete 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 wurden seit dem Start in bisher drei Wellen bis zum Sommer 2024 authentische Sujets über Social Media ausgespielt. Die Attraktivität der Branche wurde anhand von zahlreichen Berufsbildern unterstrichen. Zusätzlich wurde eine Webseite eingerichtet ([www.bmwt.gv.at/teamtourismus](http://www.bmwt.gv.at/teamtourismus)), auf der Zahlen, Daten und Fakten sowie Informationen über Möglichkeiten zur Aus- und Weiterbildung im Tourismus zur Verfügung gestellt werden.

Die Gesamtreichweiten betragen rund 2,4 Millionen (Welle 1), rund 1,4 Millionen (Welle 2) bzw. rund 1,6 Millionen (Welle 3) erreichte Konten auf Facebook und Instagram. Die Anzahl der Link-Clicks betrug rund 24.500.

Zudem konnten rund 640.000 Seiteninteraktionen (i.e. Reaktionen, Link-Clicks, Besuch der SoMe-Profile, Homepageaufrufe, ...) und insgesamt über 39 Millionen Impressionen (i.e. angezeigte Beiträge im Bewerbungszeitraum) gezählt werden.

Die Kampagne soll laut Regierungsprogramm 2025–2029 ausgeweitet und ein noch stärkerer Fokus auf die Wertschätzung der Tourismusbeschäftigen gelegt werden.

Ich zaubere  
Glücksgefühle  
auf den Teller.

Wir führen zu den  
schönsten Plätzen.

Bundesministerium  
Wirtschaft, Energie  
und Tourismus

TEAM  
STARKE ■■■ DEINE  
BRANCHE ■■■ CHANCE

TEAM  
STARKE ■■■ DEINE  
BRANCHE ■■■ CHANCE

Indikator:

**1,6**Gäste-  
zufriedenheit

## 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 MANOVA und den neun Landestourismusorganisationen entwickelt wurde.

T-MONA erhebt umfangreiche Informationen über die Gästestruktur 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.

**Die Gesamtzufriedenheit lag im Tourismusjahr 2023/24 bei 1,6**

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.

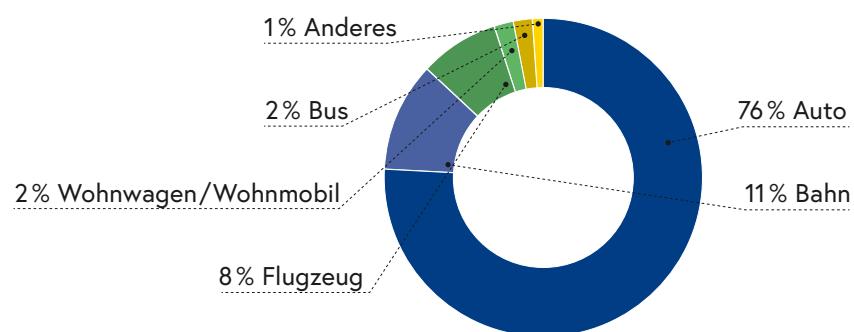
**Durchschnittliche Weiterempfehlungsabsicht: 9,3**

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

**Wieviel geben unsere Gäste im Österreich-Urlaub aus?**

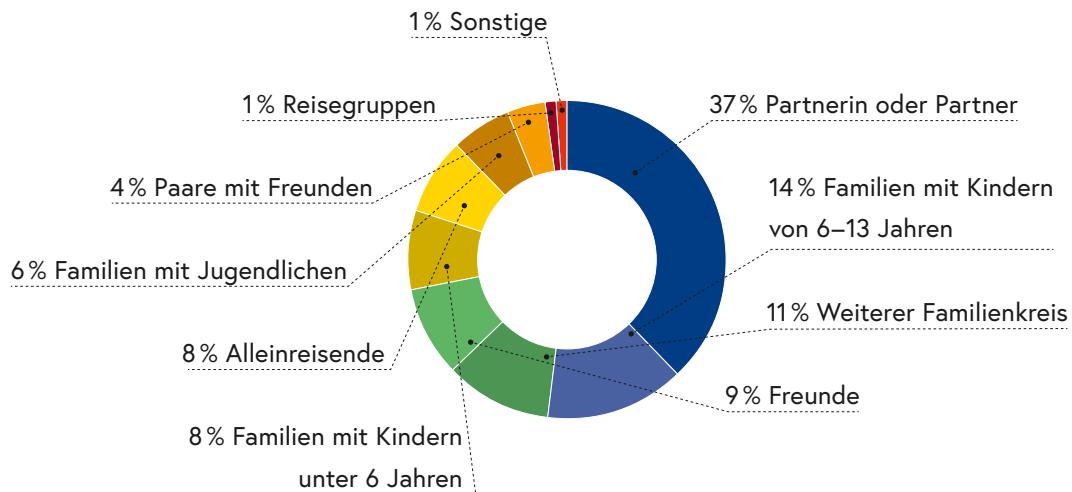
**203 Euro** pro Person pro Nacht (exkl. An- und Abreise)

**Wie reisten unsere Gäste an?**



Quelle: Österreich Werbung.

## Mit wem verbringen unsere Gäste ihren Urlaub in Österreich?



Quelle: Österreich Werbung.

## Was waren die wichtigsten Gründe für die Wahl der Destination?

### im Winter

- 31% Berge
- 25% Attraktivität des Skigebietes
- 20% Sportangebot
- 17% Landschaft/Natur
- 16% Regionale Speisen/Getränke
- 16% Angebot an Wanderwegen

### im Sommer

- 50% Berge
- 37% Angebot von Wanderwegen
- 37% Landschaft/Natur
- 31% See/Fluss
- 24% Gute Luft/Klima
- 23% Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele

### 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 187.800 Interviews generiert werden.

**Was sagen unsere Gäste über ihren Urlaub in Österreich?**

Nos ha gustado mucho el paisaje, la ciudad la oferta cultural y turística, los transportes, el ambiente pre Navidad.

“

Wir mochten die Landschaft, die Stadt, das kulturelle und touristische Angebot, den Transport, die vorweihnachtliche Atmosphäre. (Tourist/in aus Spanien)

L'Austria è un paese molto pulito e organizzato, la zona che abbiamo visitato è molto bella, panorami spettacolari, è il cibo ci è piaciuto.

Österreich ist ein sehr sauberes und organisiertes Land, die Gegend, die wir besucht haben, ist sehr schön, spektakuläre Aussichten und wir mochten das Essen. (Tourist/in aus Italien)

Austria is an amazing place filled with friendly people and majestic scenery. The culture is rich and the architecture astounding. Highly recommend.

Österreich ist ein wunderbares Land voller freundlicher Menschen und majestätischer Landschaften. Die Kultur ist reich und die Architektur atemberaubend. Sehr empfehlenswert. (Tourist/in aus den USA)

Accommodation was excellent. The area was lovely and the Summer Card was also excellent.

Die Unterkunft war ausgezeichnet. Die Gegend war wunderschön und die Sommercarrd war auch ausgezeichnet. (Tourist/in aus UK)

Heerlijk geskied, veel gefeest. Enorm genoten van weer in de bergen en buiten zijn, en met name weer in Oostenrijk zijn, mijn favoriete vakantieland, waar ik het liefst nog eens permanent zou willen wonen.

Herrliches Skifahren, viel Party. Ich habe es sehr genossen, in den Bergen und draußen zu sein, und vor allem wieder in Österreich zu sein, meinem Lieblingsurlaubsland, wo ich am liebsten wieder dauerhaft leben würde. (Tourist/in aus den Niederlanden)

”

# Tourismusakzeptanz

Die Tourismusakzeptanz-Erhebung hat zum Ziel, die Einstellungen und Wahrnehmungen der österreichischen Wohnbevölkerung gegenüber dem Phänomen „Tourismus“ ganzheitlich abzubilden.

2024 wurde erstmals von Statistik Austria in vier Befragungsquartalen die österreichische Wohnbevölkerung ab 15 Jahren anhand einer repräsentativen Stichprobe von 14.000 Personen online zu den wahrgenommenen Auswirkungen bzw. der Bedeutung des Tourismus sowie der wahrgenommenen Zahl an Touristinnen und Touristen (Volumen) befragt. Da die berufliche bzw. finanzielle Abhängigkeit vom Tourismus die Tourismusakzeptanz maßgeblich beeinflussen kann, wurde eine diesbezügliche Frage ebenfalls in die Erhebung aufgenommen.

Die wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort stellen die Grundlage für die Berechnung des Tourismusakzeptanzsaldos (TAS) für Österreich dar. Sowohl positiv wie negativ empfundene Effekte für den Wohnort werden bundesweit aggregiert und anschließend gegenübergestellt. Der Tourismusakzeptanzsaldo ist demnach die Differenz aus positiven (überwiegend positiv und eher positiv) und negativen Wahrnehmungen (überwiegend negativ und eher negativ; Schmücker und Eisenstein, 2021). Im Jahr 2024 fiel die Kennzahl mit +38 Prozentpunkten deutlich positiv aus. Ein positiver TAS bedeutet, dass der Anteil der positiv eingestellten Bevölkerung jenen mit negativer Assoziation überwiegt. „Neutral“ und „weiß nicht“ Antworten bleiben in der Berechnung des TAS unberücksichtigt, sind jedoch bei der Interpretation des TAS von Bedeutung, da sie die mögliche Höhe des TAS wesentlich beeinflussen.

Der Vergleich des TAS der einzelnen österreichischen Bundesländer liefert wichtige Erkenntnisse zur regionalen Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus. Für Wien (+48 Prozentpunkte), Kärnten (+43 Prozentpunkte), die Steiermark (+41 Prozentpunkte), Salzburg (+40 Prozentpunkte) und Vorarlberg (+39 Prozentpunkte) fiel der TAS-Wert überproportional sowie für das Burgenland (+38 Prozentpunkte) gleich hoch wie der österreichische Referenzwert aus. Dies weist darauf hin, dass die Bevölkerung dieser Bundesländer die Auswirkungen des Tourismus (per Saldo) positiver sehen als die Gesamtbevölkerung. In Ober- und Niederösterreich (+30 bzw. +32 Prozentpunkte) sowie in Tirol (+36 Prozentpunkte) war die Skepsis gegenüber den Auswirkungen des Tourismus 2024 hingegen stärker ausgeprägt als im nationalen Durchschnitt bzw. auch jener Anteil der Bevölkerung mit neutraler Einstellung oder ohne einer Meinung zu den Auswirkungen des Tourismus höher.

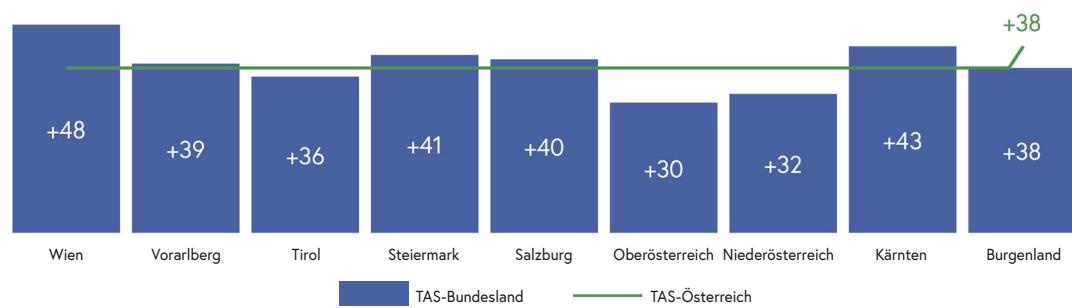


Mehrheitlich positive  
Wahrnehmung der  
Auswirkungen des Tou-  
rismus in Österreich

Jener Teil der Bevölkerung, der die Auswirkungen des Tourismus als „überwiegend positiv“ (19 %) oder „überwiegend negativ“ (2 %) empfindet, wurde auch über die Gründe dieser Einschätzung befragt. Die Hauptgründe für ein überwiegend positives Empfinden sind unter anderem die Stärkung der Wirtschaft, die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Belebung des Ortes und der kulturelle Austausch. Umgekehrt wird der Tourismus hauptsächlich aufgrund des erhöhten Verkehrsaufkommens, der (zu großen) Zahl an Gästen oder der mit höherer Nachfrage einhergehenden Preissteigerungen negativ wahrgenommen.

### Tourismusakzeptanzsaldo nach Bundesland

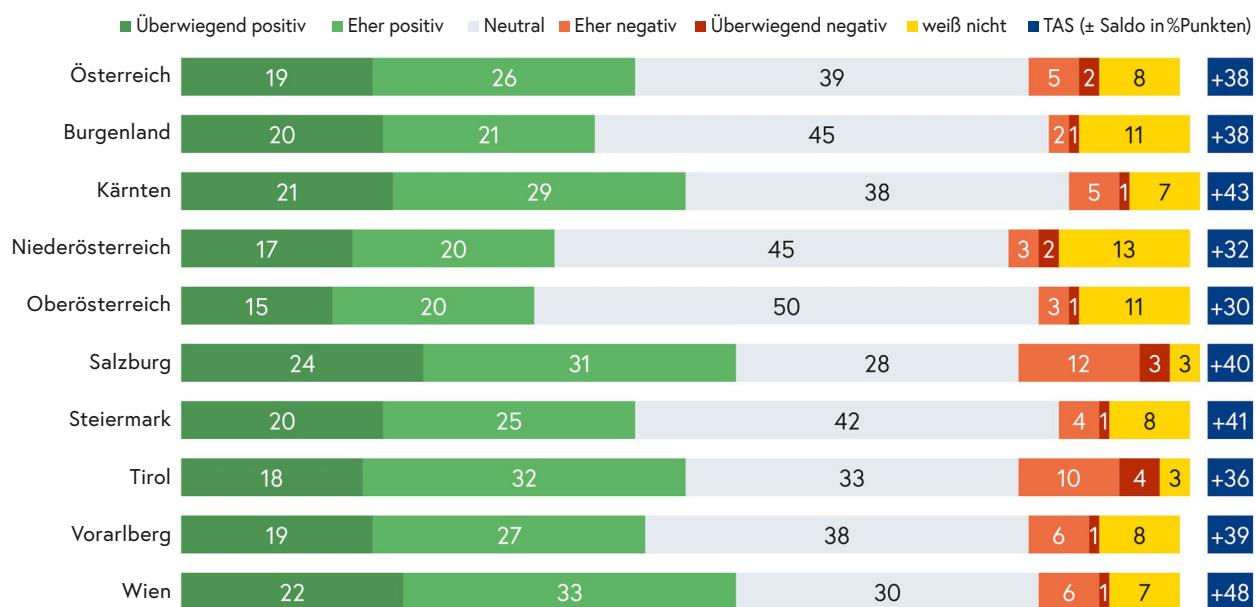
Aggregierte Ergebnisse für Österreich und die Bundesländer in Prozentpunkten



Quelle: Statistik Austria. Österreich und Bundesländer: aggregierte, gewichtete Einzelwerte der wahrgenommenen Auswirkungen auf den eigenen Wohnort.

### Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus auf den Wohnort und Tourismusakzeptanzsaldo 2024

Aggregierte Ergebnisse für Österreich und die Bundesländer, Nennungen in % der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: Statistik Austria. Österreich und Bundesländer: aggregierte, gewichtete Einzelwerte der wahrgenommenen Auswirkungen auf den eigenen Wohnort. Rundungsfehler wurden nicht ausgeglichen.

### Wie berechnet sich dieser Tourismusakzeptanzsaldo?

Berechnung am Beispiel Österreich: Für die Berechnung werden jeweils die Anteile der einzelnen Antworten in Prozent herangezogen:  
 Überwiegend positiv (19 %) + Eher positiv (26 %) + Neutral (39 %) + Eher negativ (5 %) + Überwiegend negativ (2 %) + weiß nicht (8 %) = 100 %  
 (Überwiegend positiv + Eher positiv = 45 %) – (Überwiegend negativ + Eher negativ = 7 %) = 38 Prozentpunkte = Tourismusakzeptanzsaldo (TAS)

In der Tourismusakzeptanz-Befragung wird auch die eingeschätzte Bedeutung des Tourismus für die eigene berufliche bzw. finanzielle Situation der österreichischen Bevölkerung erhoben. Demnach maßen 5 % dem Tourismus eine dahingehend sehr hohe Bedeutung zu, weitere 7 % eine hohe Bedeutung.

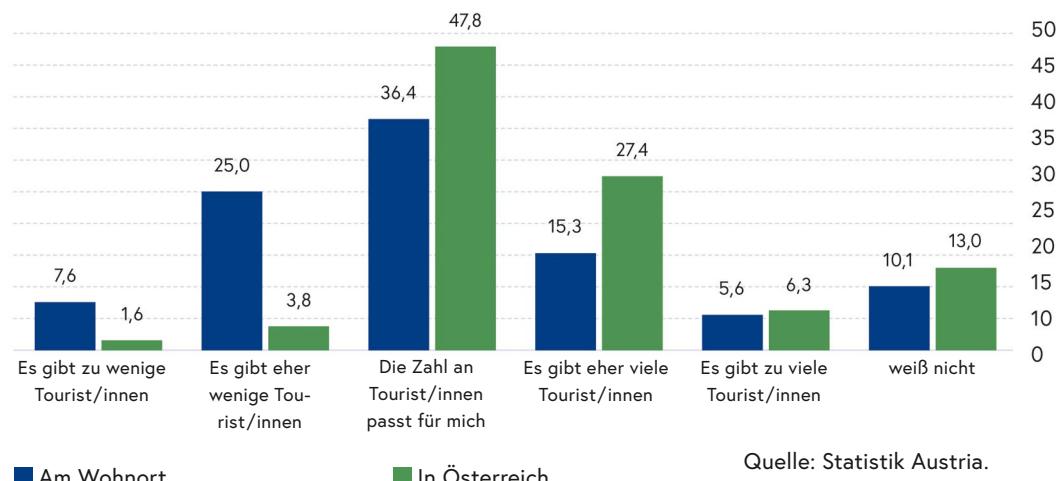
Die wahrgenommene Bedeutung des Tourismus für den eigenen Wohnort und auch für Österreich insgesamt ist ein Indiz für die Tourismusakzeptanz der Bevölkerung:

- Im Jahr 2024 gaben insgesamt vier von zehn (40 %) in Österreich wohnhafte Personen an, dass der Tourismus eine hohe Bedeutung für die Wirtschaft, den Arbeitsmarkt und die Freizeitangebote im eigenen Wohnort hat.
- Für Gesamtösterreich liegt der Anteil der Bevölkerung, die dem Tourismus eine hohe Bedeutung beimisst, bei knapp drei Viertel (73 %).

Die wahrgenommene Bedeutung des Tourismus für den eigenen Wohnort steht außerdem in signifikantem Zusammenhang mit der für sich eingeschätzten beruflichen bzw. finanziellen Abhängigkeit vom Tourismus. So zeigte sich auf Basis der Befragungen 2024, dass bei einer höheren Einstufung der Bedeutung des Tourismus für die eigene berufliche bzw. finanzielle Situation auch die Bedeutung des Tourismus vor Ort (am Wohnort) vorteilhafter bewertet wird.

### Wahrgenommenes Aufkommen an Touristinnen und Touristen am Wohnort und in Österreich 2024

Nennungen in % der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren



Quelle: Statistik Austria.

Tourismus in Österreich 2024

49

Ein weiterer wichtiger Faktor für die Tourismusakzeptanz ist die Wahrnehmung des mengenmäßigen Aufkommens an Touristinnen und Touristen am eigenen Wohnort und in Österreich insgesamt. 2024 gab der überwiegende Teil der heimischen Bevölkerung (65 %) an, dass die Zahl an Gästen sowohl am Wohnort als auch bundesweit als „passend“ eingestuft wird. 15 % der Bevölkerung empfanden das touristische Aufkommen in der eigenen Gemeinde als „eher viel“, nur 6 % als „zu viel“.

Das wahrgenommene Tourismusaufkommen variiert deutlich unter den österreichischen Bundesländern:

- Die empfundene Wahrnehmung von „zu vielen“ Gästen war in Niederösterreich nur bei 1 % vorhanden, in Salzburg hingegen bei 15 %; die Spanne bei einem als „eher viel“ empfundenem Aufkommen reichte von 4 % (wiederum in Niederösterreich) bis 35 % in Wien.
- Ebenso unterschiedlich ist auch die Saisonalität dieser Wahrnehmungen in den Bundesländern:
  - In Niederösterreich, Oberösterreich, Kärnten und im Burgenland wurde am häufigsten der Sommer als die Jahreszeit mit „zu vielen“ oder „eher vielen“ Touristinnen und Touristen genannt. Dies traf zwar auch auf Salzburg zu, jedoch attestierte hier mehr als ein Drittel auch ein ganzjährig oder im Winter zu hohes bzw. eher hohes Aufkommen.
  - In der Steiermark nannte neben dem Sommer (mit 45 %) auch ein Viertel der Befragten den Herbst als Jahreszeit mit „eher vielen“ oder „zu vielen“ Touristinnen und Touristen, während der Herbst in den meisten anderen Bundesländern seltener genannt wurde (3 % bis 20 %).
  - In Tirol und Vorarlberg empfand die Hälfte der Personen den Winter als Saison mit „zu vielen“ oder „eher vielen“ Touristinnen und Touristen, wobei in Vorarlberg der Sommer diesbezüglich von einem ebenso hohen Anteil genannt wurde.
  - In Wien wird das touristische Aufkommen von der Hälfte der Befragten als ganzjährig zu stark bzw. eher stark wahrgenommen.

## Wahrgenommenes Aufkommen an Touristinnen und Touristen am Wohnort nach Wohnsitzbundesland 2024

Aggregierte Nennungen in % der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren

	Es gibt zu wenige Tourist/innen	Es gibt eher wenige Tourist/innen	Die Zahl der Tourist/innen passt für mich	Es gibt eher viele Tourist/innen	Es gibt zu viele Tourist/innen	weiß nicht
Österreich	8	25	36	15	6	10
Burgenland	15	38	28	5	2	12
Kärnten	9	26	44	10	2	8
Niederösterreich	15	39	30	4	1	12
Oberösterreich	10	37	33	6	2	13
Salzburg	3	15	39	23	15	4
Steiermark	8	27	43	8	2	11
Tirol	3	16	41	25	11	4
Vorarlberg	4	22	47	13	4	10
Wien	2	7	35	35	11	10

Quelle: Statistik Austria. Aggregierte, gewichtete Einzelwerte der wahrgenommenen Auswirkungen auf den eigenen Wohnort.

### Die Wahrnehmung des Tourismus in Österreich:

- 73 % der Bevölkerung messen dem Tourismus eine hohe Bedeutung für Österreichs Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Freizeitangebote zu.
- 48 % der Bevölkerung finden, dass die Zahl an Tourist/innen in Österreich passt.

### Die Wahrnehmung des Tourismus am eigenen Wohnort:

- 40 % der Bevölkerung sehen den Tourismus mit einer hohen Bedeutung für Wirtschaft, Arbeitsmarkt und Freizeitangebote am eigenen Wohnort.
- 36 % der Bevölkerung empfinden das Aufkommen an Tourist/innen am eigenen Wohnort als passend.

In einer langfristigen Beobachtung der Entwicklung des Tourismusakzeptanzsaldos und der weiteren Variablen zur Tourismusakzeptanz ist herauszulesen, ob die Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung steigt oder sinkt.

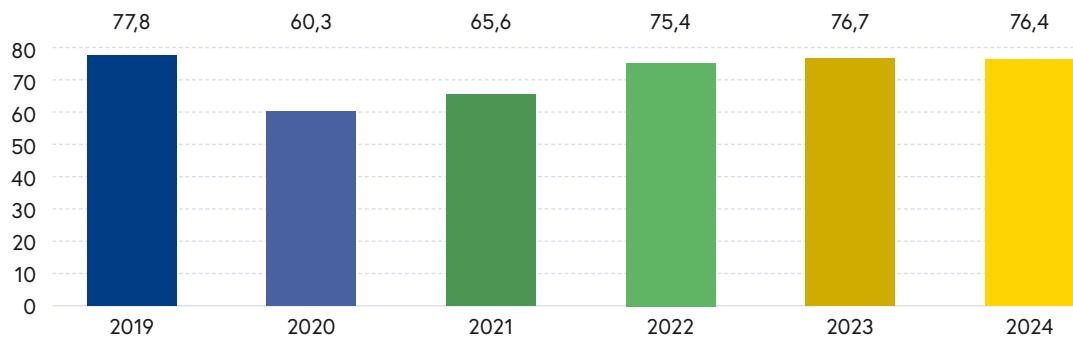


## Reiseverhalten der österreichischen Bevölkerung

2024 machten 76,4 % der heimischen Bevölkerung mindestens einmal eine Urlaubsreise. Damit ist der Anteil reisender Personen aus Österreich leicht geringer als 2023 (76,7 %). Die Zahl der Urlaubsreisen der heimischen Bevölkerung in das In- und Ausland wuchs jedoch auf 27,5 Mio. an, womit das Vergleichsniveau des Vorjahres um +1,9 % überschritten wurde.

### Urlaubsreiseintensität der österreichischen Bevölkerung (ab 15 Jahren)

Anteil der Personen mit mindestens einer Urlaubsreise mit Übernachtung in %



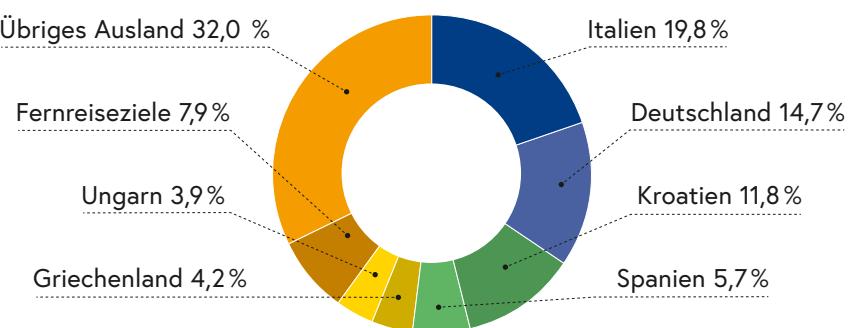
Quelle: Statistik Austria. Änderung der Erhebungsmethode von CATI auf CAWI-First mit Berichtsjahr 2023.

Gut drei Viertel der in Österreich wohnhaften Personen urlaufen zumindest einmal jährlich; 52,7 % der Reisen gehen 2024 ins Ausland, davon rund ein Fünftel nach Italien

Beinahe die Hälfte (47,3 % bzw. 13,0 Mio.) der Urlaubsreisen mit Übernachtung (inklusive Verwandten- und Bekanntenbesuche) wurde von Personen aus Österreich 2024 im Inland verbracht (+2,5 % gegenüber 2023), wobei die Steiermark (19,7 %) und Niederösterreich (14,8 %) am häufigsten frequentiert wurden. Damit ist das eigene Land die beliebteste Urlaubsdestination der in Österreich wohnhaften Personen.

Die Zahl der Urlaubsreisen mit Übernachtung im Ausland stieg 2024 auf 14,5 Mio. an (+1,4 % zum Vorjahr). Die bevorzugten Ziele stellten hier Italien (19,8 %) und Deutschland (14,7 %) dar, gefolgt von drei Mittelmeerdestinationen (Kroatien 11,8 %, Spanien 5,7 %, Griechenland 4,2 %). 7,9 % aller Auslandsurlaube von Personen aus Österreich 2024 waren Fernreisen (außerhalb Europas und der Türkei; 2023: 6,5 %).

### Bevorzugte Reiseziele der österreichischen Bevölkerung (ab 15 Jahren) auf Auslandsurlaubsreisen 2024, Anteile in %



Quelle: Statistik Austria

# Aktionsplan 2024





# Umsetzung Aktionsplan 2024

Der Plan T – Masterplan für Tourismus bildet die Grundlage für die österreichische Tourismuspolitik und setzt die Leitlinien für die zukunftsweisende Weiterentwicklung des Tourismusstandortes Österreich. Um die konsequente Umsetzung des Masterplans zu gewährleisten, wird dieser durch Aktionspläne ergänzt, die konkrete Meilensteine definieren und es ermöglichen, dynamisch auf Veränderungen in den Rahmenbedingungen zu reagieren.

Im Folgenden wird die Umsetzung des Plan T anhand des Aktionsplans 2024 mit Stand Februar 2025 dargestellt dargestellt. Den jeweiligen Meilensteinen in der linken Spalte sind Umsetzungsmaßnahmen gegenübergestellt. Deren Status wird in der mittleren Spalte nach den folgenden Kriterien im Ampelsystem bewertet:

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## TOURISMUS NEU DENKEN

### 1 Bewusstsein für den Tourismus stärken

Versachlichung öffentlicher Diskussionen durch Aufbereitung relevanter Fakten	U	Erweiterung und Veröffentlichung des jährlichen Tourismusberichts
	U	Website – zusätzliche Informationsangebote (z.B. zu Nachhaltigkeit, Arbeitsmarkt, Blackout, Betriebsübergabe)
	U	Tourismus Factsheets (z.B. zu Energieverbrauch, Nachhaltigkeit, Wintertourismus)
	U	Diverse Studien (z.B. Rechtliche Aspekte der Umsetzung der Short Term Rental Verordnung, Tourismusforschung)
Weiterentwicklung der Indikatoren zur Erfolgsmessung im Tourismus unter besonderem Fokus auf Nachhaltigkeit	U	Zusätzliche Indikatoren im jährlichen Tourismusbericht: Anzahl der Tourismusbetriebe mit Österreichischem Umweltzeichen, preisliche Wettbewerbsfähigkeit, Energieverbrauch
	U	„Nachhaltigkeits-Checks“ bei der gewerblichen Tourismusförderung: Definition von neun Key Performance Indicators (KPI) für ESG bei geförderten Tourismusbetrieben in Kooperation mit der OeKB (ESG Data Hub)
	U	Finalisierung des statistischen Rahmenwerks „SF-MST/Measuring the Sustainability of Tourism“ im „UN Tourism“-Statistikkomitee unter österreichischem Ko-Vorsitz und Annahme bei der UN Statistikkommission Ende Februar/Anfang März 2024

## 1 Bewusstsein für den Tourismus stärken

Messung der Tourismusakzeptanz – Weiterentwicklung der Methodik (insbesondere durch Erhöhung der Anzahl der Befragungen) und langfristige Absicherung der Erhebung durch Überführung in den Aufgabenbereich der Statistik Austria	U	Pilotprojekt zur Erhebung der Tourismusakzeptanz für die Jahre 2020 bis 2023; Umstellung auf ein neues langfristiges Erhebungsverfahren durch Anpassung der Tourismus-Nachfragestatistik-Verordnung 2024 erfolgt
Erhebung internationaler und nationaler Erfahrungswerte zur Lösung von Unbalanced Tourism und Ausarbeitung eines begleitenden Förderungscalls	U	Erstellung der Informationsbroschüre „Find the right balance – Anregungen für nachhaltig ausgewogenen Tourismus“
	U	Förderungscall zu „Balanced Tourism“ mit insgesamt 17 ausgewählten Projekten erfolgreich abgeschlossen
Bündelung von Expertise zu tourismuspolitischen Zukunfts-trends und Nachhaltigkeit sowie Förderung der gezielten Vernetzung	U	Start der Dialogreihe „Nachhaltigkeit im Tourismus“ – bisher fünf Webinare (Nachhaltigkeitsbonus in der Tourismusförderung, nachhaltiger Wintertourismus, Klimawandelanpassung, RESY – Daten für Destinationen, Betriebsübergabe) und zwei Präsenzveranstaltungen (Nachhaltigkeitszertifizierungen, nachhaltige Kulinarik). Nächste Präsenzveranstaltung im März 2025
	U	Themenspezifische Webseiten und diverse Vernetzungsveranstaltungen für Expert/-innen – laufender Informationsaustausch zu nationalen und internationalen Initiativen und Studien (z.B. Steuerungsgruppe Bund/Länder, Nachhaltigkeitsdialoge, Tourismus-Mobilitätstag und Plattformsitzung "Nachhaltige Mobilität im Tourismus", Tourismusforum mit HBM/STS)
Erstellung einer „Tourismus-Forschungslandkarte“ zur besseren Sichtbarmachung des Status Quo der heimischen Tourismusforschung (insb. Forschungsfelder und -einrichtungen)	U	Durchführung einer Studie zum Stand der Tourismusforschung in Österreich („Tourismus-Forschungslandkarte“) und Präsentation im Rahmen einer Netzwerkveranstaltung

## 2 Kooperationskultur etablieren

Regelmäßiger politischer Austausch zwischen Bund und Ländern zu den aktuellen Herausforderungen im Tourismus	U	Gezielte nationale Vernetzung mit Branche und Stakeholdern, wie insb. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tourismusforum mit HBM/STS</li> <li>• Stakeholderrunden (z.B. Round-Tables zum Touristischen Arbeitsmarkt)</li> <li>• Nachhaltigkeitstour und zahlreiche Betriebsbesuche von STS</li> </ul>
	U	Mehrere Abstimmungstermine Bund/Bundesländer auf Verwaltungsebene
	U	Landestourismusreferent/-innenkonferenz im September 2024 in Vorarlberg, nächste Konferenz im Herbst 2025 in Tirol
	WF	Gezielte internationale Vernetzung und Positionierung für Österreich wichtiger Themen, z.B. <ul style="list-style-type: none"> <li>• EU-Tourismusministertreffen (Spanien, Belgien),</li> <li>• Hochrangige bilaterale Treffen (u.a. Philippinen, Slowakei, Slowenien, Griechenland, UN Tourism)</li> <li>• ÖW-Delegationsreisen (Israel, Dänemark, Niederlande, UK)</li> <li>• Internationale Wasserkonferenz (Athen)</li> <li>• ITB Berlin</li> </ul>
	U	Teilnahme und aktive Mitwirkung in den Gremien und bei Events internationaler Organisationen (z.B. UN Tourism, EU, OECD)

■ U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt

■ WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung

■ IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend

■ NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## 2 Kooperationskultur etablieren

Intensivierung der Zusammenarbeit mit betroffenen Stakeholdern, insbesondere zu den Themen nachhaltige Mobilität, Energie-/Blackout-Vorsorge, Digitalisierung, Finanzierung und Tourismusmarketing	Beispiele:	
	U	Nachhaltige Mobilität – zweimal jährlicher Austausch im Rahmen der Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“; jährlicher Tourismus-Mobilitätstag
	U	Online-Leitfaden „Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie“
		Informationen zur Blackout-Vorsorge auf <a href="http://www.sichere-gastfreundschaft.at">www.sichere-gastfreundschaft.at</a>
	U	Workshops zu Tourismusakzeptanz
	U	Regelmäßiger Jour fixe mit ÖW und WKÖ zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit
	U	Stakeholder-Austausch zu den Fördermöglichkeiten der neuen gewerblichen Tourismusförderung (insb. „Deep Dive“-Veranstaltung, Workshops, Webinare)
	U	Stakeholdergipfel zum Touristischen Arbeitsmarkt
	U	Austausch im Rahmen der Allianz der zehn Tourismusmarketingorganisationen (AD10)
	U	Netzwerkveranstaltungen und Broschüren zur Inwertsetzung von grenzüberschreitenden EU-Projekten mit Tourismusbezug im Alpen- und Donauraum
	U	Internationale Veranstaltung mit der OECD zum Thema „Building Strong Tourism Destinations“ am 6./7. Juni 2024
	U	Moderne Gewerbelegitimation im Scheckkartenformat für Fremdenführerinnen und -führer
	U	Unterstützung bei der Bildung eines Netzwerks zu Gartentourismus
Österreichischer Tourismustag (ÖTT) am 22. Mai 2024 als etablierter Treffpunkt für die Tourismusbranche	U	Erfolgreiche ÖTT 2024 (Thema: „Fahrplan in die Zukunft – Gestalten wir den Tourismus gemeinsam“); ÖTT 2025 am 14. Mai (Thema: „Die Welt zu Gast in Österreich“)
Enge Abstimmung mit den Bundesländern zur Finalisierung eines Projektfahrplans zur rechtlichen und technischen Umsetzung der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung	WF	Regelmäßige Abstimmung und Bearbeitung von Arbeitspaketen (inkl. logistischer Entwürfe) in drei thematischen Arbeitsgruppen (technische Fragen, rechtliche Aspekte, digitale Gästемeldung). Nächster Workshop: 21./22. Mai 2025 in Wien

## 3 Digitale Potenziale nutzen

Weiterentwicklung des Data Space Tourism – Sammlung, Austausch und Verknüpfung tourismusrelevanter Daten zum Nutzen der Gäste und Betriebe (unter Wahrung höchster Datenschutzstandards)	U	Erhebliche Fortschritte beim Aufbau des „Tourism Data Space“ (z.B. Unterzeichnung eines MoU zwischen ÖW und weiteren Datenstakeholdern)
	U	Mitarbeit der ÖW an der Vorbereitung des European Tourism Data Space
Prototyping von Projekten zu Künstlicher Intelligenz und Augmented Reality bzw. Virtual Reality mit Fokus auf der Verbesserung der Gästeerfahrung	U	Prototyping von Augmented Reality-Use Cases (BAD ISCHL Augmented Reality Tour); sowie von Virtual Reality-Use Cases (Heißluftballon-Flug mit VR-Brille, etwa für Messen)
	U	Diverse KI-Projekte (z.B. KI-Radar, KI-Concierge, CompanyGPT)
Unterstützung der Vernetzung bzw. des Wissenstransfers zu innovativen Tourismusprojekten durch Schaffung einer Online-Plattform	U	Neugründung der Plattform „CTA – Change Tourism Austria“ als Online- und Offline-Austauschformat für Stakeholder im Tourismus-Ökosystem

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

### 3 Digitale Potenziale nutzen

Etablierung eines digitalen Beherbergungsregisters für alle touristischen Vermieterinnen und Vermieter unter Berücksichtigung der neuen Vorgaben aufgrund der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung	WF	Aktive Rolle des BMAW bei der Umsetzung der im Mai 2024 in Kraft getretenen EU STR-VO, gemeinsamer Prozess mit den Ländern bei der Erstellung eines einheitlichen Umsetzungskonzepts (unter Beziehung des BRZ); nächster Workshop am 21./22. Mai 2025
Umsetzungsstrategie zur Digitalisierung des Meldewe-sens („Digitales Gästebuch“) als Beitrag zur Entbürokratisierung und Effizienzsteigerung	U	Veröffentlichung einer Machbarkeitsstudie des BRZ und Konzeption eines dreistufigen Umsetzungskonzepts unter Einbindung sämtlicher Stakeholder (Bund/Bundesländer/Destinationen und Betriebe)
	IZ	Anpassung des Umsetzungskonzepts an die neuen europarechtlichen Vorgaben aufgrund der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung
	IZ	Weiterentwicklung des Konzepts für ein Beherbergungsregister, das nicht nur als notwendige Grundlage für das künftige digitale Gästebuch fungieren, sondern auch den Datenaustausch zwischen Behörden und Online-Plattformen verbessern soll. Zusätzliches Ziel ist die Erhöhung der Transparenz im Bereich der touristischen (Privatzimmer-)Vermietung
Stärkung der digitalen Kompetenz im Tourismus	U	Data-Stewards-Programm der ÖW zur Schulung von Mitarbeiter/innen in Tourismusmarketingorganisationen

## DIE LEITBRANCHE DES 21. JAHRHUNDERTS WEITERENTWICKELN

### 4 Tourismusstandort attraktiv gestalten

Zielgruppengerechte Aufbereitung tourismusrelevanter Entlastungsmaßnahmen der Bundesregierung für Tourismusbetriebe sowie ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (z.B. Energiekostenzuschuss, Ausbau der Kinderbetreuung, Abschaffung der Kalten Progression)	U	Fortlaufende Information der Branche zu aktuellen tourismuspolitischen Entwicklungen (z.B. Energiekostenzuschuss, Hochwasser-Krisenhilfe, Ausbau der Kinderbetreuung, diverse Steuerverbesserungen)
	U	Modernisierung des Sachbezugs für Dienstwohnungen von Tourismusbeschäftigen
	U	Ausnahmen für Tourismusmarketing im Ausland bei Meldepflichten nach dem Medientransparenzgesetz
Prozess zur Erarbeitung moderner Rahmenbedingungen für Privat(zimmer)vermietung – Schwerpunkte: Registrierungspflicht für alle touristischen Vermieterinnen und Vermieter sowie zulässige Nebenleistungen von Privatzimmervermietern und -vermieter	WF	Beauftragung mehrerer Rechtsgutachten (z.B. zu Fragen der Kompetenz, Raumordnung)
	WF	Einrichtung von Arbeitsgruppen zur Umsetzung der EU-Verordnung zur Kurzzeitvermietung, die eine Registrierungspflicht umfasst
	IZ	Identifikation möglicher Ansatzpunkte zur Erhöhung der Rechtssicherheit bei der Erbringung von Nebenleistungen und zur Schaffung eines vereinfachten Zugangs zum Gewerbe
Begleitende Unterstützungsmaßnahmen für geordnete Betriebsnachfolgen im Tourismus	U	Verstärkte Unterstützung von Betriebsnachfolgen durch die neue gewerbliche Tourismusförderung (z.B. Nachhaltigkeitsbonus, Unternehmensstabilisierungen im Vorfeld von Betriebsübergaben)
	U	Erstellung eines Online-Leitfadens mit Hilfestellungen zum Übergabeprozess und Webinar im Rahmen der Dialogreihe „Nachhaltigkeit im Tourismus“

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## 5 Ausbildung und Arbeitsmarkt fit für die Zukunft machen

Aufzeigen von attraktiven Karrierechancen im Tourismus und Schaffung von mehr Awareness für die Leistungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	U	Awareness-Kampagne „Team Tourismus: Starke Branche – Deine Chance“, 3. Welle im Juni 2024 abgeschlossen; Weiterführung der Kampagnen-Webseite zu Karrierechancen im Tourismus
Berufsinformation, Aus- und Weiterbildung im Tourismus	U	Leitfaden für Hotellerie und Gastronomie - Vom Umgang mit Gästewünschen, Anregungen und Beschwerden (3. Auflage, 2024)
	U	Beauftragung eines neuen Handbuchs „Ausbildungswege im Tourismus“ in D/E, Fertigstellung Sommer 2025
	U	Neuer Lehrberuf Fachkraft für vegetarische Kulinistik (Vegetarische Kulinistik-Ausbildungsordnung), VO am 18.12.2024, in Kraft ab 1. Juli 2025
	U	Fortführung der Unterstützung der „Get a Job- Berufsinfo-Workshops an Schulen“ (seit 2009!) durch die Zurverfügungstellung des BMAW-Handbuchs „Karriere im Tourismus – sei dabei!“
	U	Unterstützung der raschen Weiterentwicklung eines neuen Lehrplans für die Tourismusschulen, planmäßiger Start: SJ 2025
	U	Besuch der TS Semmering durch den HBM für Bildung und STS; 3-Punkte-Plan für digitale, praxisnahe und spezifische Ausbildung
	U	Absicherung der Winterpraktika an den TS Bramberg, TS Bezau und TS Bad Hofgastein
Bewusstseinsbildung für erfolgreiche Ansätze zur langfristigen Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (Best-Practice sichtbar machen)	U	Leuchtturm-Call zum Thema „Innovative Beschäftigungsmodelle und Mitarbeiterkonzepte für die Hotellerie und Gastronomie“: sechs geförderte Projekte in Umsetzung
Entwicklung eines koordinierten strategischen Maßnahmenplans des BMAW gegen den Fachkräftemangel	WF	Einrichtung eines interministeriellen Strategieausschusses für Fachkräfte zur Erarbeitung von Strategien und Maßnahmen zur Verbesserung der Anwerbung internationaler Fachkräfte für den österreichischen Arbeitsmarkt (Koordination durch BMAW)
Erleichterung der Zuwanderung von Tourismusfachkräften aus Drittstaaten im Wege der Rot-Weiß-Rot-Karte (RWR)	U	Erheblichen Steigerung des Fachkräftezuzugs im Tourismus durch Reform der Rot-Weiß-Rot-Karte
	U	RWR-Karte für Stammmitarbeiter/innen und flankierende Erleichterungen (z.B. freier Arbeitsmarktzugang für Ukrainer/innen, Anpassung erforderlicher Deutschkenntnisse)
	U	Einrichtung einer Servicestelle für RWR-Karten (Austrian Business Agency – Unit „Work in Austria“)
	U	Pilotprojekte mit dem Österreichischen Integrationsfonds (ÖIF), um angepasste Deutschkurse in Tourismusregionen zu ermöglichen
	U	Unterzeichnung von MoUs mit den Philippinen und Indonesien zur Unterstützung der Zuwanderung von Tourismusfachkräften
Verbesserung der Rahmenbedingungen für saisonale Beschäftigung von Arbeitskräften aus Drittstaaten (Kontingente und Stammsaisonierregelung)	U	Weitere Erhöhung der Saisonierkontingente auf zuletzt 4.985 Personen (Überschreitung in Saisonspitzen um bis zu 50%); Überführung der Stammsaisonierregelung ins Dauerrecht

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## 5 Ausbildung und Arbeitsmarkt fit für die Zukunft machen

Tourismusschwerpunkte des Arbeitsmarktservice (AMS) sowohl auf Ebene der Betriebe (z.B. Impulsberatungen) als auch der Arbeitssuchenden (z.B. Mobilitätsanreize, Auffrischungsmodule für Arbeitslose mit touristischer Vorerfahrung)	WF	Überregionale Vermittlung (Kooperationen mit Tourismusbetrieben, Qualifizierungsangebote mit Praktikumsteilen); Aufbau von „Welcome“-Strukturen zur Unterstützung von überregional vermittelten Arbeitskräften (Sozialleben, Kinderbetreuung, Wohnen, usw.)
	U	Berufsmesse chancen:reich (Kooperation WKO, AMS, Stadt Innsbruck) mit Zielgruppe Asylberechtigte
Mitwirkung an der Entwicklung der neuen Lehrpläne für Tourismusschulen	WF	Aktive Teilnahme des BMAW am derzeit laufenden Prozess zur Überarbeitung der Lehrpläne (unter Federführung des BMBWF)

## 6 Lebensgrundlage nachhaltig sichern

Kooperation von BMAW, WKÖ und ÖW zur Steigerung der Anzahl an nachhaltigkeits-zertifizierten Betrieben und Destinationen in Österreich als Grundlage für verstärkte internationale Kommunikationsaktivitäten	U	Nationale Zertifizierungs- und Kennzeichnungsstrategie – Gemeinsame Empfehlungen von BMAW, ÖW und WKÖ zu glaubwürdigen Standards für die Zertifizierung von Tourismusdestinationen und -betrieben
Unterstützung der Tourismusdestinationen bei der Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit und verstärkter Regionalität sowie bei der Erlangung von Österreichischen Umweltzeichen im Bereich Tourismus	Beispiele:	
	U	Unterstützung bei der Sichtbarmachung von Best-Practice-Beispielen (z.B. „Nachhaltigkeitstour“ im Sommer 2023, zahlreiche Veranstaltungen); Publikation „Nachhaltigkeit in Österreich – Touristische Vorzeigeprojekte“ der ÖW
	U	Seminare für Tourismusdestinationen zu den Kriterien des Global Sustainable Tourism Council (GSTC) sowie dem Österreichischen Umweltzeichen; zusätzliche Online- und Offline-Informationsangebote durch die Dialogreihe „Nachhaltigkeit im Tourismus“ (insb. zu Umweltzeichenzertifizierungen, nachhaltiger Wintertourismus, Nachhaltigkeitsbonus, Klimawandelanpassung); Austausch mit Tourismusdestinationen zu den Kriterien und dem Zertifizierungsprozess für das Österreichische Umweltzeichen.
	U	Koordination der Teilnahme österreichischer Destinationen an den internationalen Wettbewerben „Best Tourism Villages by UN Tourism“ 2023 und 2024
	U	Unterstützung Tirols bei der erfolgreichen Bewerbung als erste österreichische Beobachtungsstelle für Nachhaltigkeit im Tourismus (TYSTO) im INSTO-Netzwerk von UN Tourism
	U	Plattform „Tourismus und die SDGs“ – Informationen zu den 17 SDGs und praktische Beispiele aus dem Tourismus (inkl. Sammlung von Forschungsarbeiten)
Förderungscall zur Entwicklung innovativer Konzepte zur Klimafolgenanpassung und zur Steigerung der Resilienz in ländlichen Tourismusregionen	U	Auslobung des Leuchtturm-Calls zum Thema „Innovative Konzepte zur Klimafolgenanpassung und Resilienz im Tourismus“ (sieben geförderte Projekte)

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## 6 Lebensgrundlage nachhaltig sichern

Information und Unterstützung zur Intensivierung nachhaltiger Mobilität im Tourismus für Angebote in den Destinationen, attraktive Ticketlösungen und deren Bewerbung	U	Jährlicher Tourismus-Mobilitätstag – 2024 bereits zum 11. Mal; zweimal jährlicher Stakeholderaustausch im Rahmen der Plattform „Nachhaltige Mobilität im Tourismus“
	U	Internationale Kooperation im Rahmen von THE PEP Partnerschaft zu nachhaltiger Tourismusmobilität (österreichische Federführung); Präsentation eines gemeinsam erarbeiteten paneuropäischen Dokuments mit 7 Themenfeldern bei internationalem Symposium am 7./8. November 2024 in Wien
	U	Neuaufage des Leitfadens „Wie wird meine Tourismusdestination nachhaltig mobil?“
	U	Arbeitsgruppe zu „Radtourismus“ zur Koordinierung radtouristischer Aktivitäten mit Ländern und ÖW; Beitrag des BMAW zum Masterplan Radfahren des BMK
Bewusstseinsbildung und Information zu ressourcenschonendem Einsatz im Tourismus (z.B. Energiespartipps)	U	Factsheet „Energieverbrauch im Tourismus“; Online-Leitfaden „Energiemanagement in der Hotellerie und Gastronomie“

## KRÄFTE BÜNDELN

### 7 Regionalen Mehrwert schaffen

Gezielte Unterstützung von Tourismusregionen beim Etablieren von Systemen zur Messung aussagekräftiger und vergleichbarer Nachhaltigkeitsindikatoren	U	KPI-Toolkit der ÖW – Vorschläge an Tourismusdestinationen zur Implementierung aussagekräftiger ESG-Indikatoren
Gemeinsames Projekt mit dem BML für kooperative Regional- und Tourismusentwicklung in ausgewählten Pilotregionen	U	RESY-Projekt: Aufbau eines regionalen Informations- und Monitoringsystems abgeschlossen; RESY-Dashboard seit 21. Juni 2024 online: <a href="https://www.resy-dashboard.at/">https://www.resy-dashboard.at/</a>
Entwicklung einer Positionierungsstrategie sowie gezielte Kommunikations- und Kooperationsaktivitäten zur Stärkung des Images von Österreich als Kulinarikdestination	U	Neue Kulinarikpositionierung der ÖW, gemeinsam mit den Landestourismusorganisationen, basierend auf folgenden Leitgedanken: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Originale („auf Einzigartigkeit setzen“)</li> <li>• Topographie („Naturerlebnis schmeckbar machen“)</li> <li>• verstärkte Content-Kooperationen (z.B. Culinary Showroom)</li> </ul>
	U	Rückkehr des Guide Michelin nach Österreich, Präsentation im Jänner 2025
Förderung der Erstkontrollkosten für Gastronomiebetriebe und Manufakturen bei der Teilnahme am Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem des Netzwerks Kulinarik/der AMA	U	Fortsetzung der Zusammenarbeit mit Netzwerk Kulinarik und AMA (insb. Kontrollkostenförderung QHS für Gastronomie und Hotellerie)
Österreichischer Innovationspreis Tourismus 2024 zum Thema „Innovative kulinarische Erlebnisse“	U	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auslobung 2023, Verleihung April 2024 (Auszeichnung von Erfolgsbeispielen für innovative kulinarische Erlebnisse zur Positionierung Österreichs als Kulinarik-Destination)</li> <li>• Am Folgetag auch Fachveranstaltung zu Nachhaltiger Kulinarik im Rahmen der Dialogreihe „Nachhaltigkeit im Tourismus“</li> <li>• Sustainable Food Toolkit – Tipps für einen nachhaltigen Speiseplan in Gastronomie und Hotellerie</li> </ul>

- U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt
- WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung
- IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend
- NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

## 8 Tourismusmarketing erfolgreich weiterentwickeln

Konsequente Umsetzung der Strategie ÖW2026 mit den Schwerpunkten Kommunikation, Innovation und Kooperation	U	Erhöhung des ÖW-Budgets (sowohl Bund als auch WKO haben Mitgliedsbeiträge erhöht)
	U	Modernisierung der ÖW-Statuten: doppeltes Leitungsorgan, Einsetzung eines Aufsichtsrats
	U	<b>Kommunikation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neue Kampagne „Lebensgefühl“ mit reichweitenstarken Kommunikationsmaßnahmen</li> <li>• Themenkooperation Rad mit acht LTO</li> <li>• Flagship Kulturhauptstadt</li> <li>• Olympia-Auftritt der ÖW</li> <li>• Fokus auf WM Saalbach-Hinterglemm 2025</li> <li>• AUTfluencer</li> </ul>
	U	<b>Kooperation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Austrian Destination Summit</li> <li>• Neue Convention-Strategie</li> <li>• ITB 2025</li> <li>• ÖTT am 14. Mai 2025, „Wir holen die Welt zu Gast nach Österreich“</li> </ul>
	U	<b>Innovation:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• KI Radar Deep Dive</li> <li>• Neue Plattform CTA – Change Tourism Austria</li> </ul>
	U	Erster „Sustainable Tourism in Austria Summit“ (STiAS) am 24./25. Juni 2024 als Gipfel für nachhaltige Entwicklung im Tourismus
Verstärkte Positionierung Österreichs als nachhaltige Urlaubsdestination, u.a. durch kommunikativen Einsatz der nationalen Kennzeichnungs- und Zertifizierungsstrategie	U	Veröffentlichung der ÖW-Broschüre „Nachhaltigkeit in Österreich“ mit touristischen Vorzeigebespielen
	WF	Optimierung der weltweiten Netzwerks für den Tourismus durch verstärkte Kooperation von ÖW, BMEIA und AWO
Optimierung der Auslandsstrukturen läuft (elf Büros bereits umgesetzt, zwei in Umsetzung, weitere in Prüfung)		

## 9 Finanzierung und Förderung flexibler gestalten

Start der neuen gewerblichen Tourismusförderung für KMU mit den Schwerpunkten Resilienz und Nachhaltigkeit	U	Erfolgreiche Neuausrichtung der gewerblichen Tourismusförderung (inkl. neuem „Nachhaltigkeitsbonus“)
	U	Erweiterung des Förderungsangebotes durch Absenkung der Kredituntergrenze und Einführung eines „Grünen Tourismuskredits“
Einsatz von EU-Mitteln zur Unterstützung innovativer Ideen, insbesondere in Umsetzung des GAP-Strategieplans in der Förderperiode 2023–2027	WF	Vorbereitung der weiteren Beteiligung des Tourismus am GAP-Strategieplan 2023–2027 durch Erarbeitung der Rechtsgrundlagen (geplanter Start von Förderungscalls: 2. HJ 2024)
Fortsetzung der Unterstützung der alpinen Infrastruktur auf Basis des Rahmenförderungsvertrages für die Förderung der alpinen Infrastruktur 2023–2027	U	Abschluss eines Rahmenförderungsvertrags mit dem Verband alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) bis 2027 am 7. September 2023
	U	Soforthilfe-Maßnahme in Höhe von 3 Mio. Euro aus Tourismusförderungsmitteln zur Sanierung von ausgewählten Schutzhütten

■ U – umgesetzt / wesentliche Teilschritte plangemäß umgesetzt

■ WF – weit fortgeschritten / wesentliche Teilschritte plangemäß in Umsetzung

■ IZ – im Zeitplan / wesentliche Teilschritte plangemäß ausstehend

■ NU – nicht umgesetzt / wesentliche Teilschritte planwidrig ausstehend

# Österreichische Hotel- und Tourismusbank



# Österreichische Hotel- und Tourismusbank (OeHT)

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist die einzige Branche in Österreich, die mit der Österreichischen Hotel- und Tourismusbank Gesellschaft m.b.H. (OeHT) eine Einrichtung zur Verfügung hat, 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 Finanzierungsengpässen. Seit mehr als 75 Jahren ist die OeHT eine verlässliche Partnerin der gesamten Branche und prägt deren Entwicklung mit einem umfassenden und maßgeschneiderten Leistungsportfolio. Sie steht im Eigentum der Österreichischen Kontrollbank AG (OeKB) und der Raiffeisen ÖHT Beteiligungs-GmbH.

Als Förderungsinstrumente stehen der OeHT geförderte Kredite, Haftungen und Zuschüsse zur Verfügung. Seit April 2023 gelten neue Förderungsrichtlinien des Tourismusministeriums. Sie fördern gezielt die ökologische Transformation, bessere Mitarbeiterinfrastruktur und Betriebsnachfolgen.

## Der neue Grüne Tourismuskredit

Der österreichische Tourismus nimmt im Bereich der Nachhaltigkeit eine Vorreiterrolle ein. Um diese Position weiter auszubauen, hat das Tourismusministerium in Zusammenarbeit mit der OeHT den Grünen Tourismuskredit, ein neues, attraktives Förderungsinstrument geschaffen. Durch die zinsgünstige Finanzierung von grünen Investitionen wird die Transformation der Tourismusbranche zielgerichtet unterstützt, was auch zur Erreichung der EU-Klimaziele beiträgt.

Der Grüne Tourismuskredit bietet für zehn Jahre einen erhöhten Zinszuschuss von 3% p.a. für Kredite zwischen 70.000 Euro und 1.000.000 Euro bei Projektvorhaben bis max. 2.000.000 Euro. Voraussetzung ist, dass mindestens 20% der Investitionskosten in Energieeffizienz, Ressourcenschonung oder Emissionsreduktion fließen. Denkbare Anwendungsbeispiele für den Grünen Tourismuskredit sind Investitionen, die mit thermischen Sanierungen, dem Umstieg auf Heizsysteme mit erneuerbaren Energien, dem Fenstertausch zur Energieoptimierung, Entsiegelungsmaßnahmen, Dach- oder Fassadenbegrünungen oder der Errichtung von E-Ladestationen einhergehen. Zusätzlich werden nachhaltige Investitionsprojekte mit dem Nachhaltigkeitsbonus in Höhe von 7% (max. 350.000 Euro) mit einem nicht rückzahlbaren Einmalzuschuss unterstützt.

Durch diese gezielte Förderung nachhaltiger Investitionen trägt der Grüne Tourismuskredit nicht nur zur ökologischen Transformation des Tourismus bei, sondern stärkt auch die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe. Nachhaltige Unternehmen sparen Kosten, verbessern ihre Marktstellung und erfüllen die Erwartungen umweltbewusster Gäste. Damit leistet die OeHT einen wesentlichen Beitrag zur Zukunftsfähigkeit und Innovationskraft des österreichischen Tourismus.

### **Nachhaltigkeit als Erfolgsfaktor im österreichischen Tourismus und im Fokus von betrieblichen Finanzierungen**

Die Transformation der Tourismusbranche hin zu mehr Nachhaltigkeit ist eine zentrale Herausforderung und zugleich eine große Chance für den Wirtschaftsstandort Österreich. Die OeHT leistet mit gezielten Förderungsprogrammen einen wesentlichen Beitrag zur ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Nachhaltigkeit im Tourismus. Sie ist nicht nur Förderungsstelle und Bank, sondern auch wertvolle Know-how-Geberin für die Tourismusbranche. Der Fokus auf Nachhaltigkeit und Resilienz zeigt sich auch im Bereich der veröffentlichten Branchenkennzahlen, die kürzlich auch um den ESG-Bereich ausgeweitet wurden. Mit Start der neuen gewerblichen Tourismusförderung 2023 hat die OeHT eine weitere Refinanzierungskooperation mit der Europäische Investitionsbank (EIB) beschlossen, um den klimagerechten Wandel im Tourismus in Österreich gemeinsam zu finanzieren und voranzutreiben. Dazu stellte die EIB der OeHT einen Finanzierungsrahmen von 150 Mio. Euro zur Verfügung, der 2024 vollständig abgerufen werden konnte. Die EIB-Auflage, mehr als 20 % für „grüne“ Projektkosten zur Verbesserung der betrieblichen Nachhaltigkeit einzusetzen, wurde von der OeHT deutlich übertroffen: In den geförderten Gesamtprojektkosten 2024 stecken mehr als 37 Mio. Euro an grünen Investitionskosten.

Auch in Zukunft wird die OeHT innovative Finanzierungsinstrumente bereitstellen, um den nachhaltigen Wandel der Tourismusbranche aktiv zu unterstützen und zu beschleunigen. Für 2025 wird eine weitere Kooperation mit der EIB angestrebt.

### **Branchenherausforderung Betriebsübergabe**

Laut einer Studie der KMU-Forschung Austria planen bis zu 75 % der österreichischen Hotel- und Gastronomiebetriebe in den kommenden Jahren bis 2033 eine Betriebsübergabe – ein bedeutendes und oft herausforderndes Vorhaben. Betriebsübergaben nehmen nicht nur erhebliche zeitliche Ressourcen in Anspruch, sondern sind auch von hoher Komplexität und Emotionalität geprägt. Die wirtschaftlich angespannten Rahmenbedingungen der letzten Jahre haben die Herausforderung zusätzlich verschärft. Etwa 98 % der österreichischen Tourismusbetriebe sind Kleinst- und Kleinunternehmen<sup>1</sup>. Die Betriebsübergabe bindet erhebliche Ressourcen und stellt insbesondere familien- und inhabergeführte Betriebe vor große Herausforderungen. Ein gut strukturierter, zeitnah gestarteter und extern begleiteter Prozess ist einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren bei der Übergabe im Familienverbund.

<sup>1</sup> Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik; 1. Aufarbeitung Dezember 2023 (aus Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen, 61. Ausgabe, März 2025).

Auch Förderungen können in diesem Zusammenhang wertvolle Impulse und finanzielle Stütze bieten. Die OeHT und das Tourismusministerium stellen im Rahmen der gewerblichen Tourismusförderung unterschiedliche Finanzierungs- und Förderungslösungen bereit, um den Übergabeprozess gezielt zu begleiten. Dabei haben Übernehmerinnen und Übernehmer die Möglichkeit, auf mehrere Förderungsinstrumente zurückzugreifen, die den Übergabeprozess auf unterschiedliche Art und Weise maßgebend unterstützen.

#### **OeHT-Unternehmensstabilisierung**

Bereits vor der Übergabe kann die OeHT mit einer Unternehmensstabilisierung dazu beitragen, das zu übergebende Unternehmen auf eine wirtschaftlich stabile Grundlage zu stellen und den Übergabeprozess zu erleichtern. Dies erfolgt über die Ausarbeitung eines Stabilisierungskonzepts, das in Zusammenarbeit mit den Finanzierungspartnern und der Unternehmerfamilie unter Moderation der OeHT entwickelt wird. Eine Neuordnung der Finanzierungsstruktur und eine Analyse der operativen Abläufe im Unternehmen helfen den Fremdkapitalaufwand zu reduzieren und an das zukünftige Betriebsergebnis anzupassen. Fallabhängig kommen als Förderungsinstrumente die OeHT-Haftung im Rahmen einer Umschuldung und/oder der Zinsenzuschuss für einen restrukturierten Kredit der finanziierenden Hausbank zum Einsatz.

#### **OeHT-Jungunternehmerförderung**

Für den erfolgreichen Start in die Selbständigkeit kann ein individueller Förderungsmix aus gefördertem Kredit, Einmalzuschuss von OeHT und Land und OeHT-Haftung für kleine bis mittlere Investitionsvorhaben (50.000 bis 500.000 Euro) zusammengestellt werden. Die OeHT-Jungunternehmerförderung zeigt, wie der Bund in Zusammenarbeit mit den Ländern als One-Stop-Shop ein attraktives und umfassendes Finanzierungs- und Förderungspaket bietet, um engagierten Menschen den Einstieg in die Tourismus- und Freizeitwirtschaft zu ermöglichen.

#### **OeHT-Investitionskredit mit Nachhaltigkeitsbonus**

Für größere Investitionsprojekte steht zur Finanzierung ein OeHT-Investitionskredit mit einem Zinsenzuschuss des Bundes i.H.v. max. 2% p.a. für zehn Jahre zur Verfügung. Zusätzlich bietet der Nachhaltigkeitsbonus für Digitalisierung und Wirtschaft einen weiteren Anreiz für Investitionen im Rahmen von Betriebsübernahmen: Es kann ein Einmalzuschuss in Höhe von bis zu 7% (max. 350.000 Euro) für jene Investitionskosten gewährt werden, die innerhalb von drei Jahren nach Betriebsübergabe durchgeführt und in der Bilanz aktiviert werden.

#### **Wertschöpfungsstudie Tourismus - Regionale Wertschöpfung von geförderten Tourismusinvestitionen**

In einer vom Tourismusministerium beauftragten Studie hat die Tourism Investment Services GmbH (TIS), eine 100 %ige Tochtergesellschaft der OeHT, die Wertschöpfungseffekte und die Auswirkungen von geförderten Investitionen in Tourismus- und Freizeit-

betrieben auf den regionalen Arbeitsmarkt untersucht. Dazu wurden im Zeitraum von 2020 bis 2023 abgeschlossene Investitionsprojekte im Hinblick auf die bewilligten und abgerechneten Kosten, die Mitarbeiterentwicklung, die Lieferantenstruktur und die Entfernung der Lieferanten zum Investitionsstandort analysiert.

Die Studie ergab, dass die tatsächlichen Investitionskosten in vielen Fällen die ursprünglich geplanten Kosten übersteigen. Nach den Investitionen stieg die durchschnittliche Mitarbeiterzahl in den Betrieben um rund 11%. Eine deutliche Präferenz für lokale Lieferanten wurde festgestellt, wobei etwa 92% der Leistungserbringer aus Österreich stammen. Die Studie bestätigte, dass im Median rund 81% des Investitionsvolumens innerhalb eines 60-Kilometer-Radius um den Investitionsstandort wertschöpfungswirksam werden, was die Bedeutung der regionalen Wertschöpfung unterstreicht.

Die Ergebnisse zeigen, dass Tourismusinvestitionen einen signifikanten Beitrag zur regionalen Wirtschaft leisten und die lokale Wertschöpfung noch stärker positiv beeinflussen als bisher angenommen. Aufgrund der Zusammenarbeit mit lokalen Lieferanten haben die Investitionen nicht nur positive Effekte auf die Beschäftigung, sondern auch auf die wirtschaftliche Stabilität der Region.



### **Hochwassersonderförderungsprogramm für den Tourismus – Soforthilfemaßnahme für betroffene Unternehmen**

Die Betriebliche Hochwasserhilfe 2024 für Katastrophenschäden im Zuge des Hochwasserereignisses im September 2024 wurde in Zusammenarbeit zwischen dem Tourismusministerium, der aws und der OeHT als kurzfristige Soforthilfeaktion ins Leben gerufen. Um durch das Hochwasser geschädigte Unternehmen beim Wiederaufbau zu unterstützen, werden über die OeHT zinsfreie erp-Tourismuskredite und entgeltfreie OeHT-Haftungen bereitgestellt. Die Förderung richtet sich an Tourismusbetriebe, die von der Hochwasserkatastrophe im September 2024 betroffen sind. Voraussetzung ist, dass das Ereignis von der zuständigen Behörde offiziell als Katastrophe anerkannt wurde. Die OeHT ist darauf spezialisiert, flexibel und schnell auf unvorhergesehene Herausforderungen in der Tourismusbranche zu reagieren. Mit maßgeschneiderten Förderprogrammen wie der Betrieblichen Hochwasserhilfe 2024 stellt sie sicher, dass betroffene Betriebe in Krisenzeiten die notwendige Unterstützung erhalten, um ihre wirtschaftliche Stabilität zu bewahren und ihre Zukunft nachhaltig zu sichern.

## Förderungen im Jahr 2024

Die OeHT konnte mit ihren geförderten Finanzierungsprodukten im Jahr 2024 Investitionen mit einem Gesamtvolumen i.H.v. rd. 499 Mio. Euro betreuen, was einer deutlichen Steigerung gegenüber dem Vorjahr 2023 entspricht. In Bezug auf die Anzahl an geförderten Projekten (60) nahm Tirol die Position des Spitzenreiters ein, hinsichtlich des von der OeHT unterstützten Gesamtinvestitionsvolumens (rd. 152 Mio. Euro) war hingegen Salzburg führend. Dahinter folgen die Bundesländer Tirol mit einem Investitionsvolumen i.H.v. rd. 136 Mio. Euro und Vorarlberg mit rd. 57 Mio. Euro. In Gesamtbetrachtung wurden 2024 rd. 95% des von der OeHT geförderten Investitionsvolumens der Tourismus- und Freizeitwirtschaft durch geförderte Kreditprodukte unterstützt.

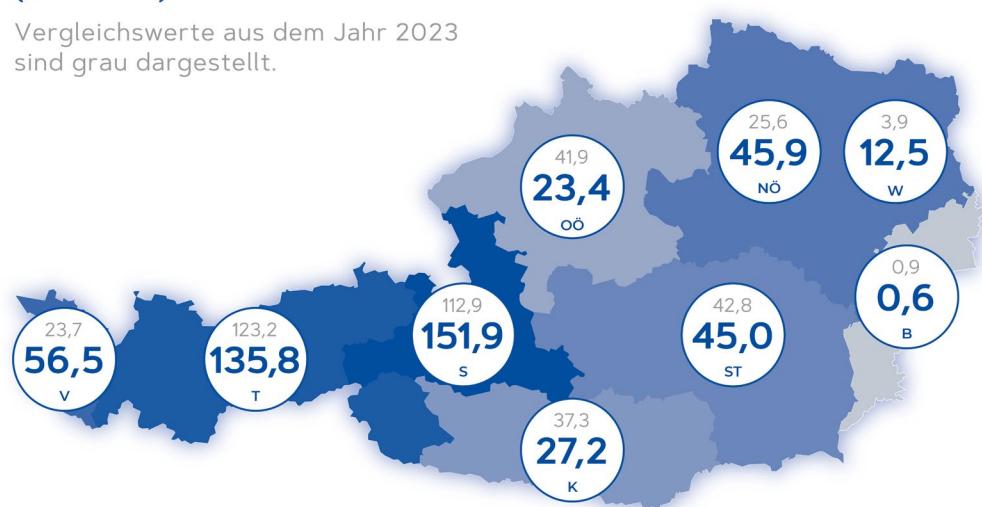
Obwohl der Wirtschaftsstandort Österreich im Jahr 2024 in gesamtwirtschaftlicher Be- trachtung aufgrund anhaltender schwieriger Rahmenbedingungen mit unterschiedlichsten Herausforderungen konfrontiert war, hat sich der Tourismus als echter Konjunkturmotor für die österreichische Wirtschaft erwiesen. In diesem Zusammenhang konnte das von der OeHT betreute Investitionsvolumen gegenüber dem Vorjahr 2023 um knapp 21% gesteigert werden. Neben typischen Qualitätsverbesserungen und dem Ausbau des betrieblichen Leistungsangebots, umfassten die Investitionsschwerpunkte vor allem den Ausbau der Mitarbeiterinfrastruktur und die Verbesserung der betrieblichen Energieeffizienz. Bedingt durch ein verändertes Reiseverhalten und neue Gästeansprüche steht zunehmend auch die Optimierung bestehender betrieblicher Infrastruktur und Kapazitäten im Fokus der Investitionstätigkeit der Branche. So kann beispielsweise beobachtet werden, dass anstelle von klassischen Kapazitätserweiterungen im Zimmerbereich, die Neudimensionierung von bestehenden Zimmern mitunter im Vordergrund steht.

Insgesamt haben die im Jahr 2024 von der OeHT abgewickelten Förderungen und das neue gewerbliche Tourismusförderungsprogramm maßgeblich dazu beigetragen, den Tourismusstandort Österreich nachhaltig und gezielt zu stärken.

## Investitionsvolumen 2024 Bundesländervergleich

(in Mio EUR)

Vergleichswerte aus dem Jahr 2023 sind grau dargestellt.





\* inkl. Unternehmensstabilisierung und Equity Growth

## Fitness-Check 2024 für die Hotellerie: Verbessertes Auslastungsniveau und Herausforderungen im Aufwandsbereich

Der „Fitness-Check 2024“ analysiert Daten aus 2023 von fast 800 Betrieben unter Anwendung des Standards STAHR (Standard der Abrechnung für Hotels und Restaurants) und ermöglicht eine präzise Standortbestimmung zur strategischen Weiterentwicklung. Der Fitness-Check liefert wertvolle Einblicke in die aktuellen Herausforderungen und Chancen der Hotelbranche. Auf Basis dieser Erkenntnisse passt die OeHT ihr Angebot an Finanzierungen und Förderungen gezielt an die aktuellen Bedürfnisse an.

Besonders erfreulich ist, dass die gestiegenen Offenhaltungstage auch zu einer verbesserten Auslastung geführt haben. Die verlängerten Betriebszeiten wirken sich daher positiv auf die Ergebnisse der Hotelbetriebe aus. So konnte die Ferienhotellerie ihre Position als Ganzjahresdestination weiter festigen. Die Auslastung, gemessen in Vollbelegstagen (VBT), wurde in allen Kategorien im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert, was die Anpassungsfähigkeit der Betriebe unterstreicht.

- 3-Sterne-Betriebe: Anstieg von 150 auf 164 VBT (+9,3%)
- 4-Sterne-Betriebe: Anstieg von 164 auf 179 VBT (+9,1%)
- 4S- und 5-Sterne-Betriebe: Anstieg von 183 auf 200 VBT (+9,3%)

## Sinkende Betriebsergebnisse trotz höherer Auslastung

Gleichzeitig sind die Betriebsergebnisse, gemessen am Gross Operating Profit (GOP), deutlich zurückgegangen. Die Ergebnisse des Fitness-Checks 2024 zeigen, dass insbesondere Mitarbeiterkosten und Energiepreise die wirtschaftliche Performance der Betriebe derzeit belasten. Trotz höherer Nächtigungszahlen und inflationsbedingter Preisanpassungen konnten die gestiegenen Kosten nicht vollständig weitergegeben werden. Besonders betroffen sind die gehobenen Kategorien, in denen der GOP im Vergleich zum Vorjahr stärker sank als im 3-Stern-Bereich.

- 3-Sterne-Betriebe: Rückgang um 0,55 Prozentpunkte auf 22,64 %
- 4-Sterne-Betriebe: Rückgang um 2,48 Prozentpunkte auf 21,20 %
- 4S- und 5-Sterne-Betriebe: Rückgang um 2,63 Prozentpunkte auf 23,39 %

### Steigende Mitarbeiterkosten belasten Margen

In den 4-Sterne-Betrieben stiegen die jährlichen Personalkosten pro Vollzeitäquivalent um 18,4%, während die 4S- und 5-Sterne-Betriebe einen Anstieg von 8,5% verzeichneten. Im 3-Sterne-Segment betrug die Steigerung 14,2%.

Kosten pro Vollzeitäquivalent:

- 3-Sterne-Betriebe: +14,2% auf durchschnittlich 43.127 Euro
- 4-Sterne-Betriebe: +18,4% auf 45.086 Euro
- 4S- und 5-Sterne-Betriebe: +8,5% auf 47.012 Euro

### Über die Hälfte der 4-Sterne-Betriebe setzt auf nachhaltige Energien wie Biomasse und Wärmepumpen

Die österreichische Hotellerie hat bei der Implementierung erneuerbarer Energien eine Vorreiterrolle eingenommen. Dies zeigt sich auch im untersuchten Sample, da mehr als 50% der gesamten Heizsysteme in 4-Sterne-Betrieben bereits auf nachhaltige Energiequellen wie Biomasse, Solarenergie und Wärmepumpen basieren. Dennoch konnten die allgemeinen Preissteigerungen auf dem Energiemarkt nicht abgedeckt werden.

### Nachhaltigkeit als strategischer Vorteil

ESG-Kennzahlen (Environmental, Social, Governance) spielen eine zunehmend wichtige Rolle, auch in Hinblick auf Finanzierungen und Förderungen. Für den Tourismus wurden ESG-Kennzahlen definiert. Diese umfassen Energieeffizienz, Wasser, Abfall, Fluktuation, weibliche Führungskräfte, Investitionen in Beschäftigte, Informationen zur Lieferkette und das Vorhandensein von ESG-Zertifizierungen. Erstmals wurden diese Nachhaltigkeitskriterien im Rahmen des Fitness-Checks ausgewertet. Das ausgewertete Sample umfasst dabei im Schnitt pro Kennzahl rund 400 Betriebe und ergibt folgendes, erstes Bild (Auszug):

- Umwelt: Der Wasserverbrauch pro Nächtigung liegt bei 0,36 m<sup>3</sup> in der gehobenen Hotellerie, das Abfallaufkommen beträgt 0,94 kg pro Nächtigung.
- Soziale Aspekte: Frauen stellen knapp 60% der Führungspositionen in den oberen Sterne-Kategorien, was ein starkes Signal für Diversität und Gleichberechtigung in der Branche zeigt. Mit einer Fluktuationsrate von 14 bis 17% weist die Branche eine stabile Beschäftigungssituation in der Kernbelegschaft auf.
- Governance: Als regionaler und nachhaltiger Wertschöpfungsmotor trägt die Hotellerie mit 70% der Lieferanten im Umkreis von 100 Kilometer um den Betrieb zu einer verantwortungsvollen Betriebsführung bei. Die Integration von ESG-Kriterien in der Unternehmensführung beeinflusst nicht nur die Senkung der Betriebskosten, sondern stärkt auch das Image und die langfristige Resilienz der Hotels.
- Die Prozentzahl der ESG-zertifizierten Betriebe (z.B. österreichische Umweltzeichen) fällt mit deutlich unter 10% des untersuchten Samples (rund 670 Datensätze) noch relativ gering aus.

## 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.

### 4S bis 5-Stern

Wareneinsatz  
in % des  
betrieblichen Umsatzes

15,42 %  
13,64 %  
12,06 %

### 4-Stern

Wareneinsatz  
in % des  
betrieblichen Umsatzes

16,84 %  
14,22 %  
11,72 %

### 3-Stern(S)

Wareneinsatz  
in % des  
betrieblichen Umsatzes

18,90 %  
15,46 %  
12,23 %

### Mitarbeiteraufwand je Vollzeitäquivalent in EUR

52.605  
47.012  
41.901

### 49.486

45.086  
45.086  
38.518

### 48.842

43.127  
43.127  
37.216

Energie in % des  
betrieblichen Umsatzes

7,15 %  
5,86 %  
4,30 %

7,15 %  
5,78 %  
4,36 %



Den gesamten Fitness-Check für  
Hotels finden Sie auf [www.oeht.at](http://www.oeht.at)

Energiekosten je verfügbarem  
Zimmer in EUR

6.399  
4.749  
3.496

4.390  
3.097  
2.247

## 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.

### Kleine Betriebe: bis 100 Sitzplätze

Mitarbeiteraufwand je  
Vollzeitäquivalent in EUR

49.719  
42.135  
35.278

### Große Betriebe: ab 101 Sitzplätze

Großer Anteil an Einstaion-  
Berggastronomie

45.315  
41.058  
34.047

### Mitarbeiteraufwand\* in % des betrieblichen Umsatzes

\* oft ohne Unternehmerlohn  
(oft Einzelunternehmer)

42,07 %  
36,11 %  
32,72 %

45,34 %  
38,83 %  
31,32 %

Energie in % des  
betrieblichen Umsatzes

4,11 %

Den gesamten Fitness-Check für  
die Gastronomie finden Sie auf  
[www.oeht.at](http://www.oeht.at)



# Österreich Werbung



# Über die Österreich Werbung

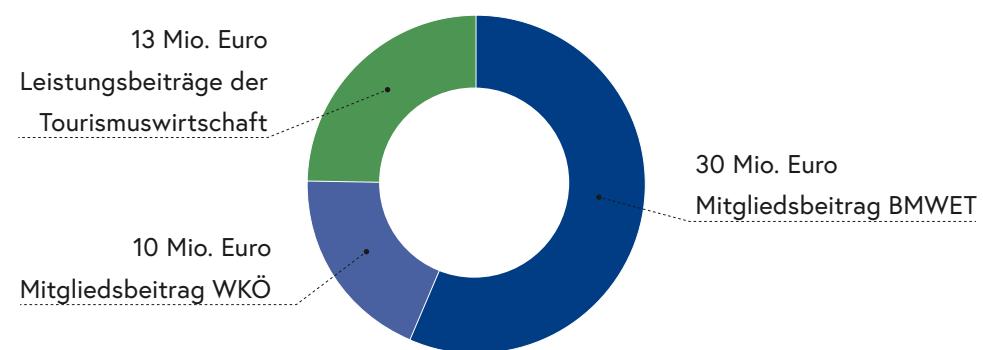
Die Österreich Werbung (ÖW) ist Österreichs nationale Tourismusorganisation. Ihr zentrales Anliegen ist, gemeinsam mit allen österreichischen Tourismusmitwirkenden für den Erhalt und Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit des Urlaubslands Österreich zu sorgen. Weltweit begeistern 230 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für das ganz besondere Lebensgefühl, das man nur bei einem Urlaub in Österreich erleben kann. Damit leistet die ÖW einen essenziellen Beitrag zur Steigerung der Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich.



## Das Budget der Österreich Werbung

Die ÖW ist als Verein organisiert. Ihr Budget setzt sich zusammen aus den Mitgliedsbeiträgen der Vereinsmitglieder Republik Österreich (vertreten durch das BMWET) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) sowie Leistungsbeiträgen aus der Tourismusbranche im Rahmen von Beteiligungen an konkreten Marketing-Aktivitäten.

Das ÖW-Budget im Jahr 2024 betrug in Summe 53 Millionen Euro

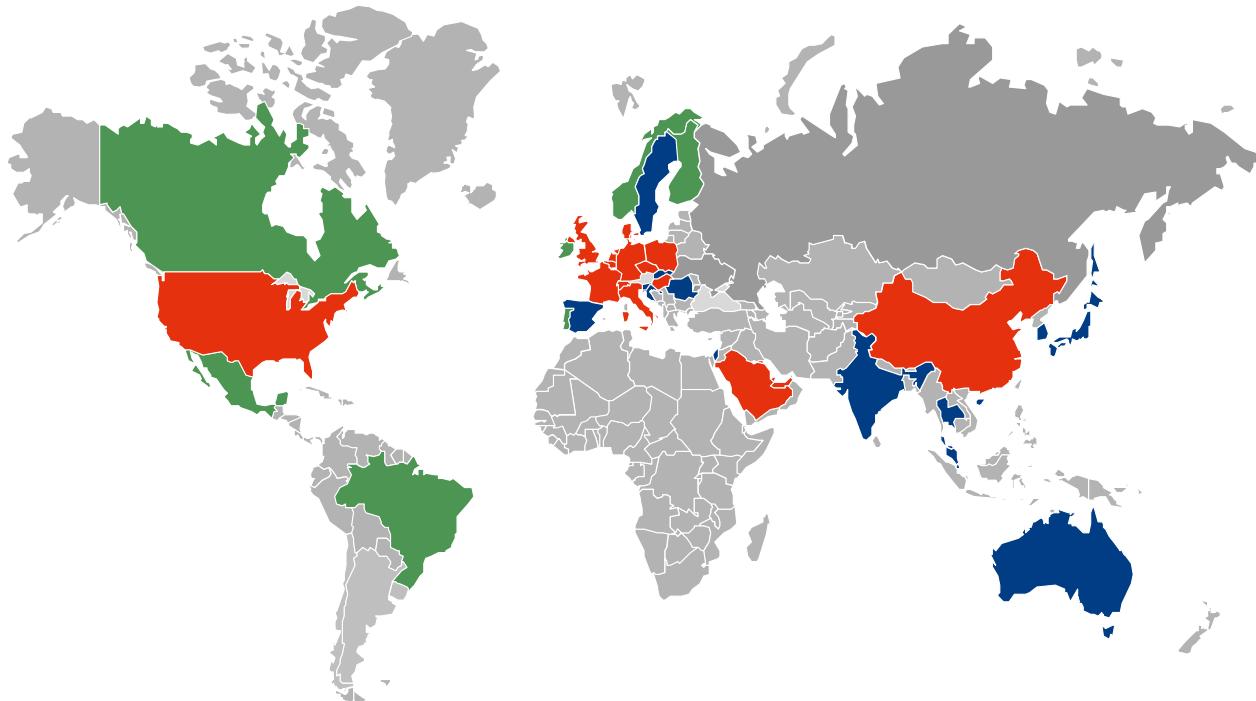


Quelle: Österreich Werbung.

## Diese Märkte bearbeitet die Österreich Werbung

Über die ÖW-Büros erhält der Tourismus in Österreich Zugang zu den jeweiligen Märkten.

Mit 19 Büros bearbeitet die Österreich Werbung 27 internationale Märkte. Ein Überblick.



### 14 Kernmärkte ■

- Deutschland<sup>1</sup>
- Niederlande<sup>1</sup>
- Tschechien<sup>1</sup>
- Schweiz<sup>1</sup>
- Belgien<sup>1</sup>
- Italien<sup>1</sup>
- Polen<sup>1</sup>
- Ungarn<sup>1</sup>
- Großbritannien<sup>1</sup>
- Arab. Länder<sup>1,\*</sup>
- Dänemark<sup>1</sup>
- USA<sup>1</sup>
- China<sup>1</sup>
- Frankreich<sup>1</sup>

### 13 Aktivmärkte ■

- Israel
- Slowakei
- Rumänien<sup>1</sup>
- Spanien<sup>1</sup>
- Slowenien
- Kroatien
- Schweden
- Australien
- Südostasien<sup>\*\*</sup>
- Indien<sup>1</sup>
- Südkorea<sup>1</sup>
- Japan<sup>1</sup>
- Taiwan (Chines. Taipei)

### 7 Potenzialmärkte ■

- Irland
- Norwegen
- Kanada
- Finnland
- Brasilien
- Mexiko
- Portugal

1) Markt mit Bürostandort

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

\*\* Südostasien: Thailand, Malaysia, Singapur

Stand: März 2025

Quelle: Österreich Werbung.

## Best-of Ganzjahreskommunikation

Die Österreich Werbung positioniert Österreich als Ganzjahresdestination – ein Urlaubsland, das mit vielfältigen, authentischen Erlebnissen an 365 Tagen im Jahr begeistert. Dabei stehen nicht einzelne Saisonen im Fokus, sondern das österreichische Lebensgefühl, das sich durch Freiheit, Genuss und inspirierende Vielfalt auszeichnet.

Die Ganzjahreskommunikation bildet dazu den strategischen Rahmen: Sie sorgt für kontinuierliche Sichtbarkeit über das gesamte Jahr hinweg und erzählt Geschichten, die Menschen berühren – immer ausgehend von Marke und Zielgruppe. Sie basiert auf einem Always-on-Ansatz, der durch die Imagekampagne als verbindende Klammer, mutige Flagships als aufmerksamkeitsstarke Highlights und Content-Serien für langfristiges Storytelling getragen wird.

Ihr verbindendes Dach ist das österreichische Lebensgefühl, der Markenauftritt: ein Gefühl von Leichtigkeit, Tiefe und echter Freude, das Österreich einzigartig macht und das wir weltweit sichtbar machen möchten.

Im Rahmen der Ganzjahreskommunikation stellt die Österreich Werbung das österreichische Lebensgefühl in den Mittelpunkt



## Aufmerksamkeit durch Flagships

Mit außergewöhnlichen Marketing-Flagships sorgte die Österreich Werbung auch 2024 dafür, dass Österreich international im Gespräch bleibt – kreativ, charmant und mit einem Augenzwinkern. So trat etwa die dreijährige Charlotte als „Austria's Youngest Ski Instructor“ auf und brachte das Thema Skinachwuchs auf humorvolle Weise ins Rampenlicht. Beim Format „ChatSkiPT“ gaben echte Skilehrerinnen und Skilehrer live und mit viel Schmäh Tipps rund um den Winterurlaub in Österreich. Für Influencerinnen und Influencer, die im Urlaub mal abschalten wollen, sprangen kurzerhand unsere „AUTfluen-cer“ ein – sie übernahmen die Kanäle und zeigten Österreich aus der Perspektive echter Gastgeberinnen und Gastgeber. Und während der Biennale staunten die Gondolieri in Venedig nicht schlecht: Ein österreichisches „Plätten-Taxi“ mischte sich unter die Boote – und sorgte für jede Menge Gesprächsstoff auf den Kanälen.



Von Charlotte als „Austria's Youngest Ski Instructor“ bis zum Plättentaxi in Venedig: Mit innovativem Marketing machte die ÖW Österreich auch 2024 zum Gesprächsstoff



Optisch und inhaltlich runderneuert und natürlich „mobile first“: das Gäste-Portal Austria.info

## Alles neu im Web

In 20 Sprachen auf 24 Märkten informiert die ÖW unsere Gäste im Web über alle relevanten Aspekte zu Urlaub in Österreich – seit Oktober 2024 in einem frischen, neuen Look. Vom technischen Unterbau über das Layout bis zum Content-Konzept: Das Gäste-Portal Austria.info wurde in jeder Hinsicht runderneuert und ist damit bestens gerüstet, unsere Gäste aus aller Welt noch besser zu ihrem Urlaub zu inspirieren und informieren.



## Lebensgefühl Österreich

Österreichs Berge und Seen, seine Kulturschätze, tausende Genussmomente und die Menschen, die hier leben – das ist der Rahmen für ein ganz besonderes Lebensgefühl im Urlaub. Genießen Sie

[austria.info](#)

## Best-of Kulinarik-Positionierung

Die Kulinarik-Positionierung holt Österreichs Originale vor den Vorhang



Eine starke Positionierung als Kulinarik-Destination ist ein wirkungsvoller Hebel für die qualitätsvolle Weiterentwicklung eines Tourismusstandortes und ist nicht nur Anreiz für Gäste, sondern auch Top-Talente im Tourismus. Gemeinsam mit den Bundesländern, Gastronominen und Gastronomen, Produzentinnen und Produzenten sowie Touristikerinnen und Touristikern hat die Österreich Werbung 2024 die neue Kulinarik-Positionierung erarbeitet. Die Positionierung hebt die Bedeutung jener Originale hervor, die Österreichs kulinarische Identität ausmachen – von Produkten über Schauplätze und die Tischkultur bis hin zu Gerichten und Charakteren.

Alles zur Kulinarik-Positionierung unter [www.austriatourism.com/kulinarik](http://www.austriatourism.com/kulinarik)

## Bienvenue, Guide MICHELIN!

Der Guide MICHELIN unterstützt nach langjähriger Pause wieder dabei, Österreichs kulinarische Spitzenleistungen international in die Auslage zu stellen. 2024 waren die Testerinnen und Tester des international renommierten Restaurantführers in Österreich unterwegs und Anfang 2025 präsentierte Guide MICHELIN – erstmals seit 2009 – wieder seine Restaurantauswahl für ganz Österreich. Die Kooperation von acht Landestourismusorganisationen, der Österreich Werbung sowie der Branchenvertretung in der Wirtschaftskammer machten die Rückkehr des renommierten Kulinarik-Führers möglich.

Die Österreich-Selektion des Guide MICHELIN stellt nicht nur die Vielfalt der Kulinarik in den Vordergrund, sondern unterstreicht auch den hohen Stellenwert der Gastronomie und die internationale Ausrichtung des Kulinarik- und Tourismusstandorts Österreich.



Gruppenfoto der Preisträgerinnen und Preisträger bei der feierlichen Verleihung der MICHELIN-Sterne im Hangar-7 in Salzburg



Bei der MICHELIN Guide Ceremony v.l.n.r.: Didi Tunkel, Klaus Ehrenbrandner, Michael Duscher, Astrid Steharnig-Staudinger, Leo Bauernberger, Karin Seiler, Michael Feiertag, Andreas Winkelhofer, Joachim Kresser

## Kulinarische Leistungsschau

Der „Culinary Showroom“ holt mutige und überraschende sowie typische und untypische Originale Österreichs vor den Vorhang. Die multimediale Anlaufstelle zur österreichischen Kulinarik entstand im Rahmen einer Content-Kooperation mit den Bundesländern. Neben der Rückkehr von Guide MICHELIN ist der „Culinary Showroom“ ein weiteres Tool, um Österreichs kulinarischen Spitzenleistungen international die verdiente Sichtbarkeit zu geben. [www.austria.info/culinary-showroom](http://www.austria.info/culinary-showroom)

## Best-of Kooperation

### Österreichischer Tourismustag

Am 22. Mai fand der Österreichische Tourismustag 2024 unter dem Motto „Fahrplan in die Zukunft“ statt. Mit Highlights wie der Keynote „Now is better“ von Stefan Sagmeister oder dem „interaktiven Spiel um die Zukunft“ begeisterte der ÖTT rund 800 Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Ein besonderer „Stargast“ war KIARA, eine künstliche Intelligenz, die während der Bühnenshows als Co-Moderatorin fungierte.

Astrid Steharnig-Staudinger beim ÖTT 2024



### ITB Berlin

Großer Auftritt auf der weltgrößten Tourismusfachmesse vom 5. bis 7. März 2024 in Berlin: Gemeinsam mit 64 Partnern aus dem ganzen Land präsentierte die Österreich Werbung den Facettenreichtum der Destination Österreich. Zentral dabei: der neue Markenauftritt zum österreichischen Lebensgefühl, der in Berlin sein Debüt gab. Neben der Kontakt- pflege mit Einkäuferinnen und Einkäufern sowie internationalen Medien lag der Fokus auf der Präsentation und dem Verkauf der Produkte österreichischer Tourismuspartner.

Österreich brachte auf der ITB ganz viel Lebensgefühl unter die Gäste



## Convention-Strategie

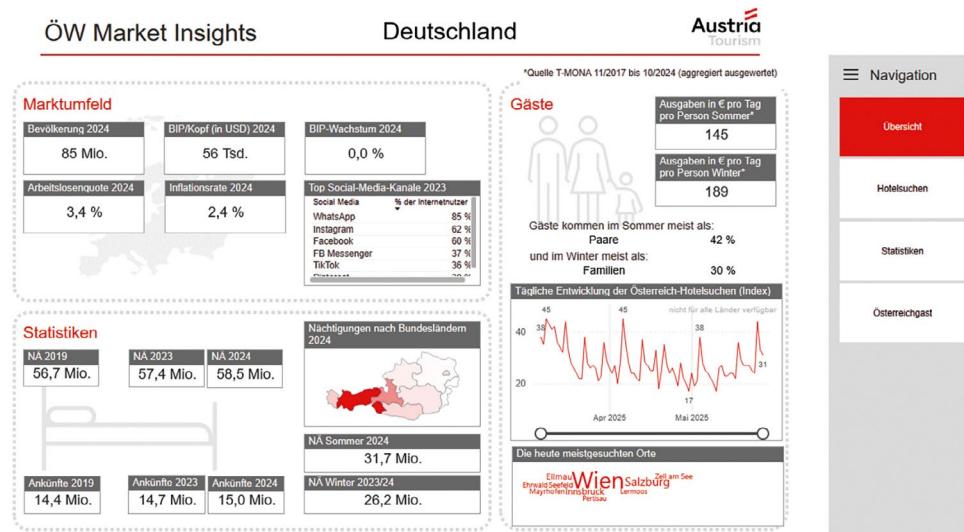
Im Mai wurde die neue Convention-Strategie „Meet in Austria“ vorgestellt, die gemeinsam mit den Convention-Bureaux aller neun Bundesländer, dem Tourismusministerium, der WKÖ und dem ACB erarbeitet wurde. Die neue Strategie soll Österreichs Position als Top-Destination für Geschäftsveranstaltungen stärken und wird von allen relevanten Playern gemeinsam getragen. Im Rahmen der Tagung „Convention4u“ wurde die praktische Umsetzung eingeleitet. Und auch 2024 organisierte die Österreich Werbung den internationalen Auftritt der österreichischen MICE-Branche auf den beiden Leitmessen IMEX Frankfurt und IBTM World in Barcelona.



Österreich-Stand auf der IBTM World in Barcelona

## Marktwissen für die Branche

Ein großes Anliegen der ÖW ist, ihr umfangreiches Wissen über Märkte und Zielgruppen der Branche zur Verfügung zu stellen. Das geschieht etwa über die Märkteseiten auf der B2B-Website [Austriatourism.com](http://Austriatourism.com) ([www.austriatourism.com/maerkte](http://www.austriatourism.com/maerkte)) oder den wöchentlichen Newsletter ÖW News. Anlassbezogen finden auch „Deep Dives“ via MS Teams für den direkten Austausch zwischen Branche und Expertinnen und Experten statt, zuletzt anlässlich der Präsentation der Sommerpotenzialstudie 2024 und Winterpotenzialstudie 2024/25.



Alle wichtigen Zahlen, Daten und Fakten liefern die „ÖW Market Insights“-Dashboards auf den Märkteseiten

## Best-of Märkte

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den 19 ÖW-Büros kennen ihre Märkte ganz genau: die Zielgruppen, die wirtschaftliche Lage, aktuelle Trends. Auch mit Aktivitäten vor Ort leisten die Büros einen wesentlichen Beitrag für den Erfolg des Urlaubslands Österreich. Nur einige Beispiele ...



Gemeinsam mit SalzburgerLand Tourismus feierten wir in den USA 60 Jahre „The Sound of Music“



Volle Ladung Lebensgefühl für Luxus-Reiseveranstalter aus der Golfregion beim Austrian Destination Summit



Großer Auftritt für Österreichs Kulinarik bei der Food Zurich

Feierliche Eröffnung des „Österreich-Tirol-Wanderwegs“ in den Nationalparks Huanglong und Jiuzhaigou, China



## Die internationale B2B-Reichweite der Österreich Werbung

Medien	unsere Pressearbeit resultiert in	Travel Trade
110 Pressekonferenzen/-gespräche mit rd. 2500 Teilnehmer/innen	rd. 4100 Presseartikel	140 B2B-Workshops
400 Pressereisen mit rund 630 Teilnehmer/innen	rd. 140 TV- und Radio-Beiträgen	mit rd. 6350 Teilnehmer/innen

### Olympia als Bühne

Die gezielte Nutzung von sportlichen und kulturellen Großveranstaltungen für touristisches Marketing ist ein Kernanliegen der ÖW und Olympia 2024 in Paris ein gutes Beispiel für entsprechende Aktivitäten. Als Kooperationspartner nutzte die Österreich Werbung das „Austria House“, um das österreichische Lebensgefühl authentisch erlebbar zu machen. Unter anderem tourte ein vollflächig gebrandeter Hop-on-hop-off-Bus durch Paris. Und eine Social-Media-Kampagne zeigte mit Augenzwinkern, dass Österreich näher an Paris liegt als die Côte d’Azur.



Astrid Steharnig-Staudinger und Florian Gosch, Generalsekretär Österreichisches Olympisches Comité, vor dem Hop-on-hop-off-Bus

„Austria. Unbelievably Close“ vermittelte auf ironische Weise, wie nah Paris an den österreichischen Alpen ist.

### Best-of Netzwerkknoten

Viele Player in der kleinteiligen österreichischen Tourismuslandschaft stehen vor denselben Herausforderungen, sei es in den Bereichen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Datenmanagement oder Mobilität. Deshalb hat die ÖW gemeinsam mit BMWET und WKÖ die Initiative Change Tourism Austria (CTA) ins Leben gerufen. CTA ist eine Austauschplattform mit dem Ziel, Tourismusexpertinnen und -experten zu vernetzen und ihr geballtes Know-how für die Community nutzbar zu machen. Gemeinsam gestaltet die CTA-Community die Zukunft des Tourismus in Österreich.

Dreh- und Angelpunkt von Change Tourism Austria ist die gleichnamige Community-Plattform. Dort finden registrierte Nutzerinnen und Nutzer Informationen zu den Schwerpunktthemen, können sich aktiv an Diskussionen beteiligen oder auch ihre eigenen Projekte vorstellen. Regelmäßige Online- und Offline-Events wie Hackathons, Talks und Seminare fördern brancheninternen sowie branchenübergreifenden Austausch zusätzlich. Nur ein Beispiel: Beim Tourism Technology Festival, das in Kooperation mit der WKÖ im November 2024 in Salzburg veranstaltet wurde, arbeiteten 200 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an digitalen Lösungen zu fünf konkreten Fragestellungen aus dem Tourismus. [www.changetourismustaustria.com](http://www.changetourismustaustria.com)

Das Tourism Technology Festival wurde gemeinsam mit der WKÖ und einzelnen Landestourismusorganisationen veranstaltet



### Best-of Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit stellt einen wesentlichen Schlüssel für die Zukunftsfähigkeit des österreichischen Tourismus dar und ist längst auch ein relevanter Buchungsfaktor für viele Gäste. Die notwendige nachhaltige Transformation der Tourismusbranche ergibt sich auch aus der nationalen Tourismusstrategie „Plan T – Masterplan für Tourismus“.

Um die Tourismusbranche auf diesem Weg zu unterstützen, veranstaltete die Österreich Werbung gemeinsam mit dem Tourismusministerium und der WKÖ den „1. Sustainable Tourism in Austria Summit“ (STiAS). Über 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem In- und Ausland – darunter Vertreterinnen und Vertreter aus allen Bundesländern sowie der Tourismusbranche wichtiger Kernmärkte – kamen im Juni 2024 für zwei Tage nach Grafenegg in Niederösterreich. Auf dem Programm: Keynotes, Vorträge, Paneldiskussionen und Workshops. Im Vordergrund der Veranstaltung standen Inspiration und Wissenstransfer sowie der persönliche Erfahrungsaustausch.



Über 300 Teilnehme-  
rinnen und Teilnehmer  
trafen sich beim 1.  
Sustainable Tourism in  
Austria Summit (STiAS)



In Workshops wurden  
gemeinsame Lösungen  
erarbeitet

## 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](http://www.austriatourism.com/success-stories)

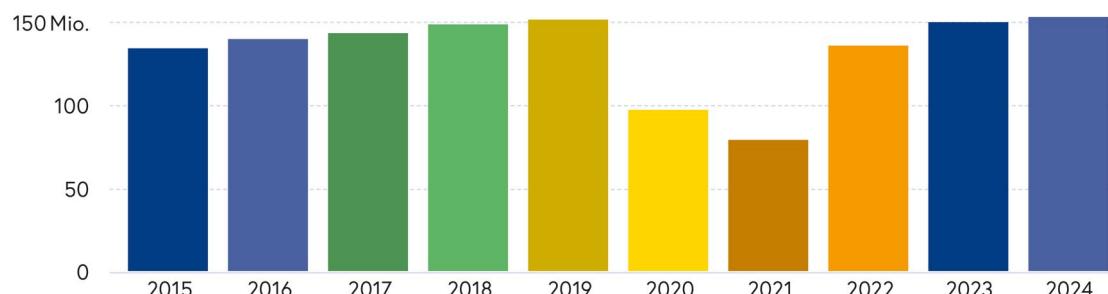


# Tourismus in den Bundesländern



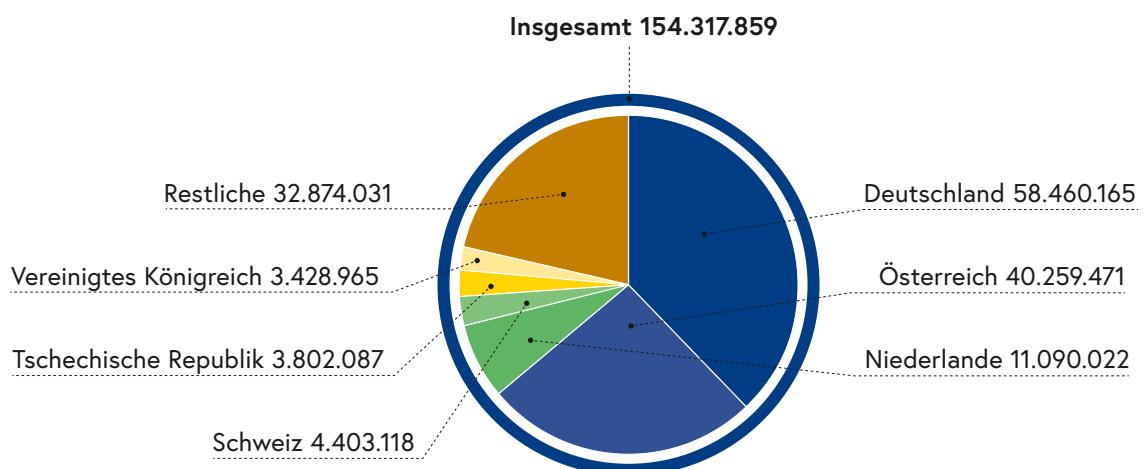
# Tourismus in Österreich

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

### Nächtigungen 2024 nach Bundesländern in %

**Österreich gesamt**  
**154.317.859**

**6,2%**  
Vorarlberg  
9.497.681

**19,6%**  
Salzburg  
30.176.484

**5,8%**  
Oberösterreich  
8.885.615

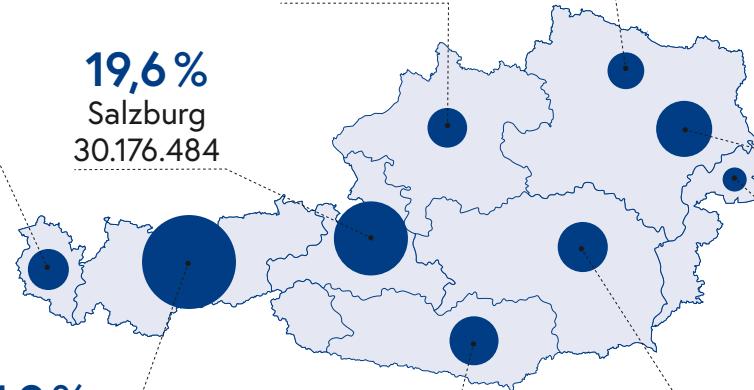
**4,7%**  
Niederösterreich  
7.322.732

**12,2%**  
Wien  
18.864.964

**2,1%**  
Burgenland  
3.287.021

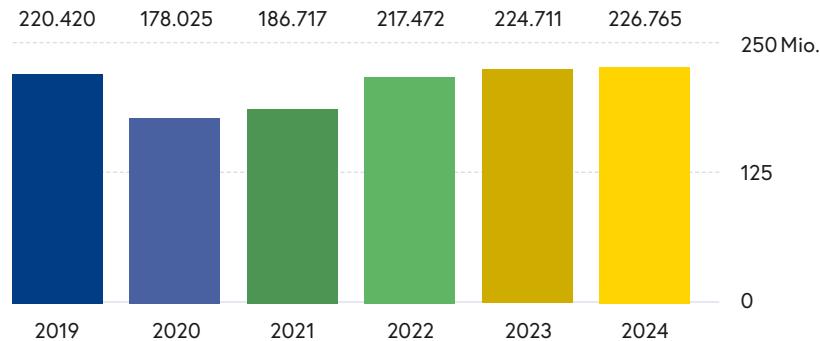
**31,9%**  
Tirol  
49.169.174

**9,1%**  
Steiermark  
13.975.395



Quelle: Statistik Austria.

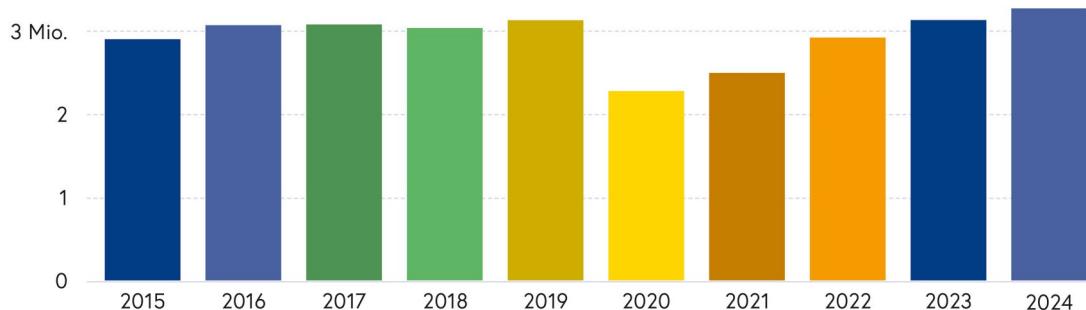
### Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

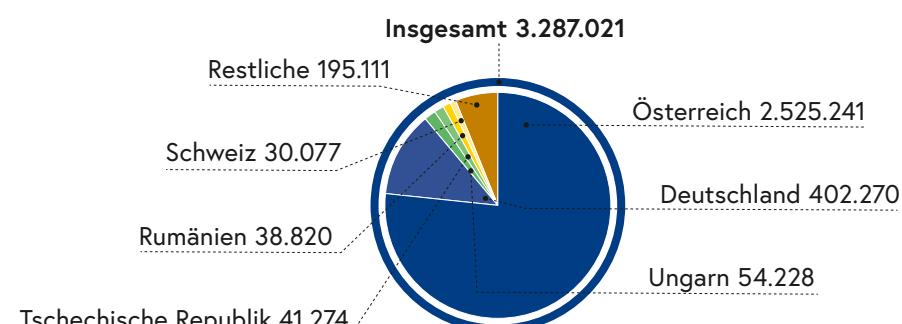
# Tourismus im Burgenland

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

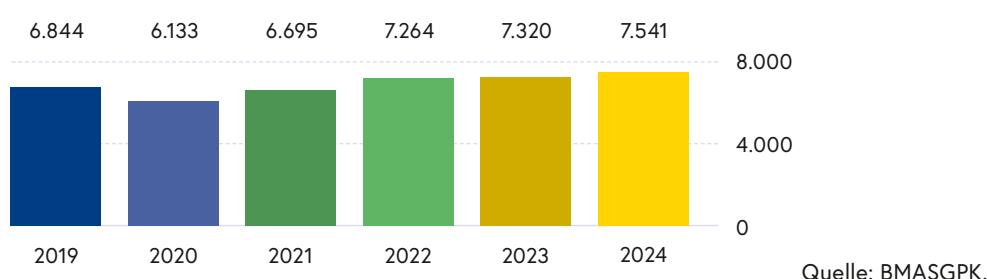
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

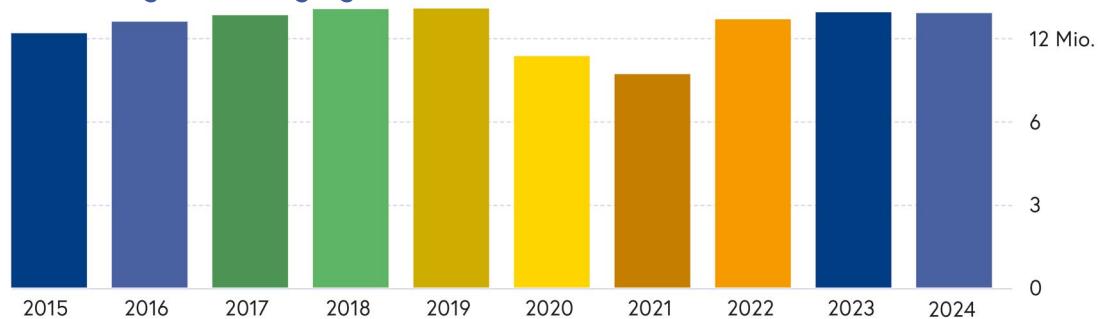
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

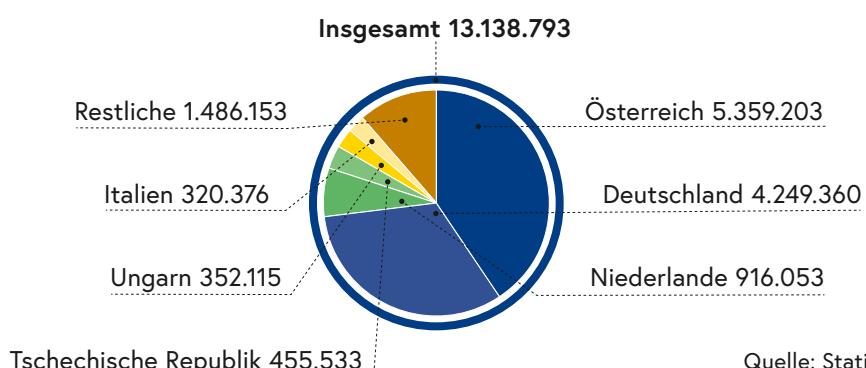
# Tourismus in Kärnten

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

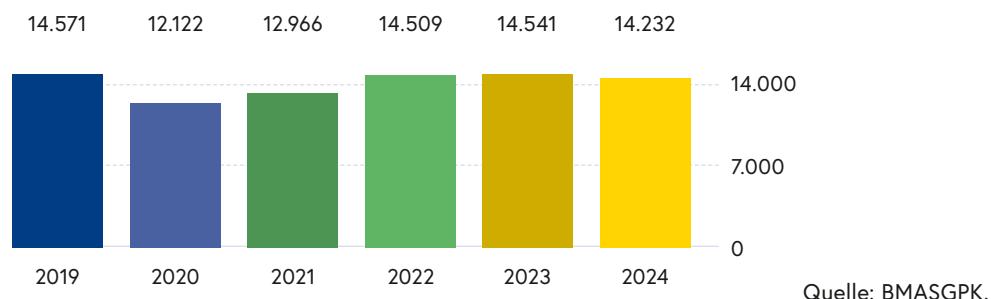
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

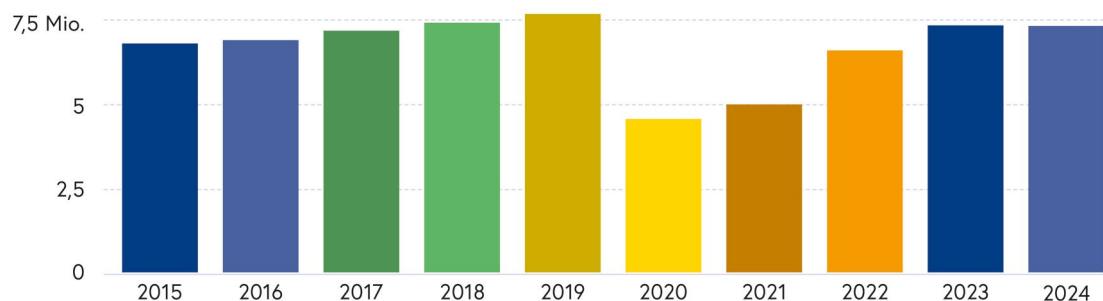
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

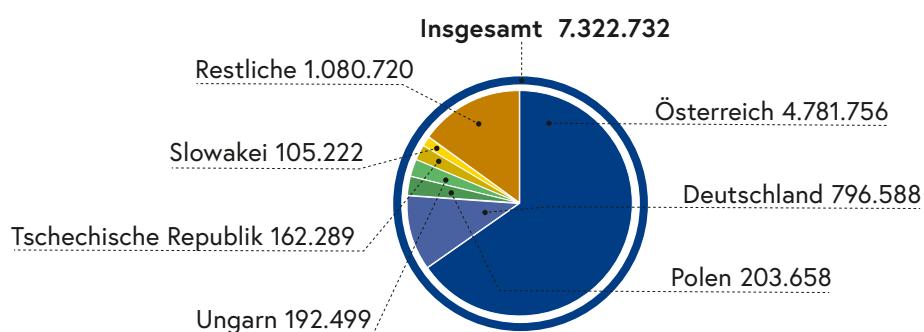
# Tourismus in Niederösterreich

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsänder 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

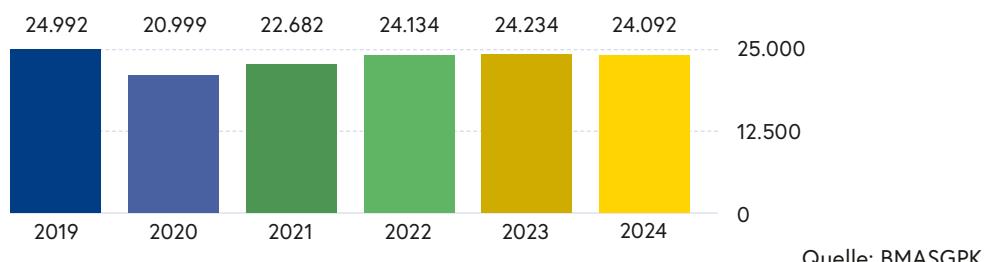
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

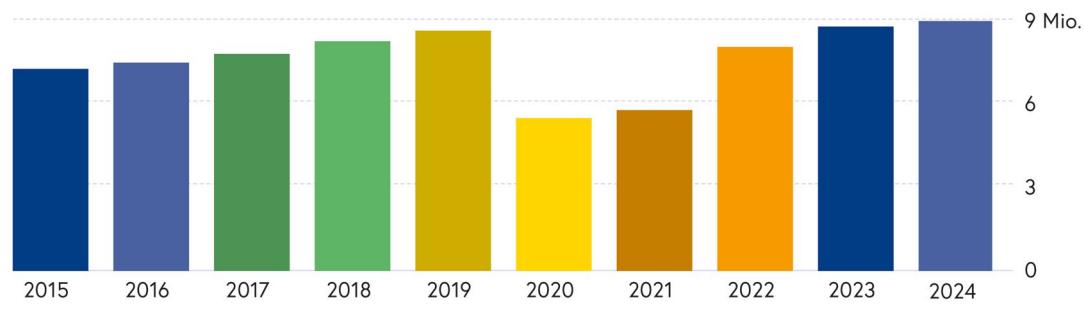
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

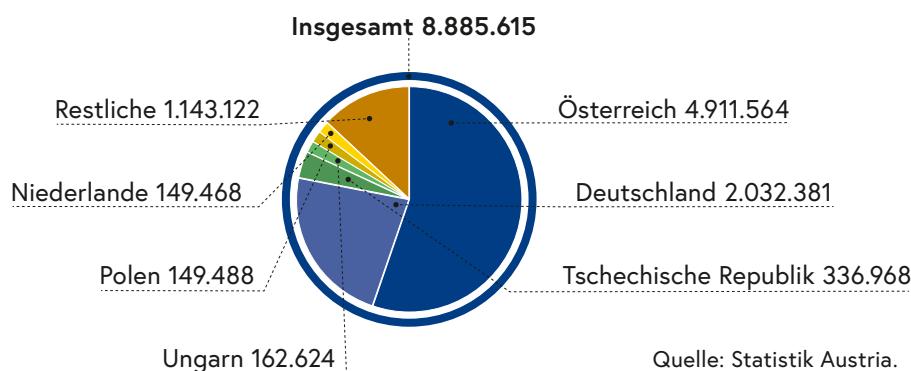
# Tourismus in Oberösterreich

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

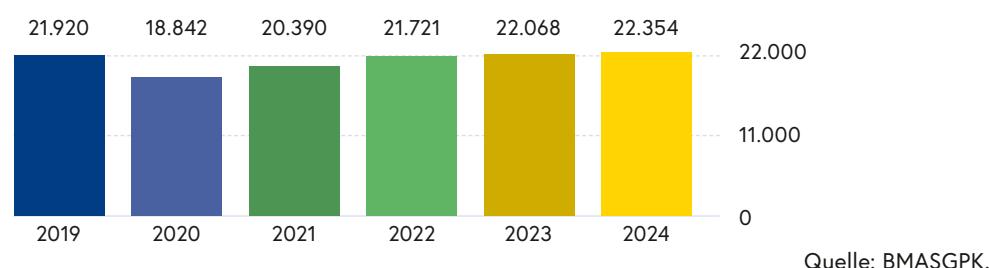
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

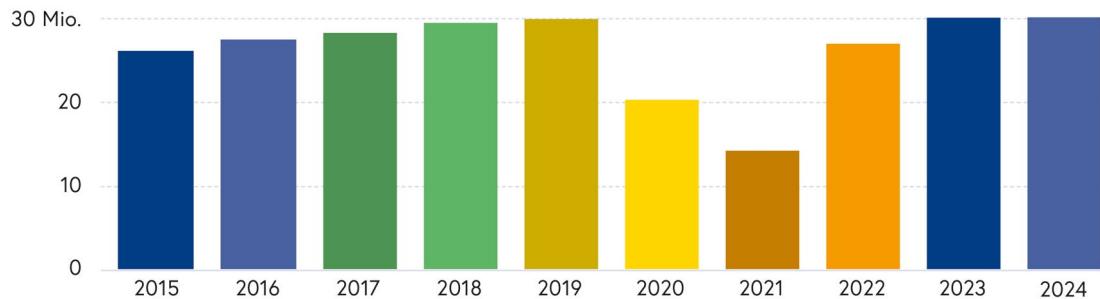
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

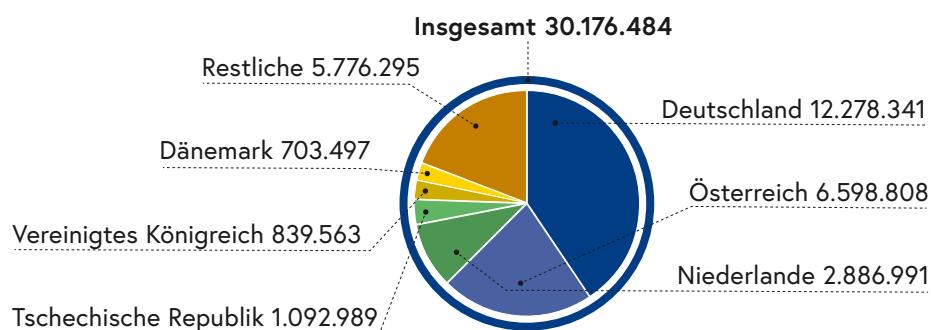
# Tourismus in Salzburg

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

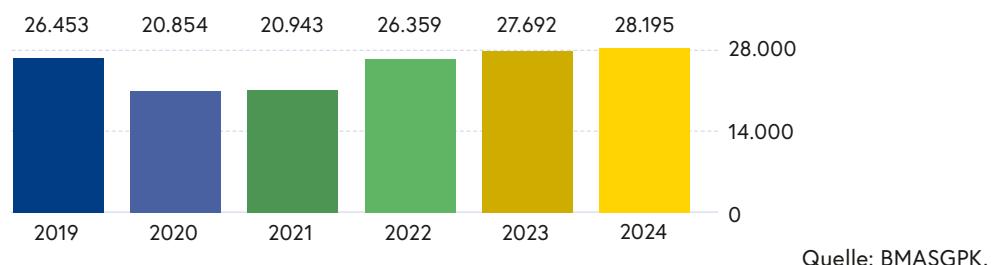
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

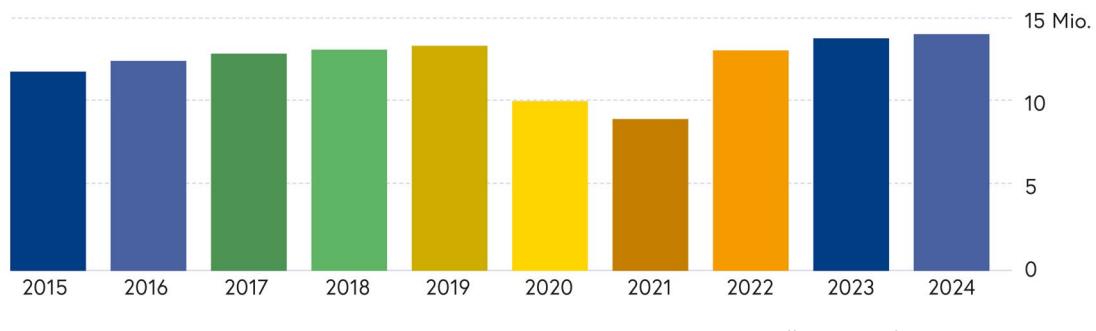
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

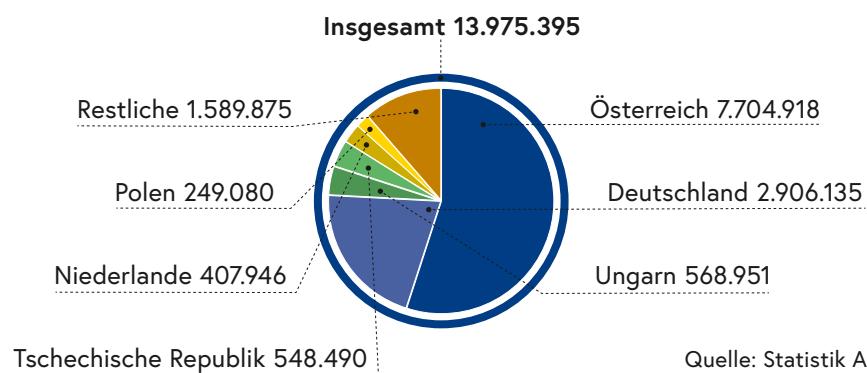
# Tourismus in der Steiermark

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

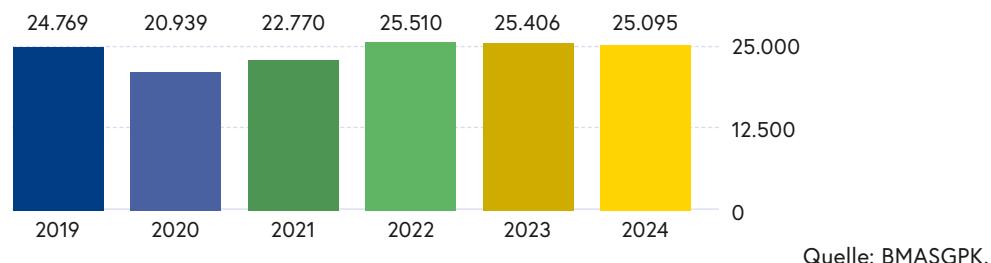
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

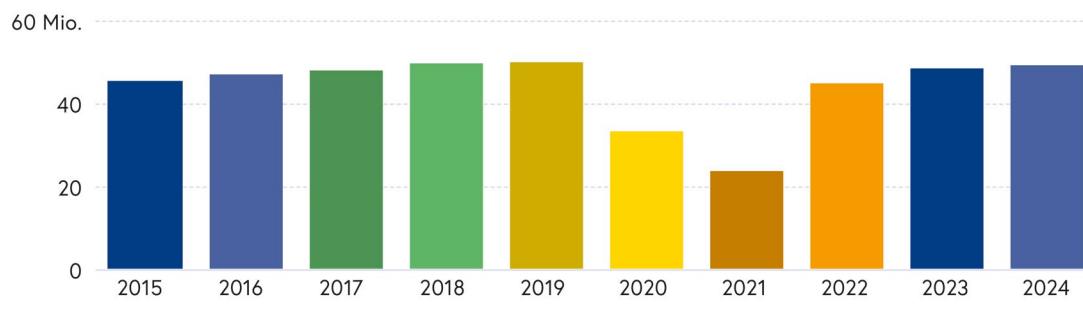
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

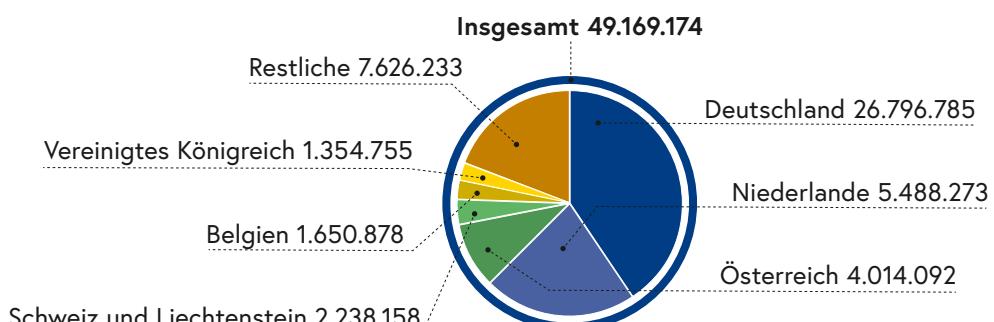
# Tourismus in Tirol

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

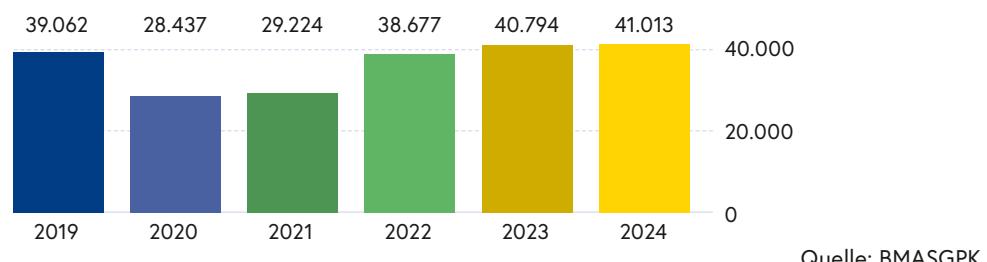
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

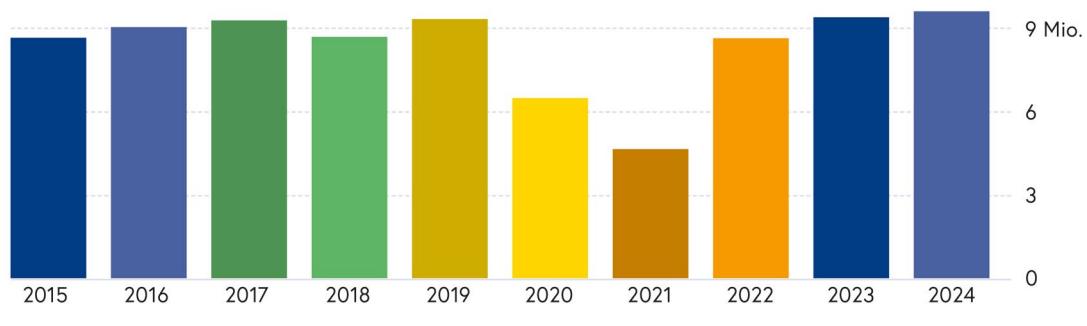
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

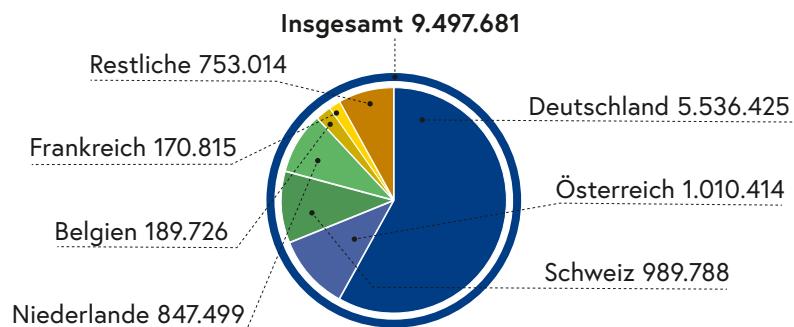
# Tourismus in Vorarlberg

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

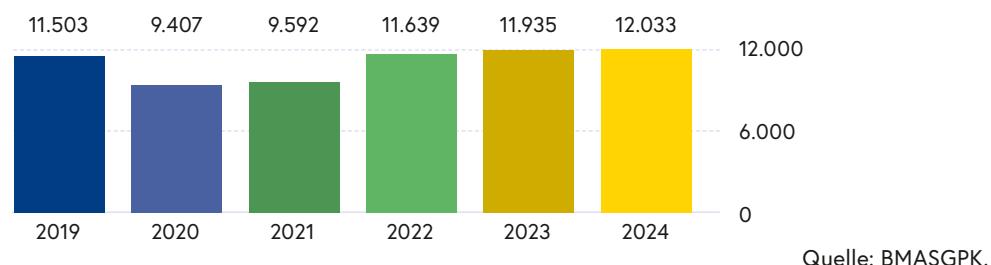
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

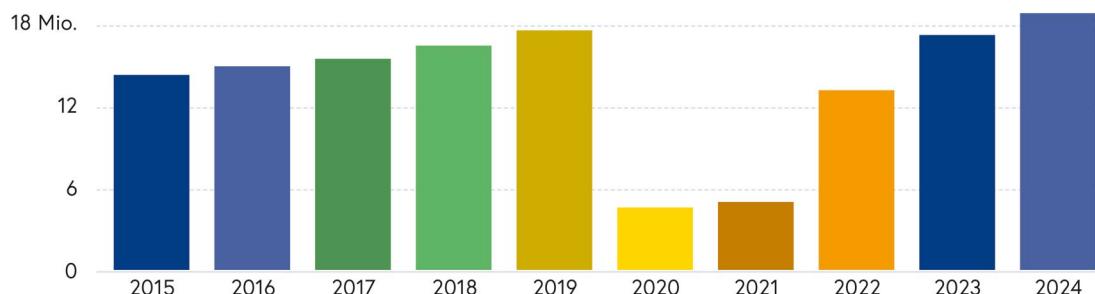
## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.

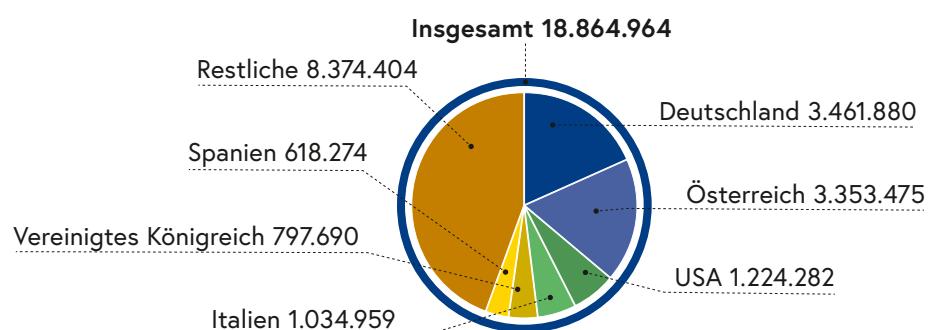
# Tourismus in Wien

## Entwicklung der Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

## Wichtigste Herkunftsländer 2024 nach Nächtigungen



Quelle: Statistik Austria.

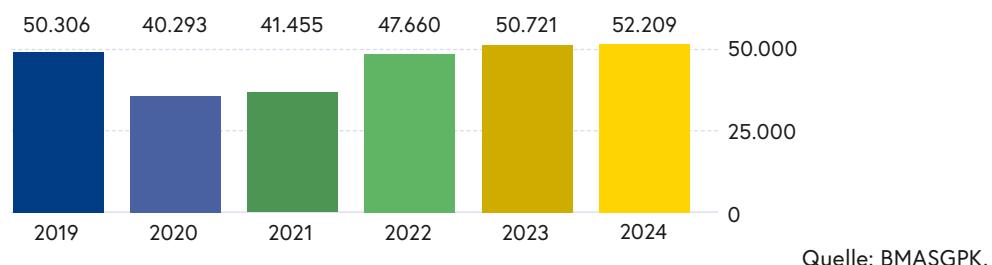
## Zahl der Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2023/24



\* inkl. Ferienwohnungen, Kurheime, Jugendherbergen, Schutzhütten und Sonstige

Quelle: Statistik Austria.

## Unselbstständig Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie



Quelle: BMASGPK.





