

**Deloitte.**



# Tourismusbarometer 2021

Eine Studie von  
Deloitte Tirol und ÖHV



**MAKING AN  
IMPACT THAT  
MATTERS**

since 1845

## Impressum

Herausgegeben von Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH  
Autor\*innen: Andreas Kapferer und Birgit Breyner  
unter redaktioneller Mitarbeit von Armin Nowshad und Tamara Spiegel  
Grafik und Layout: Claudia Hussovits



Vorwort	05
Methode und Sample	06
Tourismusindex	07
Key Findings	08
Detailergebnisse	
Wirtschaftliche Lage des Tourismus	11
Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen	14
Geschäftsentwicklung 2021	16
Prognose für die Wintersaison 2021/22	20
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	24
Investition und Finanzierung	26
Hot Topics	
Auswirkungen der Corona-Krise auf den Tourismus	30
Ökosoziale Steuerreform	34
Kurz & bündig	36
Kontakt	38



# Vorwort

**Der Tourismus wurde von den Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders hart getroffen. Wie geht es den österreichischen Tourismusunternehmen nun nach mehr als eineinhalb Jahren mit COVID-19? Wie sind die staatlichen Hilfsmaßnahmen angekommen? Und wie sehen die Touristikerinnen und Touristiker ihre Zukunft?**

**Der Tourismusbarometer 2021 – eine Studie von Deloitte und der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) – widmet sich diesen und weiteren spannenden Fragen. Aber nicht nur Corona bewegt die Gemüter, auch der Klimawandel ist ein globales Thema, das direkte Auswirkungen auf den Tourismus in Österreich hat. Darüber hinaus steht eine Steuerreform vor der Tür, deren Schwerpunkt in Maßnahmen zur Eindämmung des Klimawandels liegt. Auch hierzu lotet die vorliegende Studie die Position des Tourismus aus.**

Der Tourismusbarometer von Deloitte und der ÖHV erhebt jährlich die Stimmungslage unter den österreichischen Tourismusunternehmen. 2020 brachte viele Herausforderungen mit sich – der bis dahin boomende heimische Wintertourismus wurde jäh beendet. Der Vorjahressommer war von starken regionalen Unterschieden geprägt. Städte litten deutlich mehr als ländliche Reiseziele. Die Zukunftsaussichten für 2021 waren beunruhigend, die Stimmung war getrübt. Was jedoch hervorstach, waren die positiven Auswirkungen der COVID-19-Hilfsmaßnahmen auf die Betriebe. Nun, im Herbst 2021, sind die Anträge für die Corona-Unterstützungen

bereits abgeschlossen. Es lässt sich folglich feststellen, welche Maßnahmen im Tourismus gut ankamen und wo die Bürokratie zu schaffen machte.

Nach dem Totalausfall der Wintersaison 2020/2021 hat sich die Stimmung in der Branche im Lauf der vergangenen Sommersaison wieder gehoben. Nach wie vor leidet jedoch die Stadthotellerie stärker als die Hotels am Land. Ein durch Corona verstärkter Trend ist die kurzfristige Buchungslage in den Beherbergungsbetrieben – die Herausforderung ist dabei die optimale Ausgestaltung der Stornoregeln.

Aktuell spitzt sich der Fachkräftemangel auf beängstigende Weise weiter zu. Die Unternehmen sind auf sich gestellt, um diese große Herausforderung zu meistern. Zumindest ein kleines Trostpflaster bringt die verabschiedete Steuerreform.

Wenn auch die Stimmung unter Österreichs Tourismusbetrieben heuer wieder besser ist – die Corona-Krise ist noch nicht überstanden. Insbesondere der Stadttourismus ist weiterhin stärker beeinträchtigt und auch für die anstehende Wintersaison gibt es einige Fragezeichen. In welcher wirtschaftlichen Lage sich der heimische Tourismus derzeit befindet, wie sich die Zukunftsaussichten gestalten und mit welchen Herausforderungen die Branche umzugehen hat, lesen Sie auf den folgenden Seiten.

Wir wünschen eine aufschlussreiche Lektüre!

Andreas Kapferer und Markus Gratzner



**Andreas Kapferer**  
Partner | Deloitte Tirol



**Markus Gratzner**  
Generalsekretär | ÖHV

# Methode und Sample

Mit dem Tourismusbarometer erheben Deloitte und die ÖHV jährlich die Stimmungslage in Österreichs Tourismusbranche. Im Rahmen der diesjährigen repräsentativen Studie haben im Herbst 2021 470 Unternehmen österreichweit ihre Meinung zur derzeitigen generellen Lage des heimischen Tourismus sowie zu ihrer individuellen betriebswirtschaftlichen Situation geteilt.

Die Befragung umfasst die Kernbereiche:

- Wirtschaftliche Lage
- Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen
- Geschäftsentwicklung
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Investition und Finanzierung

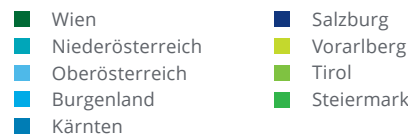
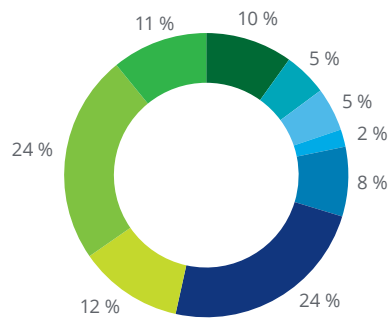
Neben diesen Feldern stehen in der heurigen Umfrage einerseits die Auswirkungen der Corona-Krise auf die Tourismusunternehmen sowie deren Umgang damit und andererseits die ökosoziale Steuerreform als Hot Topics 2021 im Fokus.

Die Ergebnisse der Befragung liefern wertvolle Einblicke und zeigen Stärken sowie Entwicklungsfelder aus der Perspektive der Tourismusunternehmen auf. Die Erkenntnisse aus der Studie wurden durch die Tourismusexpertinnen und -experten von der ÖHV und Deloitte analysiert und interpretiert.

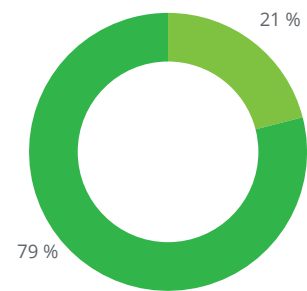
Auch 2021 wurde ein Tourismusindex errechnet, der die aktuelle Gesamtstimmung im österreichischen Tourismus veranschaulicht.

Hinweis: Geringfügige Abweichungen von Sollwerten (z.B. 99 % oder 101 % statt 100 %) sind auf Rundungseffekte zurückzuführen.

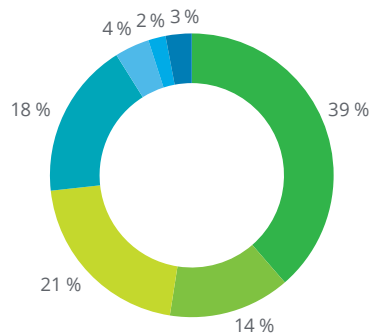
**Bundesland des Unternehmens**



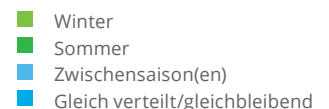
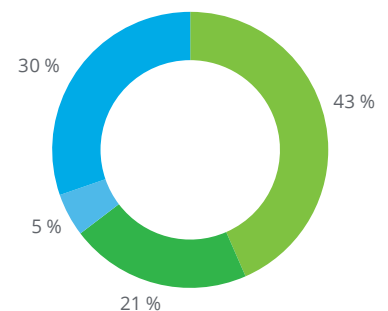
**Lage**



**Anzahl der Mitarbeiter\*innen**



**Umsatzstärkste Zeit**



# Tourismusindex

Der Tourismusindex gibt die aktuelle Stimmungslage unter Österreichs Tourismusunternehmen wieder.

In den Index fließen folgende Faktoren ein:

- Die aktuelle wirtschaftliche Lage sowie die Entwicklungschancen
- Die betrieblichen Rahmenbedingungen
- Die individuelle Situation und Entwicklung des jeweiligen Unternehmens

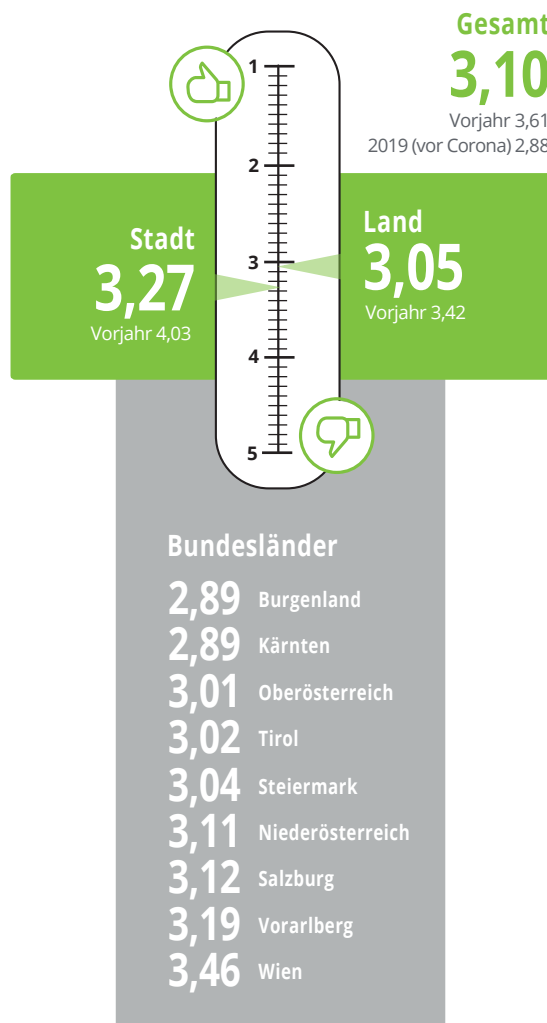
Der Tourismusindex wird gewichtet errechnet und folgt dem Schulnotensystem. Ein Wert von 1 steht damit für eine sehr gute und 5 für eine sehr negative Stimmung.

Nachdem COVID-19 den Tourismus je nach Gebiet unterschiedlich trifft, erfolgt eine separate Betrachtung des Tourismusindex zwischen Stadt und Land:

2021 liegt der Tourismusindex bei einem Gesamtwert von 3,10. Im Vergleich zum Coronajahr 2020 sehen Österreichs Touristikerinnen und Touristiker sowohl die Lage der Branche sowie ihres Unternehmens heuer insgesamt weniger negativ. Dabei haben sich manche Bereiche verbessert, andere jedoch verschlechtert.

Auf Bundesländerebene zeigen sich die Burgenländerinnen und Burgenländer (VJ 3,01) sowie Kärntnerinnen und Kärntner (VJ 2,84) mit einem Wert von 2,89 am zufriedensten. Platz zwei belegt Oberösterreich mit 3,01 (VJ 3,59), gefolgt von Tirol 3,02 (VJ 3,53). Wien vergibt mit 3,46 den schlechtesten Wert (VJ 4,23). Die Stimmung gegenüber 2020 hat sich jedoch auch in der Bundeshauptstadt verbessert.

Im Folgenden werden die Detailergebnisse, die dem Indexwert zugrunde liegen, betrachtet und analysiert.



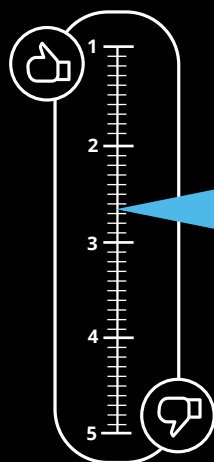
# Key Findings

## Hot Topic 2021: Auswirkungen der Corona-Pandemie

Die Corona-Krise hat den Tourismus hart getroffen: Die Eigenkapitalquote sank bei nahezu der Hälfte der österreichischen Tourismusbetriebe. Je nach Teilbereich verzeichneten bis zu 60 % der Betriebe im Bereich der Gastronomie und der Freizeitinfrastruktur ein negatives Jahresergebnis.



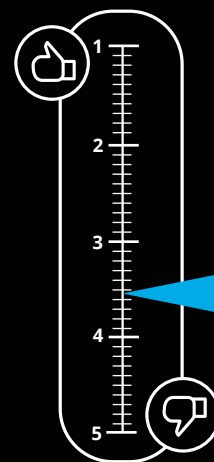
Zwar waren manche Hilfsmaßnahmen von erheblichem Aufwand bei der Berechnung und Beantragung gekennzeichnet, dennoch wird die breite und prinzipiell schnelle Verfügbarkeit von Unterstützungen geschätzt. Rund die Hälfte der Tourismusbetriebe weiß, dass sie ohne staatliche Unterstützung nach einem Monat erzwungener Schließung insolvent wäre. Immerhin konnten die Corona-Hilfspakete bei einem Drittel der Betriebe Verluste verhindern.



**Wirtschaftliche Lage des Tourismus**  
Deutliche Verbesserung gegenüber 2020

**2,68**  
Vorjahr 4,01

Der Schock über den Stillstand und den Ausfall der Wintersaison ist überwunden, die Lage der Tourismusbranche hat sich für viele im Zuge der Sommersaison heuer verbessert. Die Corona-Hilfsmaßnahmen haben einiges abgefedert. Das staatliche Auffangnetz kam in den vergangenen zwölf Monaten stark zu tragen und gab Rückhalt. All dies spiegelt sich auch in dem – gegenüber 2020 – deutlich positiveren Ausblick auf das nächste Jahr wider.



**Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen**

Kostendruck sowie fehlende Mitarbeiter\*innen

**3,53**  
Vorjahr 3,22

Mit regionalem Umfeld und betrieblichen Rahmenbedingungen sind jene Faktoren gemeint, die sich zwar auf die Betriebsentwicklung auswirken, durch die Betriebsführung aber nicht oder nur bedingt beeinflusst werden können. Darunter fallen beispielsweise die Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die allgemeine Kostensituation, die Steuer- und Abgabenlast sowie der Wettbewerb. Den negativsten Einfluss auf die Betriebsentwicklung hatte die mangelnde Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – 80 % der Betriebe haben darunter gelitten.

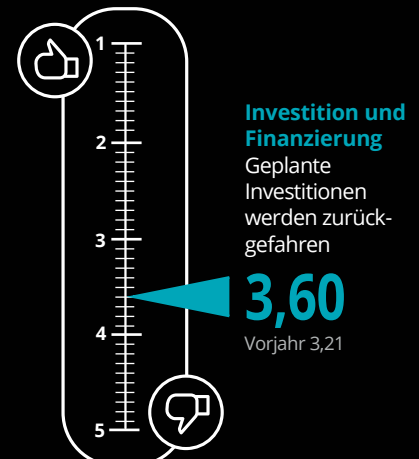
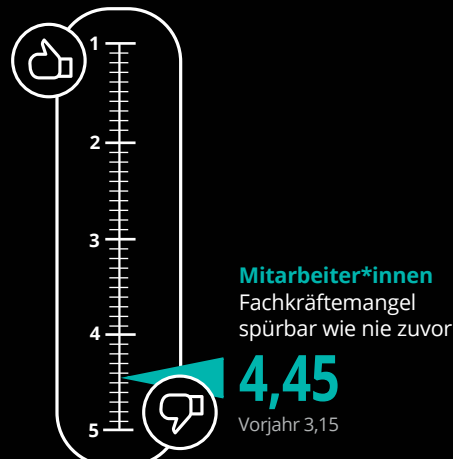
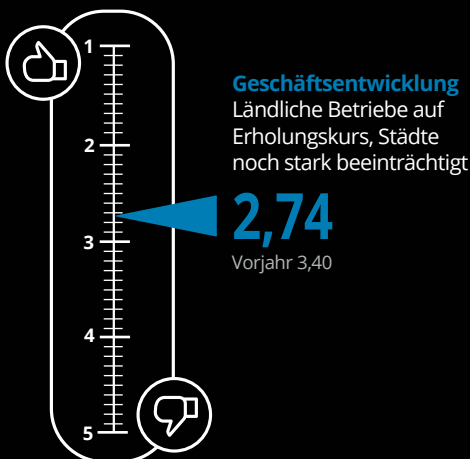


### Hot Topic 2021: Ökosoziale Steuerreform



Die Idee der CO2-Steuer ist, den Ausstoß von CO2-Emissionen mit einem Preis zu versehen und zu einem klimafreundlicheren – sprich weniger CO2-emittierenden-Verhalten – anzuregen. Gestartet wird ab Juli 2022 mit einer Steuer von EUR 30 pro Tonne CO2. Der Preis wird bis 2025 auf EUR 55 pro Tonne angehoben. Zum Ausgleich der damit einhergehenden Preiserhöhung soll ein regionaler Klimabonus an Haushalte ausbezahlt werden.

56 % von Österreichs Touristikerinnen und Touristiker sehen eine Besteuerung des CO2-Ausstoßes kritisch. In Städten liegt die Ablehnung bei 61 %, am Land bei 55 %. Auch ohne CO2-Bepreisung wollten 2019 bereits 26 % der Befragten, Maßnahmen wie beispielsweise den Einsatz von Fernwärme zur Erhöhung der Energieeffizienz setzen. In der Branche herrscht ein Bewusstsein, dass nur nachhaltiges Verhalten eine langfristige Wertschöpfung ermöglicht – dieses reicht über die Reduktion des CO2-Ausstoßes hinaus.



Die Sommersaison 2021 war für die Tourismusbranche gut. Die Verbesserung zum Sommer 2020 ist spürbar – im Beherbergungssektor stärker als in anderen Tourismusbereichen, am Land stärker als in der Stadt. Während Wien das Schlusslicht bildet, lief der Sommer 2021 im Burgenland und in Kärnten am besten. Die Kurzfristigkeit von Buchungen hat sich stark erhöht. 47 % können bei kurzfristigen Buchungen höhere Preise durchsetzen. Für den bevorstehenden Winter erwartet die Mehrheit (65 % der Unterkunftsbetriebe und 60 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturunternehmen), das Vor-Corona-Niveau nicht zu erreichen. Ein Viertel der Befragten geht allerdings davon aus, die Umsätze aus 2019 zu überschreiten.

Die behördlichen Schließungen vieler Tourismusbetriebe wie auch der Einkommensausfall haben ein Abwandern von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in andere Branchen bewirkt. Der Fachkräftemangel ist heute spürbarer denn je. Wichtig ist nun, bestehende Schlüsselkräfte im Betrieb zu halten. Die Steuerreform 2022 bringt eine Unterstützung bei der Setzung monetärer Anreize mit sich.

Investitionen werden laut den Befragten in starkem Maß zurückgeschraubt. Rund die Hälfte der Befragten wird 2021/22 Investitionen nicht wie ursprünglich geplant durchführen. Dies kann allerdings auch mit den – aufgrund von behördlicher Schließung und/oder der Anreize durch die Investitionsprämie – vorgezogenen Investitionen 2021 zusammenhängen.

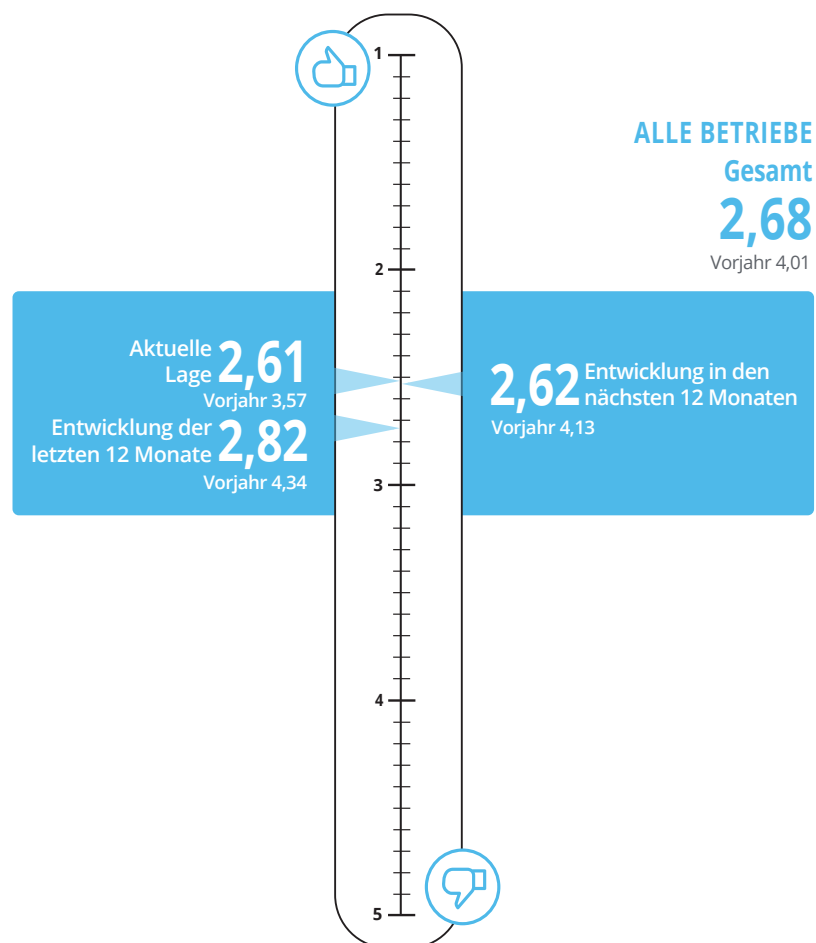
# Detailergebnisse

# Wirtschaftliche Lage des Tourismus

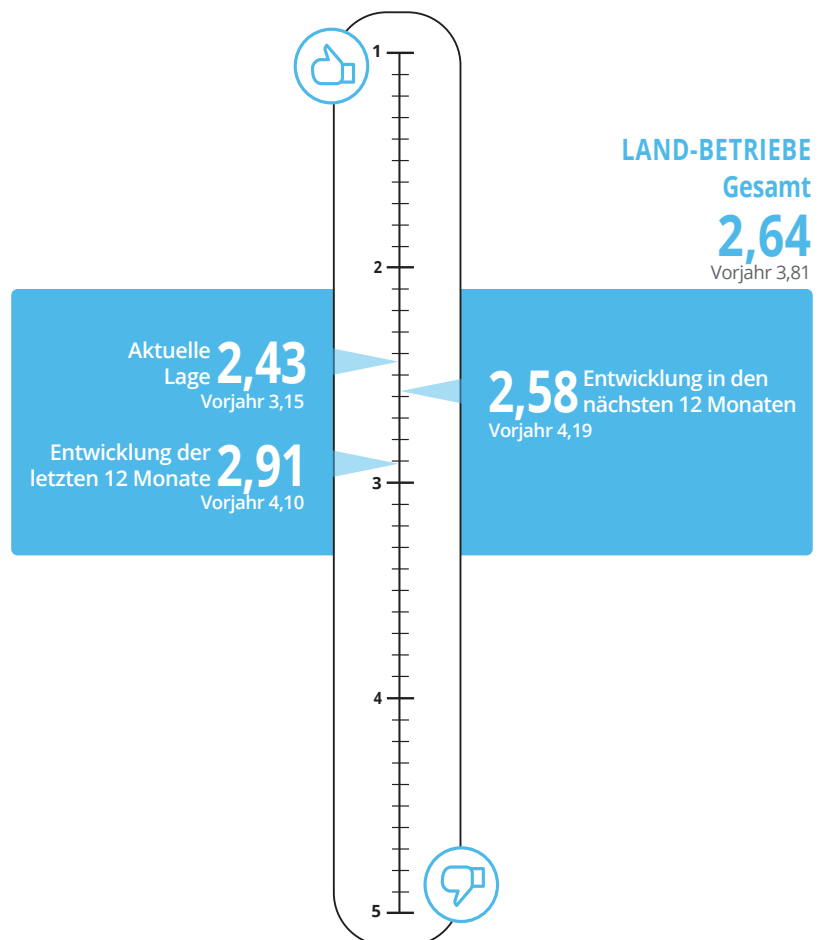
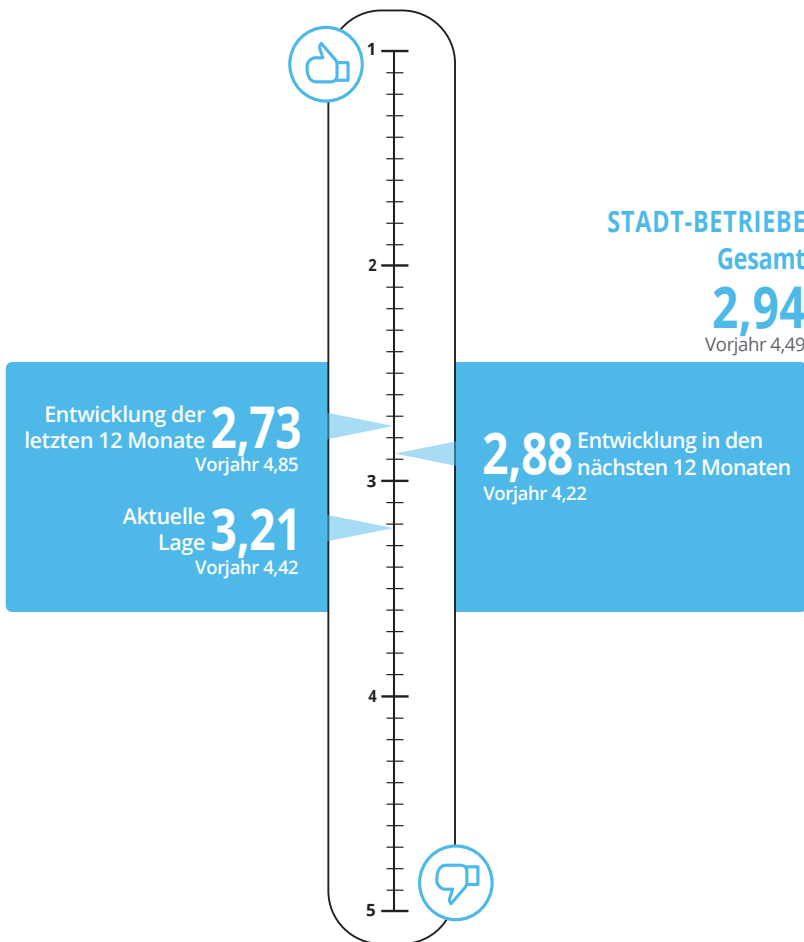
Noch nie war die Nachfrageentwicklung so unvorhersehbar, regional unterschiedlich und dynamisch wie in den vergangenen zwei Jahren<sup>1</sup>. Gab es im Corona-Sommer 2020 einen Rückgang bei den Nächtigungen von fast 32 % und den Ankünften von knapp 43 %, so zeigt die Sommersaison (Mai bis August) 2021 zum Vergleichszeitraum vor der Corona-Krise 2019 ein geringeres Minus (-21 % bei den Nächtigungen und -32 % bei den Ankünften). Fürchteten Österreichs Touristikerinnen und Touristiker zum Sommerende 2020 eine düstere Entwicklung der Branche, war diese – trotz des Lockdowns im letzten Winter – zurückblickend nicht ganz so folgenschwer wie erwartet.

Vor einem Jahr glaubten 77 % der Befragten an eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Tourismus im eigenen Bundesland im kommenden Jahr. Nach den vergangenen zwölf Monaten hat sich die wirtschaftliche Lage im eigenen Bundesland aus Sicht von „nur“ 34 % der Befragten verschlechtert (für 53 % hat sie sich sogar verbessert). In Städten hat sich die Lage sogar für 62 % verbessert (30 % verschlechtert), am Land spüren 48 % eine Verbesserung (36 % eine Verschlechterung).

Diese grundsätzlich positivere Stimmung lässt auch das kommende Jahr etwas freundlicher aussehen. Die Mehrheit (54 %) glaubt an eine Verbesserung, 23 % noch immer an eine Verschlechterung.



1) [https://www.statistik.at/web\\_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte\\_naechtigungen/index.html](https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte_naechtigungen/index.html)





#### Das ist zu tun

Der Stillstand nach der Wintersaison 2020/2021

ist überwunden, die Lage der Tourismusbranche hat sich für viele im Zuge der Sommersaison heuer verbessert. Dennoch empfindet rund ein Drittel der Befragten im Vergleich zum Jahr 2020 eine weitere Verschlechterung. Die Corona-Hilfsmaßnahmen haben zwar vieles abgefedert, aber nicht alles aufgefangen. Zahlreiche Betriebe schätzen das staatliche Auffangnetz, es gab ihnen Rückhalt.



„Die grundsätzlich deutlich positivere Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage und auch der Entwicklung der letzten zwölf Monate ist nach dem Ausfall der letzten Wintersaison erfreulich. In den Städten gestaltet sich die Lage jedoch immer noch sehr herausfordernd.“

**Karin Eckhart | Partnerin | Deloitte Steiermark**



# Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen

Das regionale Umfeld sowie betriebliche Rahmenbedingungen sind Gegebenheiten außerhalb des Unternehmens, die aber Auswirkungen auf die Betriebsführung haben. Sie sind durch die Unternehmen selbst nur bedingt beeinflussbar. Darunter fallen die Steuer- und Abgabensituation, die Kostensituation, die Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterverfügbarkeit sowie der Wettbewerb. Traditionell empfinden Österreichs Tourismusunternehmen den Einfluss dieser Gegebenheiten tendenziell als negativ. Im Vorjahr war der negative Einfluss erstmals rückläufig. Doch heuer ist hier nicht wieder alles beim Alten, der Wert ist sogar schlechter als vor der Corona-Krise.

74 % der befragten Unternehmerinnen und Unternehmer spüren durch die allgemeine Kostensituation, darunter fallen beispielsweise Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiter- sowie Energiekosten, negative Auswirkungen auf ihren Betrieb (73 % im Vor-Corona-Jahr 2019, 64 % 2020). Arbeitskräfte zu finden ist für die Betriebe ebenfalls eine Herausforderung: Für 62 % der Tourismusunternehmen wirkte sich die Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterverfügbarkeit negativ auf den Betrieb aus (64 % im Vor-Corona-Jahr 2019, 38 % 2020).

Hatte die Steuer- und Abgabensituation bei der Umfrage 2020 – bedingt durch Corona-Beihilfen – auf 44 % der Betriebe noch eine positive Auswirkung, hat sich diese Situation 2021 wieder verschlechtert. Nur 18 % nahmen die steuerlichen Gegebenheiten noch als positiv wahr. Ein Drittel der Befragten spürte keinen Einfluss auf den Betrieb und für den Rest (48 %) wirkten sich Steuern und Abgaben heuer negativ aus.

Der Einfluss des Wettbewerbs hat sich mittlerweile etwas verschoben. Die Mehrheit der Unternehmen (61 %) nimmt weiterhin keine betriebliche Beeinflussung durch Wettbewerber wahr. Vor der Corona-Krise gaben die Befragten an, stärker die Auswirkungen des regionalen als des überregionalen Wettbewerbs zu bemerken. 2021 hat sich das nun zu Lasten des überregionalen Wettbewerbs<sup>2</sup> verschoben. Wobei sich auch hier ein Unterschied zwischen Stadt und Land zeigt: Während der negative Einfluss von regionalem und überregionalem Wettbewerb für am Land gelegene Betriebe genau gleich ist, ist der regionale Wettbewerb in Städten stärker spürbar.

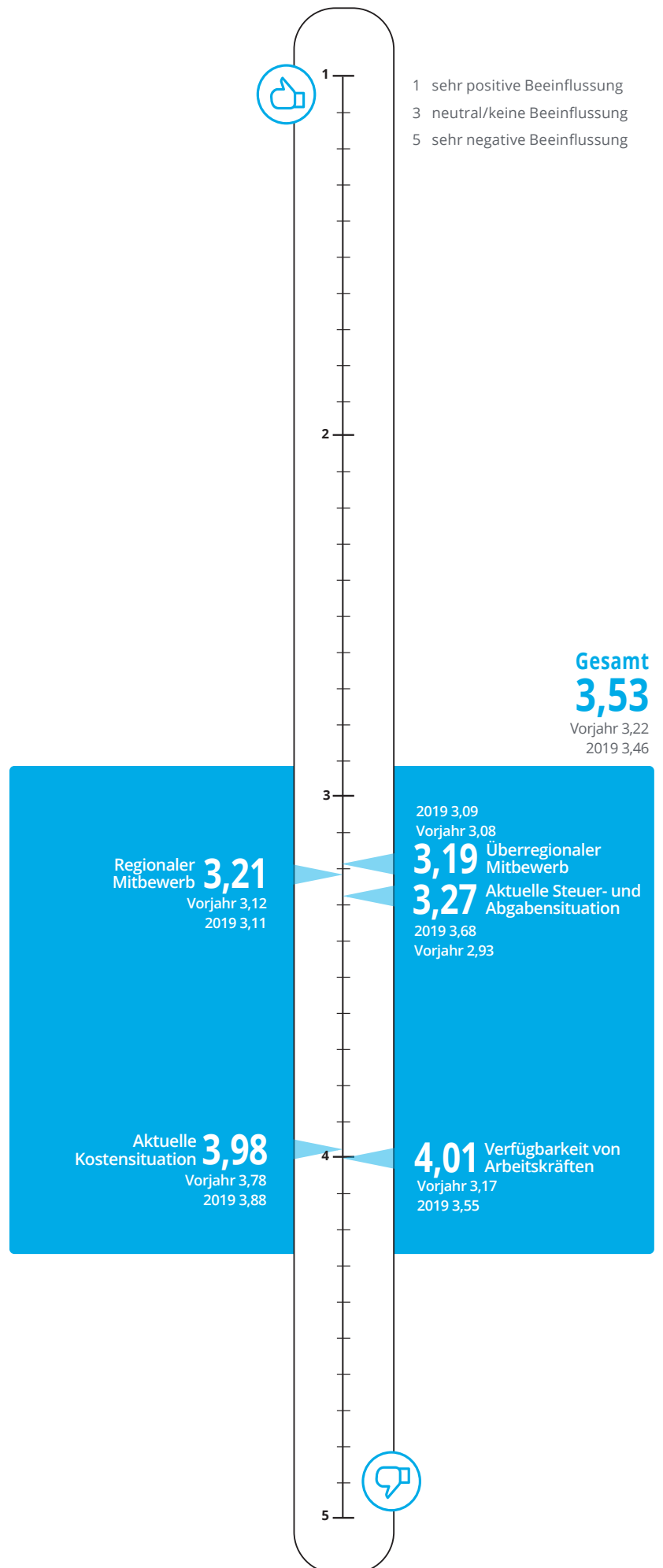
<sup>2</sup> Definiert als „Wettbewerb außerhalb des Bundeslandes bzw. in deutlicher Distanz gelegen“.



**Das ist zu tun**

Die Themen des Kostendrucks und der Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterverfügbarkeit setzen sich seit Bestehen des Tourismusbarometers fort, wobei es einen so negativen Einfluss auf die Betriebe wie heuer bei diesen Punkten noch nie gab.

In den vergangenen Jahren gewährten die Unternehmerinnen und Unternehmer Einblick in ihre Strategien im Umgang mit diesen Herausforderungen. Hilfreich sind dabei betriebliche Kooperationen. Diese reichen von Einkaufsgemeinschaften, Markenverbänden bis hin zu Gesprächsplattformen zum Erfahrungsaustausch. Das wird allerdings nicht reichen. Durch die Corona-Krise sind der Branche – wie absehbar – eine erhebliche Anzahl an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem In- und Ausland verloren gegangen. Neben einer Attraktivierung des Berufsbildes, einer Mobilisierung und Rückholung in den Tourismus wird man um eine verstärkte Anwerbung von Arbeitskräften aus dem Ausland nicht umhinkommen, um das Leistungsangebot aufrecht erhalten zu können.

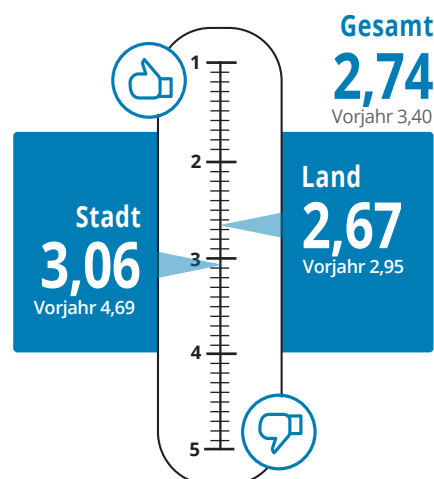


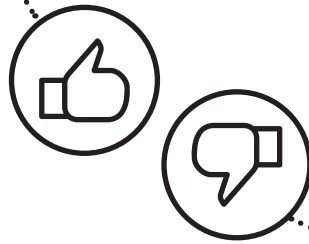
# Geschäftsentwicklung 2021

Wie war das Jahr 2021 bisher für die Tourismusbranche und wie wird es weitergehen? Der Entwicklung des eigenen Unternehmens in der vergangenen Sommersaison 2021 geben die heimischen Touristikerinnen und Touristiker eine Gesamtnote von 2,74 – also gut bis befriedigend. Betriebe am Land sind etwas zufriedener (2,67) als in der Stadt (3,06). Stark verändert hat sich das Buchungsverhalten der Unterkunftsgäste, 91 % merken eine Erhöhung der Kurzfristigkeit der Buchungen. 47 % können bei kurzfristigen Buchungen höhere Preise durchsetzen. Auch hier zeigt sich ein besseres Bild für Betriebe am Land als in der Stadt.

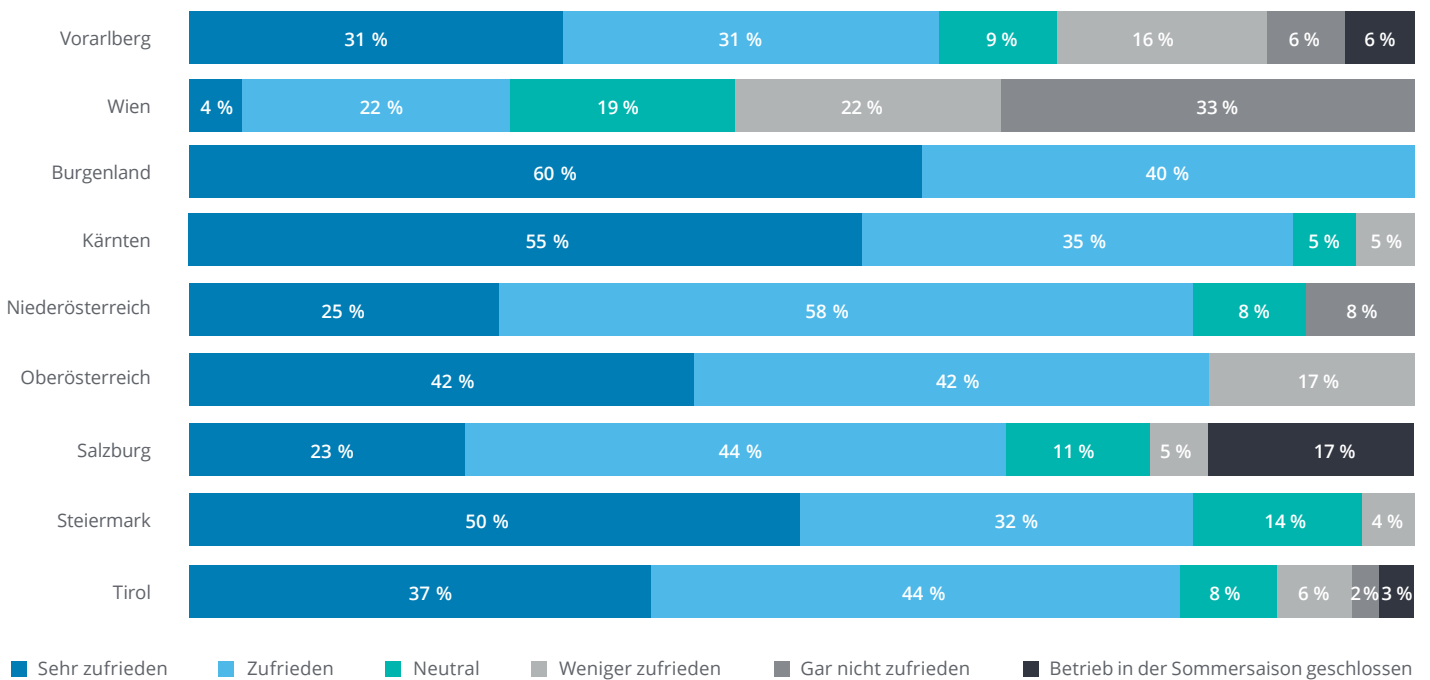
Obwohl die Nächtigungs- und Ankünftezahlen der Vorkrisenzeit insgesamt nicht erreicht wurden, sind 72 % der befragten Beherbergungsbetriebe sowie 51 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe mit der Sommersaison 2021 zufrieden. Die Verbesserung zum Sommer 2020 ist spürbar – im Beherbergungssektor stärker als in anderen Tourismusbereichen.

Am Land ist die Verbesserung deutlicher zu merken (76 % zufrieden, 8 % unzufrieden) als in der Stadt (55 % zufrieden, 32 % unzufrieden). Im Bundesländerranking gibt es ebenfalls Unterschiede: Der Sommer 2021 lief im Burgenland und in Kärnten am besten, Wien bildet mit mehr als der Hälfte an unzufriedenen Betrieben das Schlusslicht.

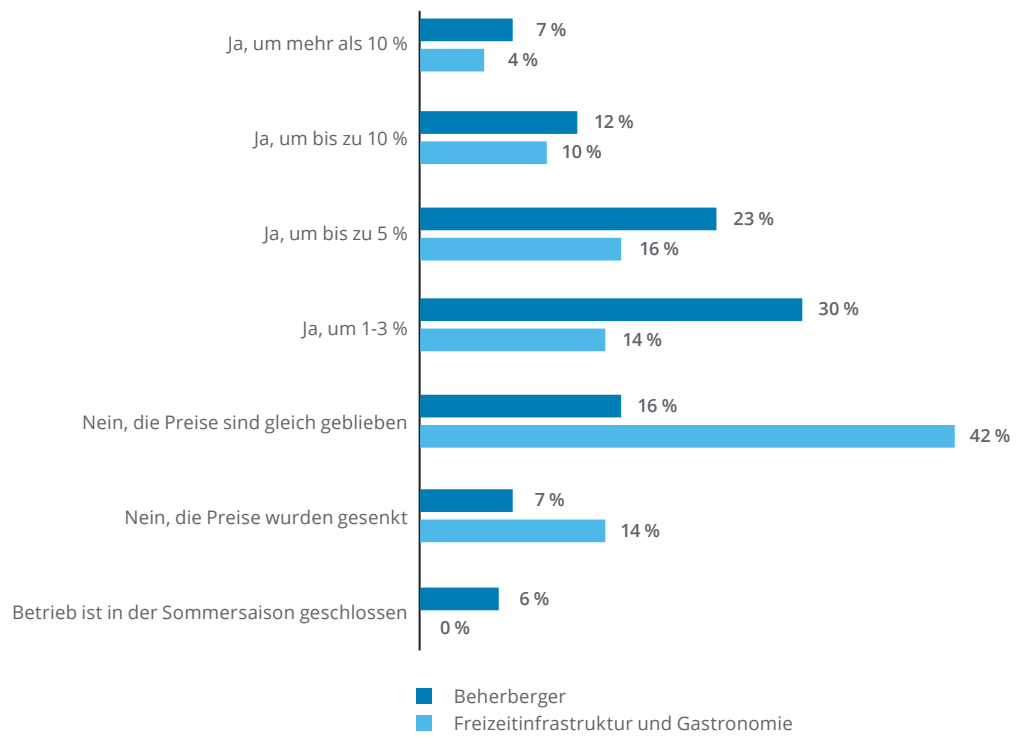




Wie zufrieden sind Sie mit der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in der endenden Sommersaison?



Konnten Sie in der zu Ende gehenden Sommersaison die Preise gegenüber dem Vorjahr steigern?



71 % der Unterkunftsbetriebe und 44 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastruktureinrichtungen konnten ihre Preise im Vergleich zum Vorjahr steigern.



Für das gesamte aktuelle Geschäftsjahr rechnen 52 % der Beherbergungs-, aber nur 37 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe mit einem Umsatzrückgang im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau. 32 % der Hotels erwarten eine Umsatzsteigerung, gegenüber 37 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturunternehmen. Betriebe in der Stadt sind im Vergleich etwas optimistischer als Betriebe am Land. Unter ersteren erwarten 35 % eine Umsatzverbesserung, am Land sind es 30 %.

Der Trend zu kurzfristigen Buchungen hat sich durch die Corona-Krise noch verstärkt, 91 % aller Beherbergungsbetriebe sind mit einer kurzfristigeren Buchungslage konfrontiert (in Städten sind es 89 %, am Land 91 %). Während 52 % der Betriebe am Land bei kurzfristigen Buchungen überdurchschnittliche Preise durchsetzen können, ist das nur für 22 % der Betriebe in der Stadt möglich.



„Die Nachfrage in den Städten erholt sich nur langsam. Wichtig wird sein, dass die USt.-Reduktion bestehen bleibt, die Pandemie weiter zurückgedrängt wird und internationales Reisen wieder unkompliziert möglich ist.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**

# Prognose für die Wintersaison 2021/22

Für die bevorstehende Wintersaison rechnet die Mehrheit der österreichischen Tourismusunternehmen mit einem Umsatz, der deutlich unter dem Winter 2019/20 liegt. Die Preisdurchsetzbarkeit wird sich verändern: In Tourismusbetrieben am Land könnte sie sich verbessern, während die Mehrheit der städtischen Touristikerinnen und Touristiker mit einer schlechteren Preisdurchsetzbarkeit im Winter 2021/22 rechnet.

## Umsatzentwicklung

Das Positive: Rund ein Viertel der befragten Betriebe rechnet diesen Winter – verglichen mit der Wintersaison 2019/20 – mit einem Umsatzplus. Für ein paar Betriebe wird sich der Winter 2021/22 wie jener 2019/20 entwickeln. Die Mehrheit befürchtet, dass die kommende Wintersaison schlechter wird. Der Umsatzrückgang schwankt zwischen „von bis zu 3 %“ und „über 50 %“. Regional korreliert die Einschätzung der winterlichen Geschäftsentwicklung mit der Zufriedenheit hinsichtlich der Sommersaison. Während Kärnten mit der aussichtsreichsten Wintersaison rechnet, bildet Wien das Schlusslicht.

In der Bundeshauptstadt glauben demnach nur knapp 12 % an eine bessere Wintersaison als 2019/20, 81 % rechnen mit Umsatzrückgängen. Von diesen 81 % meint ein Drittel, dass das Minus mehr als 50 % ausmachen wird.

Von jenen 40 % der Kärntnerinnen und Kärntner, die ein Umsatzplus im Winter erwarten, sieht ein Viertel ein Plus von 10 % bis 20 %, fast 13 % rechnen mit bis zu 3 % mehr, der Rest an einen Zuwachs dazwischen. Umsatzrückgänge werden in Kärnten weniger stark befürchtet als in Wien.

In der Wintertourismushochburg Tirol rechnet rund ein Viertel der Betriebe mit einem Zuwachs gegenüber 2019/20 und 55 % mit einem Minus. 18 % gehen von einer gleichbleibenden Entwicklung aus. Dieses Bild zeigt, dass die Unsicherheit vor der anstehenden Wintersaison groß ist.

Mit welcher Umsatzentwicklung rechnen Sie, auf Basis der bisherigen Buchungen sowie Ihrer Einschätzung, für die bevorstehende Wintersaison im Vergleich zum Vor-Corona-Winter?

	Burgenland	Kärnten	Niederösterreich	Oberösterreich	Salzburg	Steiermark	Tirol	Vorarlberg	Wien
Über 20 % mehr				8 %		4 %		6 %	4 %
Bis 20 % mehr		10 %					2 %		
Bis 10 % mehr	20 %	15 %			6 %	18 %	10 %	6 %	
Bis 5 % mehr	20 %	10 %	17 %	8 %	8 %	7 %	8 %		4 %
Bis 3 % mehr		5 %	8 %		2 %	4 %	7 %	3 %	4 %
Gleichbleibend		25 %		8 %	8 %	21 %	18 %	3 %	8 %
Bis 3 % weniger			8 %						
Bis 5 % weniger					8 %		5 %	6 %	
Bis 10 % weniger	40 %	10 %	17 %	8 %	15 %	7 %	15 %	19 %	
Bis 20 % weniger	20 %	15 %	8 %	25 %	32 %	21 %	13 %	34 %	4 %
Bis 30 % weniger		5 %	8 %	8 %	11 %	11 %	16 %	13 %	15 %
Bis 40 % weniger			8 %	17 %	6 %		3 %	6 %	12 %
Bis 50 % weniger			8 %	8 %	3 %		3 %	3 %	23 %
Über 50 % weniger		5 %	17 %	8 %		7 %			27 %

### Preisdurchsetzbarkeit

Ein Fünftel (nur 13 % am Land, aber 54 % in der Stadt) glaubt an eine schlechtere Preisdurchsetzbarkeit als im Winter 2019/20. 36 % erwarten eine Verbesserung (42 % am Land, 16 % in der Stadt) der Rest sieht sich auf einem Niveau wie 2019/20.

### Corona-Regeln

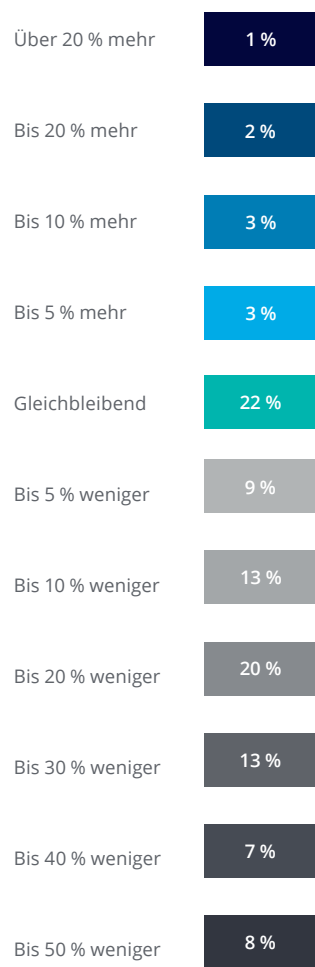
Viel diskutiert sind die Corona-Regelungen für den kommenden Winter: Aktuell wurde mit 8. November die 2G-Regel (Geimpfte und Genesene) für die gesamte Branche beschlossen.

Nahezu 70 % der Befragten glaubten zum Zeitpunkt der Befragung an einen Umsatzrückgang durch Einführung der 2G-Regel.

Aus den Antworten der Teilnehmerinnen und Teilnehmer lässt sich schließen, dass das vor allem Familien mit (ungeimpften, nicht genesenen) Jugendlichen von einer Reise abhalten kann. Weiters sehen die Befragten die Durchführung von Tests im Zwei-Tages-Rhythmus – wie es auch im Sommer war – als positiv an.

Rund ein Drittel der Betriebe hätte die 2G-Regel auch eingeführt, wenn es zu keiner allgemeinen Pflicht dafür gekommen wäre.

### Sollte die 2G-Regel eingeführt werden - also Ihr Betrieb nur noch geimpfte oder genesene Gäste empfangen dürfen - welche Auswirkungen hätte das im kommenden Winter auf Ihren Umsatz?





#### Das ist zu tun

Die Corona-Krise hat den Trend zu kurzfristigen Buchungen noch weiter forciert. Es gibt kaum einen Betrieb, der das nicht zu spüren bekommt und unter den kostenlosen Stornomöglichkeiten leidet. Immerhin schafft es nahezu die Hälfte aller Beherbergungsunternehmen, die Preise bei zunehmender Kurzfristigkeit zu erhöhen. Auch hinsichtlich der Preisdurchsetzbarkeit in der bevorstehenden Wintersaison herrscht laut den befragten Betrieben am Land Zuversicht.



„In Zeiten von kurzfristigen Buchungen und Stornos wird intelligentes und flexibles Pricing über die verschiedenen Vertriebskanäle für die Betriebe immer wichtiger. Den besten Preis zu den besten Konditionen finden Gäste in der Regel immer bei den Hotels direkt.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**



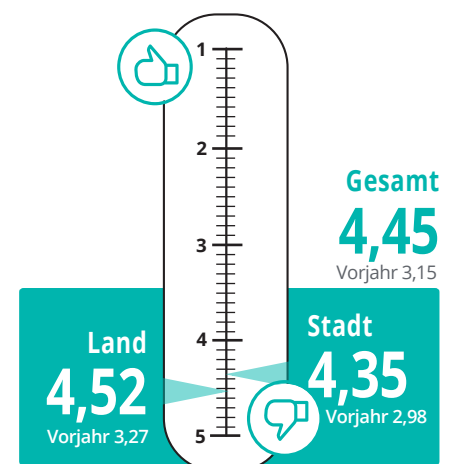
# Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Durch die Corona-Krise war das Thema Arbeitskräftemangel kurzzeitig etwas in den Hintergrund gerückt. Derzeit bereitet der Mangel an qualifizierten Fachkräften den befragten Betrieben jedoch wieder Sorgen. Klar ist, dass heuer die Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen- und Mitarbeitern prekärer ist als je zuvor. Ein Ende dieser Entwicklung ist nicht absehbar.

Laut Umfrage suchen derzeit 84 % der Beherbergungsbetriebe und 65 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unterteilt nach Lage suchen 88 % der Betriebe am Land und 75 % der Betriebe in den Städten.

In der vergangenen Sommersaison war es für mehr als ein Drittel der Betriebe schwieriger, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Für die anstehende Wintersaison befürchtet die große Mehrheit (91 %) der Ferienhotellerie, dass es noch herausfordernder werden wird, qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Im Städtetourismus rechnen 86 % mit einer schwierigeren Situation als bisher. Dieser Arbeitskräftemangel wirkte sich für insgesamt 62 % der Tourismusunternehmen negativ aus.

Veränderung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Vergleich zum Vorjahr



Die befragten Unternehmen repräsentieren die insgesamt kleinstrukturierte, familiengeführte Tourismusbranche mit einem Schwerpunkt auf dem Beherbergungssektor. 74 % der Befragten beschäftigen maximal 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



#### Das ist zu tun

Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, wird seit Beginn des Tourismusbarometers 2015 darauf hingewiesen, Schlüsselkräfte zu halten und regionale Betriebskooperationen einzugehen.

Die für 2022 geplante Steuerreform unterstützt die Betriebe dabei: Ab 2022 können Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber zusätzlich zum Lohn bzw. Gehalt eine Erfolgsbeteiligung von bis zu EUR 3.000 pro Jahr steuerfrei ausbezahlen.

Die Steuerreform 2022 bringt auch eine Entlastung für den Faktor Arbeit: In der Lohn- und Einkommensteuer werden die Steuersätze in der zweiten Tarifstufe von 35 % auf 30 % (ab 1.7.2022) und in der dritten Tarifstufe von 42 % auf 40 % (ab 1.7.2023) gesenkt. Außerdem werden die Krankenversicherungsbeiträge für Einkommen bis EUR 2.500 um bis zu 1,7 % reduziert.

Durch die Corona-Krise und den damit einhergehenden Lockdowns sind der Branche eine erhebliche Anzahl an Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem In- und Ausland verloren gegangen. Es braucht ein umfassendes, branchenspezifisches Arbeitsmarktkonzept mit konkreten Zielen und Umsetzungsschritten, um den Tourismus als Wirtschaftsmotor weiter am Laufen zu halten. Ziel muss sein, dass sich die Angebotsqualität und damit auch die Einnahmen, die Beschäftigtenzahlen und die Investitionen in den Tourismusregionen nicht auf einem deutlich niedrigeren Niveau einpendeln als vor Ausbruch der Krise.



„Neben einer Attraktivierung des Berufsbilds sowie einer Mobilisierung und Rückholung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in den Tourismus wird man um eine verstärkte Anwerbung von Arbeitskräften aus dem Ausland nicht umhinkommen. Nur mit einem Bündel an Maßnahmen kann dem eklatanten Arbeitskräftemangel entgegengewirkt werden.“

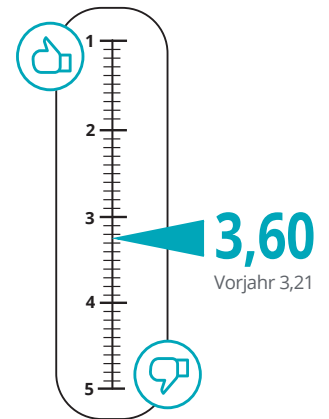
**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

# Investition und Finanzierung

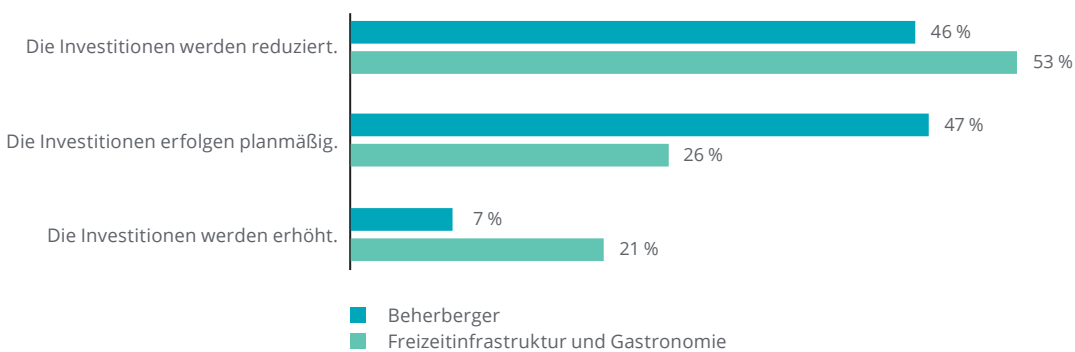
Investitionen werden in starkem Maß zurückgeschraubt, rund die Hälfte der Befragten wird diese 2021/22 nicht wie ursprünglich geplant durchführen. Der Beherbergungssektor reduziert seine Investitionen weniger als Betriebe der Gastronomie und Freizeitinfrastruktur. Bei Letztgenannten erhöht ein Fünftel der Befragten die für kommendes Wirtschaftsjahr geplanten Investitionen.

Die Investitionsprämie und die behördlichen Schließungen haben im Winter 2020/21 das Investitionsverhalten ebenso beeinflusst. Es liegt nahe, dass Investitionen, die ursprünglich für 2021/2022 geplant waren, bereits vorgezogen wurden.

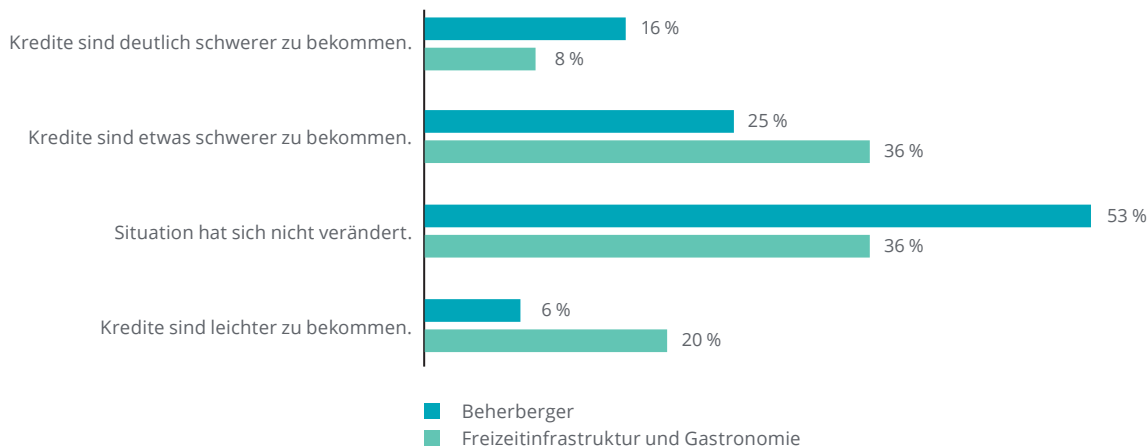
Durchführbarkeit von Investitionen, Zugang zu Finanzierungen



Planen Sie Veränderungen bei den geplanten Investitionen für 2021/22?



Wie beurteilen Sie den aktuellen Zugang zu Kreditfinanzierung?

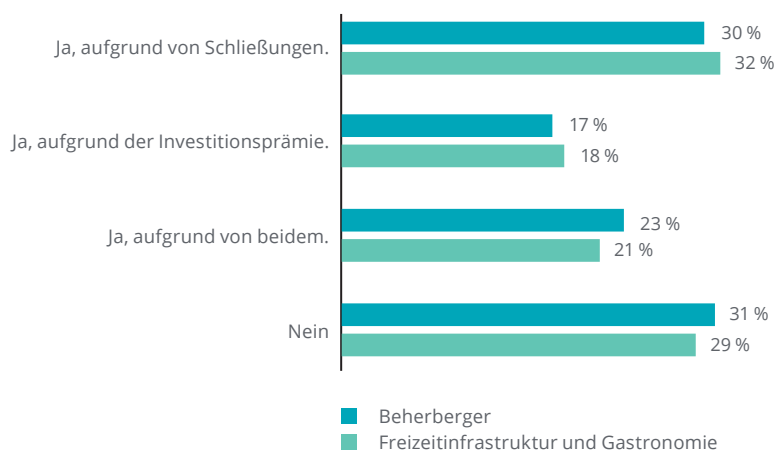


Im Tourismusbarometer 2021 wurden Österreichs Touristikerinnen und Touristiker befragt, ob Lockdowns und die Investitionsprämie zu einer Veränderung des ursprünglich geplanten Investitionsverhaltens führten. Für rund 17 % der Beherbergungsbetriebe und 18 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturunternehmen trug ausschließlich die Investitionsprämie zu einer Verhaltensänderung bei. Eine Mischung aus Lockdown und Prämie regte 23 % der Beherbergungsbetriebe sowie 21 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetreiber zu einem

veränderten Investitionsverhalten an. Zum Vergleich: 30 % der Beherbergungsbetriebe und 32 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe tätigten ausschließlich aufgrund der Schließungen ursprünglich nicht oder nicht zu diesem Zeitpunkt geplante Investitionen.

31 % der Beherbergungsbetriebe und 29 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe ließen sich durch Lockdowns und Prämie nicht in ihrem Investitionsverhalten beeinflussen.

Haben Sie aufgrund der Lockdowns bzw. der Investitionsprämie Ihr ursprünglich geplantes Investitionsverhalten im bisherigen Jahr geändert?





### Das ist zu tun

Die Investitionsprämie wurde von Österreichs Touristikerinnen und Touristikern genutzt und hat im Zusammenspiel mit dem Lockdown für rund 70 % der Befragten zu einer Veränderung des Investitionsverhaltens geführt. Für die österreichische Wirtschaft bringt die Investitionsprämie eine Wertschöpfung von EUR 40,63 Mrd. und sichert im Investitionszeitraum durchschnittlich 115.500 Jahresarbeitsplätze<sup>3</sup>.

In Anbetracht der positiven Effekte auf die Tourismusbranche und die Gesamtwirtschaft sind weitere zielgerichtete investitionsfördernde Maßnahmen zu begrüßen. Die Bundesregierung plant im Rahmen der Steuerreform 2022 die Einführung eines Investitionsfreibetrags, der sich aus einem Basis-Investitionsfreibetrag sowie einem Bonus für ökologische Investitionen zusammensetzt. Darüber hinaus verspricht die Steuerreform 2022 eine schrittweise Senkung der Körperschaftsteuer von 25 % auf 24 % im Jahr 2023 und 23 % im Jahr 2024. Dies soll ein Anreiz sein, um den Rechtsformwechsel in eine GmbH zu prüfen.

3) Bericht Evaluierung der COVID-19-Investitionsprämie, abgefragt am 08.10.2021  
[https://www.bmdw.gv.at/dam/jcr:533d5c21-7a88-4ee7-8715-2591c952889d/IWI%20P-IC%20Endbericht\\_Evaluierung%20COVID-19-Investitionspr%C3%A4mie%202021\\_bf2.pdf](https://www.bmdw.gv.at/dam/jcr:533d5c21-7a88-4ee7-8715-2591c952889d/IWI%20P-IC%20Endbericht_Evaluierung%20COVID-19-Investitionspr%C3%A4mie%202021_bf2.pdf)



„Die Investitionsprämie war ein wichtiger Impuls für Tourismusbetriebe, um die Schließzeiten während des Lockdowns für qualitätssteigernde Investitionen zu nutzen.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**



„Die Senkung der Körperschaftsteuer von 25 % auf 24 % bzw. 23 % wird die Rückzahlung von Fremdkapital erleichtern und somit Investitionen fördern. Und das braucht die Branche jetzt: Ein Mehr an Investitionen.“

**Michael Fischer | Partner | Deloitte Salzburg**

# Hot Topics

# Auswirkungen der Corona-Krise auf den Tourismus

Die Bewältigung der COVID-19-Pandemie bleibt ein herausforderndes Thema. Die Gesundheit aller steht dabei an erster Stelle. In einer beispiellosen Geschwindigkeit wurden nicht nur Impfstoffe entwickelt, sondern auch notwendige Maßnahmen getroffen, um die Ausbreitung des Virus einzudämmen.

Zahlreiche Unterstützungsmaßnahmen sollten die einbrechende Wirtschaft auffangen. Die Regierung hat im Schnellverfahren neue Mechanismen entwickelt – mit dem Ziel, Unternehmen schnell und ausreichend zu unterstützen. Über die Monate haben sich die Fördermaßnahmen weiterentwickelt und seit Anfang 2021 ist eine gewisse Routine eingeleitet. Viele Förderungen sind bei den Unternehmen mittlerweile angekommen und haben deren Überleben ermöglicht. Es gibt aber auch spezielle Fallkonstellationen, die bis heute noch nicht endgültig abgeklärt sind. Für einen ersten Rückblick baten wir Österreichs Tourismusbetriebe um eine Beurteilung der COVID-19-Fördermaßnahmen.

### Impfrate bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und 2G-Regel für Gäste?

Im Herbst 2021 schätzten Österreichs Tourismusunternehmerinnen und -unternehmer, dass 76 % ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereits gegen das Coronavirus geimpft sind. Damit liegt die (geschätzte) Impfrate in der Tourismusbranche deutlich über der des gesamten Landes.

Die Einführung einer 2G-Regel für Gäste (Zutritt nur noch für Geimpfte oder

Genesene) wird von der Branche überwiegend abgelehnt und schürt Befürchtungen von Umsatzeinbußen.

### Umsatzsteuersenkung Top, Entschädigung nach Epidemiegesetz Flop

Die öffentlichen COVID-19-Unterstützungsmaßnahmen wurden sehr breit angenommen. Lediglich 0,38 % der befragten Touristikerinnen und Touristiker haben keine Hilfen in Anspruch genommen. Am häufigsten nutzte die Branche die

Kurzarbeit, gefolgt vom Umsatzersatz und Fixkostenzuschuss.

Am besten empfanden die Tourismusbetriebe die Umsatzsteuersenkung auf 5 % für Logis, Speisen, Getränke, Kunst- und Kulturleistungen sowie Publikationen, gefolgt von der Kurzarbeit Phase 1 bis 4 (bis Juni 2021) und dem Umsatzersatz. Am schlechtesten beurteilt wurde die Entschädigung nach Epidemiegesetz, deren Auszahlung äußerst schleppend erfolgt.

### Beurteilung der COVID-19-Unterstützungsmaßnahmen nach Schulnotensystem (gewichtete Durchschnittsnote)

Senkung der Umsatzsteuer auf Logis, Speisen, Getränke, Kunst- und Kulturleistungen, Publikationen	1,31
Kurzarbeit für Zeiträume vor Juli 2021 (Phase 1-4)	1,51
Umsatzersatz	1,69
Fixkostenzuschuss 1	1,83
Ausfallsbonus	1,86
Fixkostenzuschuss 800.000	1,87
Investitionsprämie	2,07
Verlustersatz bis Ende Juni 2021	2,07
Kurzarbeit ab Juli 2021 (Phase 5)	2,19
Steuerstundungen/Ratenzahlungen	2,20
Überbrückungsfinanzierung und/oder Garantien	2,22
Verlustrücktrag	2,26
Härtefallfonds	2,32
ÖGK/SVS-Stundungen/Ratenvereinbarung	2,33
Verlustersatz 2 ab Juli 2021	2,42
COVID-19-Rücklage	2,56
Entschädigung nach Epidemiegesetz für Mitarbeiter*innen in Quarantäne	3,00
Entschädigung nach Epidemiegesetz wegen Betriebsschließung	3,10



**Hilfsmaßnahmen wirken –  
Ergebnisrückgang eingedämmt**

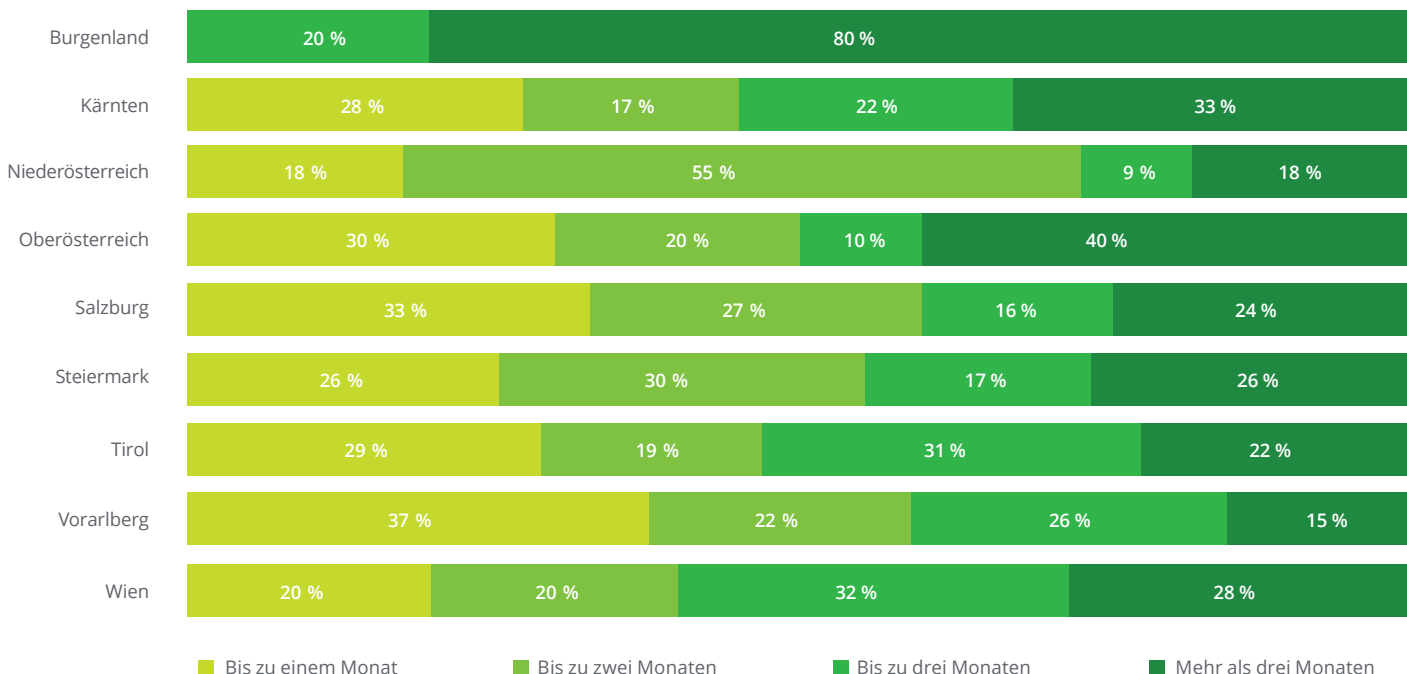
Bei nahezu der Hälfte der bilanzierenden Betriebe sank aufgrund der Pandemie die Eigenkapitalquote.

53 % der Unterkunftsbetriebe und 59 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe mussten 2020 aufgrund der Pandemie einen buchhalterischen Verlust (negatives Jahresergebnis) hinnehmen. Für immerhin 33 % der Beherbergungsbetriebe sowie 32 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturunternehmen konnte dies aufgrund der COVID-19-Unterstützungen verhindert werden.

**Wer ist krisenfit?**

Die Hälfte der österreichischen Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe überstünde laut den Befragten maximal einen weiteren behördlichen Schließmonat, wären sie ausschließlich auf eigene Liquiditätsreserven angewiesen. Mehr als drei Monate würden es 22 % schaffen. Bei den Beherbergungsunternehmen sind die Liquiditätsreserven etwas höher: 28 % geben an, sie würden einen Monat und 26 % mehr als drei Monate überstehen. Im Bundesländervergleich zeigt sich folgendes Bild:

**Mein Betrieb hat ausreichend Liquiditätsreserven, um (auch ohne staatliche Unterstützung) eine (weitere) behördliche Schließung von ..... zu überstehen.**



Rund 66 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturbetriebe sowie 63 % der Beherbergungsbetriebe können ein Umsatzminus von mehr als 10 % im kommenden Winter überstehen, ohne staatliche Unterstützungen zu benötigen und in ihrer wirtschaftlichen Überlebensfähigkeit gefährdet zu sein.

### Dämpft Corona die Freude an der Arbeit?

Bei dieser Frage sind die Meinungen geteilt: Rund der Hälfte der Befragten (49 % der Unterkunftsbetriebe, 45 % der Gastronomie- und Freizeitinfrastrukturunternehmen) macht ihre Arbeit im eigenen Betrieb trotz Corona Freude. 45 % der Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer haben coronabedingt weniger Freude an der Arbeit oder werden den Betrieb aufgrund der Pandemie in absehbarer Zeit einstellen.

### Zusammenfassung

Die Corona-Krise hat den Tourismus hart getroffen: Die Eigenkapitalquote sank bei nahezu der Hälfte der österreichischen Tourismusbetriebe. Je nach Teilbereich verzeichneten bis zu 60 % der Betriebe einen buchhalterischen Verlust. Auch wenn manche Hilfsmaßnahmen von erheblichem Aufwand bei der Beantragung und Berechnung gekennzeichnet waren, wird dennoch die breite und prinzipiell schnelle Verfügbarkeit von Unterstützungen geschätzt und trägt mitunter dazu bei, dass die Stimmung nicht allzu gedämpft ist. Rund die Hälfte der Tourismusbetriebe weiß, dass sie ohne staatliche Unterstützung nach einem Monat erzwungener Schließung vermutlich insolvent gewesen wäre. Immerhin konnten die COVID-19-Hilfsmaßnahmen in einem Drittel der Betriebe Verluste verhindern.



„Es verwundert nicht, dass die Impfquote von Tourismusbeschäftigten überdurchschnittlich hoch ist. In einer Branche, die derart stark von der Pandemie betroffen ist, ist man sich auch ohne Impfpflicht der Wichtigkeit der Immunisierung bewusst.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**



„Der Tourismus verzeichnete bereits vor Corona eine niedrigere Eigenkapitalquote als andere Branchen. Durch die Pandemie ist die Quote bei rund der Hälfte der Tourismusbetriebe weiter gesunken. Das belegt, wie wichtig und richtig die staatlichen Hilfsmaßnahmen waren. Dennoch ist es zu früh, um wieder ‚back-to-normal‘ zu gehen. Eine Verlängerung der Umsatzsteuersenkung um ein Jahr würde der Branche weiter auf die Beine helfen.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

# Ökosoziale Steuerreform

Zum Zeitpunkt der Befragung waren die Details der ökosozialen Steuerreform noch nicht näher bekannt. Mittlerweile sind sie es: Die sogenannte „CO2-Bepreisung und Kompensation“ in Kombination mit einem regionalen Klimabonus sind ein Teil davon, mit dem sich der Tourismusbarometer auch heuer beschäftigt. Änderungen, die eine Entlastung bringen, sind unter anderem die Senkung der Lohn- und Einkommensteuer (ab 07/2022), die Senkung der Krankenversicherungsbeiträge (um bis zu 1,7 % bis zu einem Monatsbezug von EUR 2.500 ab 07/2022), eine Mitarbeitererfolgsbeteiligung (steuerfrei bis EUR 3.000 ab 2022), die Erhöhung des Familienbonus Plus sowie die Senkung der Körperschaftsteuer (stufenweise ab 2023). Vergeben wurde allerdings die Chance, eine nachhaltige Senkung der Lohnnebenkosten in der Reform zu verankern.



Der Zweck der CO<sub>2</sub>-Steuer ist, den Ausstoß von CO<sub>2</sub>-Emissionen mit einem Preis zu versehen und zu einem klimafreundlicheren, also weniger CO<sub>2</sub>-emittierenden Verhalten anzuregen. Gestartet wird ab Juli 2022 mit einer Steuer von EUR 30 pro Tonne CO<sub>2</sub>. Der Preis wird bis 2025 auf EUR 55 pro Tonne angehoben. Mit der technischen Abwicklung der Einhebung werden nicht die Emittentinnen und Emittenten, also z.B. die Autofahrerinnen und Autofahrer, sondern jene Unternehmen, die Kraft- und Heizstoffe in den Verkehr bringen, in die Pflicht genommen.

Zum Ausgleich der damit einhergehenden Preiserhöhung soll ein regionaler Klimabonus an Haushalte – nicht an Unternehmen – ausbezahlt werden.

Laut Umfrage sehen 56 % von Österreichs Touristikerinnen und Touristiker – unabhängig von der nunmehrigen Ausgestaltung – eine Besteuerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes kritisch. In Städten liegt die Ablehnung bei 61 %, am Land bei 55 %.

Nach Maßnahmen befragt, die zu einem reduzierten CO<sub>2</sub>-Ausstoß führen, geben 47 % an, dass bereits eine Umstellung der Betriebsheizung (weg von fossilen Brennstoffen) erfolgt ist. Weitere 23 % können sich eine Umstellung zur Vermeidung einer CO<sub>2</sub>-Besteuerung vorstellen. 18 % der Befragten haben bereits von Diesel-/Benzin-Fahrzeugen auf E-Autos umgestellt und 31 % können sich E-Autos für die Zukunft vorstellen.



### Das ist zu tun

Ein großer Teil der österreichischen Tourismusbranche setzt auf die intakte Naturlandschaft, weshalb der Schutz dieser ein wichtiges Ziel für jeden einzelnen Betrieb sein sollte. Bereits vor zwei Jahren hat sich das Hot Topic des Tourismusbarometers mit dem Thema Wertschöpfung & Nachhaltigkeit befasst. Es zeigte sich klar, dass das Thema Nachhaltigkeit für die Branche wichtig ist. Auch ohne CO<sub>2</sub>-Bepreisung sagten damals bereits 26 %, Maßnahmen für eine Erhöhung der Energieeffizienz zu forcieren. Es besteht ein Bewusstsein, dass nur nachhaltiges Verhalten eine langfristige Wertschöpfung ermöglicht – und dieses reicht über die Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes hinaus.

Daher sind Fördermaßnahmen sehr begrüßenswert. Das Erfolgsbeispiel „Investitionsprämie“ führt dies deutlich vor Augen. Die derzeit bekannten Eckpunkte der CO<sub>2</sub>-Steuer deuten auf keine Kompensation steigender Kosten für Unternehmen hin. Es wird jedoch eine „Sauber-Heizen-Offensive“ zur Unterstützung des Ausstieges aus Öl und Gas geben. Für selbst hergestellte und verbrauchte Energie aus erneuerbaren Energiequellen wird es ab Juli 2022 eine gänzliche Befreiung von der Elektrizitätsabgabe geben (derzeit ist die Steuerbefreiung mit 25.000 kWh p.a. gedeckelt). Aus Unternehmenssicht ist wohl der Investitionsfreibetrag für ökologische Unternehmensinvestitionen am interessantesten, der zusätzlich zur Abschreibung steuermindernd angesetzt werden kann.

# Kurz & bündig

Die Corona-Krise hat den Tourismus in den letzten eineinhalb Jahren vor große Herausforderungen gestellt – doch die Tourismusbranche lebt und lässt sich nicht unterkriegen. Obwohl es zu Schließungen kam und mehr als die Hälfte der Unterkunftsbetriebe und Gastronomie- sowie Freizeitinfrastrukturbetriebe aufgrund der Pandemie ein negatives Jahresergebnis hinnehmen mussten, ist die Branche bereit für die kommende Wintersaison.

Im Lockdown investierten die heimischen Betriebe. Zusätzlich angeregt durch die Investitionsprämie, hat rund die Hälfte der Befragten ihr Investitionsverhalten geändert. Der Stillstand im Winter wurde somit vielerorts bestmöglich genutzt.

Die Sommersaison war im Großen und Ganzen akzeptabel – die Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem im Beherbergungssektor am Land spürbar. Im Bundesländerranking gibt es deutliche Unterschiede: Der Sommer 2021 lief im Burgenland und in Kärnten am besten, Wien schneidet am schlechtesten ab.

Die Kurzfristigkeit von Buchungen in den Beherbergungsunternehmen hat sich in der Sommersaison 2021 stark erhöht – ein durch Corona verstärkter Trend. Ziel ist jedenfalls, die angestrebten Preise zu erreichen. Das klappt bei kurzfristigen Buchungen am Land besser als in der Stadt. 52 % der Landbetriebe schaffen es, bei kurzfristigen Buchungen Preissteigerungen durchzusetzen. In der Stadt gelingt das nur 22 %. Lediglich knapp 6 % der Beherbergungsbetriebe am Land verkaufen ihre Betten kurzfristig unterpreisig, in Städten sind es 30 %.

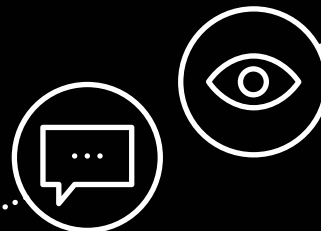
Die COVID-19-Hilfsmaßnahmen haben viele Härten abgefedert. Das staatliche Auffangnetz kam in den vergangenen zwölf Monaten stark zu tragen und gab Rückhalt. Gepaart mit der teils guten Sommersaison führt dies zu einem deutlich positiveren Ausblick auf das kommende Jahr. Die anstehende Wintersaison wird jedoch bei den meisten Betrieben wohl unter den Umsätzen vor der Corona-Krise liegen.

Die größte Herausforderung ist und bleibt die Mitarbeiterinnen- und Mitarbeiterverfügbarkeit. Die Corona-Krise hat den Arbeitskräftemangel verstärkt. Diese Problematik betrifft mittlerweile eine Vielzahl von Branchen. Im Tourismus kam es durch die Schließungen auch zu Abwanderungen aus der Branche, die zu einer weiteren Verschärfung führten. Für fast 80 % war es im Sommer 2021 äußerst schwierig, Fachkräfte zu finden. 91 % der Landbetriebe und 86 % der Stadtbetriebe befürchten, dass es im kommenden Winter noch schwieriger wird, geeignete Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu bekommen. Eine Verbesserung der Lage ist nicht absehbar.

Die Corona-Krise ist mit ihren Nachwirkungen auf die Tourismusbranche noch nicht überstanden. Abgesehen von den betriebs-

wirtschaftlichen Herausforderungen ist die Pandemie für viele emotional anstrengend: Die Ungewissheit, der ständige Kostendruck und die laufenden Engpässe bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zehren an Österreichs Touristikerinnen und Touristikern.

Dennoch hat rund die Hälfte der Befragten nach wie vor Freude an der Arbeit. Damit dies so bleibt und sich die Zahl wieder erhöht, ist weiterhin der Staat gefordert. Ein branchenspezifisches Arbeitsmarktkonzept ist die notwendigste nicht-monetäre Unterstützung – die Zukunft einer der wichtigsten Branchen der österreichischen Wirtschaft hängt davon ab.



# Kontakt

## **Deloitte Tirol**

Wilhelm-Greil-Straße 15  
6020 Innsbruck

Eduard-Wallnöfer-Platz 1  
6460 Imst

Im Gries 22  
6580 St. Anton am Arlberg

## **Andreas Kapferer**

Partner  
Tel.: +43 512 58 25 55 23  
akapferer@deloitte.at

## **Armin Nowshad**

Head of Corporate Communications  
Tel.: +43 1 537 00-8556  
arnowshad@deloitte.at

---

## **Österreichische Hotelierversammlung**

Hofburg, Gottfried-von-Einem-Stiege  
1010 Wien

## **Markus Gratzner**

Generalsekretär  
Tel.: +43 1 533 09 52  
markus.gratzner@oehv.at

## **Oliver Schenk**

Public Affairs  
Tel.: +43 1 533 09 52 24  
oliver.schenk@oehv.at

# Bleiben Sie informiert:



Alle aktuellen Infos  
speziell für den Tourismus:  
[www.deloitte.at/tourismus](http://www.deloitte.at/tourismus)



Abonnieren Sie unsere  
E-Mail-Newsletter:  
[www.deloitte.at/newsletter](http://www.deloitte.at/newsletter)



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



# Deloitte.

Deloitte bezieht sich auf Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), dessen globales Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und deren verbundene Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“. DTTL („Deloitte Global“), jedes ihrer Mitgliedsunternehmen und die mit ihnen verbundenen Unternehmen sind rechtlich selbstständige, unabhängige Unternehmen, die sich gegenüber Dritten nicht gegenseitig verpflichten oder binden können. DTTL, jedes DTTL Mitgliedsunternehmen und die mit ihnen verbundenen Unternehmen haften nur für ihre eigenen Handlungen und Unterlassungen. DTTL erbringt keine Dienstleistungen für Kundinnen und Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

Deloitte Legal bezieht sich auf die ständige Kooperation mit Jank Weiler Operenyi, der österreichischen Rechtsanwaltskanzlei im internationalen Deloitte Legal-Netzwerk.

Deloitte ist ein global führender Anbieter von Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory sowie Risk Advisory. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und den mit ihnen verbundenen Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ in mehr als 150 Ländern und Regionen betreuen wir vier von fünf Fortune Global 500® Unternehmen. "Making an impact that matters" – mehr als 345.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte teilen dieses gemeinsame Verständnis für den Beitrag, den wir als Unternehmen stetig für unsere Klientinnen und Klienten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Gesellschaft erbringen. Mehr Information finden Sie unter [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Diese Kommunikation enthält lediglich allgemeine Informationen, die eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen können. Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), dessen globales Netzwerk an Mitgliedsunternehmen oder mit ihnen verbundene Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ bieten im Rahmen dieser Kommunikation keine professionelle Beratung oder Services an. Bevor Sie die vorliegenden Informationen als Basis für eine Entscheidung oder Aktion nutzen, die Auswirkungen auf Ihre Finanzen oder Geschäftstätigkeit haben könnte, sollten Sie qualifizierte, professionelle Beratung in Anspruch nehmen.

DTTL, seine Mitgliedsunternehmen, mit ihnen verbundene Unternehmen, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ihre Vertreterinnen und Vertreter übernehmen keinerlei Haftung, Gewährleistung oder Verpflichtungen (weder ausdrücklich noch stillschweigend) für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Kommunikation enthaltenen Informationen. Sie sind weder haftbar noch verantwortlich für Verluste oder Schäden, die direkt oder indirekt in Verbindung mit Personen stehen, die sich auf diese Kommunikation verlassen haben. DTTL, jedes seiner Mitgliedsunternehmen und mit ihnen verbundene Unternehmen sind rechtlich selbstständige, unabhängige Unternehmen.