

## Tourismusbarometer 2015

Eine Studie von Deloitte Tirol



# Vorwort

Die jüngste Steuerreform stellt die Tourismus- und Freizeitwirtschaft in mehrfacher Hinsicht vor große Herausforderungen. Im regionalen Umfeld sehen sich Tourismusunternehmen mit steigenden Kosten und Abgaben sowie zunehmender Regulierung konfrontiert und sehen ihre weitere Entwicklung in Gefahr.

Nicht zuletzt aufgrund der aktuellen Entwicklungen ist es uns ein Anliegen, die Erfahrungen der Unternehmen mit unserer täglichen Beratungspraxis zu verknüpfen. Als Berater sind wir täglich gefordert Ursachen zu prüfen, Hintergründe zu analysieren und tragfähige Lösungen zu erarbeiten.

Für den Tourismusbarometer 2015 haben wir den Austausch mit Unternehmern der Tourismusbranche gesucht. Durch die Einbeziehung der Meinungen einer Vielzahl von Unternehmern entstand ein Barometer, das die Branche abbildet und Entwicklungen aufzeigt. Zentrale Fragestellungen des Tourismusbarometers sind:

- Wie entwickelt sich der Tourismus aus Sicht der Unternehmer?
- Welche Signale geben die Touristiker für eine wettbewerbsfähige Zukunft?

Anhand von sechs aus unserer Sicht wesentlichen Bereichen (wirtschaftliche Kernbereiche der Region, die Unternehmen selbst und Geschäftsbereiche im Umfeld der Unternehmensführung) ist eine Ausrichtung der Betriebe ersichtlich. Der Tourismusbarometer ist letztlich ein Spiegelbild für die Sicht von Tourismusunternehmen und deren Bemühungen am Markt.



Mag. Andreas Kapferer LL.M.  
Partner Deloitte Tirol



Mag. Gunnar Frei  
Partner Deloitte Tirol

## Inhalt

- 03 Wie sehen Tourismusunternehmen die Entwicklung ihrer Branche anhand der eigenen betrieblichen Erfahrung?
- 04 Key Findings
- 06 Wirtschaftliche Lage
- 08 Regionales Umfeld
- 09 Geschäftsentwicklung
- 11 Personal
- 13 Investition & Finanzierung
- 15 Planung & Controlling
- 16 Hintergrundinformationen zur Umfrage
- 17 Tourismusbranche in Österreich im Überblick
- 18 Out of scope
- 19 Kontakt

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit sind in dieser Studie immer weibliche und männliche Vertreter der erwähnten Personengruppen angesprochen.

# Wie sehen Tourismusunternehmen die Entwicklung ihrer Branche anhand der eigenen betrieblichen Erfahrung?

Im Zeitraum von Mai bis Juni 2015 haben knapp 50 Tourismusbetriebe im Rahmen des Tourismusbarometers an einer Evaluierung der Tourismusbranche teilgenommen.

Ziel war es aus den einzelnen Feedbacks das Gemeinsame herauszuarbeiten und damit Stärken und Entwicklungsfelder aus Sicht der Unternehmen aufzudecken.

Dazu wurden vorwiegend Personen im Bereich der Geschäftsführung befragt.

Die Beobachtung bezieht sich auf wirtschaftliche Kernbereiche der Region, die Unternehmen selbst und Geschäftsbereichen im Umfeld der Unternehmensführung.

Aus dem Feedback zeigt sich, welche Themenbereiche für die Befragten besonders wichtig sind.

## Tourismus aus dem Blickwinkel der Unternehmen – rückläufige Entwicklungen



# Key Findings

Tourismus aus dem Blickwinkel der Unternehmen – rückläufige Entwicklungen.

## Wirtschaftliche Lage

### Zunehmende Regulierung als Kernthema

Regulierungen, Normen und Vorschriften werden als Mehrbelastung – speziell in der Tourismusbranche – wahrgenommen. Die Branche nimmt in Bezug auf ihre generelle Entwicklung einen Negativtrend wahr. Diese Einschätzung wird zudem durch andere Studien von Deloitte untermauert (zB. CFO Stimmungsbarometer, Deloitte.Radar).

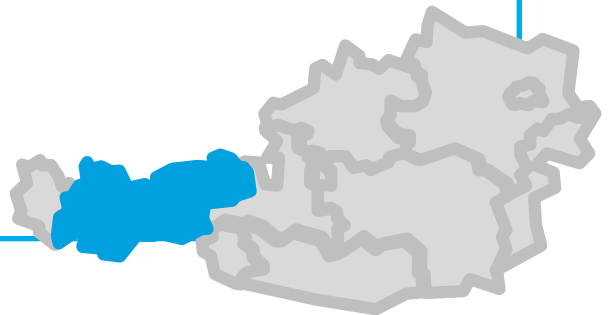
Insgesamt stellen wir fest, dass sowohl bei der Frage nach der Standortqualität Österreichs als auch bei der Frage nach dem Unternehmerrisiko die Sorge über die zunehmende Regulierung groß ist.



## Regionales Umfeld

### Steigende Kosten und Abgaben

Im regionalen Umfeld schwächen steigende Kosten und Abgaben die Entwicklung der Betriebe. Erfolgsfaktoren für den regionalen Tourismus sehen die befragten Touristiker in der Natur, der Vielfalt an Aktivitäten und dem Faktor Personal.



## Geschäftsentwicklung

### Geschäftsentwicklung auf „Warteposition“

Die Erwartungen zur Geschäftsentwicklung in puncto Gästezahlen und Geschäftsumsatz sind „gleichbleibend“ konstant bis moderat „steigend“. Für die strategische Ausrichtung am Markt werden Regionalität, Service sowie Personal als die Erfolgsfaktoren der heimischen Tourismusbetriebe genannt.

Mit klugen Infrastrukturprojekten und Angeboten in den Regionen können die Betriebe in ihrer Entwicklung unterstützt werden und so Voraussetzungen für Wachstum geschaffen werden.



# Key Findings

Investitionsklima abwartend.

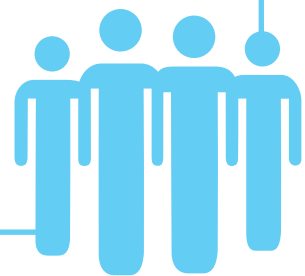
Tourismusunternehmen signalisieren: Betriebe müssen aktiv gesteuert werden

## Personal

### Erfolgsfaktor Personal

Personal wird als wesentlicher Erfolgsfaktor für die Tourismusbetriebe gewertet. Allerdings kämpft der Tourismus zunehmend mit einer Verknappung des Personals. So wird Fachkräftemangel zunehmend ein kritisches Thema.

Aus unserer Beratungspraxis wissen wir, dass Tourismusbetriebe mit den steigenden und immer komplexeren Vorschriften kämpfen. Dies bedeutet einen Verlust an Flexibilität, stark erhöhten Verwaltungsaufwand, Kostensteigerung und letztlich ein Risiko für die Unternehmensentwicklung.

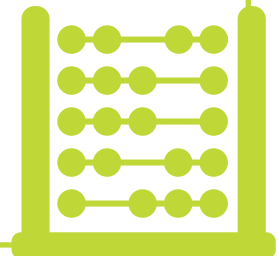


## Investition & Finanzierung

### Investitionsklima weiterhin abwartend

Die befragten Touristiker geben an, Investitionsvorhaben in ähnlichem Ausmaß wie bisher zu tätigen. Diese betreffen vor allem Reparatur- und Ersatzinvestitionen sowie Qualitätsverbesserungen. Zwei Drittel geben jedoch an, dass Investitionen aufgrund von Unsicherheiten in die Zukunft verschoben wurden.

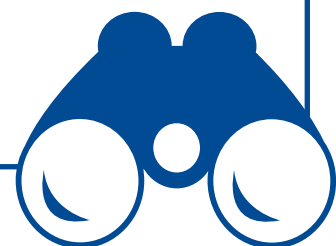
Maßnahmenbündel für Kreditvergaben durch Banken scheinen keinen direkten Einfluss auf Investitionsvorhaben der Befragten zu haben.



## Planung & Controlling

### Planung und Controlling als Steuerungsinstrument essenziell

Die Befragung zeigt eine hohe Relevanz von Planung, Budgetierung und Controlling für Tourismusbetriebe. Aus unserer Erfahrung gibt es jedoch für derartige Steuerungsinstrumente in Tourismusbetrieben vielfach noch Potenzial nach oben. Mögliche Handlungsspielräume für Tourismusbetriebe würden mit diesen Mitteln transparenter werden.





# Wirtschaftliche Lage

## Die erwartete Entwicklung des Tourismus wird von den befragten Unternehmen als negativ eingeschätzt.

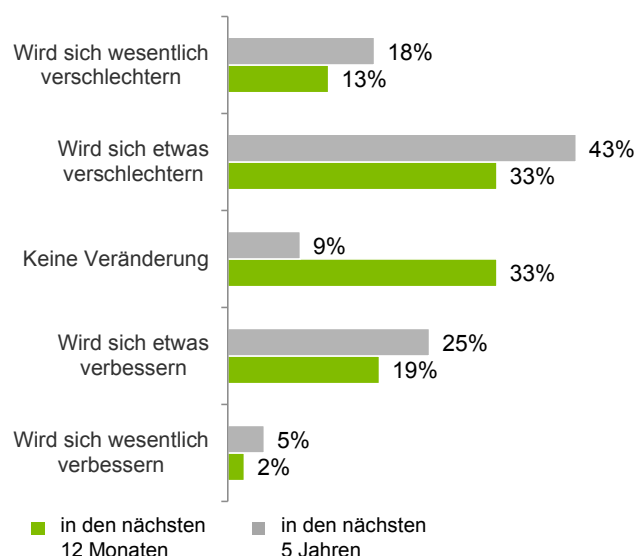
Bei den befragten Unternehmen wird ein Abwärtstrend in der wirtschaftlichen Lage für den Tourismus – im jeweiligen Bundesland – erwartet.

- 46% erwarten eine Verschlechterung in den kommenden 12 Monaten und
- 61% in den kommenden 5 Jahren.

Die Zahlen der letzten Jahre hatten im Gegensatz hierzu ein stetiges Plus aufgezeigt. *Quelle: Statistik Austria*

Laufende Gespräche mit unseren Klienten spiegeln das gleiche Bild wider. Trotz einer durchgehend erfolgreichen Wintersaison 2014/15 sind die Erwartungen verhalten.

*Frage:* Wie schätzen Sie die wirtschaftliche Lage des Tourismus in Ihrem Bundesland in den nächsten 12 Monaten bzw. in den nächsten fünf Jahren ein?



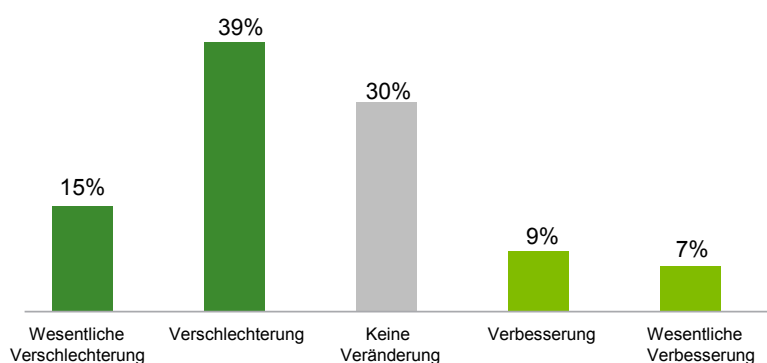
## Eine deutliche Abkühlung des Investitionsklimas wird erwartet.

Über 54% der Befragten gehen von einer Verschlechterung des Investitionsklimas in den nächsten 12 Monaten aus.

Das aktuelle niedrige Zinsniveau (auch Fixzinsniveau) trug nach unserer Erfahrung auch bisher zu keiner Intensivierung von Investitionen bei. Grund hierfür sind offensichtlich pessimistische Zukunftsaussichten, der Schweizer Franken, die generelle Unsicherheit in der Eurozone, etc.

Dennoch ist aber auch kein Zurückhalten notwendiger Investitionen erkennbar.

*Frage:* Wie glauben Sie wird sich das Investitionsklima im Tourismus in Ihrem Bundesland in den nächsten 12 Monaten entwickeln?





## Die befragten Touristiker sehen die Tourismusbranche – im Vergleich zu anderen Branchen – von signifikanten Mehrbelastungen betroffen.

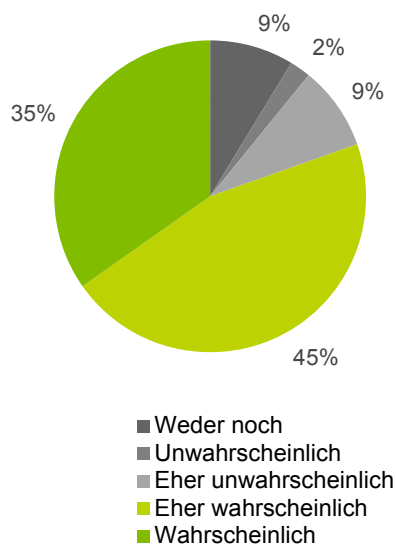
Infolge eines Anstiegs der Kosten, erhöhter Abgaben und unsicherer Auslastung etc. werden von über 80% der Befragten Mehrbelastungen erwartet.

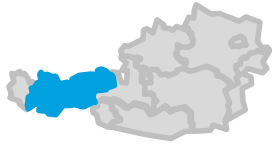
Die Befragten nannten unter anderem als Gründe für die Mehrbelastungen:

Höhere Steuern und hier insbesondere eine Mehrwertsteuererhöhung, ein Anstieg der Kosten im Betrieb, ein Steigen der Ortstaxen und zusätzliche Kosten bei Betriebsübernahmen sowie ein genereller Kostenanstieg.

Diese Befragung fand zu einem Zeitpunkt statt, zu dem der Gesetzesentwurf für die Steuerreform 2015/16 noch nicht final vorlag. Die befürchtete Verteuerung von Betriebsübergaben aufgrund einer Abänderung der Grunderwerbssteuer wurde im finalen Gesetz für Gewerbebetriebe entschärft. Doch die Umsatzsteuererhöhung auf Beherbergung, die ab Mai 2016 in Kraft tritt, ist als wesentliche Belastung zu werten. Die vielen kleinen Verteuerungen, die die Steuerreform mit sich bringt (wie Reduktion der Abschreibung, Registrierkassenpflicht etc.), sowie die neuen Bestimmungen zum Raucherschutz ab 2018 und die Allergenverordnung aus dem Vorjahr lassen unter den Touristkern insgesamt ein Gefühl entstehen, dass besonders die Tourismusbranche durch die neuen Gesetze betroffen ist.

*Frage:* Werden auf Ihren Betrieb – im Vergleich zu Betrieben anderer Branchen – in den nächsten Jahren deutlich höhere Belastungen (Kostenanstieg, unsichere Auslastung) zukommen?





# Regionales Umfeld

## Zu den Erfolgsfaktoren des Tourismus zählen die Natur, die Vielfalt der Aktivitäten sowie der Faktor Personal.

Die Natur, Winteraktivitäten, die persönliche Betreuung, das freundliche Personal und das Preis-/Leistungsverhältnis stellen die fünf wesentlichsten Erfolgsfaktoren dar.

Die Region und deren Angebot an saisonalen Aktivitäten werden als erfolgskritisch genannt (drei mal im Ranking >50%).

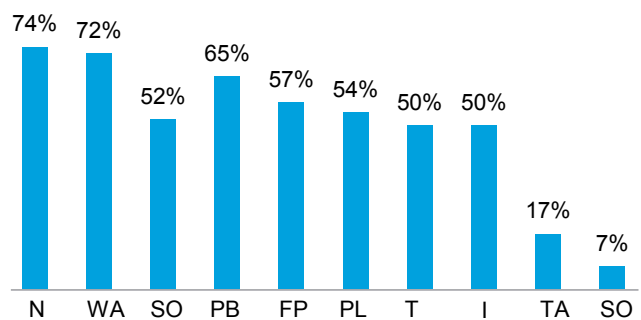
Die persönliche Betreuung und das Personal sind weiters Garant für Erfolg.

Preis/Leistung wird als wichtiges Argument gesehen (Rankingposition 5).

Im Zuge einer weiteren Studie\* wurde für die familiengeführte Ferienhotellerie festgestellt, welch hohen Stellenwert der Gastwirt in der Gästebetreuung einnimmt. Gespräche mit unseren Klienten zeigen, dass sich die Hoteliers ihrer persönlichen Bedeutung für die Zufriedenheit des Gastes durchaus bewusst sind.

\* Quelle: „Zeitgenössische Architektur in der alpinen Ferienhotellerie – Bedingungen und Verknüpfungen eines Raummodells“  
Mag. (FH) Birgit Breynner, 2015

Frage: Was trägt Ihrer Meinung nach zum Erfolg des Tourismus in Ihrem Bundesland wesentlich bei?



**N** Natur  
**WA** Winter Aktivitäten  
**SO** Sommer Aktivitäten  
**PB** Persönliche Betreuung  
**FP** Freundliches Personal  
**PL** Preis/Leistung  
**T** Traditionsbewusstsein  
**I** Infrastruktur  
**TA** Traditionelle Architektur  
**SO** Sonstige

## Steigende Kosten, Abgaben sowie Personalmangel in der Region belasten die Entwicklung der Betriebe.

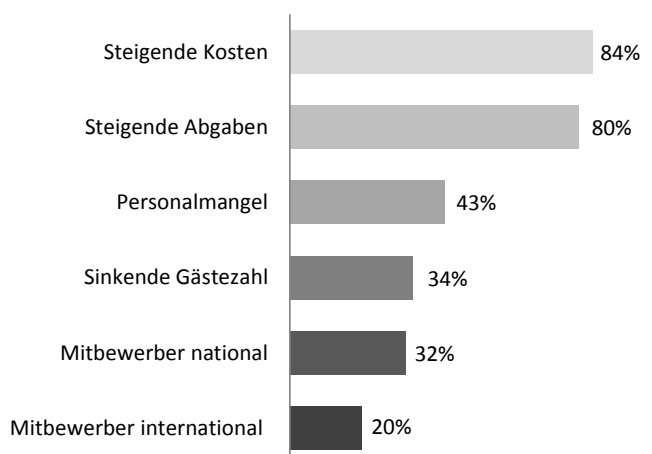
Deutlich negativen Einfluss haben Mehrbelastungen (Kosten bzw. Abgaben) auf die geschäftliche Entwicklung.

Diese wird zudem durch Personalmangel im regionalen Umfeld (43%) gebremst.

Eine drohende Abnahme der Gästezahlen und nationale wie internationale Mitbewerber werden als geringeres Risiko wahrgenommen.

Der wesentliche Kostentreiber in unserem Klientenkreis ist durchgehend der Personalaufwand.

Frage: Welche Bereiche beeinflussen die Entwicklung Ihres Betriebes negativ?







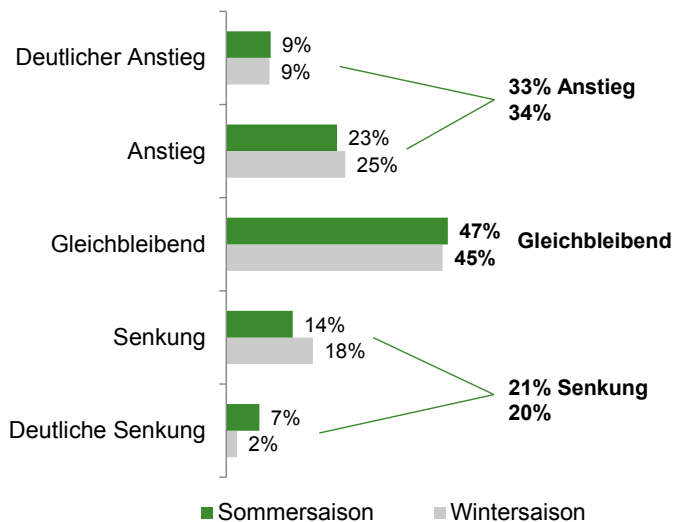
## Mehrheitlich wird eine konstante Entwicklung der Gästezahlen erwartet.

Zusammengefasst sind keine größeren Unterschiede zwischen Sommer- und Wintersaisonen festzustellen.

Die Gästezahlen werden von den Befragten mehrheitlich gleichbleibend erwartet (45% - 47%), unabhängig von Winter- oder Sommersaison.

Ein Drittel sieht einen Anstieg der Gästezahlen in den kommenden fünf Saisonen.

Frage: Wie wird sich die Gästezahl in Ihrem Betrieb in den kommenden fünf Saisonen entwickeln?



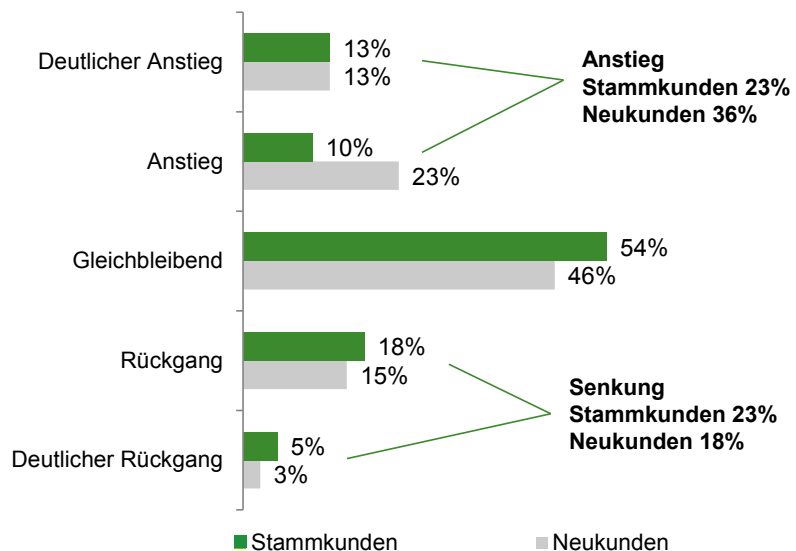
## Vertrauen in eine konstante Umsatzentwicklung bei Stammkunden wie Neukunden und damit verbunden positive Aussichten.

Für die kommenden Jahre wird von einem Drittel der Unternehmen ein steigender Umsatzanteil an Neukunden erwartet (36%).

Ungefähr die Hälfte der befragten Touristiker erwartet, dass sich der Umsatzanteil der Stamm- wie auch Neukunden in den kommenden Geschäftsjahren gleichbleibend verhält.

Allerdings ist die Meinung zu einem möglichen Umsatzanstieg (23%) bzw. eines möglichen Umsatzrückgangs (23%) im Segment der Stammkunden geteilt.

Frage: Wie wird sich der Umsatzanteil Ihrer Kunden (Stamm- bzw. Neukunden) in den kommenden fünf Geschäftsjahren entwickeln?





# Geschäftsentwicklung

Die befragten Unternehmer nennen für ihre strategische Ausrichtung die Faktoren Regionalität, Service und Personal als Grundlagen für ihren Erfolg.

Das Feedback der Befragten zeigt, dass neben Tradition auch Innovation ein wichtiges Thema ist.

Tradition verbunden mit innovativen Maßnahmen und Angeboten der Betriebe ist das Erfolgsrezept.

Die Befragten nannten folgende Maßnahmen:

- Aktionen für Gäste
- Alternative Aktivitäten (wetterunabhängig)
- Gesundheitstourismus
- Bau einer leistungsstarken Schneeanlage
- Sport und Kultur
- Produktverbesserung
- Bau einer Themenwelt

Frage: Was ist Ihr Erfolgsrezept?

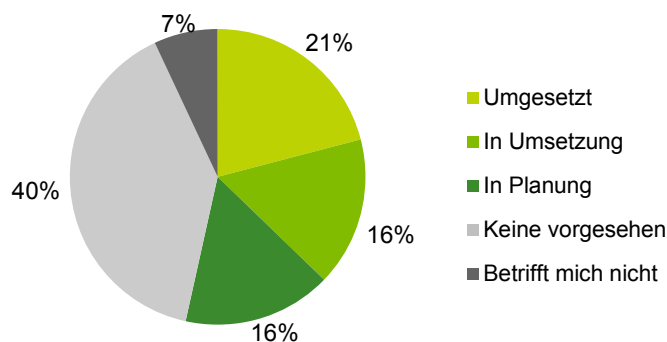


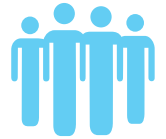
Aufgrund klimatischer Bedingungen werden vom Großteil der Tourismusbetriebe Maßnahmen umgesetzt oder geplant

Etwas mehr als die Hälfte der Unternehmen haben bereits Maßnahmen in Sachen Klima gesetzt oder diese geplant.

47% der befragten Unternehmen fühlen sich von klimatischen Bedingungen nicht betroffen oder haben keine Maßnahmen vorgesehen.

Frage: Treffen Sie Maßnahmen um klimatischen Entwicklungen entgegen zu wirken?





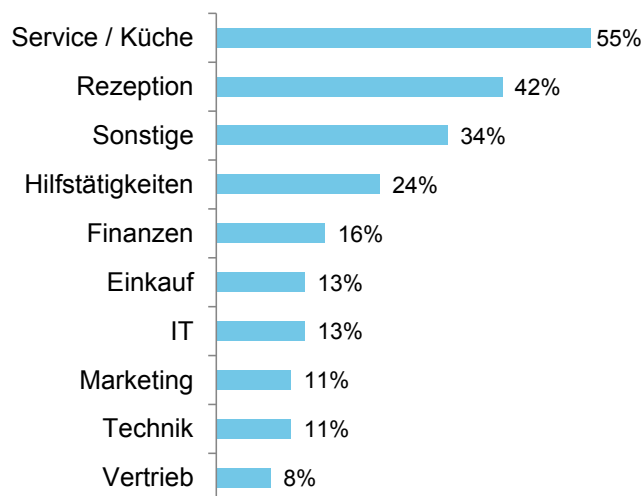
## Engpass Personal in den klassischen Tourismusbereichen.

Vor allem in den klassischen Bereichen wie Service, Küche, Rezeption, Sonstige (Reinigung, Zimmer) sehen die Befragten eine besondere Schwierigkeit darin, Arbeitskräfte zu finden.

In branchenunabhängigen Bereichen, wie zum Beispiel Marketing, IT oder Finanzen, stellt die Personalsuche kaum ein Problem dar.

Unserer Erfahrung nach ist in letztgenannten Bereichen ein Outsourcing einfacher. Hier lassen sich qualitativ hochwertige Dienstleistungen relativ einfach von externen Dienstleistern zukaufen.

*Frage:* In welchen Bereichen ist es für Ihr Unternehmen schwer Personal zu finden?



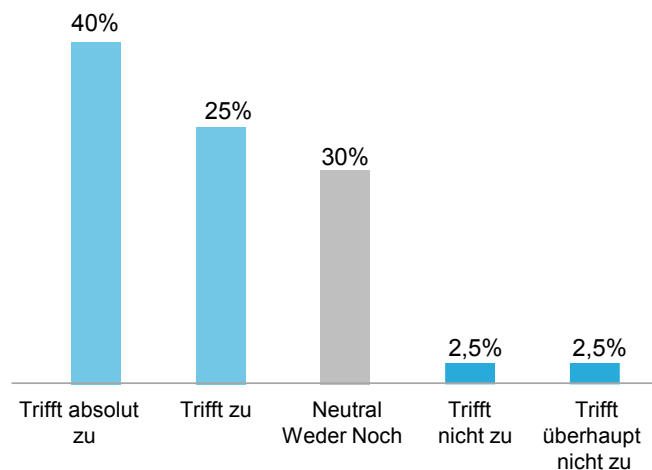
## Die notwendige Verfügbarkeit von Fachkräften wird zunehmend zur Herausforderung.

Auch im Hinblick auf die Verfügbarkeit von Fachkräften stellen die Befragten einen deutlichen Mangel fest.

Zwei Drittel der Befragten stimmen dieser Aussage und somit einem größerem Problem hinsichtlich der Verfügbarkeit von Fachkräften zu.

In zahlreichen Gesprächen mit erfolgreichen Tourismusunternehmen konnten wir feststellen, dass vor allem jene (Saison-)Betriebe gute Fachkräfte jährlich wiedergewinnen bzw. langfristig halten, die die Schlüsselfaktoren zur Bindung ihres Personals identifizieren konnten. Häufig sind dies: Privatsphäre durch entsprechende Unterkunft, Anbindung an die Unternehmerfamilie (in Familienbetrieben), Unterstützung der Arbeitsabläufe durch bauliche und technische Maßnahmen.

*Frage:* Die Verfügbarkeit von Fachkräften stellt ein größeres Problem als noch vor zehn Jahren dar.





# Personal

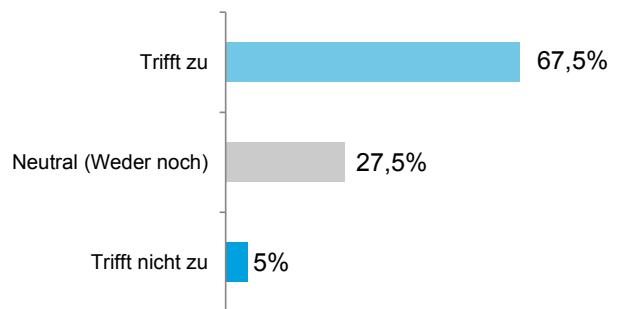
## Auflagen und verschärfte Bedingungen im Arbeitszeitgesetz führen zu Erschwernissen.

Zwei Drittel der Befragten sehen sich mit Erschwernissen aufgrund der starken Regulierung (verschärfte Bedingungen, Aufzeichnungen) des Arbeitszeitgesetzes konfrontiert.

Genannt wurden folgende Erschwernisgründe: Überstunden, Nachruhe, Zeitaufzeichnungen, erhöhte Personalkosten durch zusätzliche Mitarbeiter und Komplikationen bei Einsätzen auf Veranstaltungen.

Die Gesetzgebung wird zunehmend schärfer bei Vergehen gegen die Anmeldevorschriften, Lohndumping oder Verstöße gegen die vorgesehenen Aufzeichnungsverpflichtungen. Im Zuge der Betreuung von Betriebsprüfungen und GPLA stellen wir zudem eine Zunahme von Nachzahlungen und Strafen bei mangelhaften Aufzeichnungen fest. Beispielsweise kann es zwischen EUR 730 und EUR 2.180 kosten (im Wiederholungsfall bis zu EUR 5.000), wenn ein Dienstnehmer nicht oder zu spät (d.h. vor Arbeitsantritt) bei der GKK gemeldet wird.

Frage: Die Einhaltung des Arbeitszeitgesetzes führt zu Beeinträchtigungen



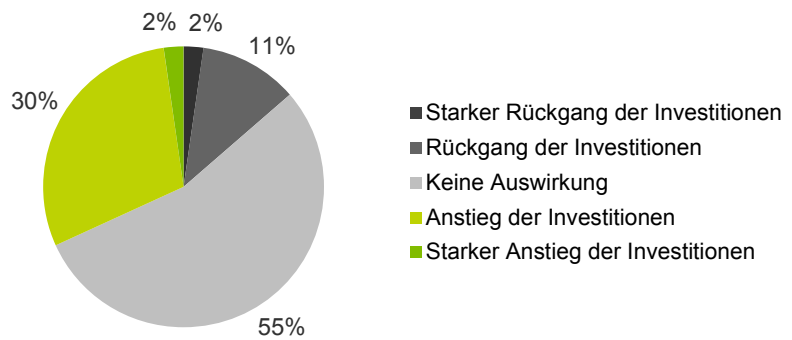


## Das aktuelle Zinsniveau sowie Maßnahmen der Banken zur Ankurbelung von Investitionen haben nach Meinung der Unternehmer keinen signifikanten Einfluss auf deren Investitionsbereitschaft.

Über 55% der Befragten glauben, dass weder das derzeit niedrige Zinsniveau noch Maßnahmen im Bankbereich, wie zB. Vergaberichtlinien für die Finanzierung, einen Einfluss auf deren aktuelle, unternehmerische Investitionsentscheidung haben werden.

Bei knapp einem Drittel der Befragten führen die derzeitigen Rahmenbedingungen jedoch durchaus zu einem Anstieg der getätigten Investitionen.

Frage: Wie wirken sich zinsgünstige Kredite oder Negativzinsen auf Bankguthaben und auf Ihre Investitionsentscheidung aus?



## Die Investitionsvorhaben betreffen nach Angabe der Befragten vor allem den Bereich von Reparatur- und Ersatzinvestitionen sowie der Qualitätsverbesserung.

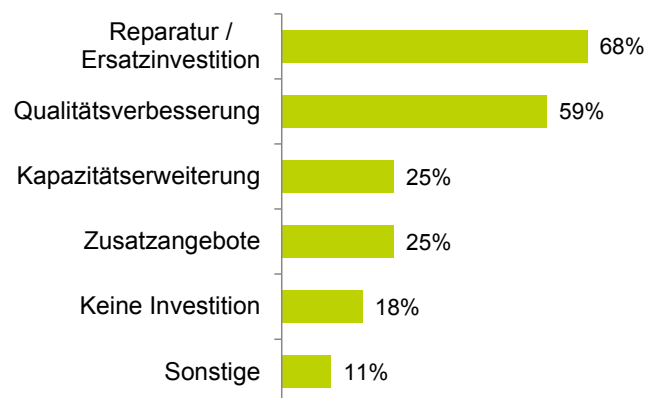
Bewahren statt neu bauen.

Investitionen sind hauptsächlich zur Erhaltung des Angebots geplant, weniger um das Angebot oder die Kapazität zu erweitern.

Knapp 1/5 der Befragten hat keine Investitionen geplant.

Diese Erkenntnis deckt sich auch mit unseren Erfahrungen im Klientenkreis. Prinzipiell wird laufend, aber sehr überlegt investiert. Man kennt seine USP und weiß, wo man in dem aktuell unsicheren Umfeld jedenfalls am Ball bleiben möchte. Wir erkennen, dass öffentliche Förderungen ein positiver Nebeneffekt bei Investitionsmaßnahmen sind, jedoch kein auslösender Grund dafür. Häufig sind Investitionen in Qualitätsverbesserungen und Ersatzinvestitionen aus steuerlicher Sicht als „Instandhaltung“ zu qualifizieren. Diese reduziert zwar die Steuer im Jahr der Investition, ist jedoch meist ein Ausschlusskriterium für Förderungen.

Frage: In welchen Bereichen planen Sie in den nächsten 12 Monaten Investitionen?





# Investition & Finanzierung

## Die Umfrage zeigt im Bereich Investitionsvolumen gleichbleibende, konstante Planungen der Betriebe.

Etwa 68% wollen nicht mehr für Investitionen ausgeben als in den vergangenen Jahren.

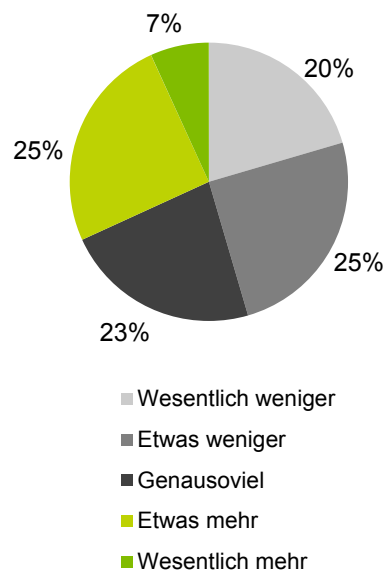
Dies spiegelt sich auch in den Investitionsvorhaben (siehe auch die vorhergehende Auswertung zu Ersatz- Reparaturinvestition bzw. Qualitätsverbesserung) wider.

Weiters wurde durch die befragten Unternehmer angegeben, dass sich über 54% aller getätigten Investitionen aus ihrer Sicht rentiert haben.

Die Befragten gaben weiters an, dass eine eingeschränkte Finanzierungsbereitschaft der Hausbank nicht festzustellen ist.

Aus der Beratungspraxis nehmen wir Vertrauen in die eigenen Managementfähigkeiten und eine sehr gute Marktkennntnis wahr. Zudem werden die notwendigen Investitionen laufend getätigt. Wir erkennen jedoch auch, dass Großinvestitionen, die über die Qualitätsverbesserung des bestehenden Angebots hinausgehen, durchaus aufgeschoben werden. Ein wetterbedingt schlechtes (Nordtiroler) Jahr 2013/14 sowie die Unsicherheit in Sachen Steuerreform (v.a. hinsichtlich der ursprünglich geplanten Verteuerung von Betriebsübergaben) lassen die Unternehmer vorsichtiger agieren.

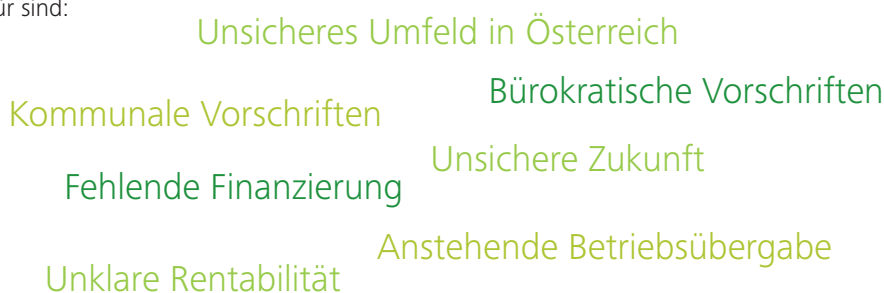
Frage: Wollen Sie in den nächsten Monaten für Investitionen weniger, genauso viel oder mehr Geld ausgeben als bisher?



## Fast Zwei Drittel der Touristiker gaben an Investitionen in die Zukunft verschoben zu haben.

Frage: „Haben Sie Investitionen in die Zukunft verschoben?“

Gründe hierfür sind:





Die Bedeutung von Planung und Budgetierung ist für die befragten Touristiker klar gegeben. Zwei Drittel nehmen betriebswirtschaftliche Beratung in Anspruch.

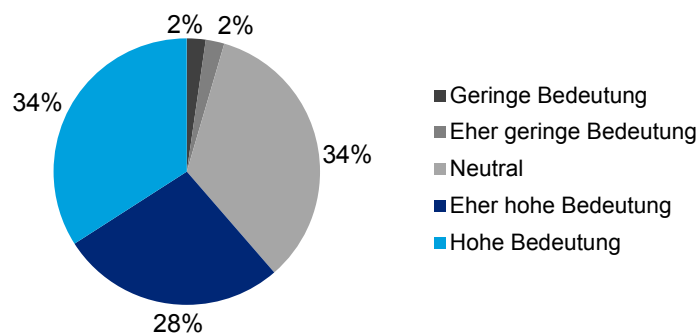
Die Budgetierung hat für ca. 60% der Befragten eine hohe Bedeutung. Nur 4% sehen eine geringe Bedeutung in der Planung bzw. Budgetierung für ihr Unternehmen.

90% der Unternehmer geben weiters an regelmäßige Soll / Ist Vergleiche durchzuführen.

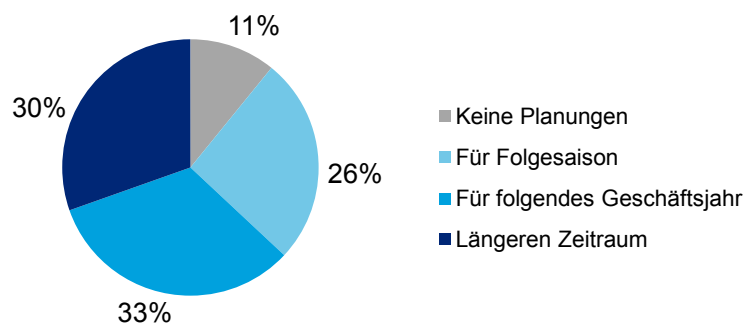
Der Anteil der Betriebe ohne Planung und Budgetierung liegt bei 11% der Befragten.

In unserem Klientenkreis wird die individuelle Gestaltung der monatlichen Buchhaltungsauswertung geschätzt. Darüber hinaus buchen wir für einige Tourismusunternehmen wöchentlich, sodass ein sehr zeitnahes Controlling möglich ist.

Frage: „Wie schätzen Sie die Wichtigkeit von Planung/ Budgetierung für Ihr Unternehmen in den nächsten Monaten ein?“



Frage: „Für welchen Zeitraum stellen Sie Planungen auf, die in weiterer Folge als Basis für Ihre Soll-Ist Vergleiche dienen?“



# Hintergrundinformationen zur Umfrage

## Online

befragt wurden Tourismus- und  
tourismusnahe Unternehmen

*Hotel 25%, Pension 21%,  
Ferienwohnung 15%,  
Gastronomie 12%,  
Seilbahn 10%, Sonstige 17%*

# 49

teilnehmende Unternehmen im  
Zeitraum von Mai bis Juni 2015

## TOP Aussagekraft

Feedback von Geschäftsführern  
und Führungskräften (über 90%)

## Tirol

als Region mit  
Schwerpunkt Tourismus

80% der Teilnehmer aus Tirol  
20% Betriebe aus anderen Bundesländern

Sicht der Familienbetriebe  
und Kleinunternehmen

# 75%

der Teilnehmer führen Betriebe  
unter 50 Mitarbeitern



# Tourismusbranche in Österreich

Österreich ist ganzjährig ein beliebtes Tourismusziel, gleichermaßen für in- und ausländische Gäste. Laut Statistik Austria belief sich der direkte und indirekte Beitrag des Tourismus zum BIP auf 7,4% im Jahr 2012. Für 2013 beliefen sich die Schätzungen auf 7,3% und für 2014 wurde mit gleichbleibenden Zahlen gerechnet. 2013 gab es insgesamt (Gäste aus dem In- und Ausland) 132,6 Mio. Übernachtungen, davon rund 50,8 Mio. aus Deutschland (38,3%). Überdurchschnittlich hohe Nächtigungszuwächse gab es im Sommer 2014 aus den USA (+10,0%) und Großbritannien (+8,8%) sowie aus dem zentral- und osteuropäischen Raum. Bei der Anzahl der Nächtigungen unterscheiden sich die Sommer- und Wintersaison nur wenig. Das Nächtigungsergebnis der Wintersaison 2013/14 (November 2013 bis April 2014) belief sich auf 64,49 Mio. und ist damit gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,6% gesunken. In der Sommersaison 2014 wurden insgesamt 67,21 Mio. Nächtigungen gemeldet, dies entspricht gegenüber dem Sommer 2013 einem Plus von 1,1%. Die Steigerung im Sommer ist vor allem auf einen Zuwachs ausländischer Gäste zurückzuführen. Bei den Ankünften und Nächtigungen nimmt Tirol mit Abstand die Spitzenposition innerhalb Österreichs ein, Salzburg erreicht Platz zwei. Danach folgt Wien, das erstmalig Kärnten auf dem dritten Platz ablöst.

Quelle: Deloitte Radar 2015



Die erwirtschaftete direkte und indirekte Wertschöpfung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft lag 2014 in Summe bei rund **48,8 Mrd. Euro**, das sind **14,8% des BIP**.



über **618.000**  
**Vollzeitbeschäftigte**



ca. **65.000**  
**Beherbergungsbetriebe**  
österreichweit



**37,6 Mio. Ankünfte (+1,9%)**  
**131,9 Mio. Nächtigungen (+1,2%)**  
-1,6% Rückgang der Nächtigungen in Tirol

Quelle: Statistik Austria

# Out of scope

Diese Bereiche werden durch Studien von Deloitte und anderen Organisationen bzw. Institutionen ausführlich erläutert. Diese waren nicht Teil der Befragung.



# Kontakt



**Mag. Andreas Kapferer LL.M.**  
Partner  
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
Tel.: +43 5412 64450 30  
Tel.: +43 512 582555 23  
akapferer@deloitte.at



**Mag. Gunnar Frei**  
Partner  
Wirtschaftsprüfer, Steuerberater  
Tel.: +43 5412 64450 30  
Tel.: +43 512 582555 39  
gfrei@deloitte.at



**Mag. (FH) Birgit Breyner**  
Senior Managerin  
Steuerberaterin  
Tel.: +43 5412 64450 13  
Tel.: +43 512 582 555 38  
bbreyner@deloitte.at

## Bleiben Sie informiert!



Alle aktuellen Veranstaltungen und Newsletter mit Praxistipps speziell für den Tourismus finden Sie unter [www.deloitte.at/tourismus](http://www.deloitte.at/tourismus)



Registrieren Sie sich für die News von Deloitte unter [www.deloitte.at/newsletter](http://www.deloitte.at/newsletter)



Details zu Deloitte Tirol und unserem Serviceangebot finden Sie unter [www.deloitte.at/tirol](http://www.deloitte.at/tirol)

Deloitte Österreich ist der führende österreichische Anbieter von Professional Services. Mit 1.100 Mitarbeitern in acht Niederlassungen in Österreich und 210.000 weltweit betreut Deloitte Unternehmen und Institutionen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory und Human Capital. Kunden profitieren von der exzellenten Betreuung durch Top-Experten vor Ort sowie tiefgehenden Branchen-Insights der Industry Lines.

Deloitte versteht sich als smarter Impulsgeber für den Wirtschaftsstandort Österreich und bündelt seine breite Expertise, um aktiv an dessen Stärkung mitzuwirken. Als Arbeitgeber entwickelt sich Deloitte permanent weiter mit dem Anspruch, „Best place to work“ zu sein.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited, eine „UK private company limited by guarantee“ („DTTL“), deren Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und deren verbundenen Unternehmen. DTTL und jedes ihrer Mitgliedsunternehmen sind rechtlich selbstständige und unabhängige Unternehmen. DTTL (auch „Deloitte Global“ genannt) erbringt keine Dienstleistungen für Kunden. Unter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) finden Sie eine detaillierte Beschreibung von DTTL und ihrer Mitgliedsunternehmen.

© 2015. Für weitere Informationen kontaktieren Sie Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH  
Gesellschaftssitz Innsbruck | Handelsgericht Innsbruck | FN 266467 a