

Wirtschaftliche, soziale und ökologische Indikatoren für die österreichische Tourismusbranche

Kurzstudie

Oliver Fritz, Anna Burton, Ines Kusmenko

Wissenschaftliche Assistenz: Sabine Ehn-Fragner

Oktober 2025

Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung



Wirtschaftliche, soziale und ökologische Indikatoren für die österreichische Tourismusbranche

Kurzstudie

Oliver Fritz, Anna Burton, Ines Kusmenko

Oktober 2025

**Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
Im Auftrag der Österreichischen Hotelvereinigung**

Begutachtung: Michael Klien

Wissenschaftliche Assistenz: Sabine Ehn-Fragner

Die vorliegende Kurzstudie hat das Ziel, einen wissenschaftlich fundierten Orientierungsrahmen für die zukünftige Entwicklung des österreichischen Tourismus zu schaffen. Aufbauend auf Indikatoren der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit wurden Zielwerte für das Jahr 2035 abgeleitet, die als messbare Leitmarken dienen können. Damit wird ein Beitrag zur langfristigen Ausrichtung einer Branche geleistet, die einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor in Österreich darstellt und in vielfältiger Weise mit wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen verknüpft ist.

Wirtschaftliche, soziale und ökologische Indikatoren für die österreichische Tourismusbranche

Kurzstudie

Oliver Fritz, Anna Burton, Ines Kusmenko

Inhalt	Seite
1. Einleitung	1
2. Kriterien für die Auswahl der Indikatoren	3
3. Erläuterungen zu den ausgewählten Indikatoren und Zielwerten	5
4. Indikatoren und Zielwerte	7
4.1 Dimension Volkswirtschaft	7
4.2 Dimension Soziales	18
4.3 Dimension Ökologie	25
5. Tourismusforschung	31

1. Einleitung

Die vorliegende Kurzstudie hat das Ziel, einen wissenschaftlich fundierten Orientierungsrahmen für die zukünftige Entwicklung des österreichischen Tourismus zu schaffen. Aufbauend auf Indikatoren der wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit wurden Zielwerte für das Jahr 2035 abgeleitet, die als messbare Leitmarken dienen können. Damit wird ein Beitrag zur langfristigen Ausrichtung einer Branche geleistet, die einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor in Österreich darstellt und in vielfältiger Weise mit wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Herausforderungen verknüpft ist.

Die in der Studie dargestellten Indikatoren können auch in den nun anstehenden Strategieprozess der Bundesregierung einfließen. In diesem soll das im Jahr 2019 veröffentlichte Strategiepapier „Plan T – Masterplan für Tourismus“ überarbeitet werden, das bereits erste Ansätze eines „zukunftsgerichteten Indikatorensystems“ enthält, mit dem „Erfolge messbar gemacht werden sollen.“¹⁾ Auch im Wirkungsmonitoring des Ministeriums zur „Stärkung und nachhaltige Entwicklung des Tourismusstandortes Österreich“ werden Wirkungsziele und Indikatoren aufgelistet.²⁾

Im Folgenden werden die Kriterien, an denen sich die Auswahl der Indikatoren orientierte, anhand kurzer Punktationen erläutert. Anschließend werden die Indikatoren dargestellt und durch kurze Erläuterungen ergänzt.

¹⁾ BMAW – Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. (2019). *Plan T – Masterplan für Tourismus*. Wien: Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. <https://www.bmwet.gv.at/Themen/Tourismus/plan-t.html>

²⁾ BMAW – Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. (2024). *Stärkung und nachhaltige Entwicklung des Tourismusstandortes Österreich – Wirkungsmonitoring 2023*. Wien: Bundeskanzleramt Österreich. <https://wirkungsmonitoring.gv.at/wirkungsziel-detail/2023-bmaw-ug-40-w0004/>

2. Kriterien für die Auswahl der Indikatoren

Abdeckung aller Nachhaltigkeitsdimensionen (Triple Bottom Line)

Jedes Ziel sollte mindestens einer der drei Nachhaltigkeitsdimensionen zuordenbar sein:

- Ökonomische Nachhaltigkeit (z. B. Wertschöpfung, Beschäftigung)
- Soziale Nachhaltigkeit (z. B. Lebensqualität, Akzeptanz, Arbeitsbedingungen)
- Ökologische Nachhaltigkeit (z. B. Emissionen, Energieverbrauch, Biodiversität)

Einhaltung der SMART-Kriterien

Die Indikatoren sollten folgende Bedingungen erfüllen:

- *Spezifisch*: Ziele sollten eindeutig sein – jede:r soll wissen, was zu erreichen ist
- *Messbar*
- *Attraktiv*: ambitioniert, akzeptiert (breiter Konsens), verständlich
- *Realistisch*: herausfordernd, aber erreichbar
- *Terminiert*: klarer Zeitrahmen bis zur Zielerreichung

Relevanz für die österreichische Tourismuswirtschaft

Die Ziele sollen auf zentrale Herausforderungen des österreichischen Tourismus eingehen. Zu diesen gehören unter anderem:

- Eine Verringerung der Saisonalität und damit Fortschritte in Richtung einer Stärkung des Ganzjahrestourismus;
- eine Erhöhung der Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung;
- eine Erhöhung der durch den Tourismus induzierten Wertschöpfung;
- die Steigerung der ökologischen Nachhaltigkeit, insbesondere Fortschritte auf dem Weg hin zu einer klimaneutralen Tourismuswirtschaft;
- die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der österreichischen Tourismuswirtschaft, insbesondere durch Investitionen in den Qualitätstourismus;
- eine Linderung des Problems der Arbeitskräfteknappheit durch Attraktivierung touristischer Betriebe als Arbeitsplatz.

Datenverfügbarkeit und -qualität muss gesichert sein

- Die für die Indikatoren verwendeten Daten sollten in ausreichender Qualität und Regelmäßigkeit verfügbar, zudem auch leicht zugänglich und aktuell sein.

Robustheit der Indikatoren

- Die Indikatoren sollten gegenüber Revisionen der Berechnungsgrundlagen resilient sein – in vielen Fällen wurden daher Veränderungsraten absoluten Werten vorgezogen.

- Die Auswahl der Indikatoren sollte es perspektivisch möglich machen, Vergleiche zwischen verschiedenen räumlichen Ebenen innerhalb Österreichs (Bundesländer, Tourismusregionen, Destinationen) und international anzustellen.

Anschlussfähigkeit an Strategien und internationale Rahmenwerke

- Die Indikatoren und Zielwerte sollten mit nationalen und internationalen Strategien (z. B. Plan T, SDGs, EU Green Deal) verknüpft werden können bzw. nicht im Widerspruch zu diesen stehen.

Zielerreichungsverantwortung

- Offen bleibt, wer für die Erreichung der einzelnen Ziele verantwortlich; in vielen Fällen kann die Verantwortlichkeit nicht einer Institution zugeordnet werden, sondern liegt bei unterschiedlichen Akteuren, zum Beispiel den Tourismusbetrieben wie auch politischen Institutionen (wiederum aufgeteilt auf verschiedene Gebietskörperschaften).

3. Erläuterungen zu den ausgewählten Indikatoren und Zielwerten

Alle drei Dimensionen wurden abgedeckt, aber noch kein vollständiges Zielsystem erarbeitet

- Laufende Ergänzungen je nach Datenverfügbarkeit sind zukünftig erforderlich.
- Die regionale Dimension (Bundesland, Tourismusregion, Destination) fehlt.
- Indikatoren für den unternehmerischen Erfolg fehlen.
- Die soziale (Einkommen, Bildung, Einstellung der Bevölkerung in der Destination etc.) und ökologische Dimension (Klima, Biodiversität, Bodenschutz etc.) sind einerseits sehr vielschichtig, andererseits treten in diesen Bereichen größere Datenlücken auf. Daher besteht hier ein erweiterter Ergänzungsbedarf.
- Die Tourismusforschung ist derzeit nicht abgedeckt.

Zieljahr

Als Zieljahr wurde mit der Auftraggeberin das Jahr 2035 festgelegt.

Internationaler Vergleich

Wo möglich, wurde für die Festlegung von Zielwerten bzw. deren Einordnung ein Vergleich mit anderen europäischen Ländern durchgeführt.

Festlegung der Zielwerte

Die Zielwerte wurden nach keiner einheitlichen Methodik errechnet, orientieren sich aber stets an den vergangenen Werten des Indikators sowie der Erreichbarkeit des Zielwertes und den anderen oben definierten Kriterien. Um eine gewisse Resilienz gegenüber statistischen Revisionen herzustellen, wurden die branchenspezifischen Indikatorenwerte häufig in Relation zu den gesamtwirtschaftlichen Werten des gewählten Indikators gesetzt bzw. als Wachstumsraten definiert.

Zielindikatoren versus Ampelindikatoren

In Absprache mit der Auftraggeberin wurde in einem Fall kein Zielindikator mit einem Zielwert 2035 festgelegt, sondern ein „Ampelindikator“, bei dem Abweichungen von einem gewählten Ampelwert in den kommenden Jahren als positive oder negative „Warnsignale“ an die Tourismuspolitik zu werten sind.

Interpretation

Bei der Interpretation der Indikatoren dürfen mögliche Zielkonflikte nicht aus den Augen verloren werden; so könnte etwa das Ziel wirtschaftlichen Wachstums mit dem Ziel eines klimaneutralen Tourismus in Widerspruch stehen.

4. Indikatoren und Zielwerte

4.1 Dimension Volkswirtschaft

Ausgewählte Indikatoren

Indikator 4.1-1: Wertschöpfung laut TSA pro Vollzeitäquivalent

Indikator 4.1-2: Wertschöpfung in Beherbergung und Gastronomie laut VGR
pro Arbeitsstunde

Indikator 4.1-3: Investitionen in Beherbergung und Gastronomie (*Ampel-Indikator*)

Indikator 4.1-4: Außensaldo Reiseverkehr, preisbereinigt

Indikator 4.1-5: Offene Stellen in Beherbergung und Gastronomie

Indikator 4.1-6: Stellenandrangsziffer in Beherbergung und Gastronomie

Indikator 4.1-7: Diversifikation der Herkunftsmärkte (Herfindahl-Index)

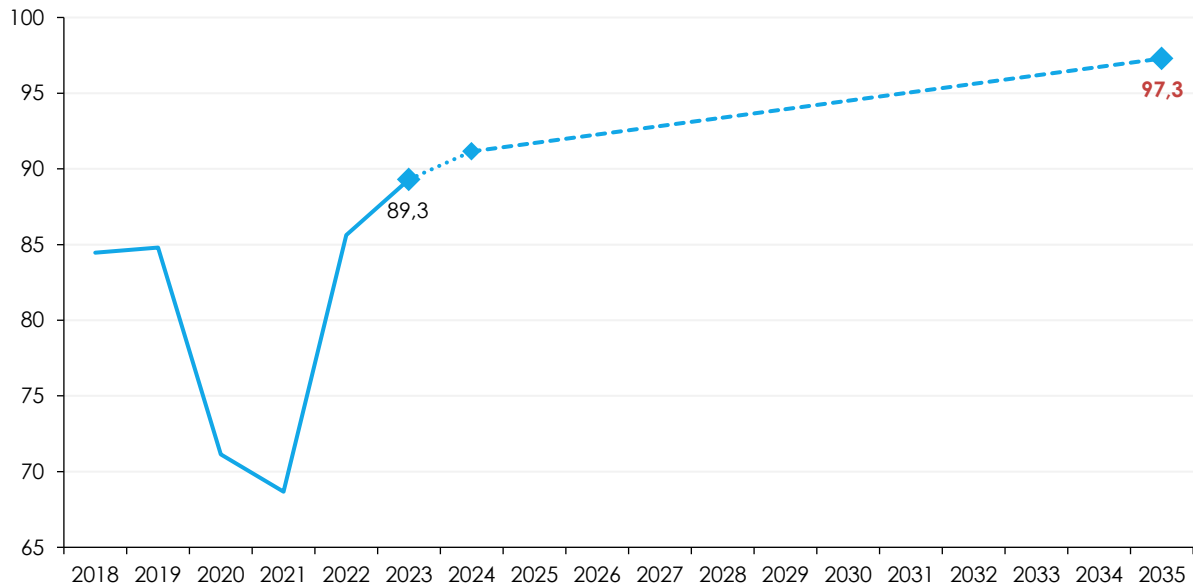
Indikator 4.1-8: Saisonalität

Indikator 4.1-9: Aufenthaltsdauer

Indikator 4.1-10: Bettenauslastung

Indikator 4.1-1: **Touristische Wertschöpfung laut TSA, pro Vollzeitäquivalent**

Gemessen am gesamtwirtschaftlichen Vergleichswert in %, nominell



Q: Statistik Austria, WIFO; Tourismus-Satellitenkonten, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen.
2024: Schätzung.

Warum?

- Höhere volkswirtschaftliche Rentabilität

Internationaler Benchmark

- TSA nicht immer vergleichbar

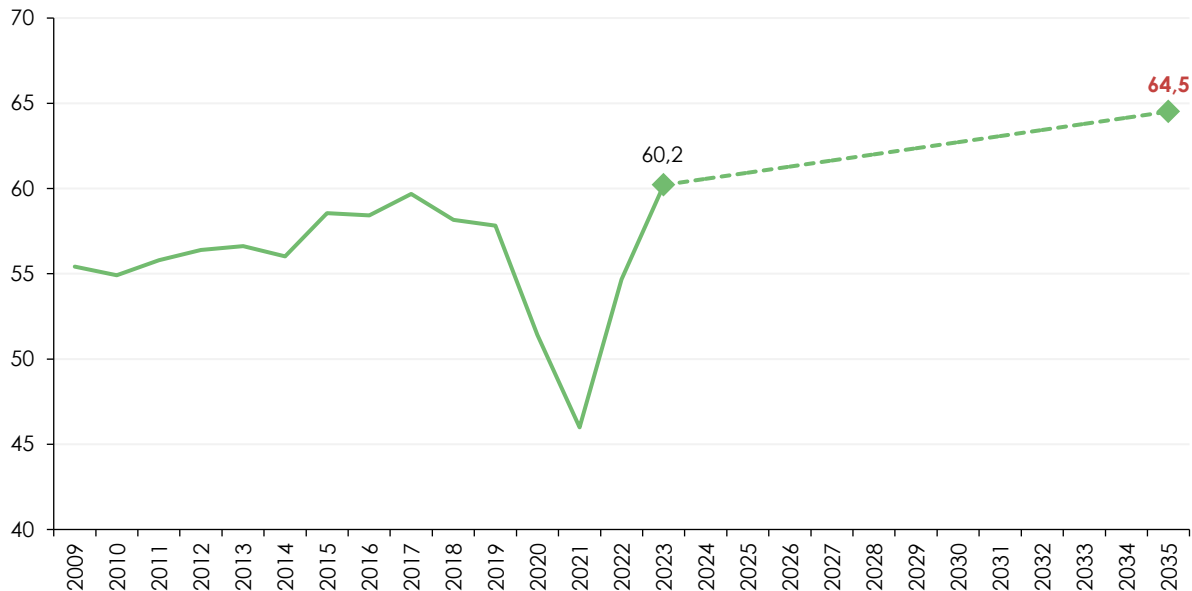
Zielwert

- Fortschreibung des halben durchschnittlichen Anstiegs des Anteils der Bruttowertschöpfung pro Vollzeitäquivalent 2018/2024

Strategie

- Höhere Qualität des Angebotes auf betrieblicher und Destinationsebene
- Steigerung der betriebswirtschaftlichen Effizienz

Indikator 4.1-2: **Wertschöpfung in Beherbergung und Gastronomie laut VGR, je Arbeitsstunde**
Gemessen am Vergleichswert aller Wirtschaftsbereiche in %, nominell



Q: Statistik Austria, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung.

Warum?

- Höhere volkswirtschaftliche Rentabilität

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

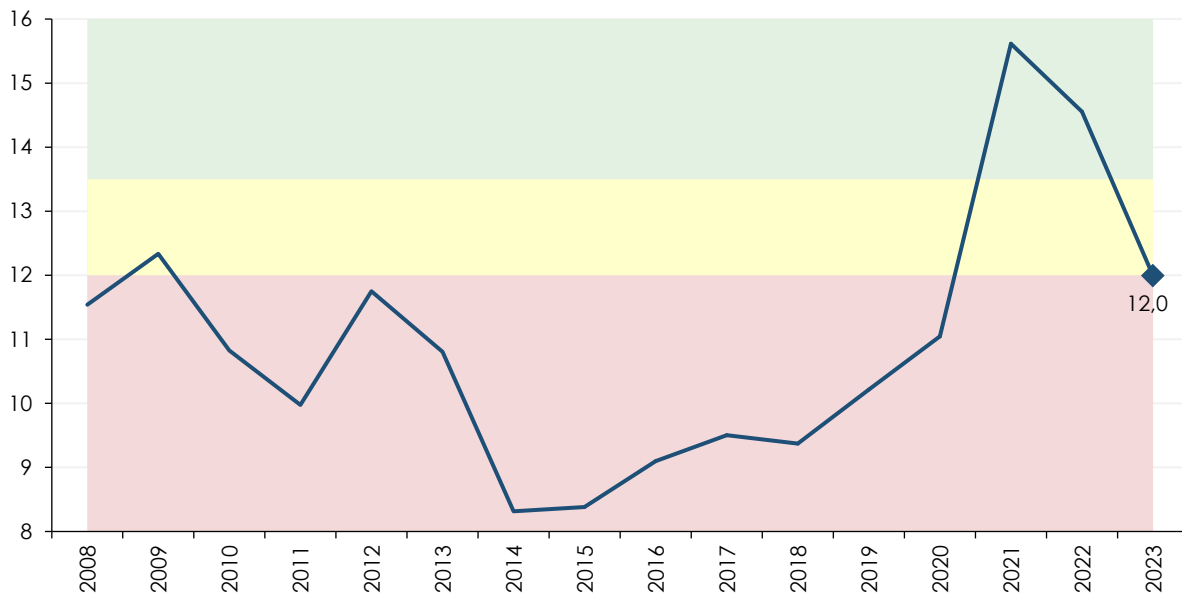
- Fortschreibung des arithmetischen Mittels der Veränderung 2013/2023 (in Prozentpunkten) der Relation NACE I/Summe aller Wirtschaftsbereiche

Strategie

- Höhere Qualität des Angebotes auf betrieblicher und Destinationsebene
- Steigerung der betriebswirtschaftlichen Effizienz

Indikator 4.1-3: Investitionen in Beherbergung und Gastronomie (Ampelindikator!)

Gemessen am Umsatzerlös laut LSE in %, nominell



Q: Statistik Austria; Leistungs- und Strukturhebung (LSE; konzeptionelle Änderungen ab dem Berichtsjahr 2021). Stand 2023.

Warum?

- Investitionen erhöhen die Qualität oder Effizienz des Angebotes und erhöhen oftmals die generierte Wertschöpfung.

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Ampelwerte

- Grün: > 13,5% | Gelb: 12% bis 13,5% | Rot: < 12%

Strategie

- Investitionsanreize der öffentlichen Hand
- Erleichterter Zugang zu Bankdarlehen und Kapitalmärkten

Indikator 4.1-4: **Außensaldo Reiseverkehr, real – Überhang der Reiseverkehrsexporte**

Gemessen als Saldo aus preisbereinigten¹⁾ Exporten und Importen an der Summe des internationalen Reiseverkehrs [Exporte + Importe], in %



Q: OeNB, Statistik Austria, WIFO. Einschließlich internationaler Personentransport. – ¹⁾ Deflationiert mit dem Preisindex der ausländischen touristischen Nachfrage im Inland (Exporte) bzw. der inländischen touristischen Nachfrage im Ausland (Importe); laut WIFO.

Warum?

- Verbesserung der außenwirtschaftlichen Bilanz

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

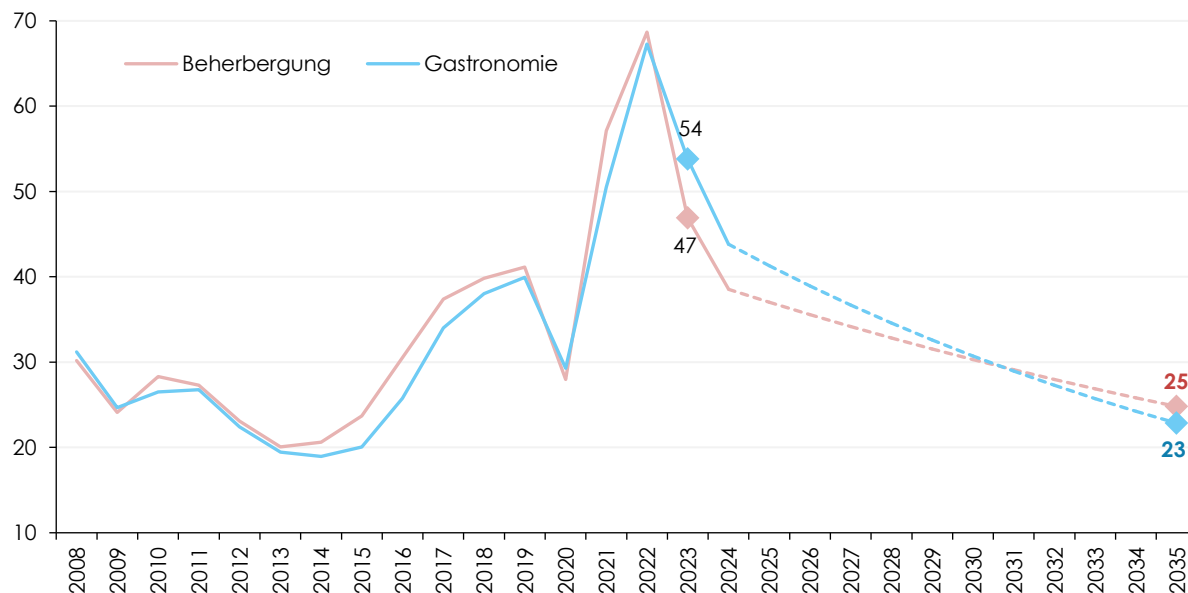
- 35% (geringfügig über dem vorpandemischen Niveau)

Strategie

- Erhöhung der Attraktivität des Urlaubslandes Österreich (Qualität, Preis)
- Marketingmaßnahmen
- Steigerung der Inlandsnachfrage

Indikator 4.1-5: **Offene Stellen in Beherbergung und Gastronomie**

Gemessen je 1.000 aktiv unselbständig Beschäftigten



Q: AMS.

Warum?

- Senkung der offenen Stellen in Relation zur Beschäftigung, damit bestehendes Personal nicht überlastet wird und Kapazitäten ausgelastet werden können bzw. ein ausreichendes und attraktives Angebot sichergestellt ist

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

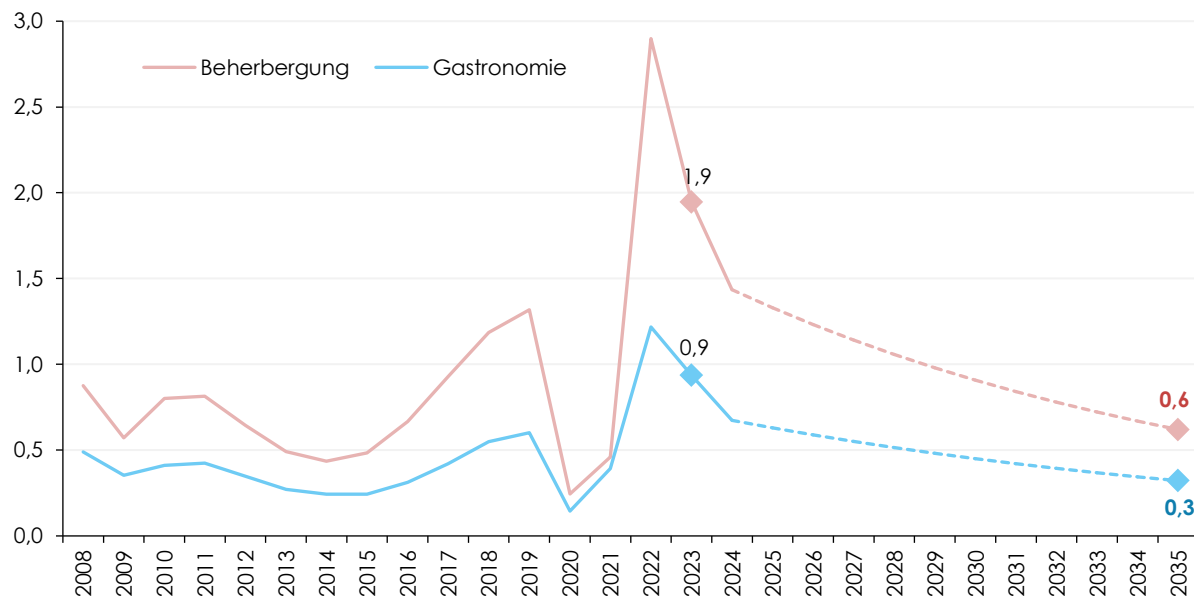
- Fortschreibung des arithmetischen Mittels der Veränderung 2013/2023 (in Prozentpunkten) der Relation NACE I/Summe aller Wirtschaftsbereiche

Strategie

- Attraktivierung des Tourismus als Arbeitgeber
- Steigerung des Arbeitskräfteangebotes
- Arbeitsmarktöffnung
- Attraktivierung der Ausbildung

Indikator 4.1-6: **Stellenandrangsziffer in Beherbergung und Gastronomie**

Zahl der Arbeitslosen je offener Stelle



Q: AMS.

Warum?

- Stellenandrangsziffer als Indikator der Arbeitskräfteknappheit: Ein höherer Wert bedeutet mehr Arbeitskräfte je offener Stelle, ein niedriger Wert kann hingegen ein Zeichen für ein hohes Wachstum der Branche sein; daher ambivalente Interpretation des Indikators und Zielwertfestlegung; eventuell geeignet als Ampelindikator

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

- Jeweils das arithmetische Mittel aus den Werten der Jahre 2010–2016

Strategie

- Bei Arbeitskräfteknappheit (höhere Stellenandrangsziffer als Ziel): Attraktivierung des Tourismus als Arbeitgeber, Steigerung des Arbeitskräfteangebotes, Arbeitsmarktöffnung, Attraktivierung der Ausbildung
- Bei Branchenwachstum (niedrigere Stellenandrangsziffer als Ziel): Wachstumsfördernde Maßnahmen

Indikator 4.1-7: **Diversifikation der Herkunftsmärkte – Herfindahl-Index¹⁾**

Nächtigungen aus dem europäischen Ausland [definiert laut Auswahl] und aus dem Inland



Q: Statistik Austria; WIFO-Berechnungen. – ¹⁾ Summe der quadrierten Marktanteile; ein hoher Index-Wert (Bandbreite: 0–1) bedeutet eine hohe Konzentration und ungleichmäßig Verteilung.

Warum?

- Reduktion der Abhängigkeit von einzelnen Herkunftsmärkten (Risikostreuung bei externen Schocks)
- Ausgleich von Saisonalität (wenn unterschiedliche saisonale Muster nach Herkunftsmärkten)

Internationaler Benchmark

- Deutschland 0,74
- Frankreich 0,57
- Schweiz 0,47
- Italien 0,34
- Spanien 0,22
- Kroatien 0,11

Zielwert

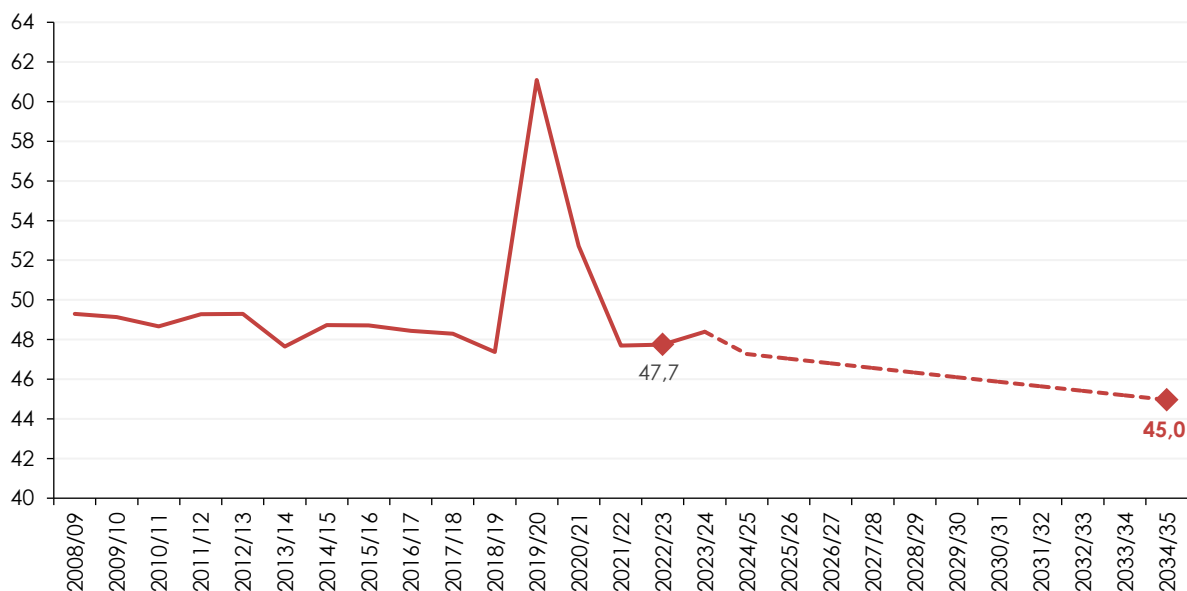
- Verringerung des Index um 0,85% jährlich

Strategie

- Gezieltes Marketing
- Marktspezifische Angebote

Indikator 4.1-8: **Saisonalität – Gewicht der Saisonhauptmonate**

Anteil der Monate Jänner und Februar (im Winter) sowie Juli und August (im Sommer) am gesamten Nächtigungsaufkommen im Tourismusjahr¹⁾ in %



Q: Statistik Austria. – ¹⁾ November bis Oktober des Folgejahres.

Warum?

- Bessere Auslastung der Infrastruktur
- Stabilisierung der Beschäftigung durch Erhöhung von Ganzjahresarbeitsplätzen

Internationaler Benchmark

- Methoden nur für Länder mit etwa gleich starker Winter-/Sommersaison anwendbar

Zielwert

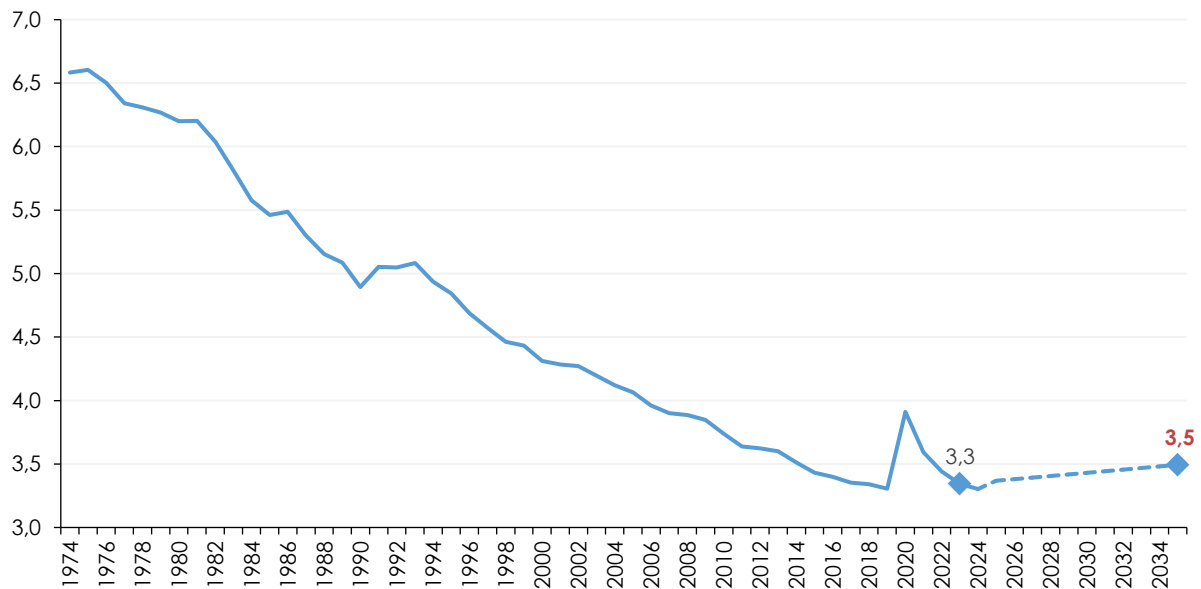
- Verringerung des Index um 0,5% jährlich

Strategie

- Stärkung der Vor- und Nachsaison durch attraktive Angebote
- Zielgruppen- und saisonal spezifische Angebote
- Preisgestaltung

Indikator 4.1-9: **Aufenthaltsdauer**

Durchschnittliche Zahl der Nächte in derselben Unterkunft



Q: Statistik Austria.

Warum?

- Geringere ökologische Belastung
- Mehr Planungssicherheit für Unternehmen

Internationaler Benchmark

- Für Länder mit unisaisonaalem Schwerpunkt nur für Saison sinnvoll (zu ergänzen)

Zielwert

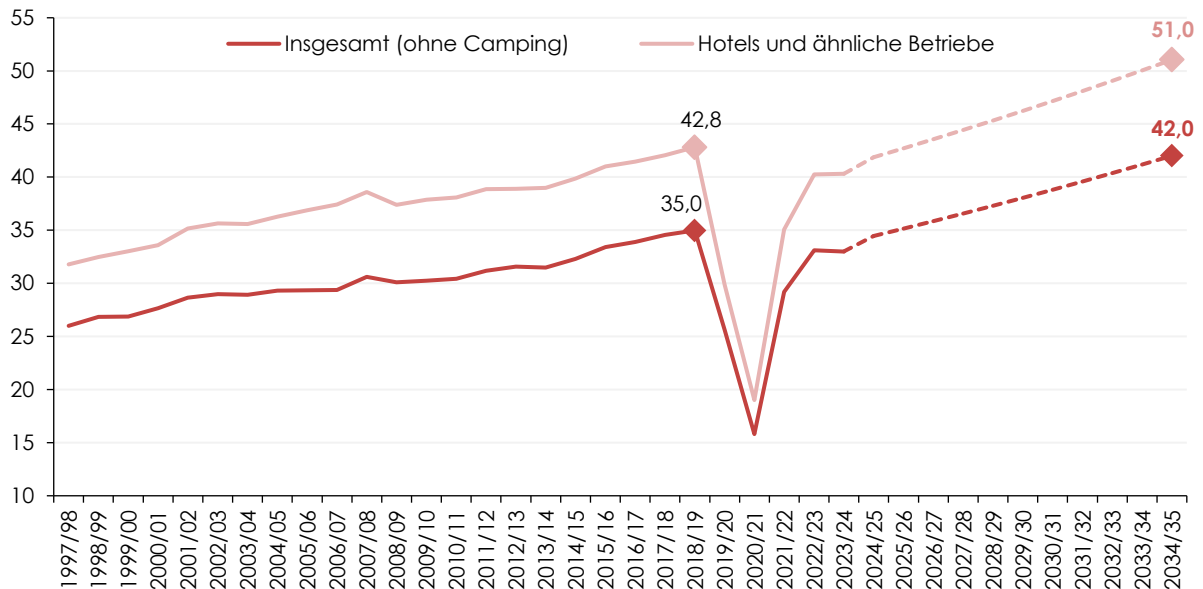
- Wachstum mit halber, | absoluter | durchschnittlichen jährlichen Veränderungsrate der Aufenthaltsdauer 2013/2023

Strategie

- Positive/negative preisliche Anreize
- Angebotsvielfalt erhöhen
- Zielgruppenspezifisches Marketing

Indikator 4.1-10: **Bettenauslastung**

Im Tourismusjahr¹⁾, in %



Q: Statistik Austria. – ¹⁾ November bis Oktober des Folgejahres.

Warum?

- Höhere Rentabilität für Unternehmen
- Höhere Wertschöpfung für die Destination

Internationaler Benchmark

- Messmethodik in Österreich nicht mit jener anderer Länder in Europa kompatibel

Zielwert

- Erhöhung um 2% jährlich

Strategie

- Flexible Preisgestaltung der Unternehmen (z. B. dynamische Preise)
- Angebote für die Nebensaisonen bzw. nachfrageschwache Tage
- Ganzjahresangebote

4.2 Dimension Soziales

Ausgewählte Indikatoren

Indikator 4.2-1: Tourismusakzeptanz und Tourismusakzeptanzsaldo

Indikator 4.2-2: Bruttogehälter je Arbeitsstunde in Beherbergung und Gastronomie

Indikator 4.2-3: "Gender Pay Gap" in Beherbergung und Gastronomie (unbereinigt)

Indikator 4.2-4: Dauerhaft Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie

Indikator 4.2-5: Lehrlinge im Tourismus

Indikator 4.2-6: Ordentliche Studienabschlüsse im Tourismus

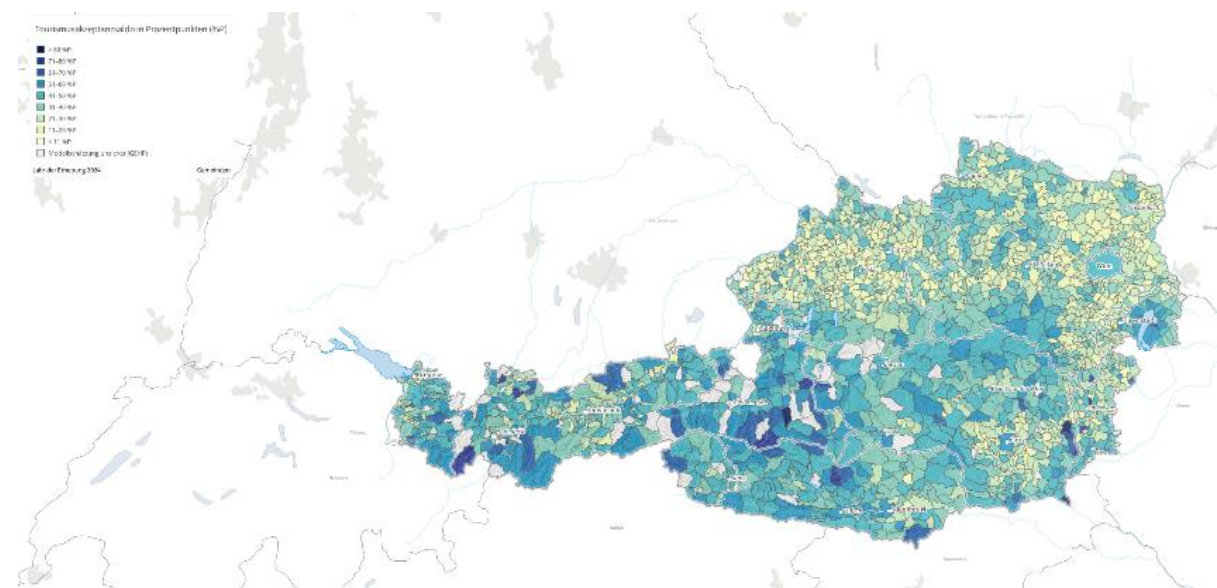
Indikator 4.2-1: Tourismusakzeptanz und Tourismusakzeptanzsaldo

Wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus in der österreichischen Bevölkerung und Tourismusakzeptanzsaldo nach Wohnsitzbundesland 2024

Wohnsitzbundesland	Bevölkerung ¹⁾	Überwiegend positiv in %	Eher positiv in %	Neutral in %	Eher negativ in %	Überwiegend negativ in %	Weiß nicht in %	Tourismusakzeptanzsaldo (TAS) ²⁾ in Prozentpunkten
Österreich	7.723.539	19,2	26,2	39,3	5,4	1,6	8,4	38
Burgenland	258.729	20,4	20,6	44,8	2,2	1,0	11,1	38
Kärnten	486.536	21,0	28,6	37,6	5,1	1,0	6,8	43
Niederösterreich	1.458.075	15,1	19,5	49,6	3,3	1,1	11,3	30
Oberösterreich	1.280.173	16,9	20,4	44,8	3,2	2,2	12,5	32
Salzburg	479.623	23,9	31,1	27,5	11,5	3,2	2,8	40
Steiermark	1.079.021	20,5	24,9	42,0	3,8	0,8	8,0	41
Tirol	653.012	17,9	32,0	33,3	10,4	3,7	2,8	36
Vorarlberg	341.513	19,1	27,2	38,5	6,5	1,0	7,7	39
Wien	1.686.858	22,0	33,5	29,8	6,5	1,4	6,8	48

Q: STATISTIK AUSTRIA, Tourismusakzeptanz. Erstellt am 30.06.2025. – Rundungsfehler wurden nicht ausgeglichen. – Die Bundesland- und Österreich-Werte sind die aggregierten, gewichteten Einzelwerte der Wahrnehmungen für den eigenen Wohnort.

1) Österreichische Wohnbevölkerung ab 15 Jahren (Personen ab 15 Jahren mit Hauptwohnsitz in Österreich). – 2) Tourismusakzeptanzsaldo = (Überwiegend positiv + eher positiv) – (eher negativ + überwiegend negativ)

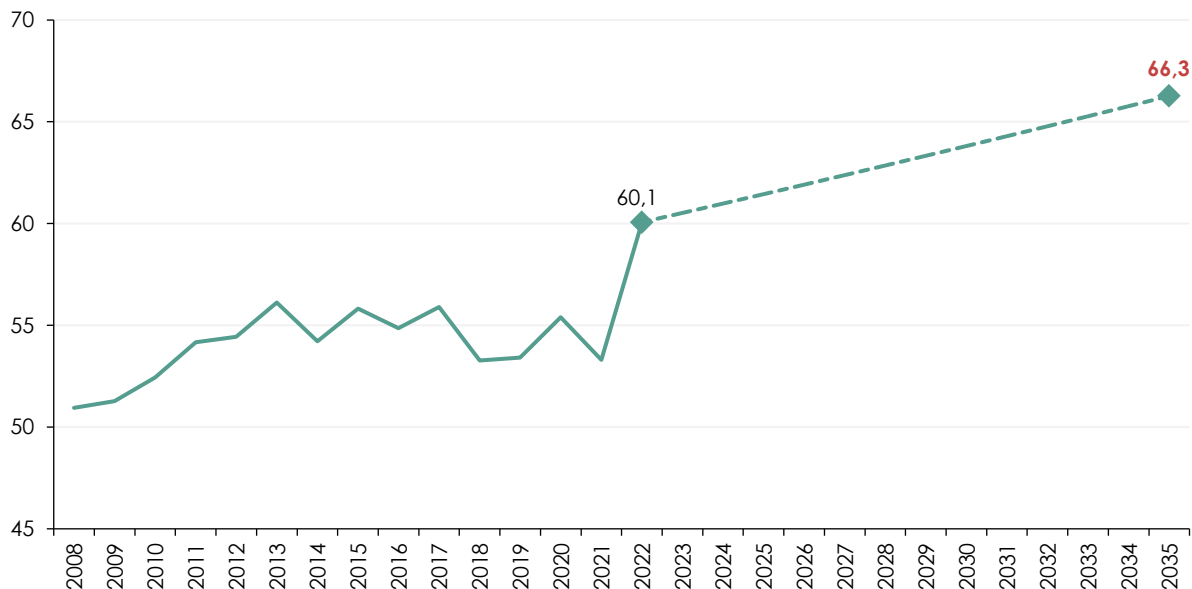


Q: Statistik Austria.

- Ziel: Steigerung des Saldos aus positiven und negativen Einstellungen auf Ebene von Bundesländern
- Tourismusakzeptanz-Saldo (TAS) Österreich 2024 laut Statistik Austria: +38, keine vergleichbaren Werte für die Jahre davor verfügbar
- Zielwert 2035: Saldo von +50

Indikator 4.2-2: **Bruttogehälter in Beherbergung und Gastronomie, je Arbeitsstunde**

Gemessen am Vergleichswert aller Wirtschaftsbereiche in %, nominell



Q: Statistik Austria; Arbeitskräfteerhebung.

Warum?

- Attraktivierung von Jobs im Tourismus

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

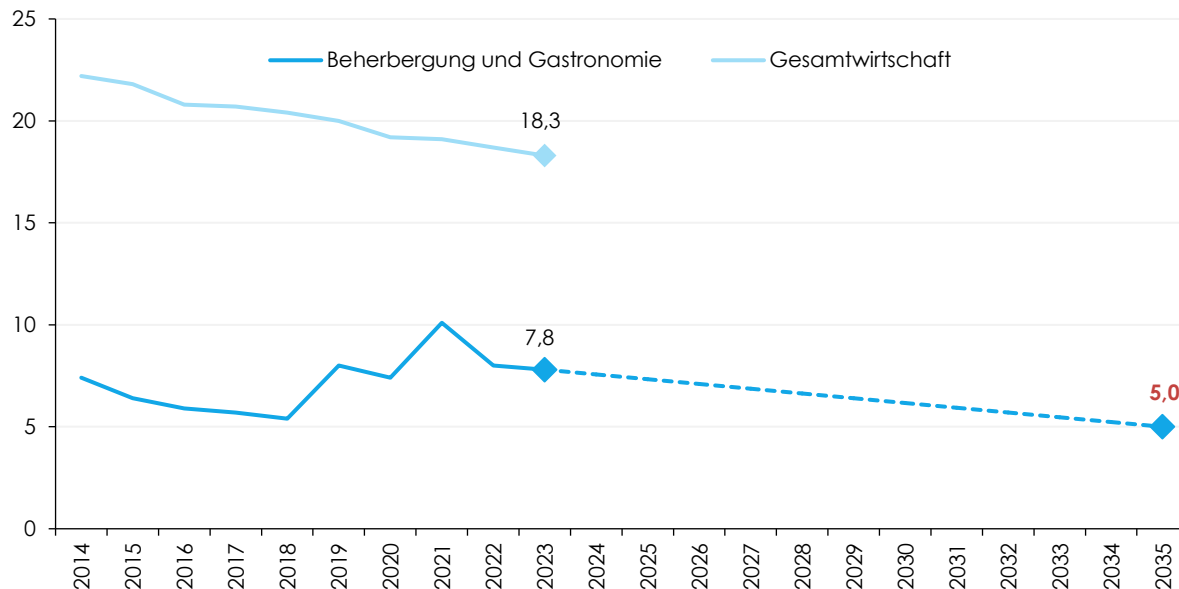
- Jährliches Wachstum mit durchschnittlicher Rate der Relation NACE I/Summe aller Wirtschaftsbereiche 2013/2022

Strategie

- Höhere Qualität des Angebotes auf betrieblicher Ebene (und damit höhere Preise)
- Steigerung der betriebswirtschaftlichen Effizienz und der Produktivität der Beschäftigten

Indikator 4.2-3: **Geschlechterspezifischer Lohnunterschied – „Gender Pay Gap“**

Beherbergung und Gastronomie sowie Gesamtwirtschaft, unbereinigt¹⁾, in %



Q: Eurostat. – ¹⁾ Ohne Berücksichtigung von Unterschieden in Qualifikation, Beruf, Branche, Arbeitszeit oder andere lohnbeeinflussenden Faktoren.

Warum?

- Umsetzung der EU-Lohntransparenzrichtlinie
- Attraktivierung des Tourismus als Arbeitgeber

Internationaler Benchmark

- Kein EU-Wert auf sektoraler Ebene vorhanden
- Wert in Österreich höher als in großen europäischen Tourismusländern (Ausnahmen: Spanien, Kroatien)

Zielwert

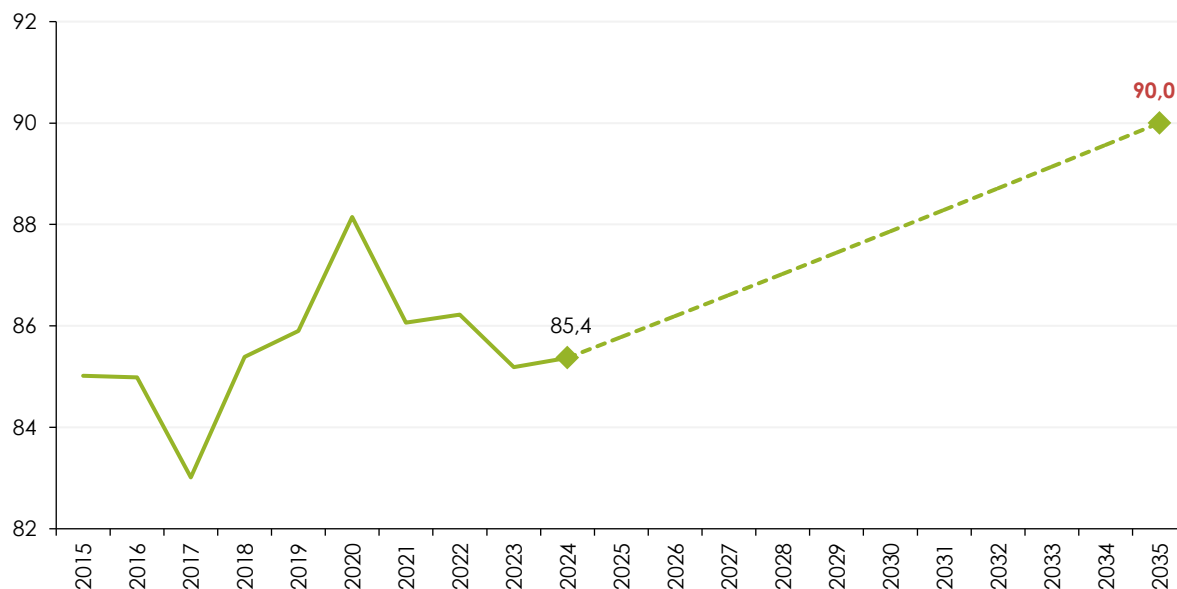
- Verringerung um 0,23 Prozentpunkte pro Jahr ab 2023 zur Erreichung eines Zielwertes von 5,0%

Strategie

- Angleichung des Gehalts nach Geschlechtern
- Frauenfördernde Maßnahmen

Indikator 4.2-4: **Dauerhaft Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie**

In % aller in der Branche unselbständig Tätigen



Q: Eurostat.

Warum?

- Attraktivierung des Tourismus als Arbeitgeber durch einen höheren Anteil an Ganzjahresarbeitsplätzen
- Erhöhung der Planungssicherheit für Arbeitgeber:innen und Arbeitnehmer:innen

Internationaler Benchmark

- EU: 78,1% (2024)
- Österreich: Rang 7 unter 24 EU-Ländern mit Daten

Zielwert

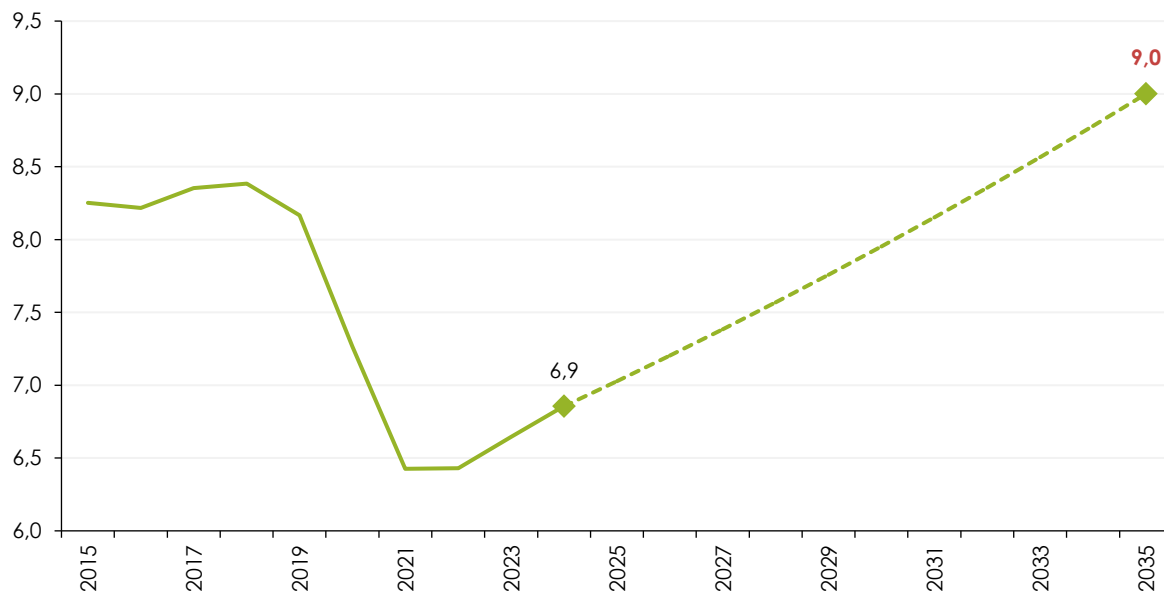
- Annahme: 90%

Strategie

- Erhöhung der Zahl von ganzjährig geöffneten Betrieben durch Anpassung des touristischen Angebotes

Indikator 4.2-5: **Lehrlinge in Tourismus und Freizeitwirtschaft**

In % aller Lehrlinge in Österreich



Q: WKO. Überbetriebliche Lehrausbildungen werden nicht nach Sparten ausgewiesen.

Warum?

- Langfristige Sicherung der nachkommenden Fachkräfte für die Tourismusbranche

Internationaler Benchmark

- Kein EU-Wert vorhanden, da unterschiedliche Ausbildungsformate in anderen Ländern

Zielwert

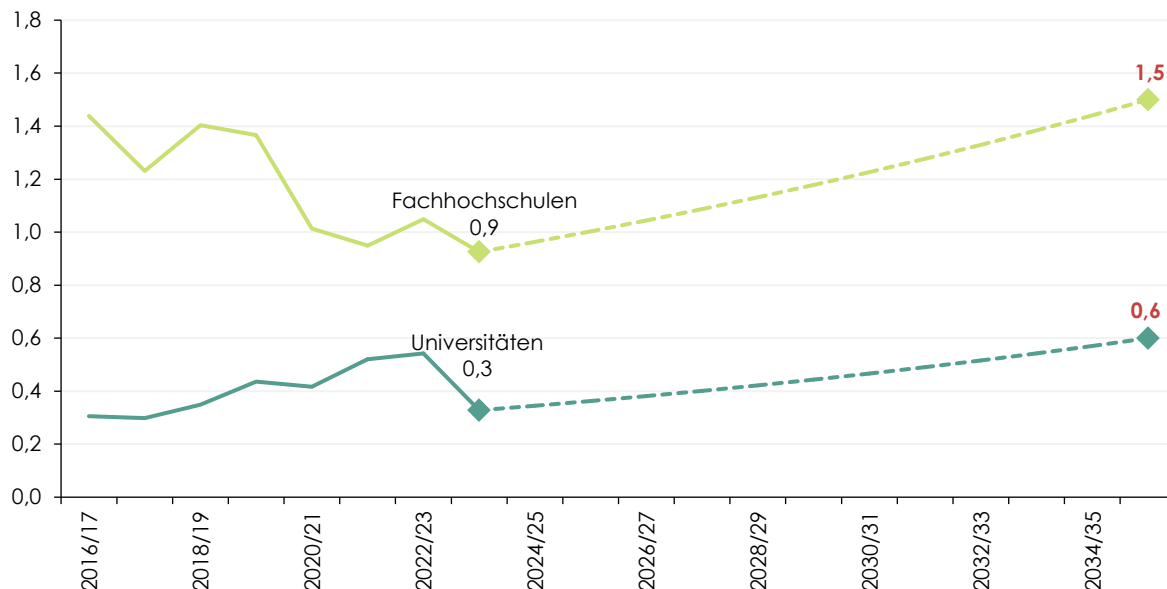
- Rückkehr auf den präpandemischen Entwicklungspfad, mäßige Steigerung über das Niveau von 2018/19

Strategie

- Attraktivierung der Lehrlingsausbildung in Österreich
- Attraktivierung der Lehrlingsausbildung im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft

Indikator 4.2-6: **Ordentliche Studienabschlüsse in Tourismus und Freizeitwirtschaft**

In % aller Absolventen in Österreich nach Hochschultyp



Q: Bundesministerium für Frauen, Wissenschaft und Forschung; AQ Austria auf Basis UHSBV. Berücksichtigt Bachelor- und Master-Abschlüsse.

Warum?

- Langfristige Sicherung der nachkommenden Fachkräfte für die Tourismusbranche

Internationaler Benchmark

- Kein EU-Wert vorhanden, da unterschiedliche Dokumentation der Absolventen in anderen Ländern

Zielwert

- Rückkehr auf den präpandemischen Entwicklungspfad, mäßige Steigerung über das Niveau von 2018/19

Strategie

- Attraktivierung der Hochschulausbildung im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft

4.3 Dimension Ökologie

Ausgewählte Indikatoren

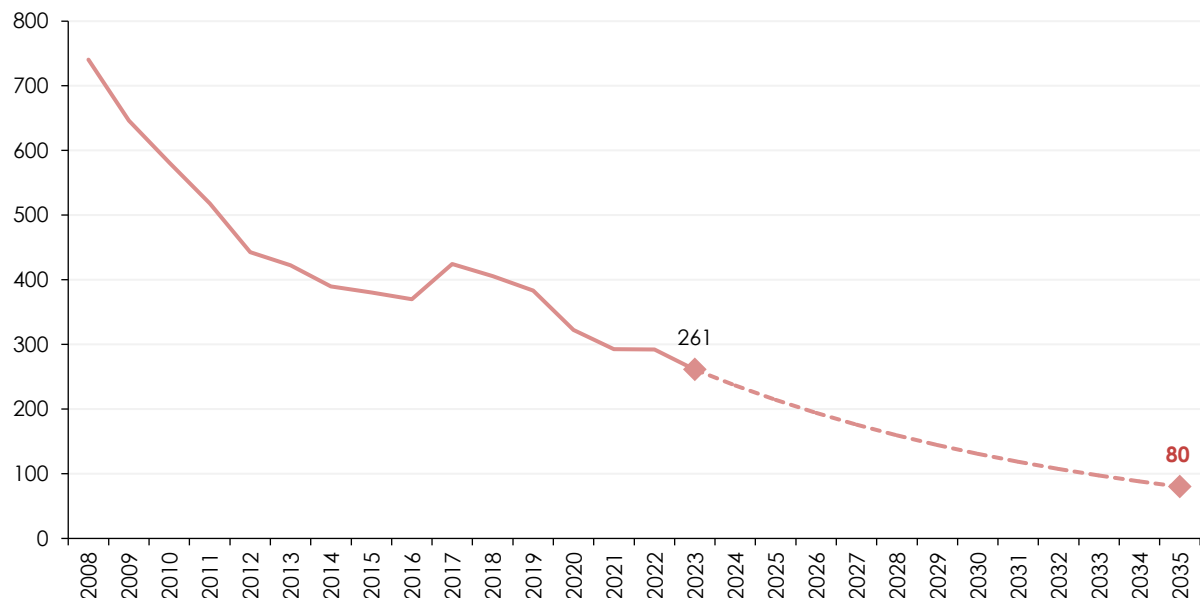
Indikator 4.3-1: Ausstoß an Treibhausgasen in Beherbergung und Gastronomie in Tonnen

Indikator 4.3-2: Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie

Indikator 4.3-3: Energieverbrauch der Beherbergungsbetriebe je Nächtigung

Indikator 4.3-4: Anteil der Beherbergungsbetriebe mit Umweltzeichen

Indikator 4.3-1: **Ausstoß an Treibhausgasen¹⁾ in Beherbergung und Gastronomie**
In 1.000 t



Q: Eurostat. – 1) CO₂, N₂O, CH₄, HFC, PFC, SF₆, NF₃; in CO₂-Äquivalenten.

Warum?

- Erreichung der in Europa vereinbarten Klimaziele

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

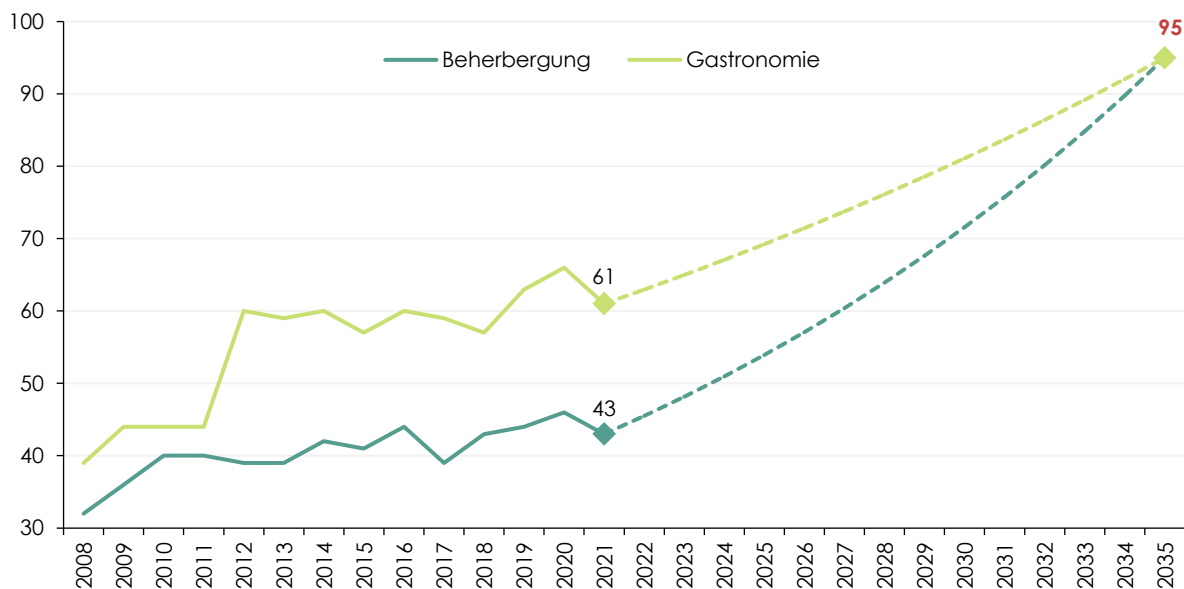
- Doppelte prozentuelle Reduktion pro Jahr im Vergleich zur Periode 2013/2023

Strategie

- Investitionen in den Einsatz erneuerbarer Energieträger und
- in die Erhöhung der Energieeffizienz
- Förderungen, steuerliche Anreize, Regulierungen

Indikator 4.3-2: **Anteil erneuerbarer Energieträger in Beherbergung und Gastronomie**

In %



Q: Umweltbundesamt.

Warum?

- Erreichung der in Europa vereinbarten Klimaziele

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

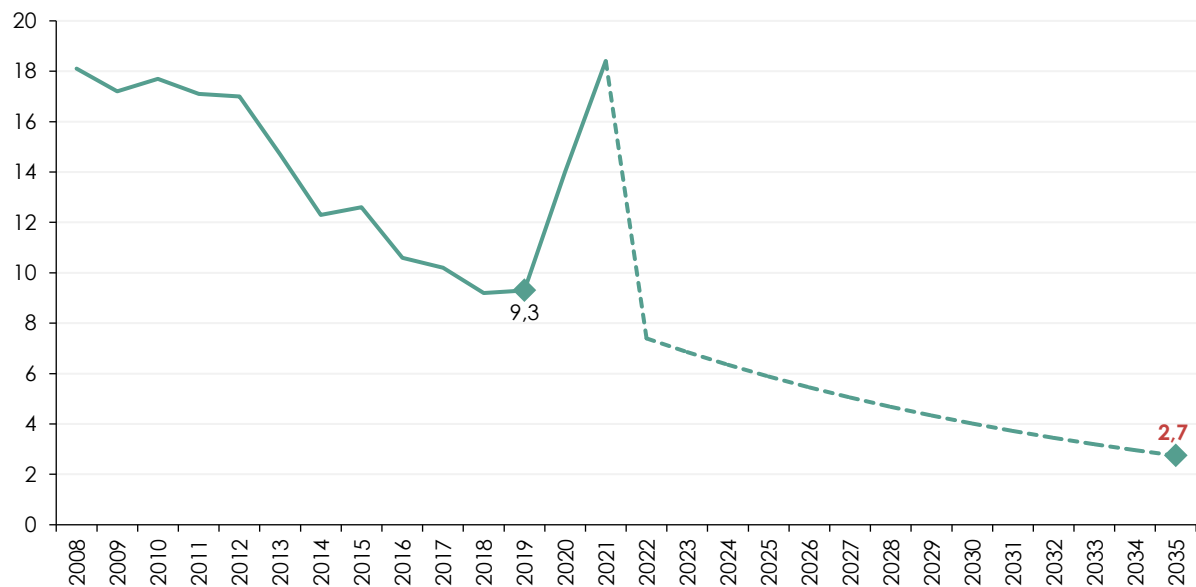
Zielwert

- Annahme: 95%

Strategie

- Investitionen in den Einsatz erneuerbarer Energieträger
- Förderungen, steuerliche Anreize, Regulierungen

Indikator 4.3-3: **Energieverbrauch der Beherbergungsbetriebe je Nächtigung**
In kWh



Q: Umweltbundesamt.

Warum?

- Erreichung der in Europa vereinbarten Klimaziele

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

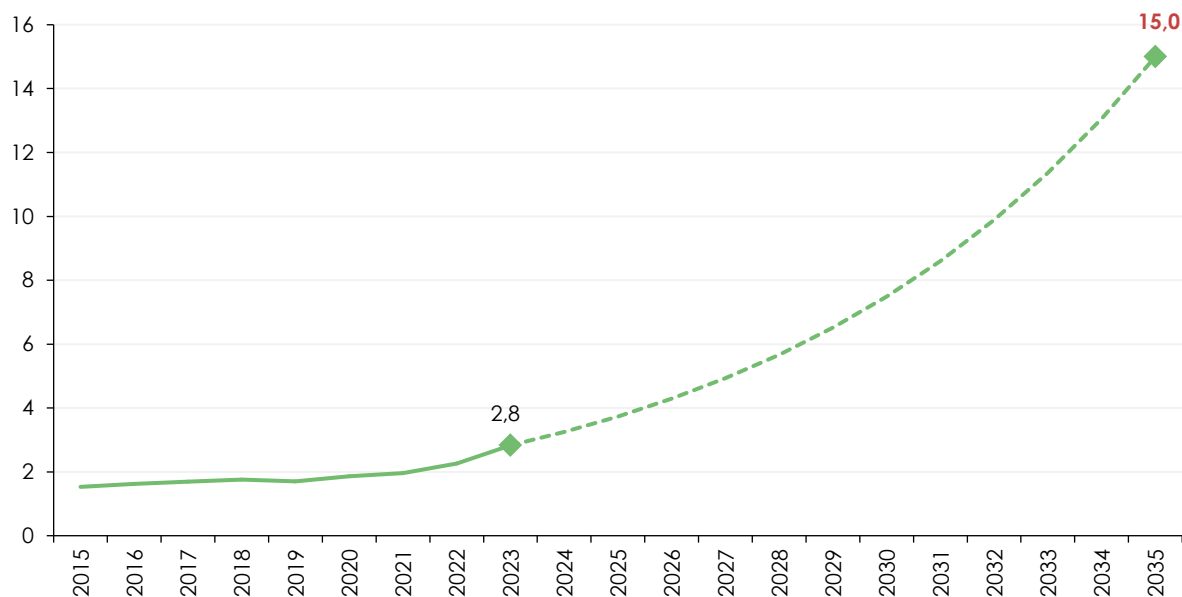
- Fortschreibung der durchschnittlichen jährlichen prozentuellen Reduktion 2013/2019

Strategie

- Investitionen in Energieeffizienz
- Förderungen, steuerliche Anreize, Regulierungen

Indikator 4.3-4: **Anteil der Betriebe mit österreichischem Umweltzeichen**

Gemessen an der Gesamtanzahl von Hotels, Gasthöfen und Pensionen, in %



Q: Umweltbundesamt, Statistik Austria (LSE). Wert 2025: Stand März 2025. Konzeptionelle Änderungen ab dem Berichtsjahr 2021 bei der Berechnung der Anzahl der Betriebe. Schätzung der Gesamtzahl der Betriebe mittels Fortschreibung mit dem durchschnittlichen jährlichen Wachstum 2008/2023.

Warum?

- Positionierung Österreichs als nachhaltiges Tourismusland
- Erreichung der in Europa vereinbarten Klimaziele

Internationaler Benchmark

- Keine Daten vorhanden

Zielwert

- Zielwert von 15%, leichte Erhöhung des durchschnittlichen jährlichen Wachstums 2019/2023

Strategie

- Förderungen für Zertifizierungsverfahren
- Aktive Bewerbung von Betrieben mit Umweltzeichen

5. Tourismusforschung

- Datenlage sehr mangelhaft; Ableitung einzelner Indikatoren daher derzeit nicht möglich
- Publikationen: Daten grundsätzlich zugänglich, jedoch verstreut; Eingrenzung der Kriterien schwierig: Thema Tourismus mit Bezug zu Österreich durch Forscher:innen an österreichischer/-en Hochschule/n?
- Forschungsbudgets: Daten nicht tourismusspezifisch verfügbar
- Lehrstühle/Studiengänge zum Tourismus nehmen nur eine relativ geringe Zahl ein – dies ändert sich erfahrungsgemäß nicht so schnell.

Ziele

- Forschungskompetenzzentrum für Tourismus
- Tourismusforschungsprogramme für unterschiedliche Disziplinen
- Verstärkte universitäre Ausbildung im Bereich Tourismus