



Tourismusbarometer 2017

Eine Studie von Deloitte Tirol und ÖHV

Vorwort	03
Tourismusbarometer 2017 – Methode und Sample	04
Tourismusindex 2017	05
Key Findings	06
Detailergebnisse	10
Wirtschaftliche Lage des Tourismus	11
Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen	13
Geschäftsentwicklung Winter 2016/17	15
Prognose Hotellerie Sommer 2017	16
Mitarbeiter	17
Investition und Finanzierung	19
Online-Vertrieb im Beherbergungssektor	21
Hot Topic 2017 – Betriebsübergabe in der Familie	23
Resümee	29
Kontakt	30

Impressum

Herausgegeben von Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH
Autoren: Mag. Andreas Kapferer, Dr. Birgit Breyner
unter redaktioneller Mitarbeit von Mag. Armin Nowshad und Mag. Gina Grassmann
Grafik und Layout: Claudia Hussovits

Aus Gründen der einfacheren Lesbarkeit wurde auf die weibliche Form bzw. die Kombination von männlicher und weiblicher Form verzichtet. Es sind selbstverständlich unabhängig von der gewählten Form jeweils beide Geschlechter gleichberechtigt angesprochen.

Vorwort

Der Tourismus ist einer der bedeutendsten Wirtschaftsfaktoren für den Standort Österreich. Als renommierter Steuerberater für Tourismusbetriebe in Westösterreich beobachtet Deloitte Tirol die große Wertschöpfungskraft des Fremdenverkehrs tagtäglich in zahlreichen Unternehmen und unterschiedlichen Branchen. Das Kernsegment des österreichischen Tourismus bildet die Hotellerie, der durch die Österreichische Hoteliervereinigung (ÖHV) eine starke Stimme verliehen wird.

Bereits seit 2015 analysiert Deloitte mit dem Tourismusbarometer die Gemütslage der österreichischen Tourismusunternehmer. Bisher wurde die Studie mit Schwerpunkt auf Westösterreich durchgeführt. Im heurigen Jahr wurde die Umfrage erstmals zusammen mit der ÖHV realisiert, um einen noch umfassenderen Einblick in die Stimmung der Branche zu bekommen. Außerdem wurde die Befragung auf ganz Österreich ausgeweitet. Die Erkenntnisse aus der Umfrage finden Sie in der vorliegenden Studie.

In Summe blicken Österreichs Tourismusunternehmer gefasst in die Zukunft. Die Branche hat gelernt mit schwierigen Rahmenbedingungen umzugehen und sich allen Widrigkeiten zum Trotz einen positiven Blick auf die eigene Leistung zu bewahren. Es scheint fast so, als hätte der tägliche Umgang mit unterschiedlichsten Herausforderungen die österreichischen Touristiker gelehrt, besonnen zu bleiben und sich auch in schwierigen Situationen auf die eigenen Kompetenzen zu konzentrieren.

Wir wünschen eine spannende Lektüre.

Mag. Andreas Kapferer
Deloitte Tirol

Dr. Markus Gratzner
ÖHV

Tourismusbarometer 2017

Methode und Sample

Im Tourismusbarometer 2017 werden die Ergebnisse des Deloitte Tourismusbarometers mit den Erkenntnissen von ÖHV-Inside zusammengeführt. 230 österreichische Unternehmer haben im Rahmen dieser für ganz Österreich repräsentativen Studie im April 2017 ihre Sicht auf die heimische Tourismusbranche dargelegt.

Die Befragung umfasste folgende sechs Kernbereiche:

- Wirtschaftliche Lage des Tourismus
- Regionales Umfeld/Regulatorische Rahmenbedingungen
- Geschäftsentwicklung
- Mitarbeiter
- Investition und Finanzierung
- Online-Vertrieb im Beherbergungssektor

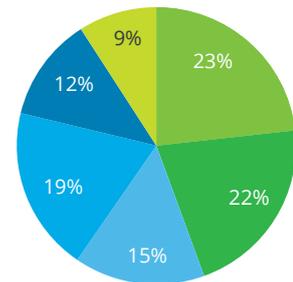
Neben diesen Kernbereichen wurden als „Hot Topic“ Betriebsübergaben von familiengeführten Tourismusunternehmen in den Fokus gestellt.

Die Analyseergebnisse liefern Einblicke in aktuelle Trends und zeigen Stärken sowie Entwicklungsfelder aus der Perspektive der Tourismusunternehmer auf. Die Erkenntnisse aus der Studie wurden durch die ÖHV und die Tourismusexperten von Deloitte analysiert und interpretiert. Daraus wurden Einschätzungen zur weiteren Entwicklung der Branche und Empfehlungen für die Tourismusunternehmer abgeleitet.

Auch in diesem Jahr wurde wieder ein Tourismusindex erstellt, der die aktuelle Gesamtstimmung im österreichischen Tourismus veranschaulicht.

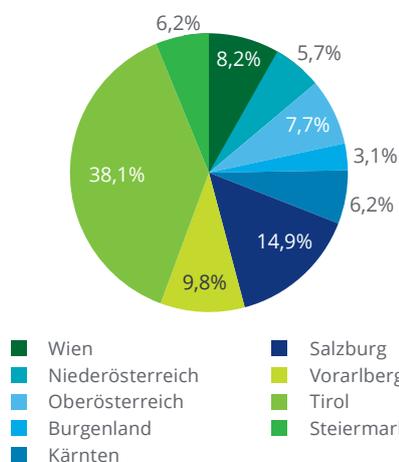
Mit einem Anteil von 38,1% sind Studienteilnehmer aus Tirol am stärksten im diesjährigen Tourismusbarometer vertreten. Insgesamt stammen die meisten der Befragten aus Familienbetrieben und Kleinunternehmen, fast drei Viertel sind in Tourismusbetrieben mit bis zu 20 Mitarbeitern tätig. Die umsatzstärkste Zeit ist für mehr als die Hälfte der befragten Touristiker die Wintersaison. 30% geben an, dass die Umsätze gleichmäßig über das gesamte Jahr verteilt sind.

Mitarbeiteranzahl



- bis zu 10 Mitarbeiter
- 11-20 Mitarbeiter
- 21-30 Mitarbeiter
- 31-50 Mitarbeiter
- 51-100 Mitarbeiter
- > Mitarbeiter

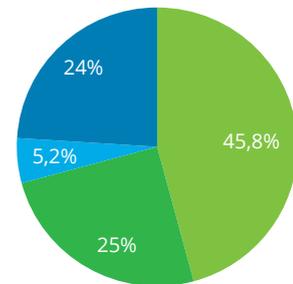
Herkunft der Tourismusunternehmer



- Wien
- Niederösterreich
- Oberösterreich
- Burgenland
- Kärnten
- Salzburg
- Vorarlberg
- Tirol
- Steiermark

Für Bundesländerbeispiele wird in weiterer Folge hauptsächlich auf die vier teilnehmerstärksten Bundesländer Tirol, Salzburg, Vorarlberg und Wien zurückgegriffen.

Umsatzstärkste Zeit



- Winter
- Sommer
- Zwischensaison(en)
- Gleich verteilt/gleichbleibend

Dieses Ergebnis lässt sich auf die Dominanz der Tiroler Teilnehmer zurückzuführen.

Tourismusindex 2017

Der Tourismusindex zeigt das aktuelle Stimmungsbild unter Österreichs Tourismusunternehmen.

In den Index fließen folgende Faktoren ein:

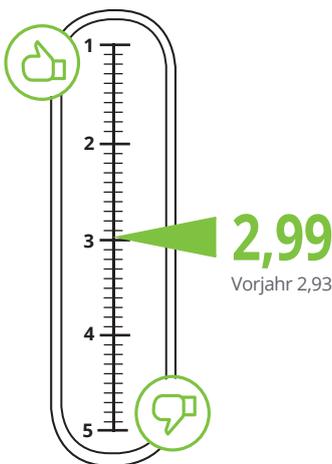
- Die aktuelle Lage sowie die Entwicklungschancen des Tourismus
- Die regulatorischen Rahmenbedingungen
- Die aktuelle Situation und Entwicklung des jeweiligen Unternehmens

Der Tourismusindex wird gewichtet errechnet und folgt dem Schulnotensystem, wobei ein Wert von 1 eine sehr gute Stimmung und 5 eine sehr negative Stimmung bedeutet.

2017 liegt der Tourismusindex bei einem Gesamtwert von 2,99, womit sich eine abwartende Stimmung erkennen lässt. Im Vorjahr hat sich bei einem Wert von 2,93 noch eine leicht positivere Tendenz abgezeichnet.

Aktuelle Geschäftsentwicklungen wie die vergangene Wintersaison 2016/17 sowie die Aussichten auf einen guten Sommer stimmen die befragten Touristiker positiv. Auch die allgemeine wirtschaftliche Lage wird als gut empfunden. Die herausfordernden regulatorischen Rahmenbedingungen sowie das regionale Umfeld lassen den Index aber absinken. In erster Linie werden als Hemmnisse die starke Belastung durch Steuern und Abgaben sowie ein Mangel an Fachkräften und Lehrlingen genannt.

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



Key Findings

Um die allgemeine Stimmung unter Österreichs Tourismusunternehmern abzubilden, wurde für die Kernthemen des Tourismusbarometers jeweils ein Gesamtergebnis aus allen Antworten errechnet. Für das „Hot Topic 2017“ wurden die Touristiker außerdem zu ihren Erfahrungen mit Betriebsübergaben innerhalb der Familie befragt.



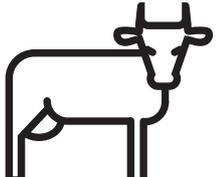
Mit regionalem Umfeld und regulatorischen Rahmenbedingungen sind jene Faktoren gemeint, die sich auf die Betriebsentwicklung auswirken, durch die Betriebsführung aber nicht bzw. nur bedingt beeinflusst werden können. Darunter fallen unter anderem Aspekte wie die Mitarbeiterverfügbarkeit, die allgemeine Kostensituation, die Steuer- und Abgabenlast sowie der Wettbewerb.

Als stärksten Belastungsfaktor wird von den Befragten die aktuelle Steuer- und Abgabensituation wahrgenommen. Den zweitgrößten negativen Einfluss auf die Betriebsentwicklung haben allgemeine Kosten wie Mitarbeiter- oder Energiekosten. Für etwas mehr als die Hälfte der österreichischen Touristiker ist auch die mangelhafte Mitarbeiterverfügbarkeit eine große Hürde. Der Wettbewerb wird im Österreichschnitt hingegen als relativ unproblematisch für die eigene Betriebsentwicklung bewertet, wobei hier regionale Unterschiede zu beobachten sind. Während in Wien knapp ein Drittel der Befragten den regionalen Wettbewerb als negativen Einflussfaktor nennt, machen sich in Tirol weniger als 14% Sorgen aufgrund der Konkurrenz.

Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen
Die Regularien bremsen
3,48
Vorjahr 3,55

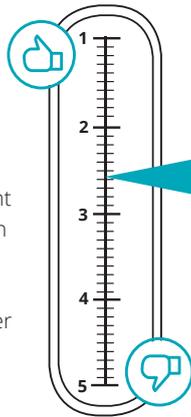
Wirtschaftliche Lage des Tourismus
Unveränderte Gesamtsituation, positiver Ausblick im eigenen Betrieb
2,71
Vorjahr 2,77

Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen



Befragt nach der vergangenen Wintersaison 2016/17 zeigen sich 56% der österreichischen Touristiker mit dem erzielten Umsatz zufrieden bzw. sehr zufrieden. 45% haben dabei das Wintergeschäft richtig eingeschätzt, für nahezu ein Viertel lief die Saison besser als erwartet. Rund ein Drittel der Befragten musste jedoch schlechtere Zahlen verbuchen als ursprünglich angenommen. Am unzufriedensten sind die Touristiker in Wien: Nur jeder Zweite hat hier eine gute Wintersaison hinter sich. Die größte Zufriedenheit unter den Tourismusunternehmen herrscht in Salzburg, wo 68% der Befragten zufrieden bzw. sehr zufrieden mit dem Umsatz der Wintersaison sind.

In Bezug auf den kommenden Sommer gibt sich die Mehrheit der österreichischen Tourismustreibenden optimistisch: 61% rechnen mit einem Umsatzanstieg, fast die Hälfte erwartet sich mehr Gäste. Auch in Wien hofft man auf den Sommer: 69% prognostizieren einen Nächtigungszuwachs und sogar 81% ein Umsatzwachstum.

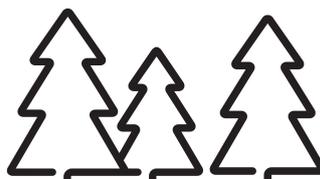
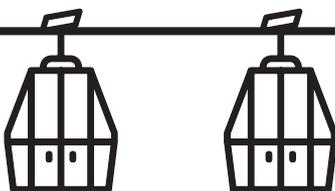


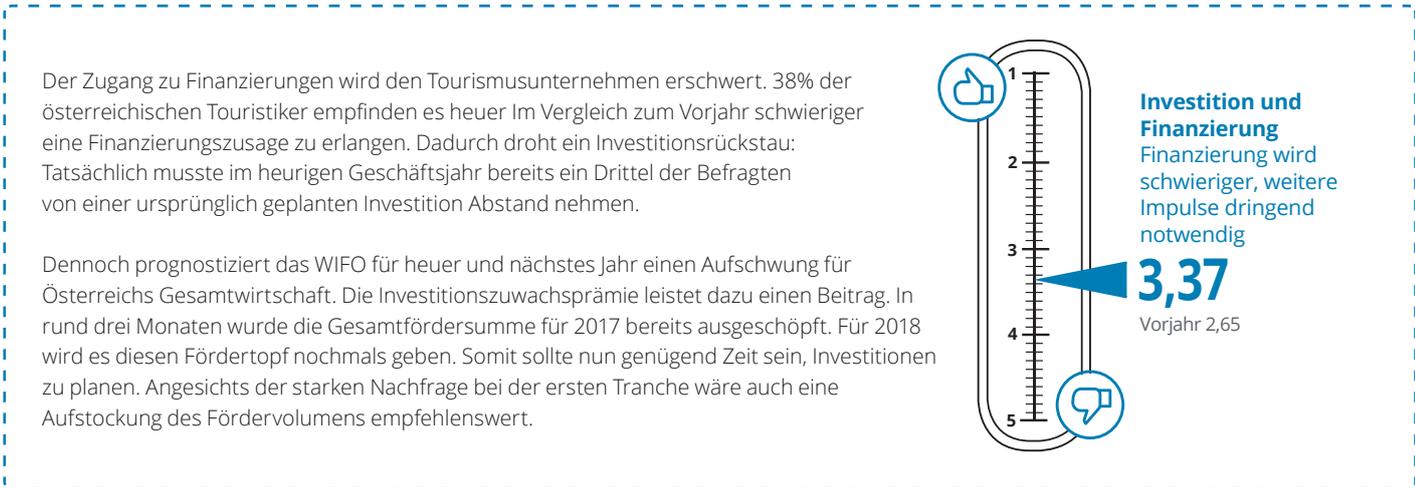
Geschäftsentwicklung
Winter ok, Sommer wird besser
2,57
Vorjahr 2,40

Geschäftsentwicklung

Wie bereits im Vorjahr ist die Grundstimmung der österreichischen Touristiker auch im Jahr 2017 nicht euphorisch, die Wirtschaftslage des Tourismus im eigenen Bundesland wird jedoch durchwegs als gut empfunden. Die wirtschaftliche Gesamtsituation sehen die Befragten im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen geben sich die Touristiker gefasst: In den nächsten zwölf Monaten erwarten die Tourismusprofis des Landes keinen Konjunkturaufschwung, aber eine konstant gute Lage für den Fremdenverkehr. Im eigenen Betrieb sieht man zumindest dem Sommer zuversichtlicher entgegen als im Vorjahr (vgl. Geschäftsfeldentwicklung).

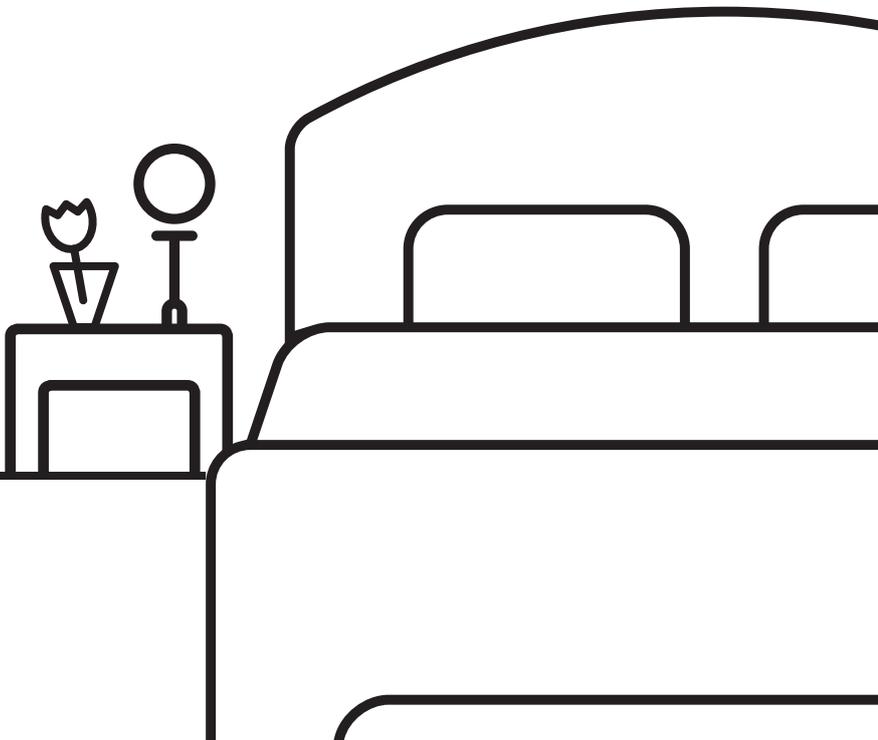
Wirtschaftliche Lage des Tourismus





Online-Buchungsplattformen sind ein wichtiger Vertriebskanal für viele Beherbergungsunternehmen. Jedoch versuchen immer mehr Betriebe ihre Gäste zu Direktbuchungen zu bewegen, um so Provisionen zu sparen. Im Bereich der Digitalisierung stehen viele Hotels noch am Anfang. Das Optimierungspotenzial und damit die Chance einer Zunahme von Direktbuchungen sind demnach als hoch anzusehen und sollten forciert werden.

**Online-Vertrieb im
Beherbergungssektor**



Hot Topic 2017

Betriebsübergabe in der Familie

Im Zuge von Betriebsübergaben in familiengeführten Tourismusbetrieben haben sich zwei große Themenblöcke herauskristallisiert, die jede Übergabe in unterschiedlichem Ausmaß beeinflussen. Einerseits sind finanzielle Faktoren, die sich insbesondere durch Abgabenbelastungen wie

- Grunderwerbsteuer und Eintragungsgebühr
- Investitionen für die Erfüllung gewerberechtl. Auflagen

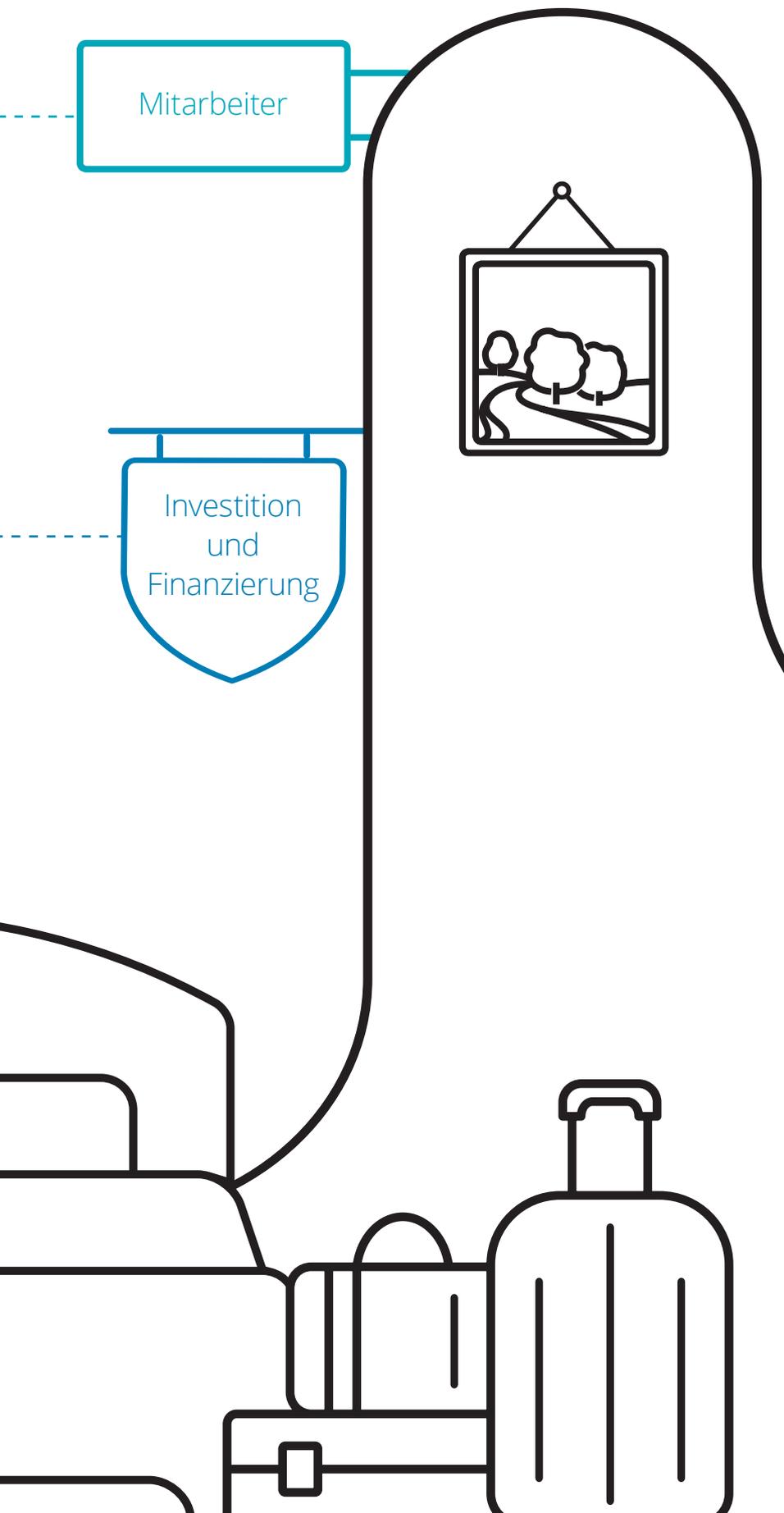
ergeben, wesentlich.

Finanzielle Aspekte sind mit der entsprechenden Rechtsberatung planbar und durch passende gesellschaftliche Konstrukte steuerbar. Es ist in der Regel selbstverständlich, den Steuerberater, Notar oder Rechtsanwalt zu konsultieren und sich unterstützen zu lassen.

Andererseits sind Konflikte, die etwa bei Uneinigkeiten oder unausgesprochenen Erwartungen zwischen Übernehmer und Übergeber entstehen, ein großer Einflussfaktor.

Konflikte sind im Gegensatz zu finanziellen Aspekten nur schwer vorherzusehen. Zu den drei wichtigsten Erfolgsfaktoren für eine gelungene Betriebsübergabe zählen für Österreichs Touristiker:

- Die frühzeitige Mitarbeit des Nachfolgers im Betrieb
- Offene Gesprächskultur und rechtzeitige verbindliche Nachfolgeregelung in der Familie
- Die Unterstützung durch die Familie



Detailergebnisse

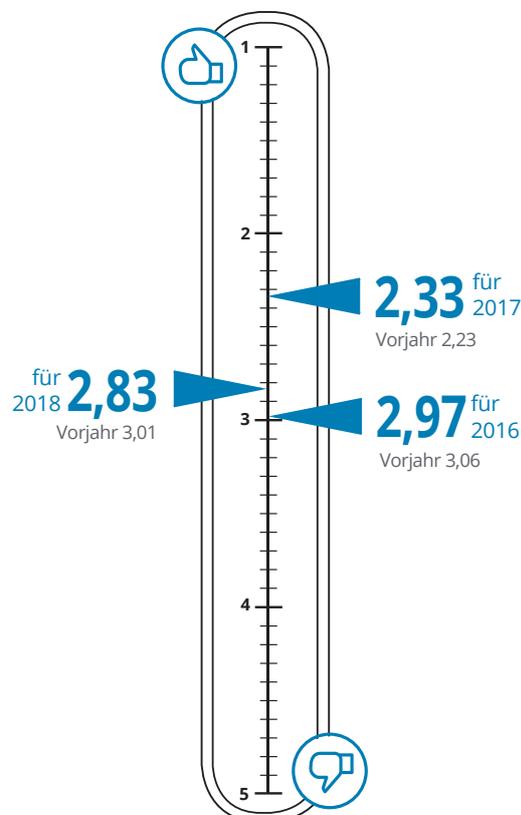
Wirtschaftliche Lage des Tourismus

Das Ergebnis des Rekordwinter 2015/16 konnte in der heurigen Wintersaison 2016/17 gehalten werden. Trotz ungünstiger Feiertage und spätem Schneefall sind die Nächtigungen um 0,1% angestiegen. Zwar ist in den wichtigen Herkunftsmärkten Deutschland und Niederlande ein Minus zu beobachten, jedoch konnte dieses durch ein Plus an Nächtigungen von österreichischen Gästen wettgemacht werden. Von dem Nächtigungsanstieg konnten überwiegend Gewerbebetriebe profitieren, Privatunterkünfte mussten hingegen einen Rückgang von 4% verzeichnen. Die gute Auslastung im Winter in Verbindung mit den positiven Aussichten für die Sommersaison lassen auf ein erfolgreiches Jahr 2017 hoffen.

Situation im eigenen Bundesland

Der aktuellen wirtschaftlichen Lage des Tourismus im eigenen Bundesland geben Österreichs Touristiker eine Note von 2,33. Ein Jahresrückblick auf den Tourismus im eigenen Bundesland zeigt, dass dieser im Österreichschnitt im Wesentlichen als unverändert gesehen wird (2,97). Während sich allerdings nach Empfinden von Tirols und Vorarlbergs Touristikern die Branche in den vergangenen 12 Monaten nicht verändert (37%) bzw. sogar leicht verschlechtert (41%) hat, sehen 63% der Wiener Tourismustreibenden eine Verbesserung.

Die Zukunft im eigenen Bundesland sehen Österreichs Touristiker tendenziell positiv (2,83). Immerhin geht ein Drittel von einer Verbesserung der wirtschaftlichen Lage aus, während rund die Hälfte keine Veränderungen erwartet. Im Bundesländervergleich fällt auf, dass jene Befragten, die eine Veränderung erwarten, mehrheitlich von einer positiven Entwicklung ausgehen. Lediglich in Niederösterreich und in der Steiermark wird tendenziell eine Veränderung zum Negativen befürchtet.





Das ist zu tun

Prinzipiell sind Österreichs Touristiker sehr anpassungsfähig.

Das hat sich vor allem an der vergangenen Wintersaison in den Skigebieten gezeigt. Da der Winter vielerorts erst im Jänner eingesetzt hat, wurden die Erwartungen dementsprechend angepasst. Außerdem ist Österreich ein sicheres Reiseland, das über attraktive Naturressourcen und Kulturgüter verfügt. Nicht zuletzt aufgrund dieser Faktoren wird dem österreichischen Tourismus eine konstant gute Entwicklung prophezeit.

Zu den großen Herausforderungen zählt zum einen die immer prekärer werdende Mitarbeiterverfügbarkeit, zum anderen die Finanzierung laufend notwendiger Investitionen zur Aufrechterhaltung des hohen Qualitätsniveaus. Beide Punkte müssen bei gleichzeitigem Tragen einer hohen Abgabenlast bewältigt werden. Hinsichtlich der Mitarbeiterverfügbarkeit scheint es derzeit keine konkreten Lösungsansätze zu geben. Zumindest in Bezug

auf Lohnnebenkosten kann zufolge gesetzlicher Änderungen mit einer Verbesserung gerechnet werden.

Für den zweiten Punkt hat die Regierung zum Ende des Vorjahres mit der Investitionszuwachsprämie eine Konjunkturbelebungsmaßnahme geschaffen, die sehr gut angenommen wurde und innerhalb von nur drei Monaten vollständig ausgeschöpft war. Darüber hinaus gibt es zahlreiche weitere Förderungen, die Bund und Länder für den Tourismus bereithalten. Vor jeder Investition sollten die Touristiker mögliche Förderungen berücksichtigen. Denn in der Regel sind diese nur möglich, wenn der Förderantrag vor Auftragserteilung gestellt wird. Letztendlich muss in diesem Zusammenhang jedoch auch festgehalten werden, dass die Verlängerung der Abschreibungsdauer für die Tourismusunternehmen sehr problematisch sein kann und das Investitionsklima negativ beeinflusst.

„Die Investitionszuwachsprämie ist ein positiver Anreiz zur Intensivierung von Investitionen. Von Betrieben mit intensiver Wintersaison kann sie 2018 sicher besser genutzt werden, da die Vorbereitungszeit entsprechend vorhanden ist.“

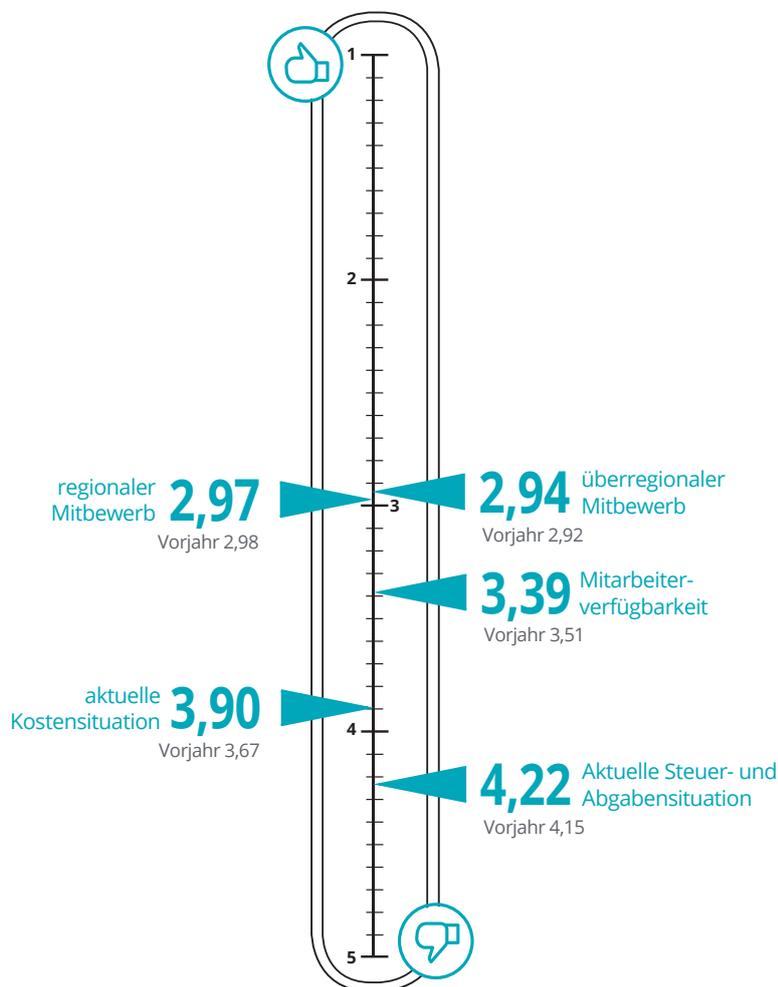
Mag. Andreas Kapferer, Deloitte Tirol

Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen

Das regionale Umfeld sowie regulatorische Rahmenbedingungen sind Gegebenheiten außerhalb des Unternehmens, die Auswirkungen auf die Betriebsführung haben. Sie sind aber durch den Unternehmer nur bedingt beeinflussbar. Darunter fallen die Steuer- und Abgabensituation, die Kostensituation (z.B. Energiekosten, Lohnniveau etc.), die Mitarbeiterverfügbarkeit sowie der Wettbewerb.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass keine der abgefragten regulativen Rahmenbedingungen aus Sicht der Touristiker einen positiven Einfluss auf die Entwicklung ihrer Unternehmen hat. Die Abbildung verdeutlicht, dass insbesondere die aktuelle Steuer- und Abgabensituation für die Befragten belastend ist: Mit einem Wert von 4,22 wird dieser Aspekt wie im Vorjahr mit Abstand am negativsten beurteilt. Auch Faktoren wie die aktuelle Kostensituation (3,90) sowie die Mitarbeiterverfügbarkeit (3,39) bereiten den Touristikern Kopfzerbrechen und wirken sich negativ auf die Unternehmensentwicklung in der Tourismusbranche aus.

Den Wettbewerb sehen die österreichischen Touristiker im Durchschnitt eher unproblematisch. Sowohl die regionalen (2,97) als auch die überregionalen Mitbewerber (2,94) haben laut Aussage der Befragten keinen nennenswerten Einfluss auf die Entwicklung der jeweiligen Betriebe. Wirft man einen Blick auf die einzelnen Bundesländer, fällt auf, dass in Wien und der Steiermark die Branchenkollegen der eigenen Region am ehesten als Konkurrenz wahrgenommen werden (3,29).





Das ist zu tun

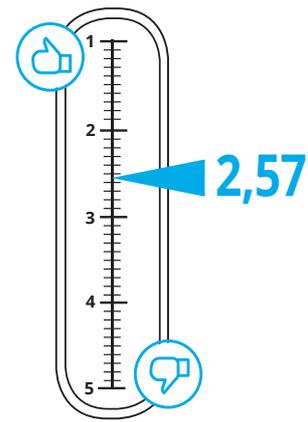
Gegen die Regularien sind die Unternehmer zwar relativ machtlos, aber dennoch ergeben sich Handlungsspielräume. Schon im Vorjahr haben uns die Touristiker einen Einblick in jene innerbetrieblichen Maßnahmen gewährt, die sie zur bestmöglichen Handhabung der allgemeinen Situation ergreifen. Diese reichen von Energielastenmanagement über ständige Einkaufskontrolle bis hin zu einer verbesserten Mitarbeitereinsatzplanung. Oft wird in Familienbetrieben die Eigenleistung erhöht, auch der Rechenstift wird häufiger angesetzt. Regelmäßiges engmaschiges Controlling kann betriebswirtschaftliche Entscheidungen unterstützen und bewahrt vor Überraschungen.

„Die Touristiker gehen sehr bewusst mit ihren Kosten um. Auch sind ihnen die vielfältigen Regularien bewusst und sie agieren entsprechend vorausschauend im täglichen Geschäft.“

Dr. Birgit Breyner, Deloitte Tirol

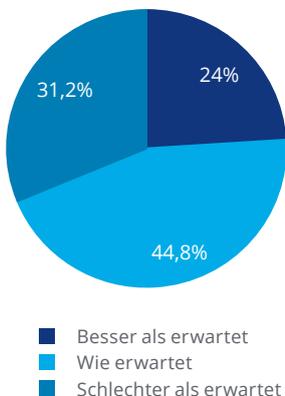
Geschäftsentwicklung Winter 2016/17

Für knapp die Hälfte (44,80%) der Touristiker ist die Wintersaison 2016/17 wie geplant verlaufen. Ein Drittel hat sich aber insgesamt einen besseren Winter erwartet. Dennoch sind 56% mit dem erzielten Umsatz zufrieden bzw. sehr zufrieden. In Salzburg ist die Umsatzzufriedenheit (68% zufrieden bzw. sehr zufrieden) besonders hoch, in Wien etwas niedriger als im Österreichschnitt (25% weniger bis gar nicht zufrieden). Insgesamt geben die Österreicher der vergangenen Wintersaison eine Note von 2,57.



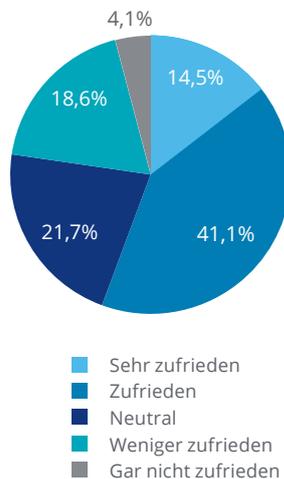
Für fast jeden Zweiten der teilnehmenden Betriebe hat sich die Wintersaison 2016/17 wie erwartet entwickelt. Für die anderen liegt die Saison entweder unter oder über den Erwartungen, wobei die Mehrheit dieser Touristiker eine negative Entwicklung erlebt hat.

Entwicklung der Wintersaison 2016/17



Rund 23% der Befragten sind mit ihrem Winterumsatz nicht zufrieden. 56% sind zufrieden bzw. sehr zufrieden.

Zufriedenheit mit dem Winterumsatz



In Tirol halten sich die Anzahl der Befragten, deren Erwartungen nicht erfüllt wurden, und die Anzahl jener, deren Erwartungen übertroffen wurden, mit jeweils 28% die Waage. Die Zufriedenheit mit dem Winterumsatz liegt in Tirol bei 62% und damit um 6 Prozentpunkte über dem Österreichschnitt.

Für nahezu 37% der Vorarlberger ist die Wintersaison insgesamt schlechter als erwartet ausgefallen, dennoch sind 63% mit dem Winterumsatz zufrieden bzw. sehr zufrieden.

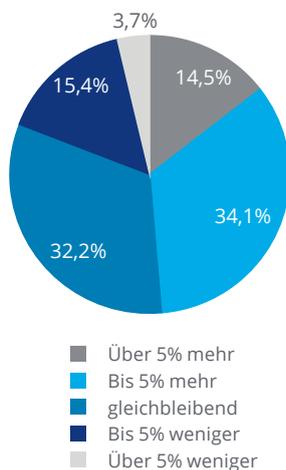
Besonders zufrieden mit ihrem Winterumsatz sind die Salzburger: Für 68% ist die Wintersaison wie erwartet oder sogar besser als erwartet verlaufen.

Die Erfüllungserwartung von Wiens Touristikern deckt sich mit dem Ergebnis des gesamten Landes. Die Umsatzzufriedenheit in Wien liegt hingegen deutlich unter dem Österreichschnitt. Nur 50% sind mit dem Winterumsatz zufrieden, jeweils ein Viertel der Wiener Befragten sieht die Umsatzentwicklung neutral bzw. negativ.

Prognose Hotellerie Sommer 2017

Auch für den Sommer ist die Erwartungshaltung positiv (Gesamtnote 2,52). Österreichs Beherbergungsbetriebe prognostizieren überwiegend einen stabileren bzw. besseren Sommer als 2016. 61% rechnen mit einem Umsatzplus, das vor allem durch ein Mehr an Nächtigungen erreicht werden soll. Ein geringerer Teil will das Umsatzwachstum durch höhere Preise erzielen.

Prognose der Nächtigungsentwicklung

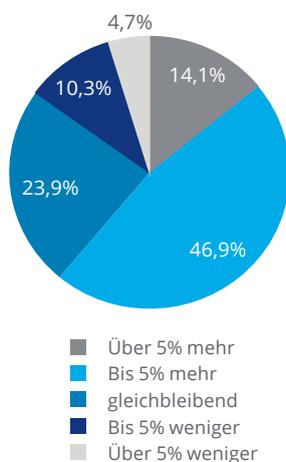


In Salzburg ist die Erwartungshaltung etwas niedriger. Hier rechnet die Hotellerie zwar auch mehrheitlich mit Zuwächsen, aber 38% erwarten stagnierende Nächtigungen und 34% gleichbleibenden Umsatz. In Tirol fällt auf, dass eine deutlich über dem Österreichschnitt liegende Zahl an Beherbergungsbetrieben mit einem Nächtigungsrückgang (29%) und auch einem Umsatzrückgang (21%) rechnet. Dennoch liegt der Anteil an Unternehmern, die positiv in den Sommer blicken, gleich hoch wie im österreichischen Durchschnitt.

dieses Ziel durch Preissteigerungen erzielt werden. Ein Näherrücken der Betriebe wird hier unumgänglich werden, sei es innerhalb einer gesamten Destination oder durch Clusterbildung in einer Region. Auch dem Personalmangel kann als größere Einheit besser entgegengewirkt werden. Kosteneinsparungen für den einzelnen Betrieb sowie attraktivere Arbeitsmöglichkeiten für die Mitarbeiter sind ebenfalls leichter realisierbar.

Gastronomiekoooperationen, gemeinsame Personalhäuser, die Beschäftigung von Dienstnehmern über eine gemeinsame Gesellschaft bzw. die Entsendung in verschiedene lokale Betriebe sind einige Möglichkeiten, die hierbei entstehen könnten.

Prognose der Umsatzentwicklung



Wien schaut mit Abstand am positivsten in die Zukunft: 69% rechnen mit einem Nächtigungszuwachs, während nur 6% an ein Minus glauben. 81% der Wiener Touristiker erwarten sich ein Umsatzplus, nur 13% fürchten einen Rückgang.



Das ist zu tun

Bereits der Tourismusbarometer 2016 hat gezeigt, dass der Umsatz zwar durchaus zufriedenstellend sein kann, die Ertragskraft aber dennoch zurückgeht. Sowohl Steuer- und Abgabenlast als auch die allgemeine Kostensituation bilden schwerwiegende Faktoren, die die Ertragskraft schmälern.

Um dem entgegenzuwirken empfiehlt es sich, bei größtmöglicher Konstanz des Aufwandes prioritär alle Maßnahmen zur Umsatzsteigerung zu ergreifen. Dies kann in der Hotellerie nur bedingt eine Erhöhung der Auslastung sein. Vielmehr kann

„Die Steuer- und Abgabenlast stellt die Tourismusunternehmer auch heuer vor große Herausforderungen. Es braucht hier dringend Entlastungen, um den Betrieben das Wirtschaften zu erleichtern.“

Mag. Andreas Kapferer, Deloitte Tirol

Mitarbeiter

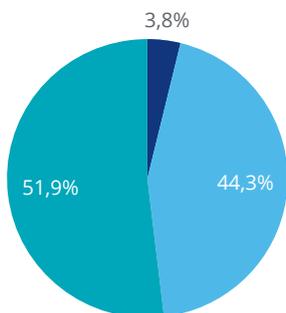
Wie bereits im Vorjahr ist auch heuer die Mitarbeiterverfügbarkeit eine große Herausforderung für Österreichs Touristiker. Zusätzlich erschwerend wirkten sich 2017 die späten Osterferien aus. Mitarbeiter müssen länger beschäftigt werden, und das bei tendenziell niedrigerer Auslastung. Für mehr als die Hälfte der befragten Tourismusbetriebe ist es heuer noch schwieriger geworden, Mitarbeiter – und vor allem Fachkräfte – zu finden. Ebenso viele sehen in dieser Situation einen negativen bis sehr negativen Einfluss auf ihren Betrieb.

Im Bundesländervergleich fällt auf, dass die Mitarbeiterverfügbarkeit in Salzburg für 55% und in Tirol sogar für 64% der Tourismusbetriebe schlechter geworden ist. In Wien (69%) und Vorarlberg (61%) gestaltet sich hingegen die Suche von Mitarbeitern nicht anders als im Vorjahr.

Auf Mitarbeitersuche sind derzeit 69% der befragten Touristiker. In Salzburg sind sogar 90% von der unzureichenden Mitarbeiterverfügbarkeit betroffen. Dabei fällt auf, dass es vor allem an Fachkräften mangelt. Im Österreichschnitt suchen 89% der Befragten nach Fachpersonal. Während

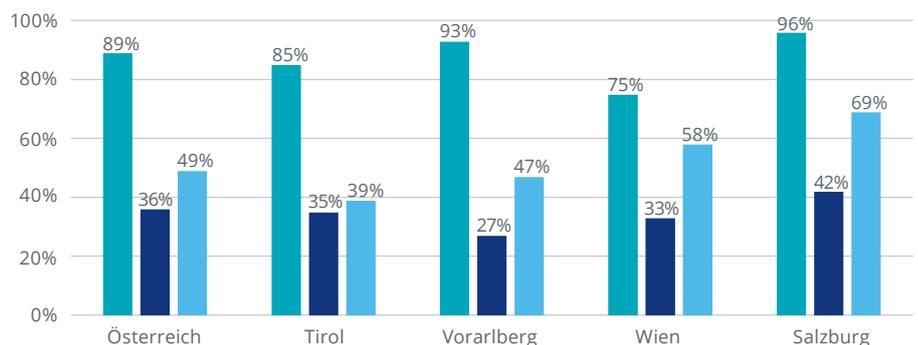
in Wien 75% der Betriebe Fachkräfte suchen, sind es in Salzburg 96%, in Tirol 85% und in Vorarlberg 93%. Zudem wird deutlich, dass es einen Lehrlingsmangel im Tourismus bzw. insbesondere in der Hotellerie gibt. Auch Hilfskräfte werden gesucht, jedoch in geringerem Ausmaß.

Mitarbeiterverfügbarkeit österreichweit



- Ich finde jetzt leichter Mitarbeiter
- Die Situation hat sich nicht verändert
- Es ist schwieriger geworden, Mitarbeiter zu finden

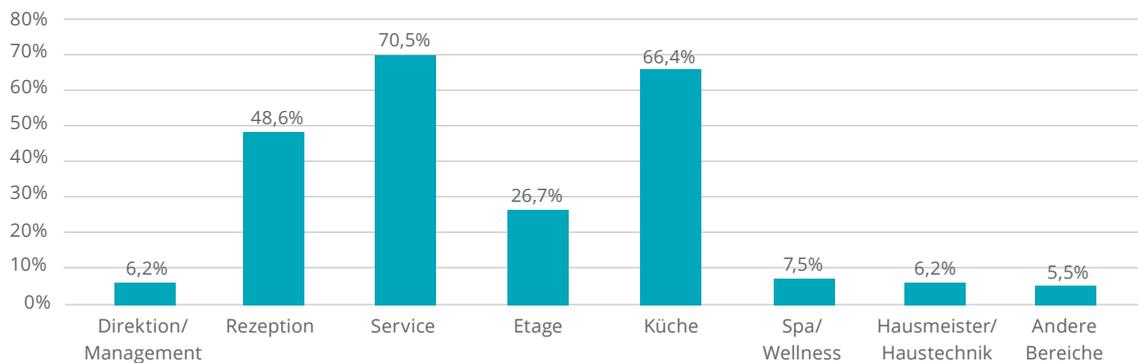
Welche Mitarbeiter gesucht werden



- Fachkräfte
- Hilfskräfte
- Lehrlinge

In der Hotellerie wird in folgenden Bereichen nach Mitarbeitern gesucht

(mehrere Antworten möglich)



Das ist zu tun

Die Lehrlingsknappheit legt den Schluss nahe, dass sich der Fachkräftemangel im Tourismus in den kommenden Jahren weiter zuspitzen wird. Das Problem ist bekannt und die Branche gefordert, darauf zu reagieren. ÖHV-Initiativen wie „Mach Karriere im Hotel“ oder der „Tag der offenen Hoteltür“ sind wichtige Impulse. Es wird außerdem mindestens ebenso wichtig sein, Arbeitnehmer zu höherer Mobilität zu bewegen und Lenkungsmaßnahmen in der Ausbildung zu ergreifen.

Der aktuelle Mitarbeitermangel kann umschifft werden, wenn es gelingt, die guten Schlüsselkräfte im Betrieb zu halten oder aber jährlich zur Wiederkehr zu bewegen und sonstige Positionen mit Aushilfskräften zu besetzen. Vor allem in wetterabhängigen Betrieben mit stark schwankendem Personaleinsatz kann eine engmaschige Personaleinsatzplanung unter Beiziehen von Aushilfskräften viel bewirken.

„Verschärfungen hinsichtlich des Arbeitszeitgesetzes zwingen die Unternehmen teilweise zur Einführung von Ruhetagen. Mittelfristig wird dies eine Marktberreinigung zur Folge haben. Zuallererst wird es zu dörflichen Kooperationen hinsichtlich Angebots- und Personalsharing kommen.“

Mag. Elisabeth Steinlechner, Deloitte Tirol

Investition und Finanzierung

Das WIFO prognostiziert für heuer und 2018 eine kräftige Expansion der österreichischen Volkswirtschaft.¹ Wesentlich für das Wachstum sind Investitionen. Vor allem Klein- und Mittelbetriebe sind eine wesentliche Säule des heimischen Wirtschaftsstandortes. Häufig stellen erforderliche Investitionen die Unternehmen vor große Herausforderungen. Es hat sich gezeigt, dass jene Unternehmen, die in einem Jahr deutlich höhere Investitionen realisieren, auch in den Folgejahren überdurchschnittliches Wachstum bei Wertschöpfung und Arbeitsplätzen aufweisen. Dadurch werden Unternehmensstandorte sowie Arbeitsplätze gesichert und geschaffen.² Auf diesen Erkenntnissen basierend hat der Ministerrat im Oktober 2016 die Investitionszuwachsprämie beschlossen. Seit Jänner 2017 ist sie auch tatsächlich beantragbar. Sie fördert Mehrinvestitionen mit bis zu 15% Zuschuss. Durch den enormen Andrang ist die Prämie für Klein- und Mittelbetriebe bereits seit 7. April 2017 ausgeschöpft. Die Fördersumme von 22 Millionen Euro wurde an 458 Unternehmen in der Hotellerie, Gastronomie und Freizeitwirtschaft vergeben. Insgesamt wurden investive Maßnahmen mit einem Volumen von mehr als 400 Millionen Euro ausgelöst. Für Projekte im kommenden Jahr stehen wieder 22 Millionen Euro für Österreichs Tourismus zur Verfügung.³

So positiv die Aussichten zu sein scheinen, so schwierig ist es dennoch für manche Unternehmer, ihre Bank zu einer Finanzierungszusage zu bewegen.

1| Vgl. http://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=59392&mime_type=application/pdf

2| Vgl. Richtlinie für KMU-Investitionszuwachsprämie Österreich, S. 3

3| <http://www.oehrt.at/finanzierung-und-foerderungen/investitionszuwachspraemie/>

Jene Touristiker, die im heurigen Geschäftsjahr mit ihrem Finanzierungsvorhaben bei der Bank waren, sehen den Zugang zu Krediten großteils (52%) unverändert zum Vorjahr. Für nur sehr wenige Befragte ist es leichter, eine Kreditzusage zu erlangen. 38% der teilnehmenden Touristiker halten es heuer sogar für schwerer bis deutlich schwerer, ihre Bank zu einer Finanzierungszusage zu bewegen.

Das führt letztendlich dazu, dass 30% der befragten österreichischen Touristiker von eigentlich geplanten Investitionsvorhaben zurückweichen. Einen besonders negativen Ausreißer stellt dabei Vorarlberg dar: Hier sieht sich jeder Zweite dazu gezwungen, geplante Investitionen zu reduzieren.



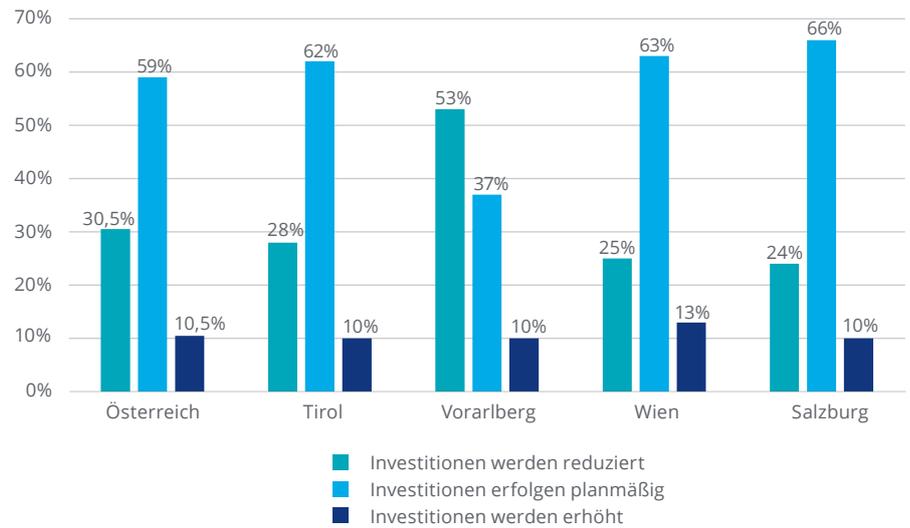
Das ist zu tun

Maßnahmen wie die Investitionszuwachsprämie sind zu begrüßen und werden gut angenommen. Für Saisonbetriebe in Winterdestinationen ist die kurze Zeit zwischen Gesetzgebung und Ausschöpfen der Prämie herausfordernd gewesen, da diese innerhalb der Saison gelegen ist. Für das Jahr 2018 können sich diese Unternehmer nun in Ruhe auf eine rasche Antragstellung vorbereiten.

Restriktionen bei Kreditvergaben durch die Hausbank sind am besten offen mit dieser zu diskutieren. Häufig gibt es verschiedene Ansichten zur Rentabilität einer Investition. Mit fundiertem Zahlenmaterial in das Bankgespräch zu gehen macht Auffassungsunterschiede leichter verständlich und diskutierbar.

Immer mehr rücken zudem Crowdfunding und -investing als alternative Finanzierungsformen in den Fokus. Es gibt bereits branchenspezifische Plattformen, die interessierte Tourismusunternehmer mit der investitionsfreudigen Crowd zusammenführen.

Veränderung der geplanten Investitionen für 2017



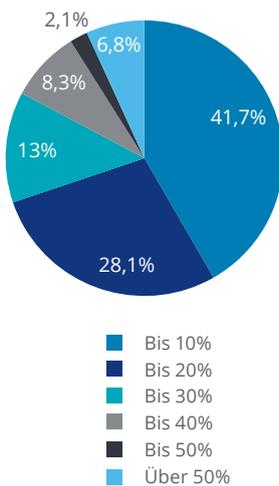
„Die Investitionszuwachsprämie 2017 war ein erster Schritt in die richtige Richtung. Vor dem Hintergrund der aktuellen Belastungen braucht es jedoch weitere Impulse.“

Dr. Markus Gratzner, ÖHV

Online-Vertrieb im Beherbergungssektor

Die Meinung zu Online-Buchungsplattformen ist durchaus gespalten. Die einen empfinden OTAs (Online Travel Agencies) aufgrund deren Marktmacht als unumgänglich für die Gästeengewinnung, aber dennoch als ärgerliche Kostenbelastung. Für andere sind sie ein Segen und bei der Erschließung von Märkten, die ohne OTAs unerreichbar wären, jeden Cent wert. Für die Mehrheit (65%) aller befragten Beherbergungsbetriebe nimmt allerdings der Stellenwert von Direktbuchungen zu.

Anteil der Buchungen über OTAs in Österreich



Das gesetzliche Verbot der Ratenparität auf Online-Buchungsplattformen in Österreich – durchgesetzt von der ÖHV – erachtet 83% der Hoteliers als wichtig bis sehr wichtig. Kurz zusammengefasst ist der Hintergrund dieses Urteils die ursprünglichen Regelung, dass auf allen Online-Vertriebskanälen die gleiche Rate angeboten werden musste. In Verbindung mit den später entstandenen Bestpreis-Klauseln, die Online-Buchungsportale zunehmend von ihren Vertragshotels verlangten, hat das Gebot der Ratenparität jedoch dazu geführt, dass über die eigene Homepage teurer angeboten werden musste, als über die Online-Buchungsplattform.

Das Verbot der Ratenparität auf Online-Buchungsplattformen lässt den Hoteliers nun wieder Freiraum in der Preisgestaltung.



Das ist zu tun

Der erste Kontakt mit dem Hotel ist meist digital. Eine Studie zum Thema „Hotellerie 4.0“ aus dem Jahr 2016 im Auftrag der ÖHV hat gezeigt, dass Österreichs Hotels noch großes Potenzial hinsichtlich Digitalisierung haben. Die Buchung ist nur ein Teil davon. Beispielsweise wurde herausgefunden, dass mehr als die Hälfte der potenziellen Gäste auf der Hotel-Website landen, nachdem sie das Hotel auf einer OTA-Seite gesehen haben. Dieser Kontakt sollte genutzt werden, indem der Gast zum Buchen auf der eigenen Website ermutigt wird. Das wichtigste Kriterium für Buchungen bei OTAs ist der vermeintlich beste Preis. Wesentlich ist es daher, dem Gast zu kommunizieren, dass nur die Hotel-Website das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bietet. Außerdem ist YouTube die Quelle für Online-Inspiration. Videos werden entlang der gesamten Customer Journey, aber insbesondere vor der Buchungsentscheidung angesehen. Hotels mit ansprechenden, mobile-device-tauglichen Videos punkten. Das erfolgreiche Hotel ist auch online ein starker Content Provider und bietet dem Besucher vielfältige Inhalte, die über die reinen Angebotsinformationen hinausgehen. So hält man den potenziellen Gast z.B. mit Gästeberichten, Geschichten, Berichten über bzw. Ankündigungen von Events vor Ort oder Videobotschaften von Mitarbeitern auf der Website.

„Hotels mit modernem und aktuellem Webauftritt haben die Nase vorn. Dazu zählt ein technisch schneller Seitenaufbau mit intuitiver Logik sowie eine einfache Online-Buchbarkeit. Darüber hinaus muss die Website für mobile Endgeräte optimiert werden.“

Dr. Markus Gratzner, ÖHV

„Nur wenige Beherbergungsbetriebe können heute noch komplett auf Buchungsplattformen verzichten. Meist sind das gut eingeführte Kleinbetriebe in touristischen Hochburgen mit hohem Stammgästeanteil und guter Auslastung. Digitalisierung sowie laufende Investitionen in den Onlineauftritt werden weiter an Bedeutung gewinnen.“

Mag. Andreas Kapferer, Deloitte Tirol

Hot Topic 2017

Betriebsübergabe in der Familie

Betriebsübergaben im Familienkreis können viel Geld kosten. Abgesehen davon, dass häufig Betriebsschulden mitübernommen werden müssen, kommen auf den Nachfolger oft Abgaben und Steuern sowie Rechtsberatungskosten zu. Allen voran sind hier die Grunderwerbsteuer und Grundbucheintragungsgebühr zu nennen. Diese fallen an, sobald eine Liegenschaft den Eigentümer wechselt. Finanziell stark belastend ist für viele Übernehmer außerdem die Betriebsanlagengenehmigung, die bei einer Übergabe auf dem Prüfstand steht und nicht selten mit neuen Auflagen einher geht. Die finanzielle Belastung ist jedoch nur ein Aspekt, der Betriebsübergaben hinderlich gestaltet. Viel komplexer sind die menschlichen Einflüsse. Während der Übergeber verständlicherweise an seinem Lebenswerk hängt, hat der Übernehmer oft andere Ideen für das Unternehmen. In der vorliegenden Studie kommen sowohl Nachfolger als auch Vorgänger zu Wort.

- wirtschaftliche Situation des Betriebes
- frühzeitige Mitarbeit des Übernehmers
- frühzeitige Kommunikation der Übergabeabsicht
- geplante Änderungen des Übernehmers
- Begleitung durch einen externen Berater
- Weiterarbeit des Übergebers im Betrieb
- Rückzug des Übergebers aus dem Betrieb



Das sagen
die Übernehmer

- Steuern und Abgaben
- gewerberechtliche Auflagen
- Übernahme von Betriebsschulden
- Investitionsrückstau



Das sagen die Übergeber

- Mitarbeit des Übernehmers vor Betriebsübergabe
- offene Kommunikation während des Übergabeprozesses
- Kompetenz des Übernehmers
- Unterstützung des Übernehmers durch seine Familie
- wirtschaftliche Situation des Betriebes

- Steuern und Abgaben
- gewerberechtliche Auflagen
- Investitionsrückstau
- Übernahme von Betriebsschulden

Bei den meisten Betriebsübergaben (78%) ist mehr als fünf Jahre im Voraus klar, wer den Betrieb übernehmen wird. 72% der Übernehmer bewerten die wirtschaftliche Situation des übernommenen Unternehmens eindeutig positiv. In Summe empfinden 58% der Nachfolger die Übernahme als positiv und nur 19% als negativ. Für viele Übernehmer ist der Schritt in die Fußstapfen des Vorgängers mit Schwierigkeiten verbunden.

Stolpersteine sind in vielen Fällen finanzieller Natur. So sind vor allem hohe Steuerlasten und Investitionen in Zusammenhang mit gewerblichen Auflagen für die Hälfte aller Übernehmer drückend. Ebenso viele Übernehmer klagten über Investitionsrückstau sowie Betriebsschulden bzw. persönliche Schulden des Übergebers. Diese Hürden sind auch den meisten Vorgängern bewusst und werden im Vorfeld von nahezu drei Viertel aller Übergeber offen kommuniziert.

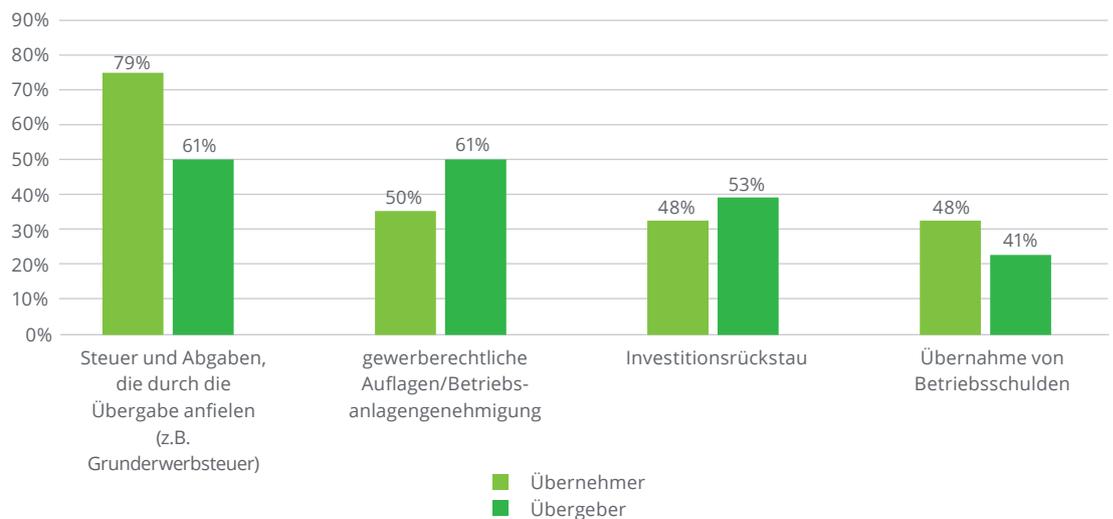
Selbst Übernehmer, die optimal begleitet werden und steuerlich durchdachte Gesellschaftskonstrukte (um)gründen, klagten über die mit der Betriebsübergabe verbundenen Kosten.

Der zweite Themenblock, der Schwierigkeiten bei der Übernahme verursacht, sind Konflikte zwischen Übernehmer und Übergeber. Häufig wird von den Übernehmern angeführt, dass die Vorgänger die Kontrolle nicht abgeben können. In weiterer Folge entstehen vielfältige Probleme. Übernehmer können den Betrieb nicht nach ihren Vorstellungen führen oder aber die Übergeber sehen ihr Lebenswerk schwinden. Auch Mitarbeiter geraten in Zwickmühlen, weil sie unterschiedliche Weisungen von Junior und Senior bekommen. Diese persönlichen Konflikte sind es, die sowohl Übernehmer als auch Übergeber verzweifeln lassen und teilweise die gesamte Familien über Jahre belasten können. Ein externer Berater wird daher von 74% der Übernehmer

hinzugezogen, wobei diese rechtliche oder mediatorische Begleitung von 65% als positiv empfunden wird. Die zukünftigen Übergeber bzw. jene Unternehmer, die sich zum Zeitpunkt der Befragung gerade im Übergabeprozess befinden, sehen hingegen im Beiziehen eines externen Beraters nur zu 41% einen positiven Einfluss auf die Übergabe.

In 22% der Fälle arbeiten die Vorgänger nach der Übergabe nicht mehr im Betrieb mit. Für 44% der Übernehmer wirkt sich dieser Schritt des Übergebers positiv aus, 28% stehen der Rückzugsentscheidung des Vorgängers negativ gegenüber. In jenen Betrieben, in denen der Übergeber nach Betriebsübergabe noch mitarbeitet, bewerten die Übernehmer das überwiegend positiv (57%). Nahezu ein Viertel empfindet die Zusammenarbeit aber als negativ.

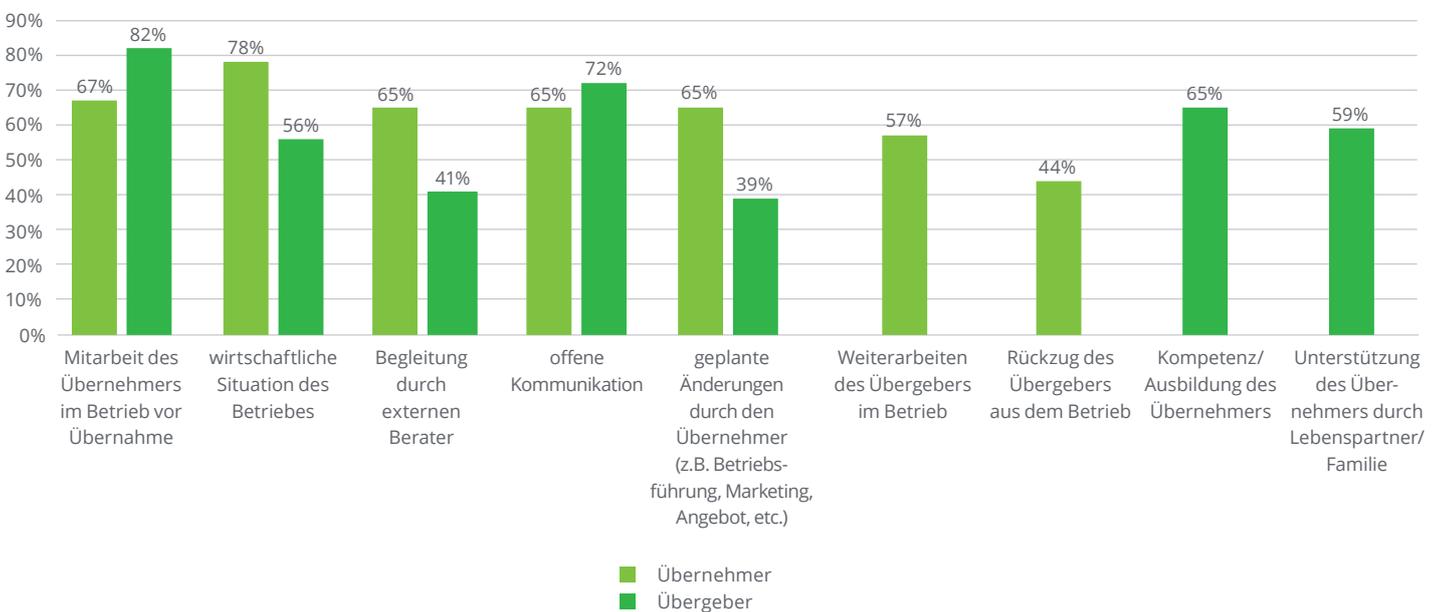
Stolpersteine bei der Betriebsübergabe



Es gibt allerdings auch Punkte, die besonders gut gemeistert werden und einen positiven Beitrag zur Betriebsübernahme leisten.

Diese Punkte beeinflussen die Übergabe positiv

Die letzten 4 Fragen wurden jeweils nur dem Übernehmer bzw. Übergeber gestellt



Die wirtschaftliche Lage des übernommenen Betriebes hat für die Mehrheit der Übernehmer einen positiven Einfluss auf die Übernahme. Sowohl Nachfolger als auch Vorgänger empfinden es außerdem als durchwegs positiv, wenn der Übernehmer bereits vor Betriebsübergabe im Unternehmen mitarbeitet. So können in einigen Fällen Reibungen verringert werden, indem beispielsweise die Unternehmensstrategie gemeinsam festgelegt wird. Besonders wichtig für beide Generationen ist einerseits die frühzeitige offene Kommunikation der Übergabeabsicht sowie die frühe Absprache mit eventuellen Pflichtteilsberechtigten, die dem Übernehmer weichen müssen. Auch das Wahren einer offenen Gesprächskultur während des Übergabeprozesses zwischen den Generationen sowie gegenüber

den Mitarbeitern und Gästen wird als Erfolgsrezept für eine reibungslose Betriebsübergabe angesehen.

Wie bereits erwähnt empfinden 44% der Übernehmer den Rückzug des Seniors als positiv. Umgekehrt äußern sich aber jene Übernehmer, bei denen die Vorgänger im Betrieb weiterarbeiten, ebenso positiv zu dieser Handhabung (57%). Es lassen sich also bei beiden Übergabemodellen Vor- und Nachteile feststellen.

Für die Übergeber wirken sich vor allem Kompetenz und Ausbildung ihres Nachfolgers positiv auf die Betriebsübergabe aus. Häufig wird von den Übernehmern zudem angemerkt, dass besonders der familiäre Zusammenhalt und die Unterstützung durch die Familie zum Gelingen der Übergabe beitragen.



Das ist zu tun

Eine Betriebsübergabe verursacht in den meisten Fällen Kosten und ist ein fordernder Prozess. Auf beides kann man sich vorbereiten.

Positiv für beide Seiten läuft es meist dann, wenn der Junior nicht nur frühzeitig im Betrieb mitarbeitet, sondern auch rechtzeitig in Führungsgängen sowie insbesondere in die betriebswirtschaftliche Steuerung des Unternehmens eingebunden wird. So wird nicht nur weit vor der Übergabe bereits Verantwortung übernommen, sondern auch ein gemeinsames Ziel gesteckt und erarbeitet. Damit wird der Sprung ins kalte Wasser vermieden und der Senior weiß sein Unternehmen in guten Händen.

Meist lassen sich Konflikte dennoch nicht ganz ausräumen. Für eine erfolgreiche Übergabe ist dies aber auch nicht ausschlaggebend. Wichtiger ist, dass beide Seiten mit diesen Konflikten umgehen lernen und die Situation somit tragbar bleibt. Vielen Unternehmen kann hier ein Mediator helfen.

Weitaus einfacher lässt sich die finanzielle Tragweite einer Betriebsübergabe abschätzen und beeinflussen. Auch hierfür ist eine frühzeitige Mitarbeit des Nachfolgers von Vorteil – beispielsweise wenn es um Investitionen geht, die in die Jahre vor der Übergabe fallen. Besteht Einigkeit hinsichtlich der Positionierung nach der Betriebsübergabe, können Investitionsrückstaus vermieden werden:

- Banken können bei geregelter Nachfolge leichter finanzieren

- Investitionen werden im Sinne des Nachfolgers getätigt
- Bei freien Cashflows können bereits gewerberechtliche Auflagen vorweggenommen werden

Es ist außerdem rentabel, zeitgerecht einen Rechtsexperten beizuziehen. Die individuell passende Gesellschaftskonstruktion kann so zum richtigen Zeitpunkt errichtet werden. Ein Nachfolger kann dann auch formell Verantwortung tragen, ohne dass der Senior bereits ausscheidet oder die Entscheidungsmacht abgibt. Außerdem können im Zuge einer Umgründung zahlreiche Steuervorteile lukriert werden. Kommt es dann später zur tatsächlichen Übergabe, ist dies häufig ein reiner Formalakt, der keine großen Kosten verursacht.

„Wir begleiten in Tirol jährlich zahlreiche Betriebsübergaben und Umgründungen – überwiegend im touristischen Bereich. Neben steuerlichen Fragen gibt es oft Beratungsbedarf hinsichtlich Sozialversicherung, Grundstückseigentum oder Versorgung des Übergebers. Dabei gilt es zu beachten: Jede Familie ist individuell und jede Gesellschaftsform kann individuell ausgestaltet werden.“

Dr. Birgit Breyner, Deloitte Tirol

„Für einen reibungslosen Übergabeprozess sollten die wesentlichen kaufmännischen, rechtlichen und zwischenmenschlichen Faktoren bereits im Vorfeld durchdacht und geregelt werden. Es empfiehlt sich diesen Prozess rechtzeitig mit allen Beteiligten einzuleiten und zielgerichtet einen externen Berater beizuziehen.“

Brigitta Brunner, BA, ÖHV

Resümee

Die Ergebnisse des Tourismusbarometers zeigen, dass es nur in wenigen Punkten relevante regionale Unterschiede gibt. Die Branche steht österreichweit vor denselben großen Herausforderungen. Negativfaktoren wie die mangelnde Mitarbeiterverfügbarkeit oder die erdrückende Abgabenlast sind in allen Bundesländern spürbar. Der Fachkräftemangel hat sich heuer noch verschärft, auch an auszubildendem Nachwuchs fehlt es. Dennoch bezeichnet der Großteil von Österreichs Touristikern die wirtschaftliche Lage der Branche als gut und blickt grundsätzlich optimistisch in die Zukunft. Mit der vergangenen Wintersaison ist die Mehrheit zufrieden, im kommenden Sommer rechnet man mit noch erfreulicheren Ergebnissen. Die österreichischen Tourismusbetriebe haben gelernt, mit den schwierigen regulatorischen Rahmenbedingungen umzugehen und arbeiten konstant an der Optimierung des eigenen Betriebes.

Ein Drittel der Befragten musste heuer auch zur Kenntnis nehmen, dass geplante Investitionen nicht ohne Weiteres von den Banken mitgetragen werden. Impulse wie die Investitionszuwachsprämie werden daher positiv bewertet. Nachdem diese 2017 sehr schnell ausgeschöpft war, stellen sich nun alle auf eine gute Vorbereitung von Investitionen im nächsten Jahr und damit auf eine Aufstockung des Volumens ein.

Die Umfrageergebnisse zum Umgang mit Online-Buchungsplattformen zeigen, dass diese zwar ein wichtiger Vertriebskanal für Beherbergungsbetriebe sind, der Trend aber eindeutig in Richtung Direktbuchungen geht. Für viele Unternehmen besteht aber noch deutliches Optimierungspotenzial für die digitale Gästelenkung.

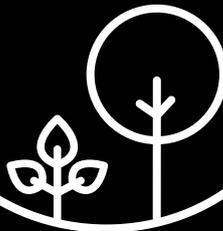
Der Schwerpunkt des diesjährigen Tourismusbarometers liegt auf der Betriebsübergabe von familiengeführten Unternehmen. Übergaben sind immer mit finanziellem Aufwand verbunden – sei es durch anfallende Steuer- und Abgabepflichten, die Übernahme von Betriebsschulden oder aufgrund erforderlicher Investitionen zur Aufrechterhaltung der Betriebsanlagengenehmigung. Durch professionelle rechtliche Begleitung können entsprechende Vorbereitungen getroffen und Gestaltungsspielräume genutzt werden. Abseits der finanziellen Herausforderungen kann eine Betriebsübergabe auch zur Belastungsprobe für die ganze Familie werden. Viele Übernehmer berichten hier von der wertvollen Unterstützung durch Mediatoren, die das Familienklima positiv beeinflussen konnte.

Zusammenfassend

Österreichs Touristiker sind anpassungsfähige Realisten, die der wirtschaftlichen Zukunft ihrer Branche gefasst und der eigenen betrieblichen Entwicklung durchaus optimistisch entgegenblicken.



Kontakt



Mag. Andreas Kapferer LL.M.

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

Dr. Birgit Breyner

Senior Manager
Steuerberaterin
Tel.: +43 5412 64 45 0 13
bbreyner@deloitte.at



Dr. Markus Gratzer

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

Oliver Schenk, MA

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

Bleiben Sie
informiert



Alle aktuellen Veranstaltungen
und Newsletter speziell
für den Tourismus
www.deloitte.at/tourismus

Abonnieren Sie unsere
E-Mail Newsletter unter
www.deloitte.at/newsletter

Details zu Deloitte Tirol
und unserem Serviceangebot
www.deloitte.at/tirol



Deloitte.

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. TTL (auch "Deloitte Global" genannt) erbringt keine Dienstleistungen für Kunden. Unter www.deloitte.com/about finden Sie eine detaillierte Beschreibung von DTTL und ihrer Mitgliedsunternehmen.

Deloitte erbringt Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Financial Advisory für Unternehmen und Institutionen aus allen Wirtschaftszweigen. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsgesellschaften in mehr als 150 Ländern verbindet Deloitte herausragende Kompetenz mit erstklassigen Leistungen und steht Kunden bei der Bewältigung ihrer komplexen unternehmerischen Herausforderungen zur Seite. „Making an impact that matters“ - mehr als 244.000 Mitarbeiter von Deloitte teilen dieses gemeinsame Verständnis für den Beitrag, den wir als Unternehmen stetig für unsere Klienten, Mitarbeiter und die Gesellschaft erbringen.

Dieses Dokument enthält lediglich allgemeine Informationen, die eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen können. Die Informationen in diesem Dokument sind weder ein Ersatz für eine professionelle Beratung noch sollte sie als Basis für eine Entscheidung oder Aktion dienen, die eine Auswirkung auf Ihre Finanzen oder Ihre Geschäftstätigkeit hat. Bevor Sie eine diesbezügliche Entscheidung treffen, sollten Sie einen qualifizierten, professionellen Berater konsultieren. Deloitte Mitgliedsfirmen übernehmen keinerlei Haftung oder Gewährleistung für in diesem Dokument enthaltene Informationen.

