

# Wirtschaftsmotor Tourismus – der Weg zurück....

Oliver Fritz

Österreichische Seilbahntagung 2021

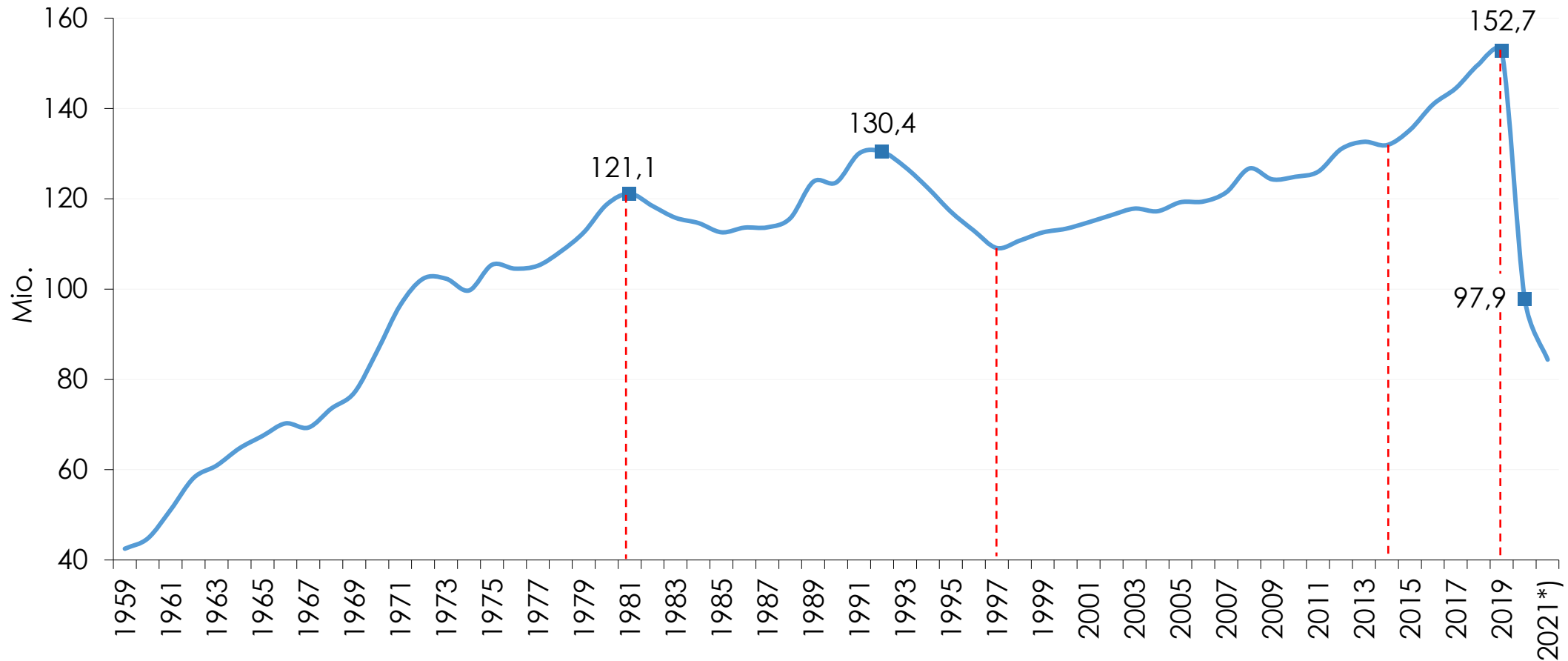
19. Oktober 2021



---

## Wirtschaftsmotor Tourismus: Wie es einmal war ....

# Der Tourismus als (ein) Wachstumsmotor der österreichischen Wirtschaft



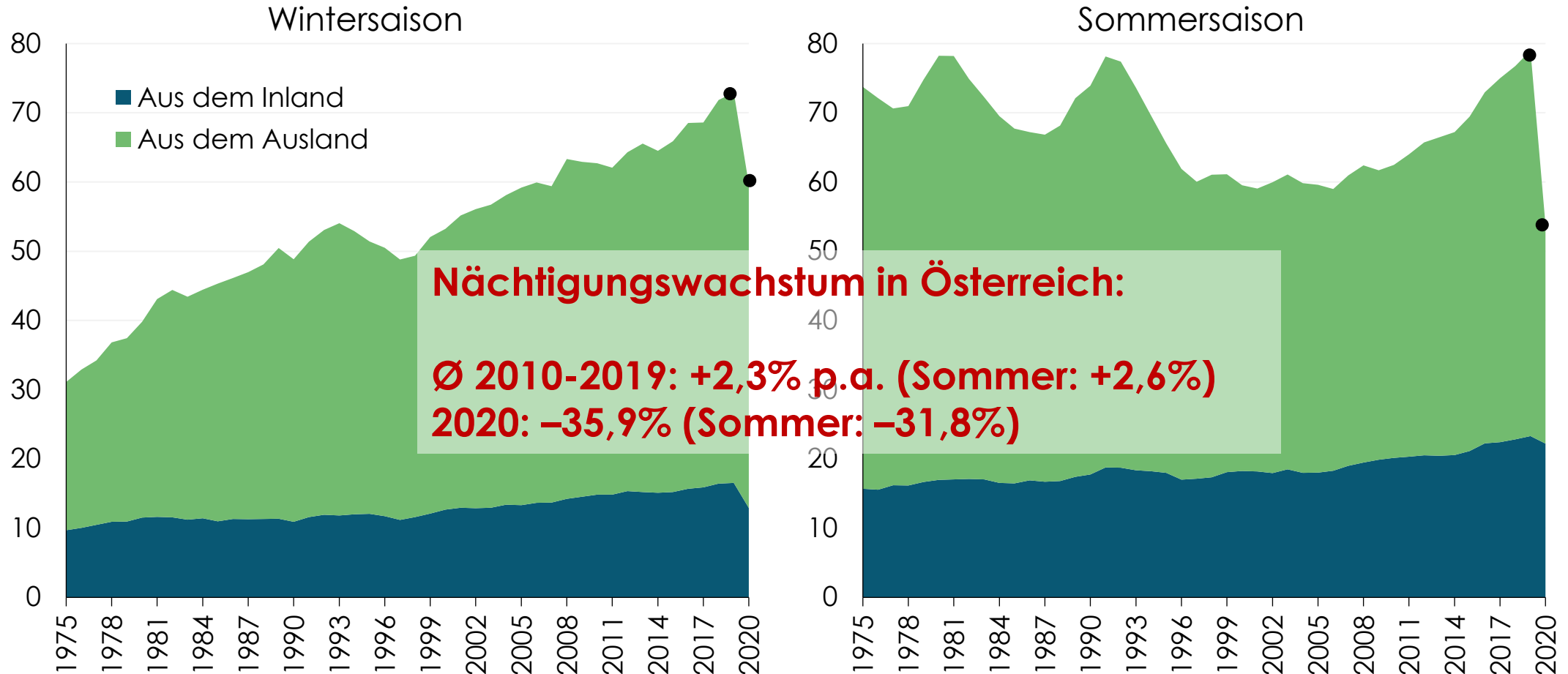
Q: Statistik Austria. 2021: Schätzung (Stand 30. 9. 2021).

# Tourismus in Österreich: Winterwunder & Sommerflauten

Internationale Winterurlauber als Wachstumsmotor, Comeback des Sommers

## Saisonale Nächtigungen in Österreich

In Mio.



# Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus in Österreich ist beträchtlich

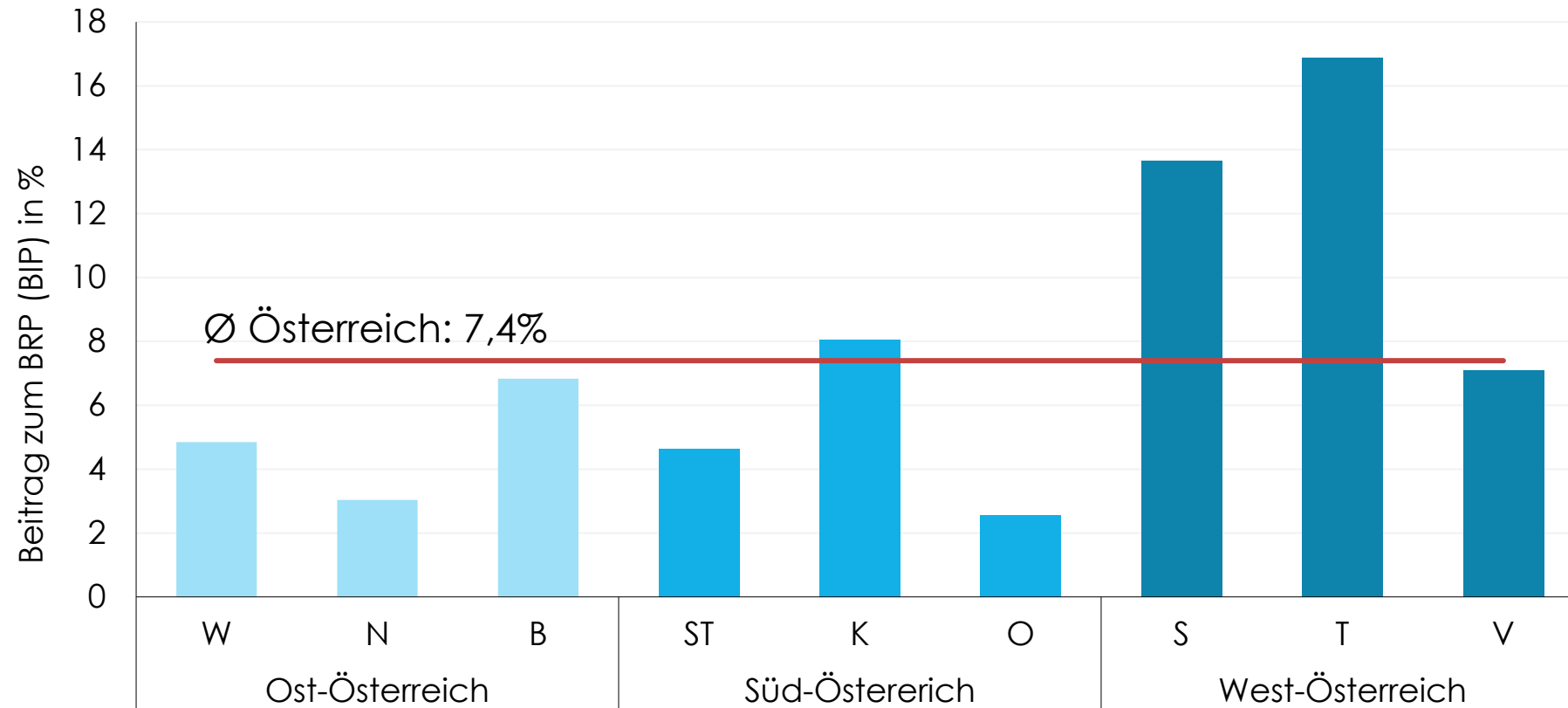
	2018 (revidiert)	2019 (vorläufig)	2020 (Schätzung)
<b>Direkte Wertschöpfung lt. Tourismus-Satellitenkonto</b>			
Ohne Dienst- und Geschäftsreisen			
Mio. €, nominell	19.628	20.556	13.973
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+4,7	-32,0
Anteil am BIP in %	5,1	5,2	3,7
Einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen			
Mio. €, nominell	20.736	21.692	14.957
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+4,6	-31,0
Anteil am BIP in %	5,4	5,5	4,0
<b>Direkte und indirekte Wertschöpfung lt. M</b>			
• Investitionen • Einkommenseffekte • Freizeitwirtschaft (und Geschäftsreisen)			
Mio. €, nominell	28.322	29.736	20.504
Veränderung gegen das Vorjahr in %	.	+5,0	-31,0
Beitrag zum BIP in %	7,3	7,5	5,5

Q: Statistik Austria, WIFO. Werte lt. TSA basierend auf "Recommended Methodological Framework (RMF) 2008".

# Diese Bedeutung ist regional aber sehr unterschiedlich

## Anteil des Tourismus am Bruttoinlandsprodukt nach Bundesländern

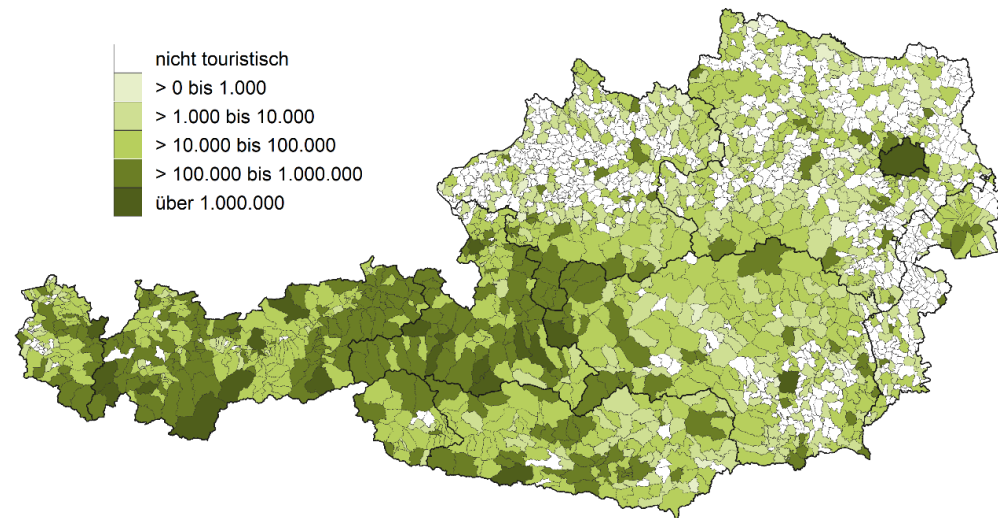
Direkte & indirekte Wertschöpfung 2018



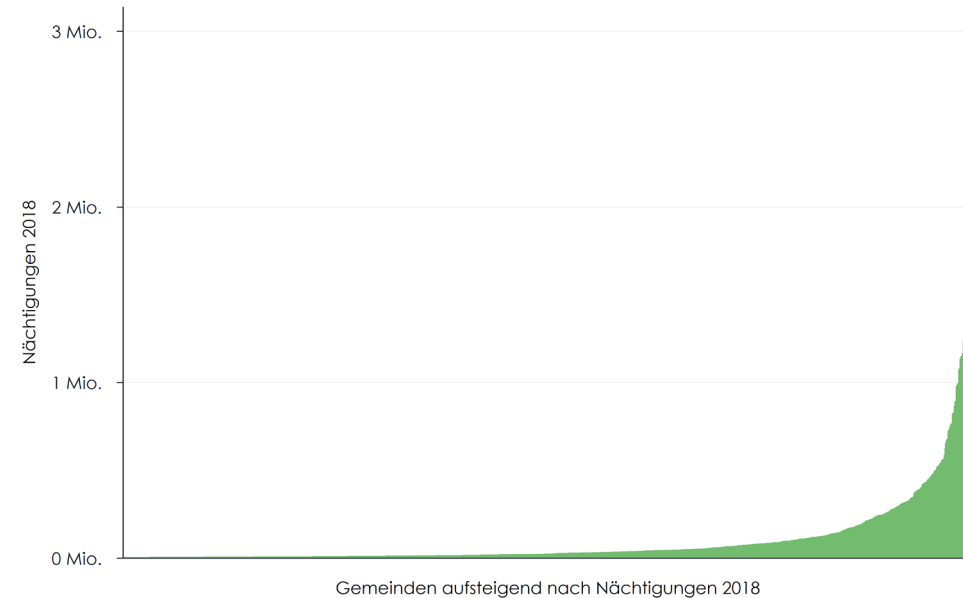
Q: Statistik Austria, WIFO – RTSAs Berichtsjahr 2018 (erstellt Juli 2021).

# Die Unterschiede zwischen Destinationen sind noch ausgeprägter

## Räumliche Verteilung der Nächtigungen auf die Tourismuskommunen, 2018



Q: Statistik Austria; eigene Darstellung WIFO.



Q: Statistik Austria; eigene Darstellung WIFO. Ohne Wien.



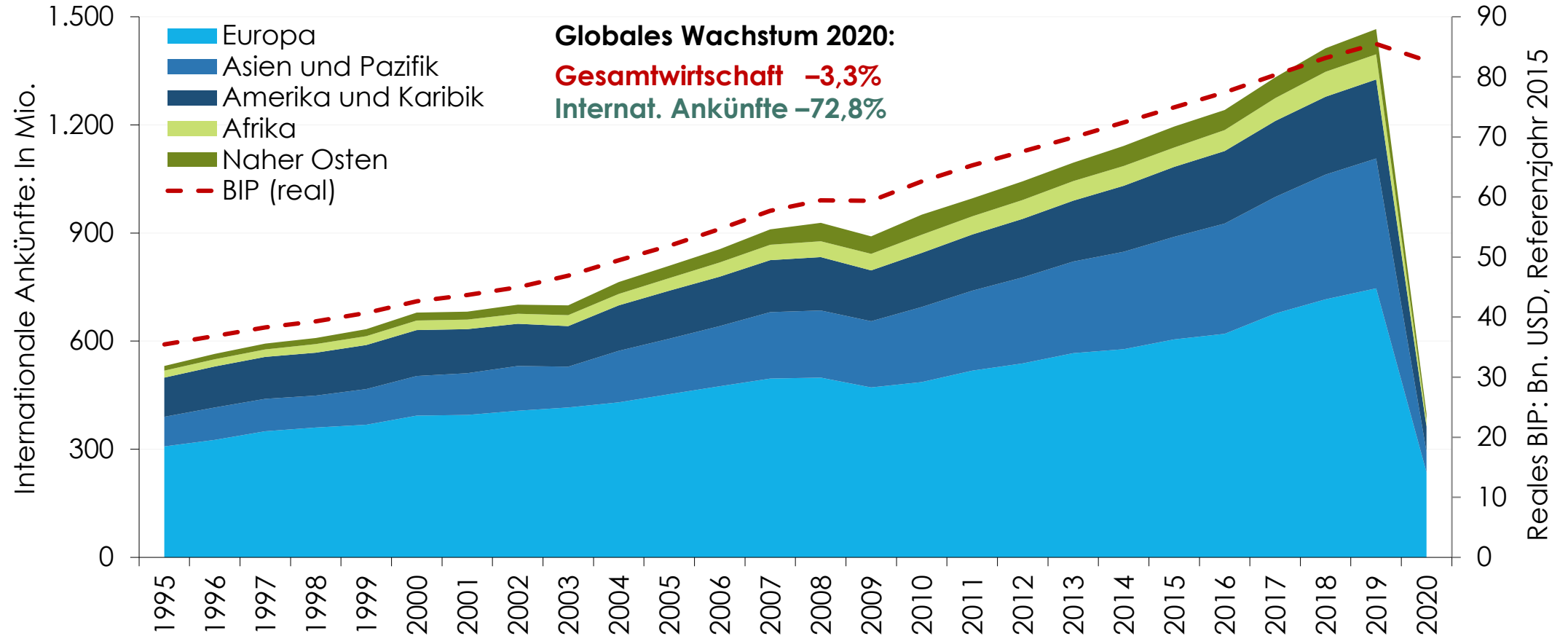
---

# **Tourismus in Zeiten der Pandemie: Vom Overtourism zu No Tourism**

# Globaler Tourismus: Der Wachstumsmotor stottert

COVID-19 setzt dem Tourismus-Boom ein abruptes Ende

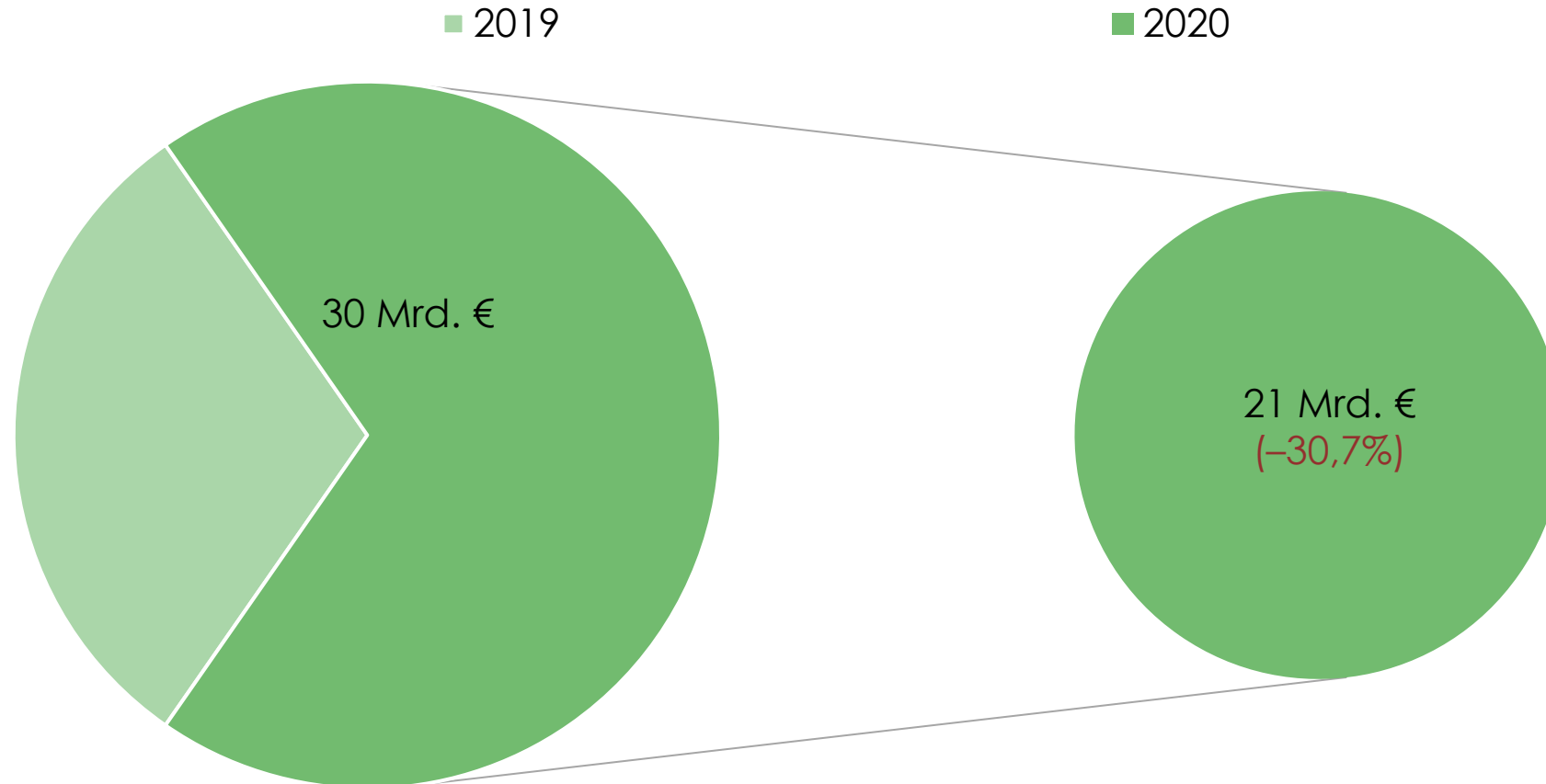
## Entwicklung der internationalen Touristenankünfte nach Welt-Subregionen seit 1995



Q: UNWTO. Vorläufige Werte.

# Und der Tourismuskuchen in Österreich wurde kleiner ....

## Direkte und indirekte Bruttowertschöpfung des Tourismus



Q: Schätzung auf Basis des TSA 2018.

---

**Und wie wird der kommende Winter?**



# Wie wird der kommende Winter?

- Was den Erfolg oder Misserfolg bestimmen wird:
  - Entwicklung der Infektionszahlen im Inland und Ausland
  - Nationale (regionale) Impfquote
  - Zutrittsbeschränkungen Seilbahnen, Hotellerie & Gastronomie (inkl. Apres Ski)
    - Widersprüchliche Effekte von Zutrittsbeschränkungen:
      - (1) verringern Gästepool (-)
      - (2) stärken das Vertrauen in ein sicheres Urlaubserlebnis (+)
      - (3) verhindern das Auftreten von Infektionsclustern und internat. Reisebeschränkungen (+)
      - (4) beeinträchtigen das Urlaubserlebnis (Apres Ski -)
    - Gesetzliche Grundlagen fehlen noch (z.B. Wochenkarten nur mit 2G?) – zeitkritisch!!!
  - Arbeitskräftemangel
- Potentielle Nachfrage nach einer Saison ohne Skiurlaub dürfte hoch sein (gute Buchungslage bis in den Februar hinein), aber kurzfristige Buchungen nehmen stark zu, großzügige Stornobedingungen üblich
- Wintersaison ist mehr als alpiner Wintertourismus: Städte (Wien 11% der ÜN) mit Weihnachtsmärkten, Thermen

---

**Wann beginnt der Motor wieder zu brummen?**  
**4 Thesen zur Zukunft des Tourismus**

# (1) Die Pandemie wirkt nachhaltig

---

- Weniger Geschäftsreisen
  - McKinsey: -20% Reisen 2023, vier Segmente von Geschäftsreisenden,
    - Never Left (15%): Reisen sind essentiell
    - Never Returning (20%): Reisen nicht notwendig
    - Fear of Missing Out (60%): Reisen zur Kultivierung von Geschäftskontakten
    - Wait and See (5%): Öff. Sektor, Interessensvereinigungen, NGOs
  - Deloitte:
    - Optimierung der Geschäftsreisetätigkeit aus ökolog. Gründen (50%)
    - Kosteneinsparungen (67%)
- Wissenschaftliche Konferenzen: Zunahme hybrider Formate
- Veränderungen in der Luftfahrtindustrie – höhere Preise; erfordert auf Destinationsebene Reduktion der Abhängigkeit vom Flugverkehr



# (1) Die Pandemie wirkt nachhaltig

---

- Beherbergungswesen:
  - Insolvenzen, Konsolidierungen, Abnahme der Bettenkapazitäten, höhere Preise
  - P2P-Unterkünfte expandieren weiter
  - Digitalisierung setzt sich fort, Hygieneanforderungen bleiben hoch
  - Bleiben neue Buchungsgewohnheiten bestehen (Flexibles Storno)?
- Reiselust gepaart mit Unsicherheit
- Präferenz für weniger überfüllte Destinationen – auch im Winter?
- Resilienz als großes Thema (bessere Ausstattung mit Eigenkapital, Diversifikation der Herkunftsmärkte etc.)

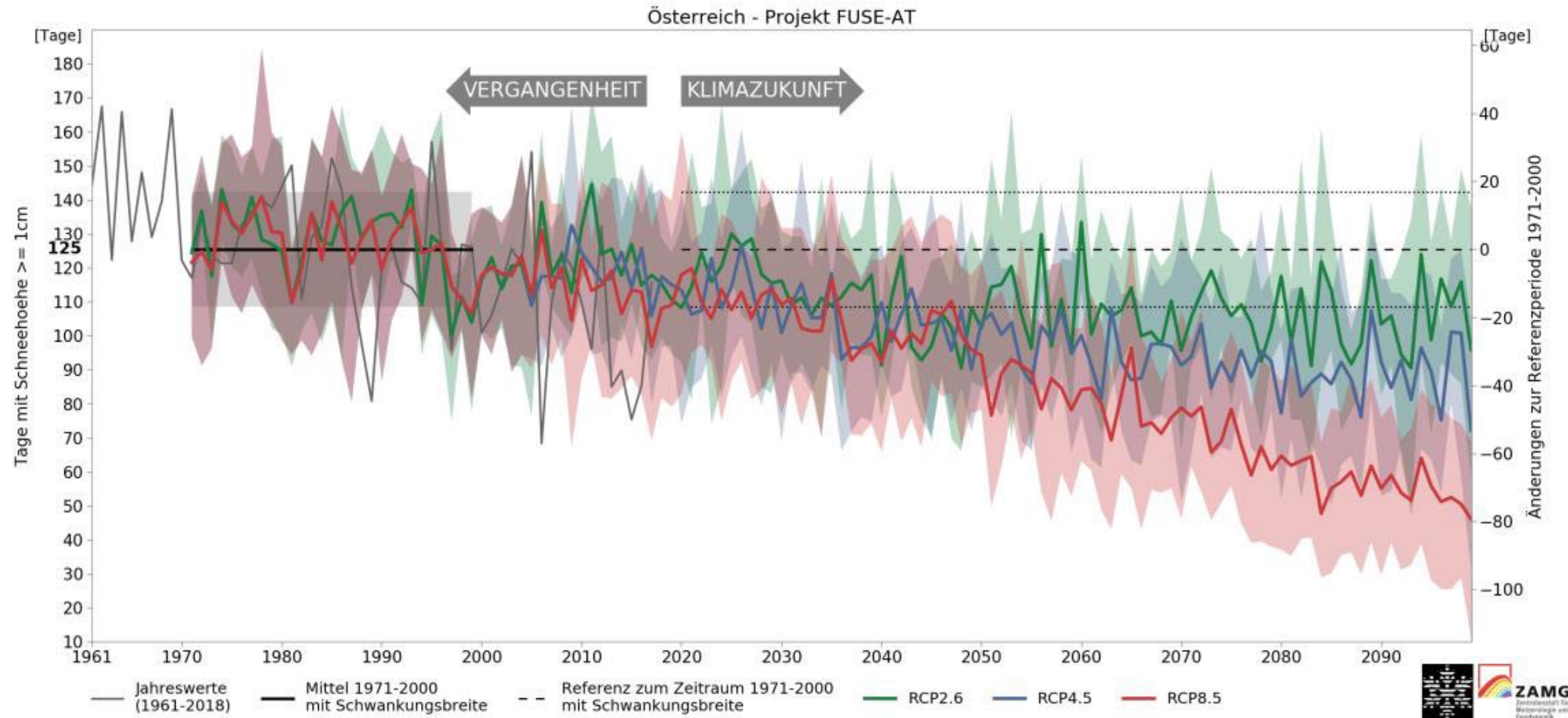
## (2) Der Klimawandel (-schutz) bringt Herausforderungen und Chancen

---

### **Kernaussagen des Berichts Klimawandel und Tourismus (2021)**

- Großteil der CO<sub>2</sub>-Emissionen im Tourismus durch An- und Abreise der Gäste verursacht, Aktivitäten der Gäste fallen hingegen kaum ins Gewicht (auch nicht Beschneigung)
- Klimabezogene Risiken treten in allen touristischen Angebotsbereichen auf (Seilbahnen, Beherbergungs- und Gastrobetriebe, Veranstaltungen etc.)
- Der Klimawandel (-schutz) und die Anpassung an diesen wird zu einer räumlichen Umverteilung touristischer Aktivitäten in Raum und Zeit führen

# Schneedeckendauer in Österreich bis 2100



Q: Eco Austria, 2021

## (2) Der Klimawandel (-schutz) bringt Herausforderungen und Chancen

---

### Herausforderungen

- Gletzerschmelze und geringere Schneesicherheit (v.a. in niederen Lagen)
  - ⇒ Verkürzung bzw. Ausbleiben der Skisaison, Erhöhung der Gefahr von Steinschlag und Lawinen, höhere Kosten (Kunstschneeerzeugung, Sicherungsmaßnahmen)
- Zunahme von Extremwetterereignissen
  - ⇒ Zerstörung von Natur, Lebensräumen, historischen Sehenswürdigkeiten; Abnahme der Biodiversität
- Geringere Niederschlagsmengen und mehr Sonnenschein erhöhen
  - ⇒ Waldbrandgefahr, Trockenheit, Verschmutzung der Gewässer
- Temperaturanstiege
  - ⇒ Hitzebelastungen bei Städtereisen, erhöhten Energiebedarf
- Wenig touristische Alternativen zum klassischen Wintersportangebot

## (2) Der Klimawandel (-schutz) bringt Herausforderungen und Chancen

---

### Herausforderungen

- Investitionen zur nachhaltigen Umrüstung notwendig
- Veränderungen im Mobilitätsverhalten
  - ⇒ Anpassungsbedarf der Infrastruktur, sinkende Nachfrage aus Fernmärkten
- Expansionsgrenzen im touristischen Angebot - Beschränkungen beim Ausbau von touristisch genutzten Räumen, der Erweiterung des touristischen Beherbergungsangebots, etc.
- Erschwerte Planbarkeit von Veranstaltungen

## (2) Der Klimawandel bringt Herausforderungen und Chancen

---

### Chancen

- Veränderung des Präferenzen der Touristen
  - ⇒ Bewusstseinsbildung und höhere Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten
- Touristische Hotspots (z.B. Mittelmeerraum) werden zukünftig unter extremen Temperaturen leiden
  - ⇒ Verschiebung des Tourismus in historisch gemäßigte Lagen und Alpine Räume
- Geringere Niederschlagsmengen und mehr Sonnenschein verbessern Ausgangslage vieler touristische Standort
  - ⇒ Verlängerung der Sommersaison bzw. Ganzjahresangebote
- Temperaturanstiege
  - ⇒ ermöglichen neue Veranstaltungskonzepte

## (2) Der Klimawandel bringt Herausforderungen und Chancen

---

### Chancen

- Erhalt der Biodiversität, verstärkter Schutz der Natur
  - ⇒ höhere Qualität einiger touristischer Angebote
- Veränderung der Präferenzen der Touristen (Bewusstseinsbildung und höhere Nachfrage nach nachhaltigen Angeboten)
  - ⇒ Wettbewerbsvorteile für nachhaltige Destinationen / Angebote
- Ausbau öffentlicher Mobilitätsinfrastruktur
  - ⇒ Belebung der Nahmärkte, bessere Vernetzung inländischer Destinationen

# (3) Der Arbeitskräftemangel stellt den Tourismus vor Herausforderungen

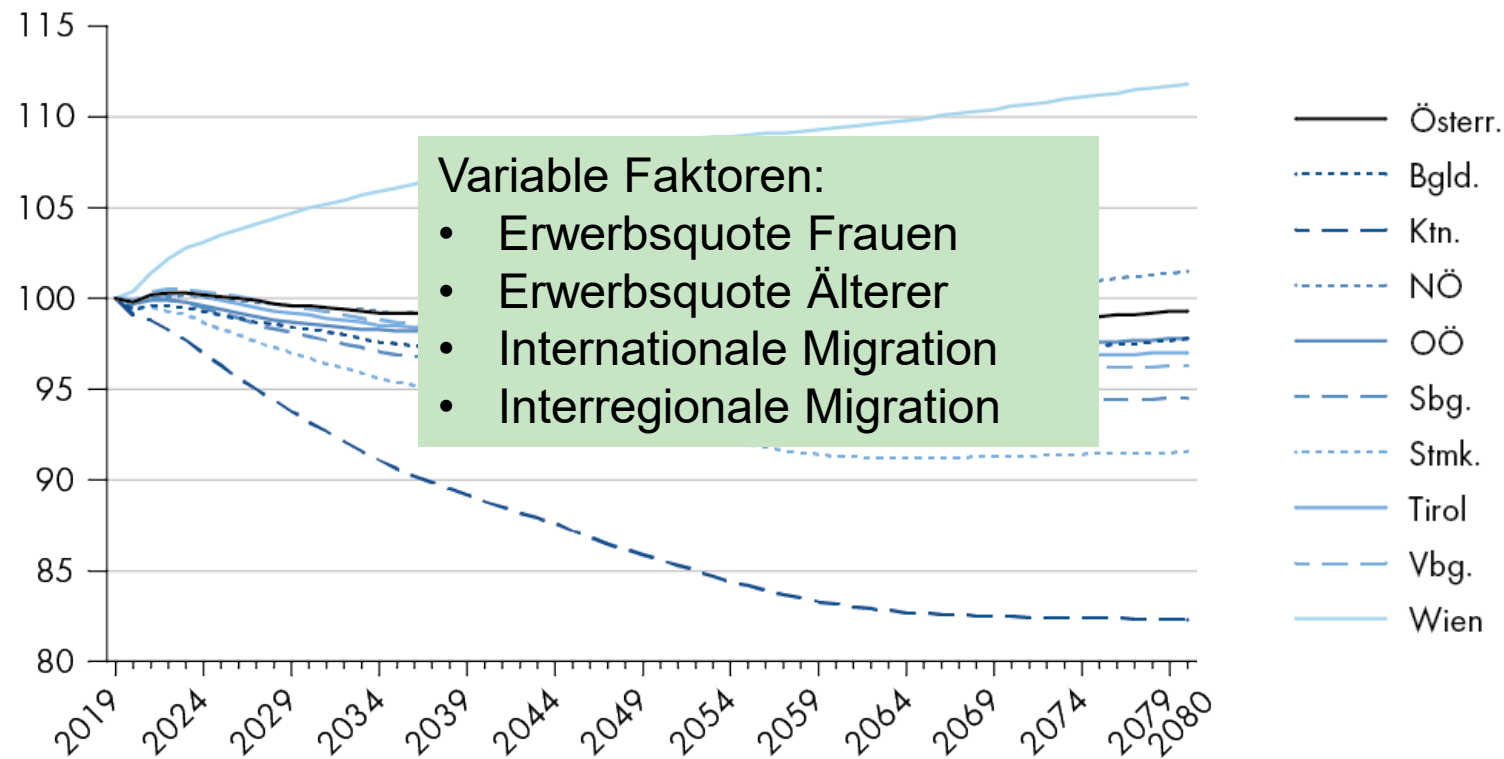
---

- Demographische Entwicklung



# (4) Der Arbeitskräftemangel stellt den Tourismus vor Herausforderungen

**Entwicklung der Erwerbspersonen 2019 bis 2080  
nach Bundesländer  
(laut Trendvariante; 2019=100)**



Q: STATISTIK AUSTRIA. Erwerbsprognose 2020. Erstellt am 22.02.2021.

## (4) Der Arbeitskräftemangel stellt den Tourismus vor Herausforderungen

---

- Demographische Entwicklung
  - Lifestyle-Trends: Vermehrtes Augenmerk auf Work-Life-Balance, flexiblere Arbeitszeiten
  - Wohlstandskante zu Osteuropa baut sich ab, verringertes Arbeitsangebot
  - Steigende Lohnkosten (aber positive Einkommenselastizität des Tourismus)
    - Entwicklung Arbeitskosten je Std 2008-2020
      - Beherbergung und Gastro +63%
      - Gesamtwirtschaft +38%
- ⇒ Lohnkosten werden zu steigenden Preisen führen
- ⇒ Veränderungen der Arbeitsbedingungen notwendig (kürzere, flexiblere Arbeitszeiten, altersgerechte Bedingungen, Kinderbetreuung etc. )

## (4) Der Overtourism wird wieder zum Thema



## (4) Der Overtourism wird wieder zum Thema

---

- Was ist Overtourism?
  - Die (sozialen, ökonomischen, ökologischen) Kosten touristische Aktivitäten in einer Destination übersteigen deren Nutzen
  - Kosten - Nutzen Relation manchmal nur für bestimmte Gruppen innerhalb einer Destination negativ
  - Overtourism  $\neq$  Massentourismus

## (4) Der Overtourism wird wieder zum Thema

---

### ■ Ursachen:

- Wachstum an Reisen und Reisenden durch globale Verbreiterung der Mittelschichten
- Soziale Medien (als Marketingtools, als „Bedürfnistrigger“)
- Mangelnde Wachstumsschranken auf Ebene von Destinationen
- Ungleiche Verteilung von Nutzen und Kosten des Tourismus
- Ökonomische Erklärung: „The Tragedy of Commons“
  - Nicht-Ausschließbarkeit vom Konsum
  - Rivalität im Konsum

### ■ Lösungen:

- Beschränkung Besucher:innenzahlen (Betten, Transport, De-Marketing, Preis)
- Räumliche und zeitliche Umverteilung der Besucher:innenströme innerhalb und außerhalb der Destination
- Änderung des Kosten-Nutzen-Verhältnisses für Bevölkerung
- Erweiterung Tourismusinfrastruktur
- Zielgruppenorientiertes Marketing

# Fazit

---

- Gesellschaft und Wirtschaft sind ständigen Veränderungen unterworfen, die es zu bewältigen gilt
- Der Tourismus ist keine Ausnahme
- Krisen stoßen Veränderungen oft an und bringen Chancen und Herausforderungen mit sich

**Ergreifen wir die Chancen und bewältigen die Herausforderungen!**



**WIFO**

 ÖSTERREICHISCHES INSTITUT FÜR  
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

## **Oliver Fritz**

oliver.fritz@wifo.ac.at

(+43 1) 798 26 01 - 261

Follow me on Twitter: @omfritz