



**Deloitte & ÖHV**  
**Tourismusbarometer**  
**2026**

# Inhalt

<b>01</b>	<b>Vorwort</b>	<b>03</b>
<b>02</b>	<b>Methode &amp; Sample</b>	<b>04</b>
<b>03</b>	<b>Tourismusindex</b>	<b>05</b>
<b>04</b>	<b>Key Findings</b>	<b>06</b>
<b>05</b>	<b>Detailergebnisse</b>	<b>08</b>
	Wirtschaftliche Lage des Tourismus	08
	Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen	10
	Unternehmerische Entwicklung	12
	Mitarbeiter:innen	14
	Investition & Finanzierung	17
<b>06</b>	<b>Hot Topic: Tranformation im Tourismus</b>	<b>19</b>
<b>07</b>	<b>Kurz &amp; bündig</b>	<b>23</b>

# 01 Vorwort

Der österreichische Tourismus navigiert durch ein anspruchsvolles wirtschaftliches Umfeld. Neben dem Kerngeschäft prägen internationale Konflikte, anhaltender Kostendruck und die zunehmenden Auswirkungen des Klimawandels den Alltag der Tourismusbetriebe. Der Tourismusbarometer von Deloitte und ÖHV analysiert seit vielen Jahren, wie Österreichs Touristiker:innen ihre Lage einschätzen und liefert damit ein verlässliches Stimmungsbild für die Branche.

Für die aktuelle Ausgabe wurden 229 österreichische Tourismusbetriebe befragt. Neben der wirtschaftlichen Lage der Branche, dem regionalen Umfeld und den betrieblichen Rahmenbedingungen, den Mitarbeiter:innen sowie Investition und Finanzierung steht 2026 ein Thema im Fokus: die Transformation im Tourismus – und wie sich Betriebe in einem veränderten Marktumfeld neu aufstellen.

Das Ergebnis ist eindeutig: Volle Betten bedeuten nicht automatisch gesunde Bilanzen oder hohe Margen. Steigende Kosten, eine drückende Steuer- und Abgabenlast sowie die geopolitische Unsicherheit durch den Iran-Krieg haben die Ertragskraft vieler Betriebe geschwächt und bleiben auch in der Sommersaison eine Herausforderung. Die Fähigkeit, Geschäftsmodelle laufend weiterzuentwickeln und auf neue Rahmenbedingungen zu reagieren, wird zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor im Tourismus.

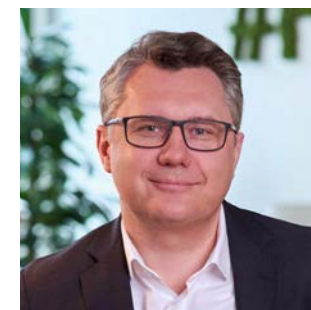
Wir danken allen Teilnehmer:innen, die sich Zeit für diese Erhebung genommen haben. Ihre Einschätzungen bilden das Fundament dieser Studie.

Wir wünschen eine spannende Lektüre.

Andreas Kapferer | Markus Gratzner



**Andreas Kapferer**  
Partner | Deloitte Tirol



**Markus Gratzner**  
Generalsekretär | ÖHV



# Methode & Sample

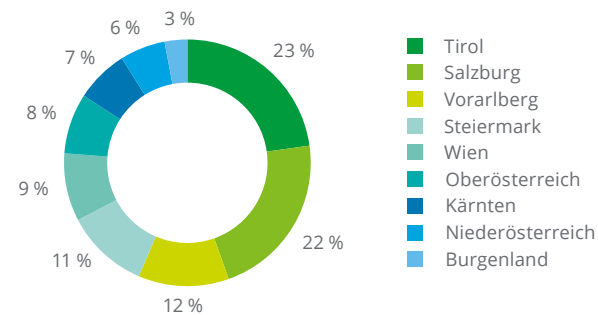
Die Befragung wurde im April 2026 als Online-Survey durchgeführt. 229 österreichische Tourismusbetriebe nahmen teil. 93 % der Befragten führen ein Hotel, die übrigen eine Ferienwohnung, eine Privatzimmervermietung oder einen sonstigen Tourismusbetrieb. Alle neun Bundesländer sind vertreten, wobei Tirol (23 %) und Salzburg (22 %) gemeinsam fast die Hälfte der Stichprobe stellen. Hinsichtlich der Öffnungszeiten wirtschaften 54 % der Betriebe ganzjährig, 39 % als Zweisaisonbetriebe. Die Betriebe sind mehrheitlich am Land angesiedelt (73 %).

Die Ergebnisse werden mehrheitlich nach einer Schulnotenskala von 1 (Sehr Gut) bis 5 (Nicht Genügend) ausgewertet.

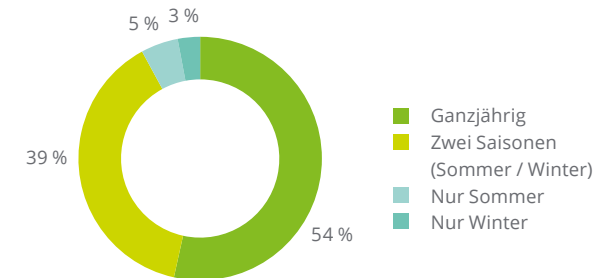
## Hinweis:

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

Bundesland des Unternehmens



Öffnungszeiten



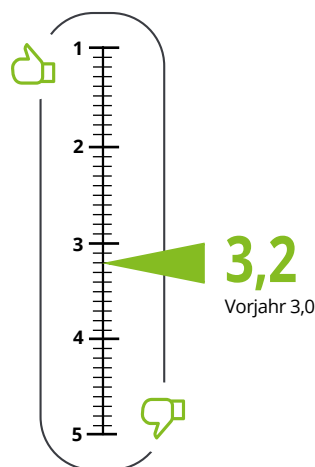
# 03 Tourismusindex

Der Tourismusindex 2026 liegt bei 3,2 (Vorjahr: 3,0) – die Stimmung ist damit nur mittelmäßig und hat sich im Vergleich zum Vorjahr leicht verschlechtert.

Der Index wird jährlich als gewichteter Durchschnitt aus den zentralen Einschätzungen zu wirtschaftlicher Lage, Konjunkturerwartung, Zufriedenheit mit der betrieblichen Entwicklung und Erwartung daran sowie betrieblichen Rahmenbedingungen berechnet.

Im Bundesländervergleich zeigen sich deutliche Unterschiede: Tirol erzielt mit 3,0 den besten Wert, gefolgt von Kärnten (3,1) und Salzburg (3,1). Kärnten verbesserte sich gegenüber dem Vorjahr um 0,3 Notenpunkte und erzielt damit den stärksten Aufwärtstrend im Bundesländervergleich. Am anderen Ende der Skala liegt Oberösterreich mit 3,5 – ein Abstand von mehr als 0,3 Notenpunkten zum Gesamtschnitt. Auch Wien verschlechterte sich von 2,9 auf 3,3, ein Rückgang um 0,4 Punkte. Die Stimmung in städtischen Betrieben (3,4) ist generell deutlich schlechter als in Betrieben am Land (3,1).

Auslöser für die getrübtete Stimmung ist insbesondere die konjunkturelle Erwartung für die nächsten 12 Monate, gefolgt von der Mitarbeiter:innenverfügbarkeit sowie dem kombinierten Nüchternungs- und Umsatzausblick. Zwar wird das allgemeine Kostenniveau in diesem Zusammenhang als große Herausforderung wahrgenommen, für die Gesamtentwicklung des Index sind jedoch auch weitere Faktoren entscheidend.



## Die Stimmung in den Bundesländern im Vergleich:

**3,0** Tirol  
Vorjahr 3,1

**3,1** Kärnten  
Vorjahr 3,4

**3,1** Salzburg  
Vorjahr 3,1

**3,2** Burgenland  
Vorjahr 3,4

**3,2** Vorarlberg  
Vorjahr 3,0

**3,3** Wien  
Vorjahr 2,9

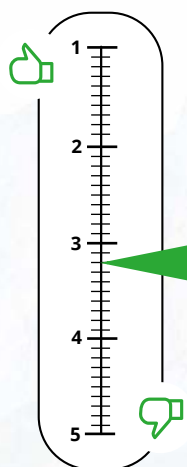
**3,3** Steiermark  
Vorjahr 3,3

**3,3** Niederösterreich  
Vorjahr 3,3

**3,5** Oberösterreich  
Vorjahr 3,5



# 04 Key Findings

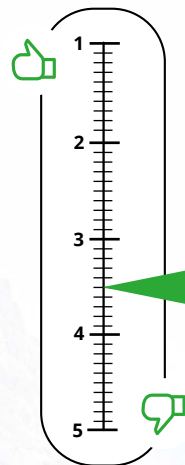


### Wirtschaftliche Lage des Tourismus

**3,2**  
Vorjahr 3,1

#### Wirtschaftliche Lage des Tourismus – trübe Aussichten

Die Tourismusbetriebe bewerten die aktuelle wirtschaftliche Lage mit 2,8, die Gesamtnote inklusive Erwartungskomponenten liegt bei 3,2. Der Anteil jener, die über eine Verschlechterung in den letzten zwölf Monaten berichten, überwiegt deutlich. Für die kommenden zwölf Monate erwartet fast jeder zweite Betrieb (45 %) eine weitere Eintrübung.

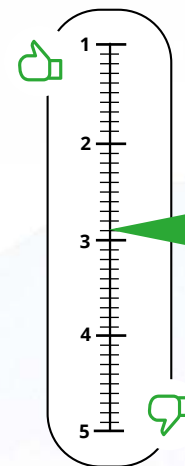


### Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen

**3,5**  
Vorjahr 3,6

#### Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen – Kosten Quo Vadis?

Die Kostensituation wiegt für die Branche am schwersten: Die Betriebe vergeben hier die Note 4,3 – nahe einem Nicht Genügend und nochmals schlechter als 2025 (4,1). Auch die Steuer- und Abgabenlast (Note 4,2) bleibt erdrückend. Die einzige positive Entwicklung: Die Mitarbeiter:innenverfügbarkeit verbesserte sich leicht – wohl auch der schlechten Allgemeinkonjunktur und deren Auswirkungen auf Arbeitgeber verschiedener Branchen zuzuschreiben.

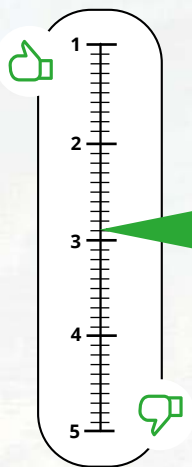


### Unternehmerische Entwicklung

**2,9**  
Vorjahr 2,9

#### Unternehmerische Entwicklung – Umsatz wächst, Gewinn nicht

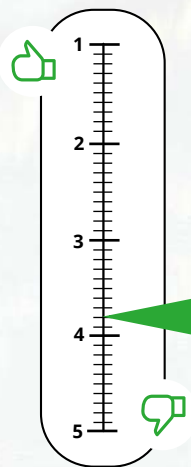
77 % der Betriebe steigerten ihren Umsatz in den Jahren 2023 bis 2025, doch bei 49 % entwickelte sich der Umsatz stärker als der Gewinn. Die Wintersaison 2025/26 wird mit Note 2,6 besser bewertet als die Vorsaison (2,8). Die Erwartungen für den Sommer 2026 sind verhalten: Die Unternehmen vergeben die Note 2,9 für die Geschäftsentwicklung insgesamt, unverändert gegenüber dem Vorjahr.



**Mitarbeiter:innen**  
**2,9**  
Vorjahr 3,1

**Mitarbeiter:innen –  
Entspannung, aber  
keine Entwarnung**

Die Arbeitskräfteverfügbarkeit verbessert sich messbar. 61 % der Betriebe suchen aktiv nach Fachkräften und der Anteil jener, die eine weitere Verschlechterung erwarten, ist auf 12 % gesunken – ein positiver Trend.



**Investition und  
Finanzierung**  
**3,8**  
Vorjahr 3,7

**Investition und Finanzierung –  
Zurückhaltung unter  
Kostendruck**

41 % der Betriebe reduzieren ihre ursprünglich geplanten Investitionen für 2026. Der Kredit-Zugangsindex verschlechtert sich auf Note 3,8 (von 3,6 im Vorjahr). Wer dennoch investiert, setzt vor allem auf Qualitätssteigerung (60 %), Energieeffizienz (46 %) und Digitalisierung (39 %). Der Gesamtindex Investition und Finanzierung liegt bei Note 3,8 (Vorjahr: 3,7).

**Hot Topic:  
Transformation  
im Tourismus**

Mehr als zwei Drittel (68 %) der befragten Betriebe haben ihr Geschäftsmodell in den letzten fünf Jahren verändert oder planen dies. Angetrieben wird diese Entwicklung vor allem durch den Kostendruck und die veränderten Gästebedürfnisse. An der Spitze der Umsetzungsliste steht die Digitalisierung, die Nebenausgabe pro Gast sinkt und mehr als die Hälfte der Betriebe beobachtet Saisonverschiebungen. Gleichzeitig macht sich der Iran-Krieg als die Nachfrage verschiebender Faktor bemerkbar: 43 % der Betriebe spüren bereits Auswirkungen. Eine Transformation der Tourismusbetriebe ist also nicht mehr optional – sie ist die Voraussetzung für zukünftige Wettbewerbsfähigkeit.

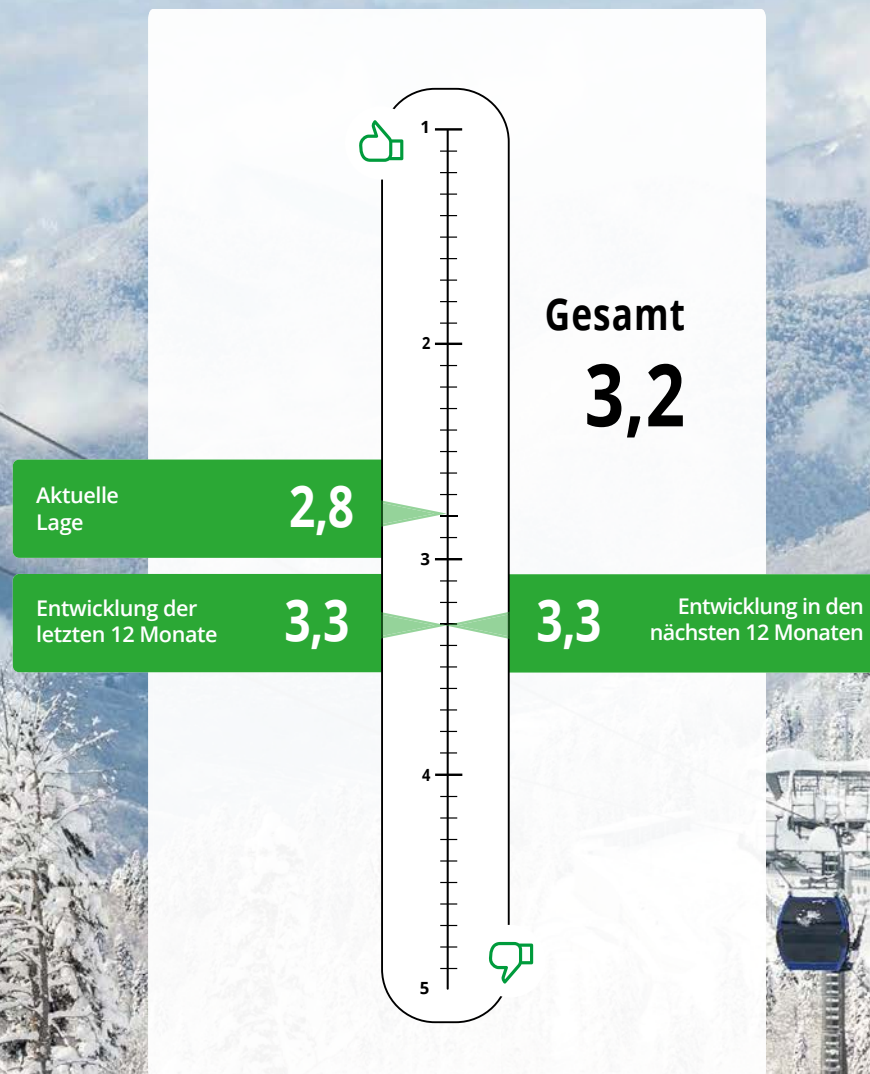
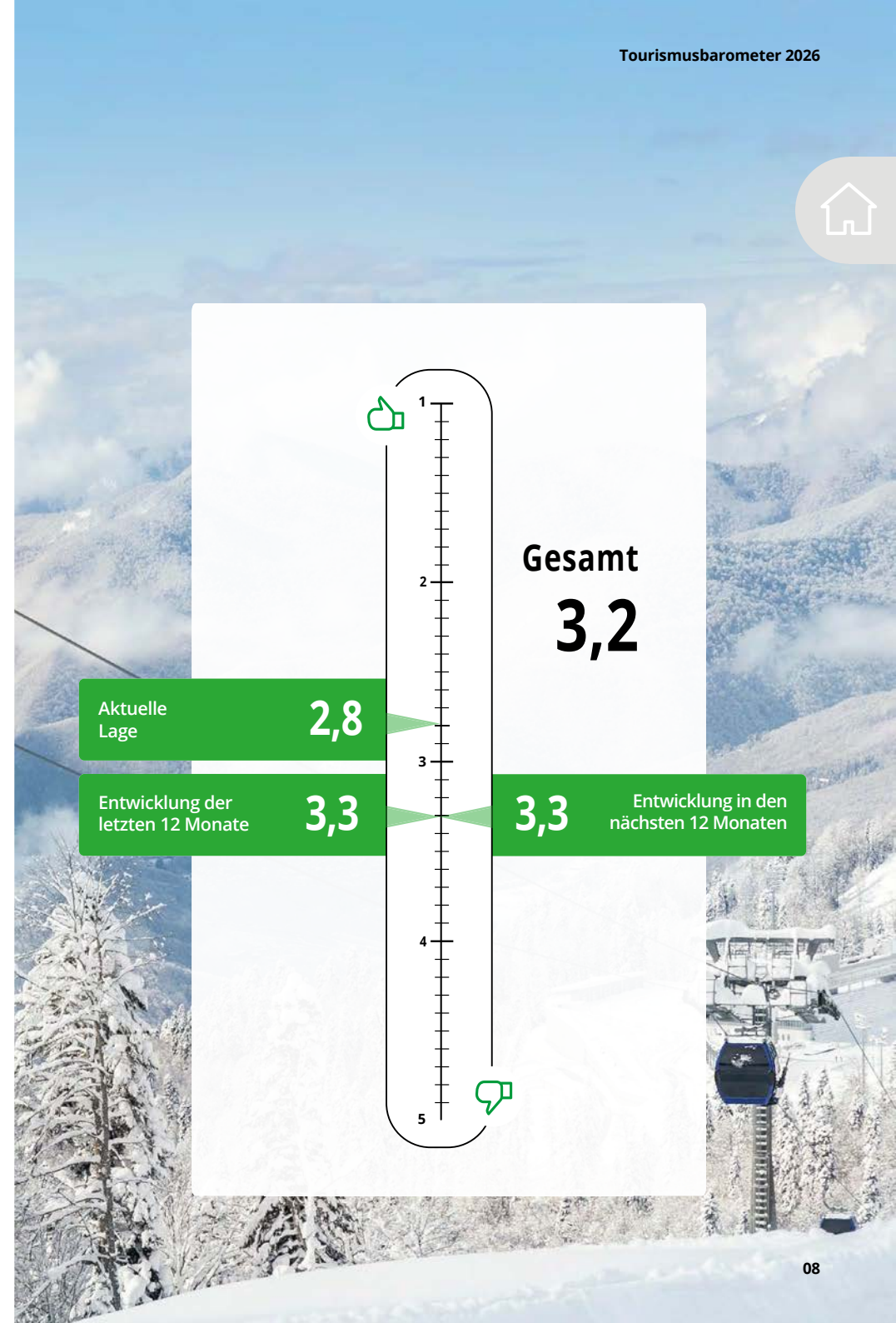
# 05 Detailergebnisse

## Wirtschaftliche Lage des Tourismus

Die aktuelle wirtschaftliche Lage des Tourismus im Bundesland wird von den befragten Betrieben mit der Gesamtnote 2,8 (Vorjahr: 2,6) bewertet. Rund 40 % nehmen diese als „Gut“ oder „Sehr gut“ wahr, 39 % vergeben ein „Befriedigend“, und 21 % vergeben „Genügend“ oder „Nicht genügend“. Damit hat sich die Einschätzung der gegenwärtigen Lage gegenüber 2025 insgesamt leicht verschlechtert – trotz einer außerordentlich starken Nachfrage in der Wintersaison.

Während die aktuelle Lage mit einer Note von 2,8 noch vergleichsweise moderat eingeschätzt wird, signalisieren Vergangenheits- und Zukunftsbewertungen eine anhaltend schwierige Phase. Die Entwicklung der letzten zwölf Monate wird mit 3,3 hingegen negativer bewertet: Knapp die Hälfte (47 %) registrierte eine Verschlechterung, 21 % eine Verbesserung. Für die nächsten zwölf Monate überwiegt die Skepsis: 46 % rechnen mit einer Eintrübung, kein einziges Unternehmen erwartet eine wesentliche Verbesserung. Die Erwartungsnote liegt ebenfalls bei 3,3.

Im Bundesländervergleich: Kärnten beurteilt die Lage mit 2,7 am besten, Niederösterreich (3,3) und Oberösterreich (3,1) am schlechtesten. Ländliche Betriebe (2,7) beurteilen die wirtschaftliche Lage besser als Stadtbetriebe (2,9).





## Klartext

Die Rekordnächtingen des Winters überdecken eine strukturelle Schwäche: Trotz voller Betten bleibt die wirtschaftliche Einschätzung durchwachsen. Die Ursache liegt in der negativen Kostenspirale – Energie, Mitarbeiter:innen und Steuern fressen die Erträge, die das Auslastungsplus eigentlich erwirtschaften sollte. Dazu kommt ein neues Risiko: Der Iran-Krieg hat die Energiepreise kräftig nach oben getrieben und schafft laut WIFO eine Unsicherheit, die selbst eine kurzfristige Prognose erschwert<sup>1</sup>. Österreichische Tourismusbetriebe, deren Energiebedarf für Heizung, Warmwasser, Küche und Spa hoch ist, sind davon unmittelbar betroffen.

Betriebe sollten daher Liquiditätsreserven schaffen. Um Unsicherheiten im Bereich der Energiekosten zu minimieren, sind außerdem Investitionen in Richtung eigenständige Energieproduktion zu empfehlen. Die Politik ist gefordert, Investitionsanreize dauerhaft zu erhalten – etwa durch einen temporär erhöhten Investitionsfreibetrag.

<sup>1</sup>) Vgl. Scheiblecker, Marcus; Ederer, Stefan; WIFO-Konjunkturprognose 1/2026: „Iran-Krieg gefährdet die Konjunkturerholung – Prognose für 2026 und 2027“, Wien, April 2026, <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/67870458>, abgerufen am 25.04.2026

„Die Rekordzahlen der Wintersaison dürfen nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Betriebe hinsichtlich Wirtschaftlichkeit unter Druck stehen. Umsatz ist nicht gleich Gewinn – und dieser Unterschied wird mit jedem Jahr offensichtlicher. Die Politik ist gefordert, Rahmenbedingungen zu schaffen, die es der Branche ermöglichen, ihre operativen Leistungen auch in Rendite umzuwandeln.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

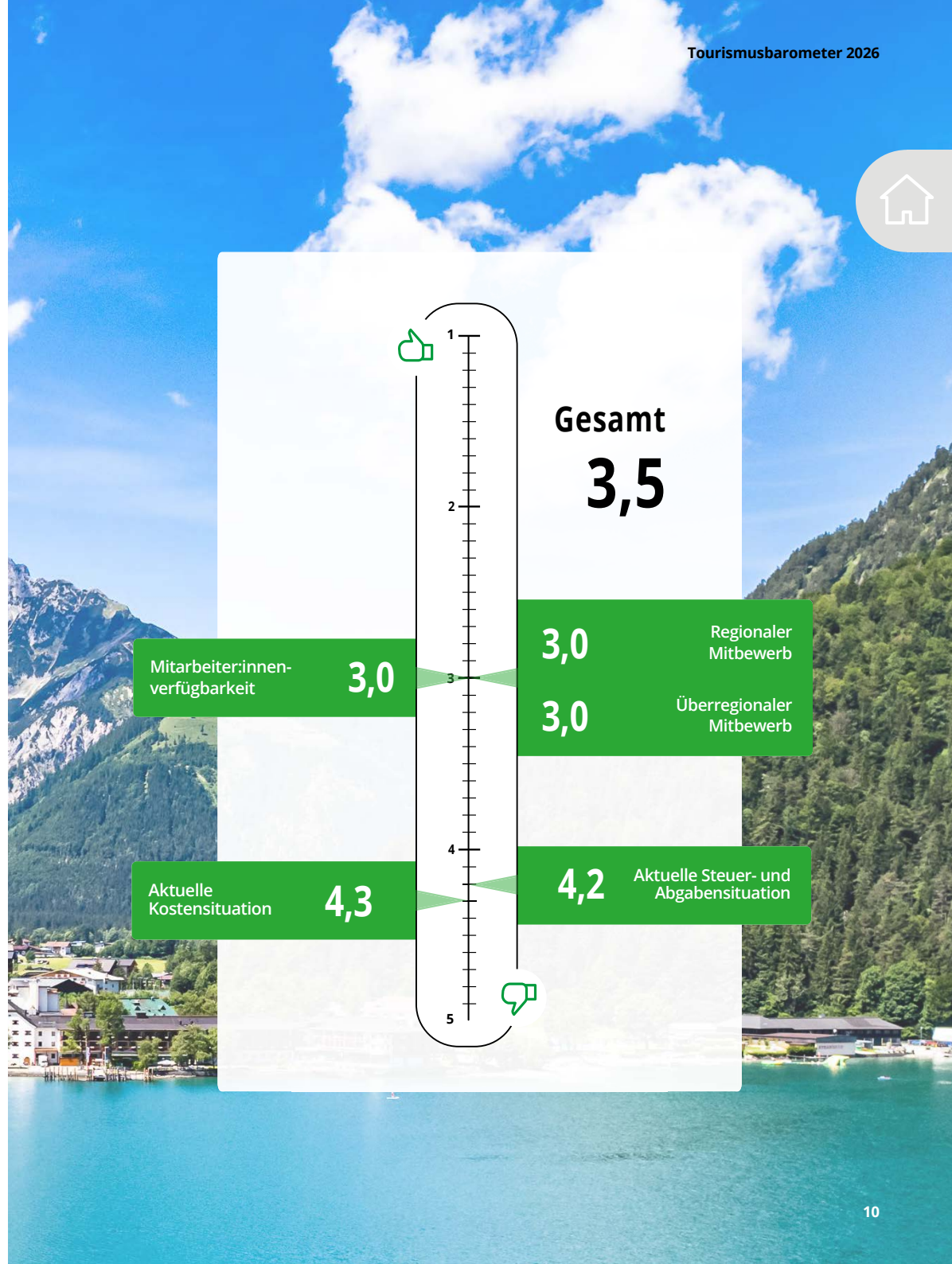


## Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen

Die Rahmenbedingungen für den österreichischen Tourismus haben sich mit einem Wert von 3,5 (Skala von 1 bis 5, wobei 1 positiver Einfluss des Faktors auf den Betrieb bedeutet) insgesamt leicht negativ entwickelt. Was die Betriebe belastet, ist klar: Die Kostensituation (4,3) und die Steuer- und Abgabenlast (4,2) sind die dominierenden Problemfelder. Die Mitarbeiter:innenverfügbarkeit und das Wettbewerbsumfeld (jeweils rund 3,0) werden hingegen weitgehend neutral wahrgenommen: Hier zeigt sich kein positiver, aber auch kein belastender Einfluss auf die Betriebe.

Die Kostensituation wiegt für die Branche am schwersten: Die Betriebe vergeben hier die Note 4,3 – nochmals schlechter als 2025 (4,1) und nahe dem schlechtestmöglichen Wert. Auch die Steuer- und Abgabenlast (Note 4,2, Vorjahr 4,3) bleibt erdrückend. Die einzige positive Entwicklung: Die Verfügbarkeit von Fachkräften entspannt sich minimal.

Städtische Betriebe bewerten diese mit 2,9 geringfügig besser als der Gesamtschnitt. Bei den Kosten und Steuern zeigen sich jedoch keine wesentlichen Stadt-Land-Unterschiede.



„Die Kostensituation und die Steuerbelastung sind auf einem Niveau, das viele Betriebe in der Substanz trifft. Wer nicht gegensteuert – durch Investitionen in Energieeffizienz, konsequentes Kostenmanagement und aktives Ertragsmanagement – riskiert, dass die nächste Nachfrageschwäche existenzbedrohend wird.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

Das externe Inflationsumfeld unterstreicht den strukturellen Kostendruck zusätzlich: Die Inflationsrate in Österreich lag 2025 bei 3,6 %, nach 2,9 % im Jahr 2024 und 7,8 % im Jahr 2023. Der Jahresdurchschnitt 2025 ist nach der Phase der Hochinflation in den Jahren 2022 bis 2024 der höchste seit 1993 und lag deutlich über dem EZB-Ziel von 2,0 %. Im europäischen Vergleich belegt Österreich damit Rang 16 von 20 Euro-Ländern<sup>2</sup>. Das Ende der Strompreisbremse ließ die Strompreise zudem um 37,3 % ansteigen. Im März 2026 liegt die allgemeine Inflationsrate bei 3,2 %, angetrieben insbesondere von Treibstoff- und Heizölpreisen (+38,2 %).<sup>3</sup> Durch die Lohn- und Kostenintensität liegt die Teuerung in der Gastronomie und Hotellerie mit 5,1 % deutlich höher.

2) Statistik Austria, Pressekonferenz „Inflation im Jahr 2025“, Wien, 19. Jänner 2026.  
3) Statistik Austria, Pressemitteilung 14 157-076/26, VPI März 2026, Wien, April 2026.

## Klartext

Die Note 4,3 für die Kostensituation ist kein Warnsignal mehr – sie ist ein klares Alarmzeichen. Der Befund der österreichischen Touristiker:innen deckt sich mit den Inflationsraten. Der Preis für Heizöl, ein zentraler Energieträger für viele Tourismusbetriebe, stieg im Jahresvergleich um 38,2 %. Der Iran-Krieg hat diese Entwicklung weiter verschärft: Laut WIFO-Konjunkturprognose 1/2026 haben die gestiegenen Rohöl- und Erdgaspreise die Inflation neuerlich angeheizt und dämpfen die Investitionsbereitschaft der Unternehmen. Das Wirtschaftswachstum 2026 liegt je nach Szenario nur zwischen 0,2 % und 1,1 %.<sup>4</sup>

Dazu kommt eine strukturell überdurchschnittliche Abgabenlast. Laut Budgetdienst der Parlamentsdirektion liegt Österreichs Abgabenquote bei 43,5 % des BIP. Beim Faktor Arbeit belegt Österreich den drittletzten Platz innerhalb der EU: 42,6 % der bezahlten Arbeitnehmerentgelte fließen in Steuern und Sozialbeiträge.<sup>5</sup> Für personalintensive Betriebe, wie sie im Tourismus häufig zu finden sind, ist das eine strukturelle Wettbewerbsbenachteiligung gegenüber Mitbewerber:innen in Ländern mit niedrigerer Abgabenquote. Die lange geforderte und nun von der Regierung angekündigte Senkung der Lohnnebenkosten (Senkung des Beitrags zum FLAF im Ausmaß von einem Prozentpunkt auf 2,7 %) ab 2028 ist ein wichtiger Schritt, um die Mitarbeiter:innenkosten zu senken. Für die personalintensive Tourismusbranche ist dies eine erfreuliche Nachricht.

4) Vgl. Scheiblecker, Marcus; Ederer, Stefan; WIFO-Konjunkturprognose 1/2026: „Iran-Krieg gefährdet die Konjunkturerholung — Prognose für 2026 und 2027“, Wien, April 2026, <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/67870458>, abgerufen am 25.04.2026

5) Budgetdienst der Parlamentsdirektion, „Abgabenquote und Besteuerung des Faktors Arbeit in Österreich und im internationalen Vergleich“, Wien, Dezember 2024. <https://www.parlament.gv.at/dokument/budgetdienst/analysen-auf-anfrage/BD-Abgabenquote-in-Oesterreich-und-im-internationalen-Vergleich.pdf> abgerufen am 29.04.2026

## Unternehmerische Entwicklung

Die unternehmerische Entwicklung der letzten Jahre zeigt eine im Umsatz wachsende, in der Rendite aber unter Druck geratene Branche. Die Geschäftsentwicklung bleibt 2026 mit Note 2,9 auf dem Niveau des Vorjahres – die leicht verbesserte Zufriedenheit mit der Wintersaison wird durch eine verhaltene Erwartung für den Sommer aufgewogen.

Die Zufriedenheit mit der Wintersaison 2025/26 liegt bei 2,6 (Vorjahr: 2,8): Die Hälfte (56 %) der befragten Unternehmer:innen zeigt sich zufrieden oder sehr zufrieden, ein Viertel (25 %) ist unzufrieden. Ländliche Betriebe (2,5) sind dabei leicht positiver gestimmt als der österreichische Durchschnittsbetrieb (2,7).

Rund 77 % der Betriebe konnten ihren Umsatz in den Jahren 2023 bis 2025 steigern (9 % um mehr als 10 %, 33 % um 5–10 %, 35 % um bis zu 5 %). Gleichzeitig entwickelte sich der Gewinn bei jedem zweiten Betrieb (49 %) schlechter als der Umsatz – ein klares Zeichen für anhaltenden Margendruck. Die Auslastung der letzten fünf Jahre stieg bei 41 % der Betriebe, blieb bei 38 % gleich und sank bei 21 %.

Die Umsatzerwartung für das laufende und nächste Wirtschaftsjahr ergibt die Note 2,8: 49 % erwarten ein Umsatzwachstum, 30 % rechnen mit einem Rückgang. Die Nächtigungserwartung für die Sommersaison 2026 ist verhalten – Kärnten (2,4) hat die positivsten Erwartungen, Oberösterreich (3,8) ist am vorsichtigsten.

Zufriedenheit  
Wintersaison

2,6

Gesamt  
2,9

2,8

Umsatzerwartung  
kommendes Jahr



## Klartext

Mehr Umsatz, aber weniger Gewinn – das ist das Ergebnis der letzten drei Geschäftsjahre für fast die Hälfte der Befragten. Diese Entwicklung wird zunehmend zum Problem. Betriebe, die im Hochwinter starke Raten erzielten, sahen diese im Frühjahr durch Last-Minute-Rabatte und stagnierende Zusatzkonsumation schmelzen.

Für den Sommer 2026 empfiehlt sich konsequentes Ertragsmanagement: Frühzeitige Kontingentsteuerung, dynamisches Pricing und gezielte Direktbuchungsinitiativen sind die wirksamsten Hebel, um die Preisdurchsetzung zu verbessern, ohne auf den Kostenhebel der Politik warten zu müssen.

„Wer die wirtschaftliche Entwicklung der Branche in den letzten Jahren betrachtet, sieht Betriebe, die trotz wachsender Nächtigungszahlen an Substanz verlieren. Das ist auf Dauer kein tragfähiges Modell. Die steuerliche Begünstigung von Investitionen in Wettbewerbsfähigkeit – etwa in Digitalisierung, Energieeffizienz und Qualitätserhalt – ist deshalb keine Subvention, sondern strukturell notwendig.“

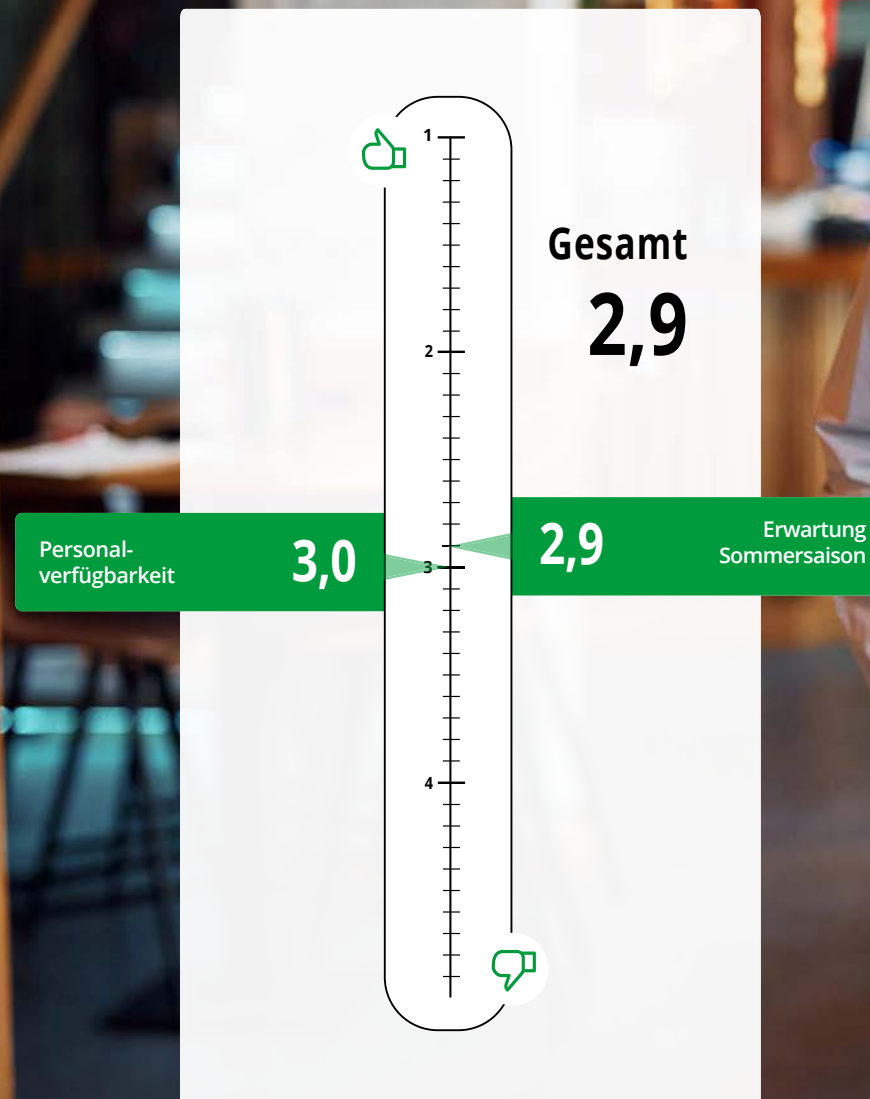
**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

## Mitarbeiter:innen

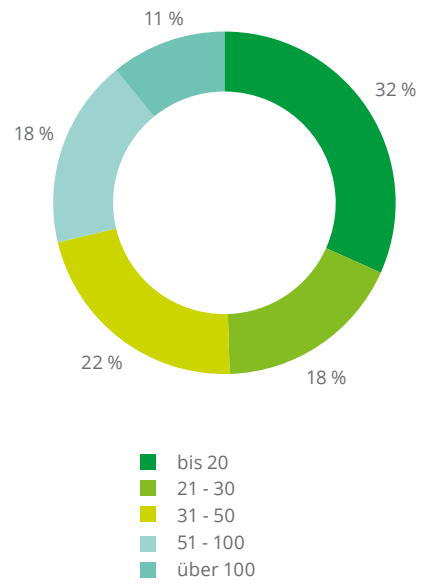
Die Verfügbarkeit von Arbeitskräften zeigt sich 2026 entspannter als in den Vorjahren. Die Mitarbeiter:innenverfügbarkeit verbesserte sich von Note 3,3 (2025) auf 3,0 (2026). Der kombinierte Mitarbeiter:innenverfügbarkeitsindex, der sich aus dem aktuellen Wert für den Betrieb sowie der Sommersaisoneinschätzung berechnet, liegt bei 2,9 (Vorjahr: 3,1). Die Entspannung am Arbeitsmarkt ist real, aber kein Grund zur Entwarnung.

Für die kommende Sommersaison erwarten knapp drei Viertel (72 %) der Betriebe eine unveränderte Mitarbeiter:innenverfügbarkeit, 17 % rechnen mit einer Verbesserung und 12 % mit einer Verschlechterung. Dennoch haben 62 % der befragten Betriebe derzeit noch offene Stellen zu besetzen.

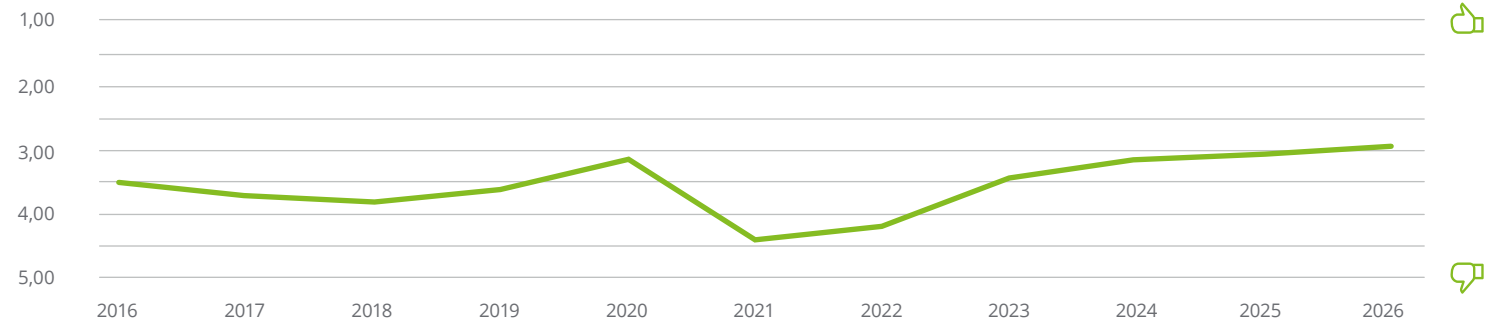
Im Bundesländervergleich sind Oberösterreichs Tourismusbetriebe deutlich stärker vom Mitarbeiter:innenmangel beeinflusst als die anderen Bundesländer. Tirol und Vorarlberg melden hingegen die entspannteste Lage.



Anzahl der Mitarbeiter:innen



Einfluss der Mitarbeiter:innenverfügbarkeit auf den eigenen Betrieb  
2016 bis 2026





## Klartext

Die Entspannung am Arbeitsmarkt ist eine gute Nachricht, aber dennoch keine Entwarnung. Mehr als 60 % der Betriebe haben noch offene Stellen zu besetzen. Der Fortschritt gegenüber den Hochphasen des Fachkräftemangels ist spürbar, er ist aber auch teilweise konjunktureller Natur: In einer schwächeren Gesamtwirtschaft konkurrieren andere Branchen weniger aggressiv um dieselben Arbeitskräfte. Sobald die Wirtschaft wieder anzieht, wird der Druck rasch zurückkehren. Denn die erwerbsfähige Bevölkerung in Österreich schrumpfte 2025 erstmals seit den 1970er-Jahren (um fast 10.000 Personen). Für 2026 erwartet Statistik Austria einen weiteren Rückgang um 12.600 Personen, der sich 2027 auf knapp 19.000 Personen beschleunigen soll.<sup>6</sup>

Investitionen in die Arbeitgeber:innenattraktivität, wie etwa Mitarbeiter:innenunterkünfte, flexible Arbeitszeitmodelle und Weiterbildung, sind keine kurzfristigen Maßnahmen, sondern strukturelle Voraussetzungen für weiterhin stabile Teams. 29 % der investitionsbereiten Betriebe planen Investitionen in Mitarbeiter:innenbereiche und -unterkünfte – ein wichtiger und richtiger Schritt.

6) vgl. Scheiblecker, Marcus; Ederer, Stefan; WIFO-Konjunkturprognose 1/2026: „Iran-Krieg gefährdet die Konjunkturerholung — Prognose für 2026 und 2027“, Wien, April 2026, <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/67870458>

„Die Entspannung am Arbeitsmarkt darf nicht als Selbstläufer betrachtet werden. Betriebe, die jetzt in ihre Attraktivität als Arbeitgeber:innen investieren – in Unterkünfte, Arbeitszeitmodelle und Entwicklungsperspektiven – werden zukünftige Herausforderungen besser meistern als jene, die die aktuelle Beruhigung als dauerhaften Normalzustand missverstehen.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**

## Investition und Finanzierung

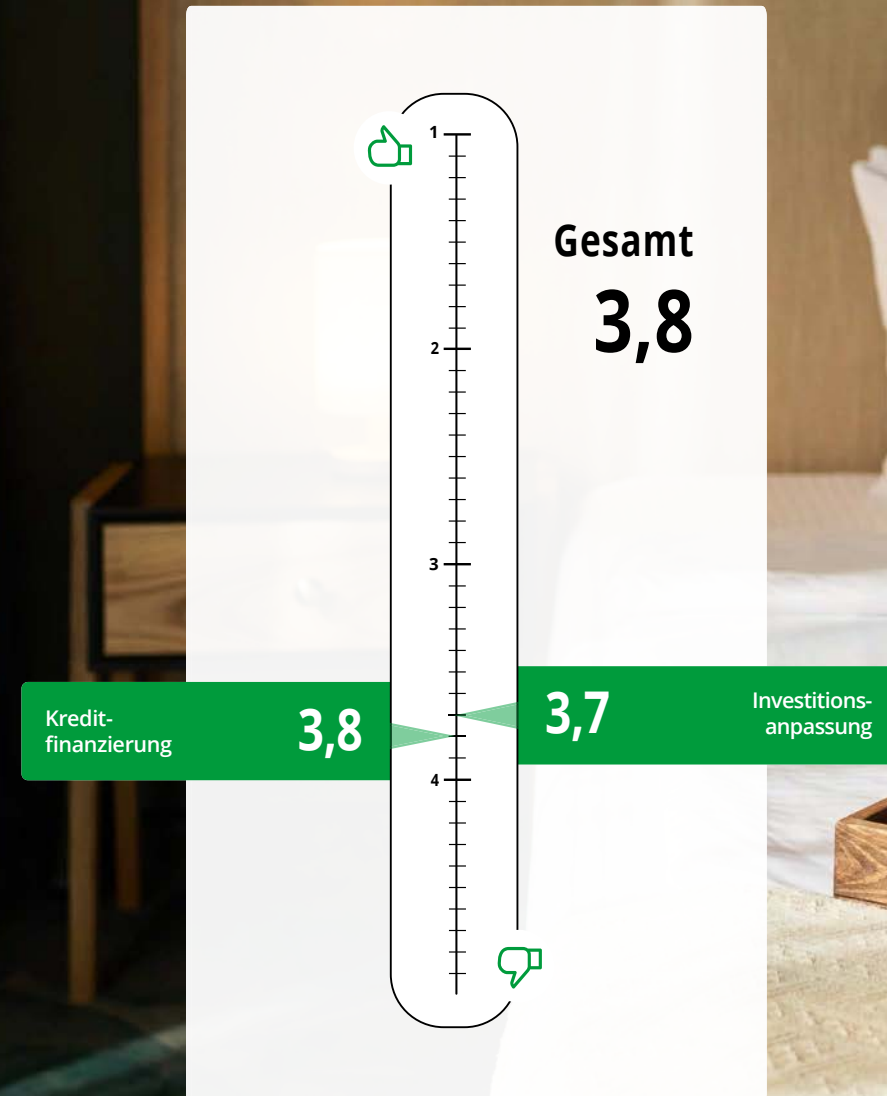
Die Investitionsbereitschaft steht 2026 im Zeichen der Zurückhaltung: 41 % der Betriebe reduzieren ihre geplanten Investitionen, nur 6 % erhöhen sie. 54 % investieren planmäßig. Der zusammengefasste Index für Investition und Finanzierung liegt bei der Note 3,8 (Vorjahr: 3,7).

Der Zugang zur Kreditfinanzierung wird von 43 % der Betriebe als schwieriger empfunden. Nur 2 % berichten von einer Verbesserung; ein Viertel (27 %) sieht keine Veränderung.

Trotzdem planen 44 % der Befragten in den nächsten zwei Jahren Investitionen von mehr als 500.000 Euro. Bei 22 % sind diese fix geplant, bei den anderen 22 % wahrscheinlich. Zu den wichtigsten Investitionsbereichen zählen:

- Qualitätssteigerung des Angebots: 60 %
- Qualitätserhalt und Sanierung: 48 %
- Energieeffizienz, Heizung und Photovoltaik: 46 %
- Digitalisierung und KI: 39 %
- Wellness und Spa: 33 %
- Mitarbeiter:innenbereiche und -unterkünfte: 29 %

Haupttreiber für diese Investitionen ist das Potenzial für Qualitäts- und Preissteigerung (42 %), gefolgt von Nachfrage- und Markttrends (21 %) sowie einer Kostensenkung (12 %). Die Finanzierung erfolgt vorrangig über Bankkredite (55 %) und Eigenmittel (51 %) unter Nutzung von OeHT-Investitionskrediten (40 %) und Landesförderungen (26 %).





## Klartext

Investieren in schwierigen Zeiten fällt schwer, ist aber dringend notwendig. Wer jetzt nicht in Energieeffizienz und Qualität investiert, verliert in einem bis 2027 (wenn auch nur leicht) wieder anziehenden Markt an Boden. Das WIFO prognostiziert für 2027 ein BIP-Wachstum von bis zu 1,3 %<sup>7</sup>. Dass ein Großteil der investitionsbereiten Betriebe in Energieeffizienz investiert, zeigt: Die Branche hat verstanden, wo das strukturell größte Einsparungspotenzial liegt.

7) Vgl. Scheiblecker, Marcus; Ederer, Stefan; WIFO-Konjunkturprognose 1/2026: „Iran-Krieg gefährdet die Konjunkturerholung — Prognose für 2026 und 2027“, Wien, April 2026, <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/67870458>, abgerufen am 25.04.2026

„40 % der Betriebe kürzen ihre Investitionen – das ist ein Warnsignal für die gesamte Wirtschaft. Allein in Tirol schafft der Tourismus mehr als 10 Milliarden Euro Wertschöpfung und mehr als jeden vierten Arbeitsplatz<sup>8</sup>. Investitionshemmnisse im Tourismus sind Investitionshemmnisse für ganze Regionen.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

„Wer heute in Qualität, Energie und Digitalisierung investiert, investiert in die Zukunft des österreichischen Tourismus. Förderprogramme, die das ermöglichen, sind keine Subvention, sondern gezielte Standortpolitik.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

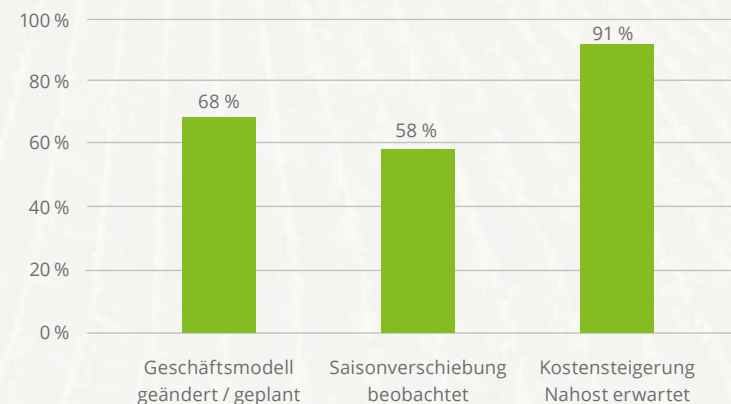
8) Vgl. OTS0104: „Tirols Tourismus bilanziert positive Wintersaison, aktuelle Studie bestätigt wirtschaftliche Bedeutung der Branche“, Innsbruck, 23.04.2026, [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20260423\\_OTS0104/tirols-tourismus-bilanziert-positive-wintersaison-aktuelle-studie-bestaetigt-wirtschaftliche-bedeutung-der-branche](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20260423_OTS0104/tirols-tourismus-bilanziert-positive-wintersaison-aktuelle-studie-bestaetigt-wirtschaftliche-bedeutung-der-branche), abgerufen am 26.04.2026

# 06 Hot Topic



## Transformation im Tourismus

Die Transformation des österreichischen Tourismus ist in vollem Gange. Mehr als die Hälfte der befragten Betriebe hat das Geschäftsmodell bereits verändert oder plant dies. Grund dafür sind neben dem Kostendruck der Klimawandel und ein veränderter Gästebedarf. Gleichzeitig belasten der Rückgang der Nebenausgaben und der Nahost-Konflikt die kurzfristige Ertragslage.





## Was wird verändert?

Neue digitale Lösungen im Betrieb (Ertragsmanagement, Automatisierung und Workflows) führen mit 69 % die Liste an. Die Digitalisierung der Gästereise (Online-Check-in, automatisierte Kommunikation) folgt mit 56 %. Jeder dritte Betrieb (39 %) verändert seine Zielgruppe, knapp ein Drittel (32 %) erweitert das Angebotsportfolio. Veränderungen bei der betrieblichen Positionierung (29 %) und die Auslagerung von Dienstleistungen (29 %) sind weitere häufige Maßnahmen.

## Was treibt die Transformation?

Der dominierende Treiber ist die Optimierung der Kostenstruktur (76 %), gefolgt von der Ausrichtung auf veränderte Gästebedürfnisse (66 %) und die Optimierung von Betriebsprozessen (56 %). Die Transformation ist damit primär defensiv und die Folge von Kosten- sowie Marktdruck. Ziel ist es die Ertragskraft zu halten und nicht Wachstumsambitionen.

## Rückgang der Nebenkonsumation

Ein starkes Signal kommt von den Gästen selbst: Knapp zwei Drittel (63 %) der Betriebe berichten von gesunkenen Nebenausgaben pro Gast (bei 41 % sind diese leicht, bei 22 % deutlich gesunken). Nur 12 % der Befragten verzeichnen eine Steigerung. Am stärksten betroffen ist die Gastronomie (86 % nennen Restaurant und Bar als Hauptsparfeld der Gäste), gefolgt von Wellness und Spa (36 %) sowie Upgrades (28 %).

In der Folge reduziert beinahe die Hälfte der Betriebe (44 %) ihr Angebot oder ihre Öffnungszeiten. Ein Drittel (36 %) intensiviert die Mehrwert-Kommunikation und ein Viertel (24 %) setzt auf Paketierung.

## Preisdurchsetzung und Positionierung

Der Hälfte der Betriebe (50 %) gelingt die Preisdurchsetzung gegenüber dem Vorjahr gut oder sehr gut. 36 % beurteilen sie als mittelmäßig, 14 % als schlecht. Als größte Hürden nennen sie hohe Kosten, die nicht auf den Gast überwältzt werden können (45 %), einen intensiven Preis- bzw. Konkurrenzvergleich (24 %) sowie eine allgemeine Nachfrageschwäche (22 %).

Ausschlaggebend für die Ertragskraft sind speziell die Lage des Betriebs (28 %), Qualität und Service (23 %) und das Preis-Leistungs-Verhältnis (16 %), das Wellness- (8 %) und Familienangebot (8 %) sowie Business/MICE (7,7 %). Am Land dominiert die Lage, in der Stadt spielen jedoch Qualität und Business-Positionierung eine stärkere Rolle.

# Klimawandel und Saisonverschiebung

Mehr als die Hälfte der Betriebe (58 %) beobachtet eine Verschiebung der Saisonen – 12 % nehmen diese stark wahr, 46 % leicht. Der Stadt-Land-Unterschied ist erheblich: 66 % der Betriebe auf dem Land beobachten eine Verschiebung, während in der Stadt nur 37 % Veränderungen vermelden.

Für viele Betriebe wird die Wintersaison kürzer und unsicherer (74 % der Betroffenen), aber auch „Zuspitzungen“ der Saisonen mit kürzeren Peaks (43 %) werden beobachtet. Außerdem gewinnen Nebensaisonen an Bedeutung (32 %). Auch der Klimawandel hinterlässt Spuren: Schneemangel (44 %), Hitzetage und Tropennächte (23 %) sowie Starkregen und Muren (18 %) belasten die Betriebe. Auf dem Land dominiert der Schneemangel noch deutlicher (54 %), in der Stadt ist Hitze der Haupteffekt (37 %), wobei die Hälfte der Stadtbetriebe (50 %) aktuell noch keine Auswirkungen des Klimawandels wahrnimmt.

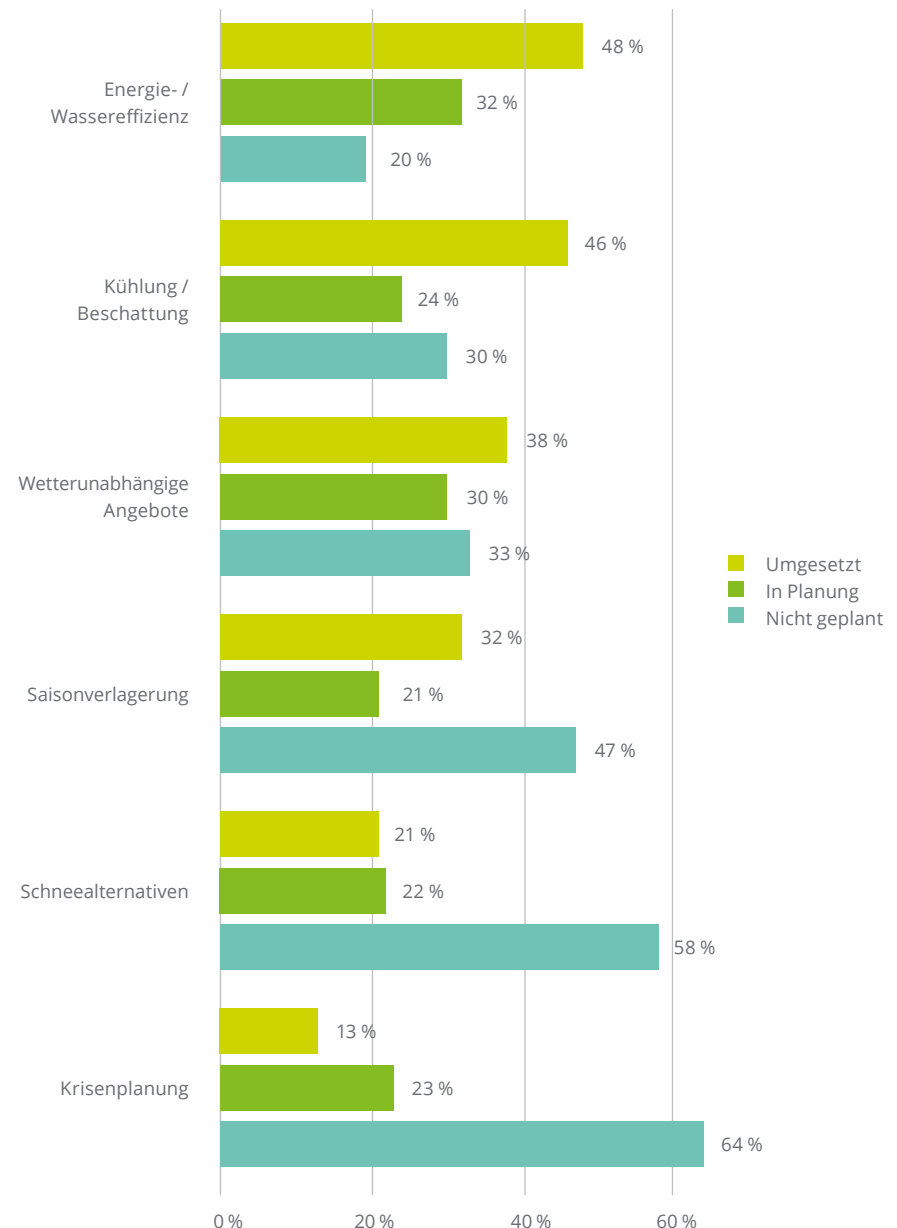
Die Tirol Werbung reagiert darauf bereits mit gezielten Maßnahmen: einer halben Million Euro für eine Spätwinterkampagne „Gletscherfrühling“ sowie dem Projekt „Attraktiver Ganzjahrestourismus“ mit 16 beteiligten Tourismusverbänden<sup>9</sup>.

# Geopolitik als Transformationsbeschleuniger

43 % der Betriebe spüren bereits eine Nachfrageverschiebung durch den Iran-Krieg (Zeitpunkt der Umfrage: Ostern 2026), 74 % davon durch ausbleibende Gäste aufgrund asiatischer Märkte oder unsichere oder aufwändigere Anreiserouten, 28 % durch eine verstärkte Nachfrage aus sicheren Märkten. 9 von 10 Betrieben (91 %) rechnen aufgrund des Krieges mit Kostensteigerungen für den Sommer 2026 – ein außergewöhnlich hoher Wert.

9) Vgl. OTS0104: „Tirols Tourismus bilanziert positive Wintersaison, aktuelle Studie bestätigt wirtschaftliche Bedeutung der Branche“, Innsbruck, 23.04.2026, [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20260423\\_OT0104/tirols-tourismus-bilanziert-positive-wintersaison-aktuelle-studie-bestaetigt-wirtschaftliche-bedeutung-der-branche](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20260423_OT0104/tirols-tourismus-bilanziert-positive-wintersaison-aktuelle-studie-bestaetigt-wirtschaftliche-bedeutung-der-branche), abgerufen am 26.04.2026

## Klimaanpassungsmaßnahmen





## Klartext

Die Transformation des österreichischen Tourismus ist keine Kür, sondern Pflicht. Mehr als zwei Drittel der Betriebe haben das bereits erkannt. Dass der wichtigste Treiber die Kostenoptimierung ist, zeigt aber auch: Dieser Wandel läuft primär defensiv mit dem Ziel die Ertragskraft abzusichern. Dabei sollten aber langfristige Strategien nicht aus dem Blick geraten.

Der Rückgang der Nebenkonsumation ist ein strukturelles Signal, das ernstgenommen werden muss. Wer sein Erlösmodell bisher stark auf Gastronomie und Spa ausgerichtet hat, braucht jetzt eine klare Antwort: Angebotsreduktion ist ein legitimer Weg – aber nur dann, wenn die freiwerdenden Kapazitäten und Kosten auch tatsächlich eingespart werden und die Marktpositionierung mit anderen betrieblichen Kernkompetenzen gelingt.

Die Saisonverschiebung durch den Klimawandel erfordert eine proaktive Angebotsentwicklung für Schulter- und Nebensaisonen. Betriebe, die Ganzjahreskonzepte entwickeln und kommunizieren, haben einen strukturellen Vorteil im Wettbewerb um Gäste, die flexibler reisen als frühere Generationen.

„Der Tourismus transformiert sich – das ist die gute Nachricht. Die schlechte: Zu viele Betriebe transformieren reaktiv statt strategisch. Wer jetzt nicht fragt, welches Produkt, welche Zielgruppe und welche Technologie in fünf Jahren tragen soll, wird von den nächsten Marktverschiebungen überrascht werden.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

„Die Transformation in der Hotellerie ist kein Trend, den man abwarten kann – sie ist ein struktureller Wandel, der bereits stattfindet. Betriebe, die Klimaanpassung, Digitalisierung und Geschäftsmodell-Erneuerung als strategische Chance begreifen, werden in fünf Jahren besser dastehen. Die Zahlen zeigen: Die Branche erkennt die Notwendigkeit, aber die Umsetzungsquoten können noch deutlich steigen.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**

# 07

## Kurz & bündig



Der Tourismusbarometer 2026 zeigt eine Branche im Spannungsfeld zwischen operativem Erfolg und struktureller Belastung.

Die Wintersaison 2025/26 war objektiv stark: 54,25 Millionen Nächtigungen – ein Rekordwert<sup>10</sup> – belegen die anhaltend hohe Nachfrage nach dem österreichischen Tourismus. Die Betriebe bewerten die abgelaufene Wintersaison besser als im Vorjahr (Note 2,6 nach 2,8). Selbst in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten bleibt die Nachfrage somit bemerkenswert robust und die Branche behauptet sich.

Doch der Gesamtindex 2026 liegt mit 3,2 beim schlechtesten Wert seit 2021. Das ist kein Widerspruch: Die Nächtigungszahlen steigen, aber die Ertragskraft erhöht sich nicht proportional dazu. Die steigenden Kosten (Note 4,3) und die Steuer- und Abgabenlast (Note 4,2) fressen die Gewinne. Bei fast jedem zweiten Betrieb (49 %) entwickelte sich der Gewinn in den letzten drei Jahren schlechter als der Umsatz – eine Schere, die sich nicht dauerhaft weiten lässt.

Die Erwartungen für den Sommer 2026 sind gedämpft. Der Iran-Krieg hat die Energiepreise verteuert und hält manche Gäste vom Reisen ab – 43 % der Betriebe spüren die Nachfrageverschiebung bereits. Die geopolitischen Unsicherheiten hemmen zudem die Investitionsentscheidungen. 91 % der Betriebe erwarten Kostensteigerungen durch den Konflikt. Das WIFO gibt für 2026 nur 0,9 % BIP-Wachstum vor – im pessimistischen Szenario sogar nur 0,2 %<sup>11</sup>.

Die Mitarbeiter:innenverfügbarkeit entspannt sich etwas: Der kombinierte Index verbessert sich von 3,1 auf 2,9. Doch 61 % der Betriebe suchen weiterhin aktiv Mitarbeiter:innen und die strukturelle Herausforderung durch den Rückgang der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter ist noch nicht gelöst.

Investiert wird zwar, aber selektiv und oft mit angezogener Handbremse. 40 % der Betriebe kürzen ihre Investitionspläne, wer dennoch investiert, setzt auf das Richtige: Qualitätserhalt, Energieeffizienz und Digitalisierung. Die Kreditverfügbarkeit verschlechtert sich für 43 % – gerade kleine Betriebe stehen damit vor einer Finanzierungslücke, die öffentliche Förderinstrumente schließen müssen.

Ein Blick auf das Thema Transformation im Tourismus zeigt: Die Branche ist im Wandel und dieser Wandel ist tiefgreifend. Mehr als zwei Drittel der Betriebe haben ihr Geschäftsmodell angepasst oder planen es. Dabei sind Digitalisierung, Ökologisierung, veränderte Gästebedürfnisse und der Kostendruck die wichtigsten Treiber. Für Touristiker:innen gilt es Maßnahmen zur Digitalisierung und Ökologisierung nicht aufzuschieben, wetterunabhängige Angebote auszubauen und die Transformation im Tourismus zu nutzen, um die Positionierung zu schärfen. Dies sind Voraussetzungen für die künftige Wettbewerbsfähigkeit.

Damit bleibt der Tourismus für Österreich ein zentraler Wirtschaftsmotor – und nicht zuletzt ein wichtiger Arbeitgeber. Um diese positive Entwicklung fortzusetzen, sind verlässliche Rahmenbedingungen entscheidend. Dabei muss auch der Politik die Bedeutung der Branche für unsere Wirtschaft bewusst sein. Denn bürokratische Hürden oder zusätzliche Belastungen können Investitionen bremsen, ein tourismusfreundliches Umfeld hingegen stärkt die Betriebe und damit den gesamten Standort.

10) Vgl. Statistik Austria, Pressemitteilung 14 141-060/26: „Wintertourismus bereits mit 54 Mio. Nächtigungen“, Wien, 26.03.2026, <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2026/03/20260326AnkuenfteNaechtigungenFebruar2026.pdf>, abgerufen am 04.05.2026  
11) Vgl. Scheiblecker, Marcus; Ederer, Stefan; WIFO-Konjunkturprognose 1/2026: „Iran-Krieg gefährdet die Konjunkturerholung — Prognose für 2026 und 2027“, Wien, April 2026, <https://www.wifo.ac.at/publication/pid/67870458>, abgerufen am 25.04.2026

# Kontakt



**Andreas Kapferer**  
Partner | Deloitte Tirol

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



**Markus Gratzner**  
Generalsekretär | ÖHV

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

# Impressum

**Herausgegeben von:**

Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH

**Text:**

Andreas Kapferer und Birgit Breyner

**Unter redaktioneller Mitarbeit von:**

Armin Nowshad, Nicole Böhmerle und Nadine Höfling

**Grafik und Layout:**

Claudia Hussovits



# 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 Audit & Assurance, Tax, Strategy, Risk & Transactions und Technology & Transformation. 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“ – ca. 470.000 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.