

Deloitte.



# Tourismusbarometer 2023

Eine Studie von  
Deloitte Tirol und ÖHV

MAKING AN  
IMPACT THAT  
MATTERS

since 1845



## Impressum

Herausgegeben von Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH

Text: Andreas Kapferer und Birgit Breyner

unter redaktioneller Mitarbeit von Armin Nowshad, Theresa Kopper und Gina Grassmann

Grafik und Layout: Liga Mukane

Porträt-Fotos: Andreas Kapferer – © DieFotografen | Markus Gratzer – © Bernhard Raab

# Inhalt

Vorwort	05
Methode und Sample	06
Tourismusindex	08
Key Findings	10
Detailergebnisse	
Wirtschaftliche Lage des Tourismus	12
Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen	14
Unternehmerische Entwicklung 2022/23	18
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	21
Investition und Finanzierung	24
Hot Topic	27
Kurz & bündig	32
Kontakt	34



# Vorwort

Die vergangene Wintersaison ist relativ gut verlaufen. Die Betriebe zeigen sich zumindest zufrieden mit der Auslastung. Doch an Herausforderungen mangelt es nicht: Vor allem auf der Kostenseite drückt der Schuh. Die hohe Inflation und die steigenden Zinsen belasten die Tourismusunternehmen enorm. Wie gehen sie damit um? Und wie bewältigen sie den omnipräsenten Arbeitskräftemangel? Diese und weitere Fragen haben wir rund 230 Touristikerinnen und Touristikern im aktuellen Tourismusbarometer gestellt.

Fest steht: Der Branche wird es jedenfalls nicht langweilig. Und die nächste Hürde lässt nicht lange auf sich warten. Denn die Umsetzung des Green Deals der EU und die damit einhergehenden ESG-Kriterien, die es bald auch von Österreichs Banken zu erfüllen gilt, werden zumindest indirekte Folgen für die Beherbergungsbetriebe haben – selbst für die kleinste Frühstückspension. Wir haben diesem Thema daher ein eigenes Kapitel gewidmet.

Doch lesen Sie selbst, wie es aktuell um die für Österreich so wichtige Wirtschaftsbranche steht.

Wir wünschen eine erkenntnisreiche Lektüre!



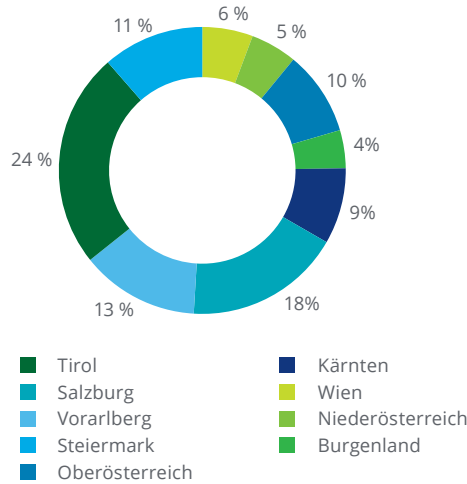
**Andreas Kapferer**  
Partner | Deloitte Tirol



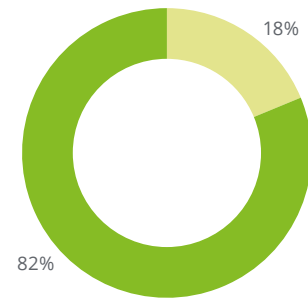
**Markus Gratzner**  
Generalsekretär | ÖHV

# Methode und Sample

Bundesland des Unternehmens



Stadt oder Land



Mit dem Tourismusbarometer erheben Deloitte und die ÖHV jedes Jahr die Stimmungslage in Österreichs Tourismusbranche. Im Rahmen der Studie haben im April und Mai 2023 insgesamt 232 Unternehmen österreichweit ihre Einschätzung und Meinung zu aktuellen Entwicklungen und Trends geteilt.

Die Befragung umfasst die Kernbereiche:

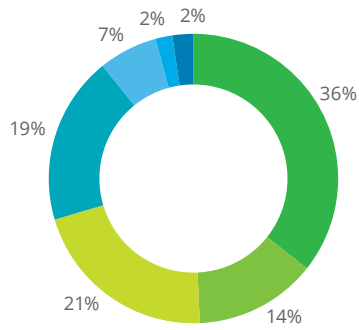
- Wirtschaftliche Lage des Tourismus
- Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen
- Geschäftsentwicklung
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Investition und Finanzierung

Neben diesen Feldern beleuchten wir mit dem Hot Topic 2023 das Thema Nachhaltigkeit aus dem Blickwinkel der kommenden EU-Berichtspflichten.

Die Ergebnisse der Befragung liefern Einblicke in aktuelle Trends und zeigen Stärken sowie Entwicklungsfelder aus der Perspektive der Tourismusunternehmen auf. Die Erkenntnisse aus der Studie wurden durch die ÖHV sowie Tourismusexpertinnen und -experten von Deloitte analysiert und interpretiert. Daraus wurden Einschätzungen zur weiteren Entwicklung der Branche und Empfehlungen für die Tourismusbetriebe abgeleitet.

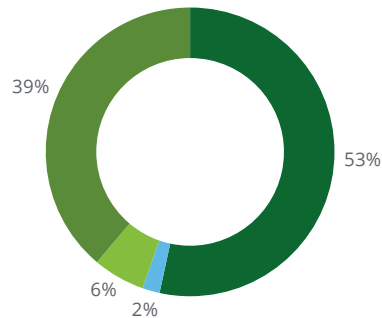
Darüberhinaus wurde auch wieder ein Tourismusindex errechnet, der die aktuelle Gesamtstimmung im österreichischen Tourismus veranschaulicht.

Anzahl der Mitarbeiter:innen



- bis 20
- 21 - 30
- 31 - 50
- 51 - 100
- 101 - 150
- 151 - 200
- über 200

Öffnungszeiten



- Ganzjährig
- Nur Winter
- Nur Sommer
- Zwei Saisonen (Winter/Sommer)



„Die Grundstimmung in den österreichischen Tourismusbetrieben hat sich spürbar verbessert. Auch von unseren Tiroler Klientinnen und Klienten bekommen wir durchwegs positive Rückmeldungen zum vergangenen Winter. Die Umsatzzahlen sprechen für sich. Einige Betriebe konnten außerdem noch bis in den Winter von den fixierten Energiepreisen profitieren.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

# Tourismusindex



„Der Städtetourismus bekam die Pandemie mit voller Härte zu spüren. Es ist schön zu sehen, dass ein nachfrageseitig zufriedenstellendes Niveau erreicht wurde.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

Der Tourismusindex gibt die aktuelle Stimmungslage unter Österreichs Tourismusunternehmen wieder.

In den Index fließen folgende Faktoren ein:

- die aktuelle wirtschaftliche Lage sowie die Entwicklungschancen des Tourismus,
- das regionale Umfeld und die betrieblichen Rahmenbedingungen,
- die individuelle Situation und Entwicklung des jeweiligen Unternehmens.

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

2023 liegt der Tourismusindex bei einem Gesamtwert von 2,97. Erstmals seit 2019 ist der Wert damit wieder unter 3.

Nachdem die Corona-Pandemie bisher unterschiedliche Auswirkungen auf den städtischen sowie den ländlichen Tourismus hatte, erfolgt zudem eine separate Betrachtung des Tourismusindex für Stadt und Land:

Der Städtetourismus hat sich bereits im Vorjahr langsam wieder in eine positive Richtung bewegt, nachdem dieser von der Pandemie besonders stark betroffen war. Heuer ist die Gesamtstimmung der städtischen Touristikerinnen und Touristiker besser als jene ihrer Kolleginnen und Kollegen mit Betrieben außerhalb des urbanen Raumes.

Im Bundesländervergleich zeigt sich **Wien** mit einem Indexwert von 2,57 besonders positiv gestimmt. Dies liegt vor allem an der optimistischen Einschätzung der Umsatzentwicklung für das aktuelle Geschäftsjahr: 92 % der befragten

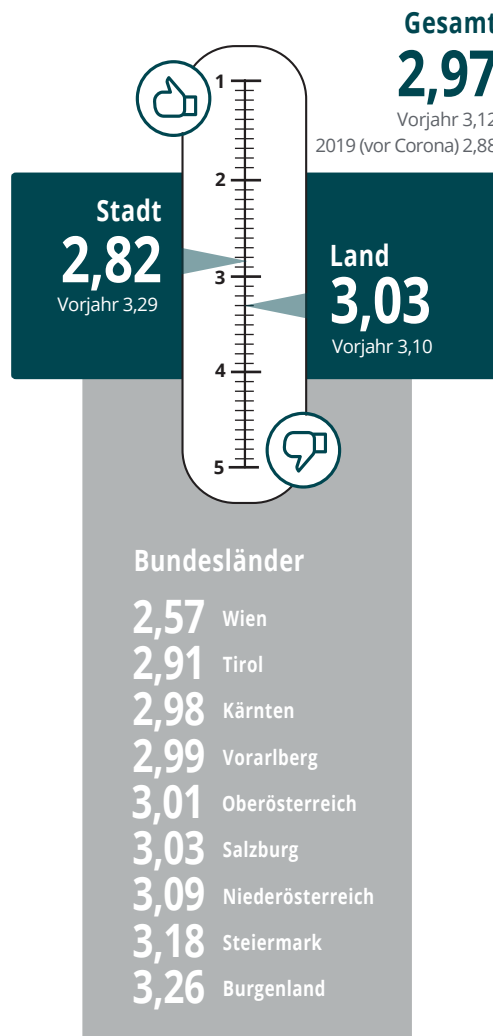


Wiener Tourismusunternehmen gehen von einer Verbesserung aus. Darüber hinaus ist die Hauptstadt derzeit am zufriedensten mit der wirtschaftlichen Lage im eigenen Bundesland. Warum unter dem Strich dennoch nur ein schwaches „Gut“ herauskommt, liegt an den externen Einflussfaktoren – allen voran dem negativen Einfluss der allgemeinen Kostensituation auf den eigenen Betrieb.

Die Optimistinnen und Optimisten des Vorjahres stammten aus **Vorarlberg** (VJ 2,91) – und sind auch heuer wieder zuversichtlich (2,99). Das Ländle belegt aber dennoch nur Rang vier im Bundesländerranking. Platz zwei belegt das Nachbarbundesland **Tirol** mit einem

Indexwert von 2,91. Besonders zufrieden sind die dort ansässigen Betriebe mit der vergangenen Wintersaison und der allgemeinen wirtschaftlichen Lage in Tirol. Getrübt wird das Bild aber auch im Westen durch die allgemeine Kostensituation. In der **Steiermark** – die im Vorjahr mit 3,35 den negativsten Gesamtwert verzeichnete – hat sich die Stimmung etwas verbessert: Der Indexwert liegt nun bei 3,18. Das **Burgenland** sieht die Lage heuer zwar minimal positiver (VJ 3,29; aktuell: 3,26), löst aber 2023 dennoch die Steiermark als Schlusslicht im Bundesländervergleich ab.

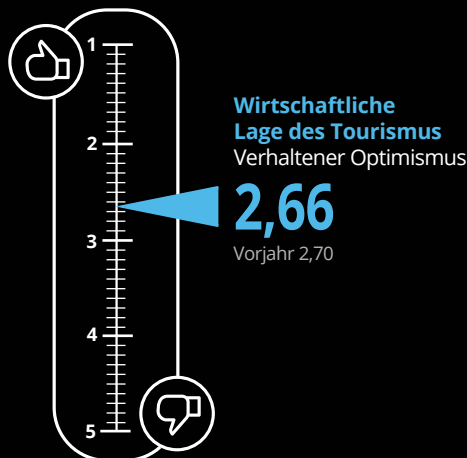
Im Folgenden werden die Detailergebnisse, die dem Indexwert zugrunde liegen, betrachtet und analysiert.



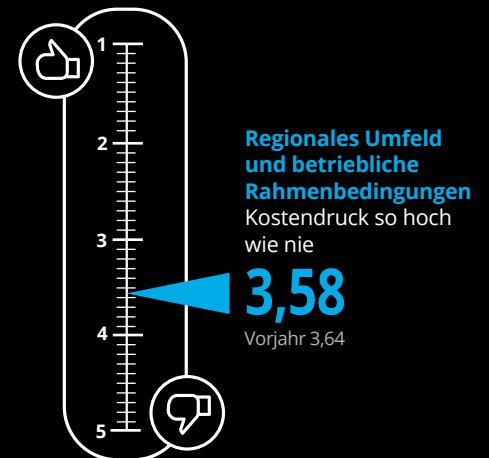
# Key Findings

## Hot Topic 2023: Nachhaltigkeit und ESG

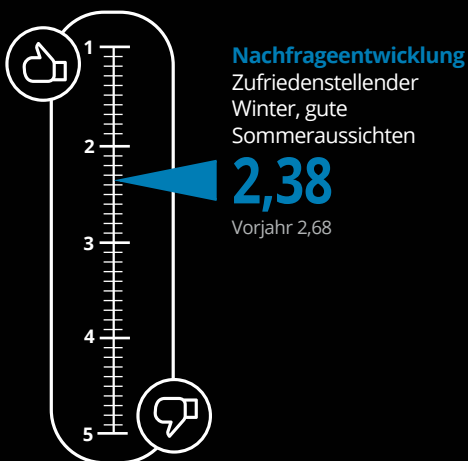
In den nächsten fünf Jahren werden die meisten Banken in den Bereichen Nachhaltigkeit, Soziales und Unternehmensführung schrittweise berichtspflichtig. Die EU hat dazu eine neue Richtlinie entworfen. Demnach ist davon auszugehen, dass es zu einer Anpassung der Kreditvergabekriterien kommen wird. In Zukunft könnten daher Investitionsvorhaben, die als nicht nachhaltig eingestuft werden, nur schwierig umzusetzen sein. Strukturierte Aufzeichnungen über umweltschonende Maßnahmen, sozialbewusste Tätigkeiten und gewisse Punkte in der Geschäftsgebarung, wie etwa ein Diversitätskonzept und Geldwäschebekämpfung, wären zukünftig für jeden Betrieb, der eine Kreditfinanzierung anstrebt, von Bedeutung.



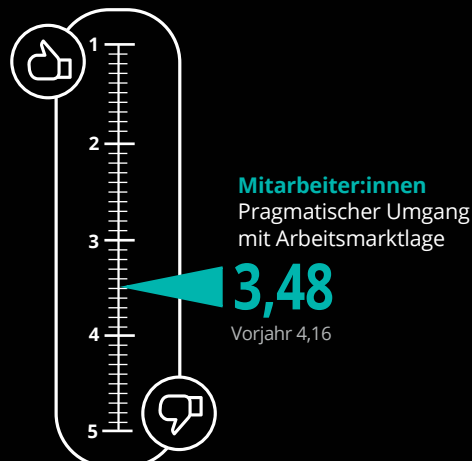
Die österreichischen Tourismusunternehmen sind mit der wirtschaftlichen Entwicklung im eigenen Bundesland mehrheitlich zufrieden, auch die Lage der Tourismusbranche im Speziellen empfinden immerhin 50 % der Befragten besser als im Jahr davor. Für die kommenden zwölf Monate sind die Meinungen hinsichtlich der wirtschaftlichen Lage im eigenen Bundesland geteilt.



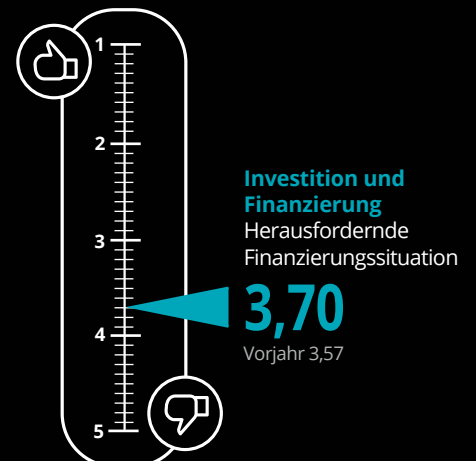
Das Dauerthema Arbeitskräftemangel ist auch 2023 omnipräsent. Erstaunlicherweise belastet das fehlende Personal die Tourismusbetriebe aber weniger als in den Vorjahren. Vermutlich auch, weil die allgemeinen Teuerungen schwerer wiegen: Der Kostendruck ist heuer so hoch wie nie zuvor. Die Betriebe sind aufgrund der bislang unverminderten Nachfrage und Reiselust relativ optimistisch die Preise entsprechend anpassen zu können.



Es war endlich wieder ein guter Winter für die Tourismusbetriebe in der Alpenrepublik. Und auch die Aussichten auf den Sommer stimmen zuversichtlich. Die Kurzfristigkeit der Buchungen im Beherbergungssektor nimmt weiter zu – und damit auch die Möglichkeit, diese höher zu bepreisen. Die Gäste sind zunehmend bereit, für kurzfristige Buchungen höhere Preise zu bezahlen.



Der Arbeitsmarkt ist bereits seit Jahren angespannt und die Situation spitzt sich weiter zu. Der langjährige Leidensdruck ist wohl ein Mitgrund, dass man im Umgang mit der mangelnden Personalverfügbarkeit bereits erprobt ist. Zwar gestaltet sich die Mitarbeitersuche für 87 % der Tourismusbetriebe gleich schwierig oder sogar noch schwieriger als bisher, aber insgesamt geht man mit den negativen Auswirkungen dieses Mangels immer besser um.



Für die Mehrheit der Touristikerinnen und Touristiker ist es etwas schwieriger geworden Kreditfinanzierungen zu bekommen. Ursprünglich für 2023 geplante Investitionen werden dementsprechend von 36 % der Betriebe reduziert, und lediglich von 8 % erhöht. 56 % führen die Investitionen wie geplant durch.

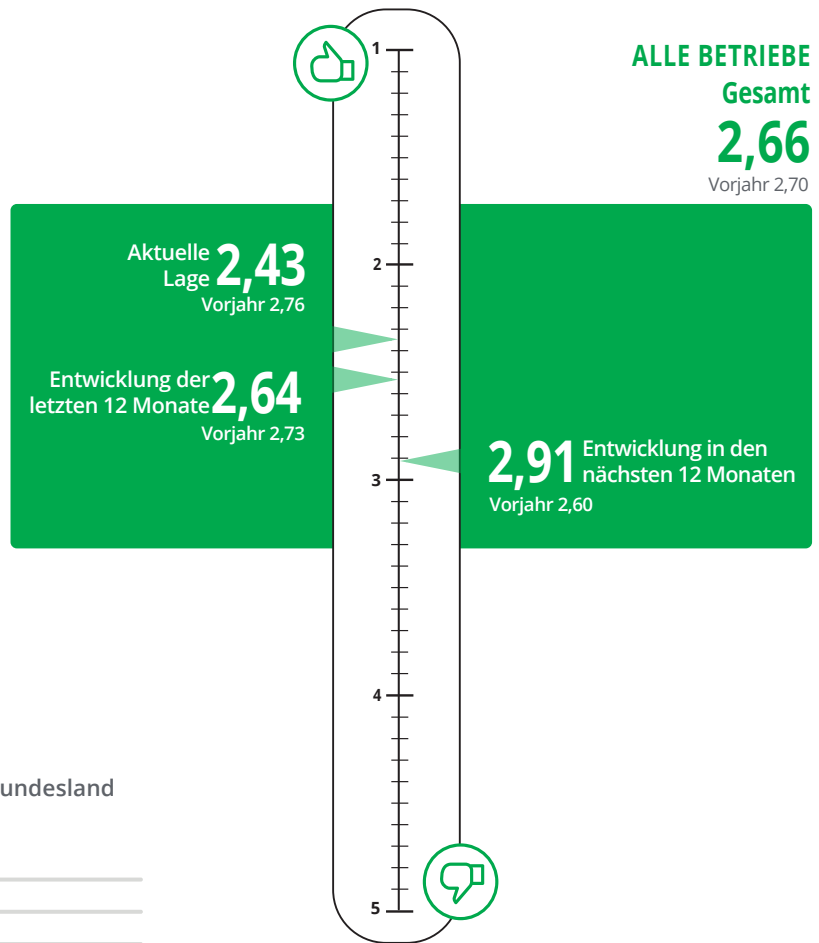
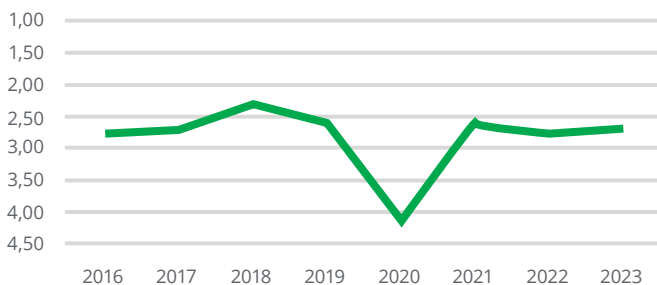
# Wirtschaftliche Lage des Tourismus

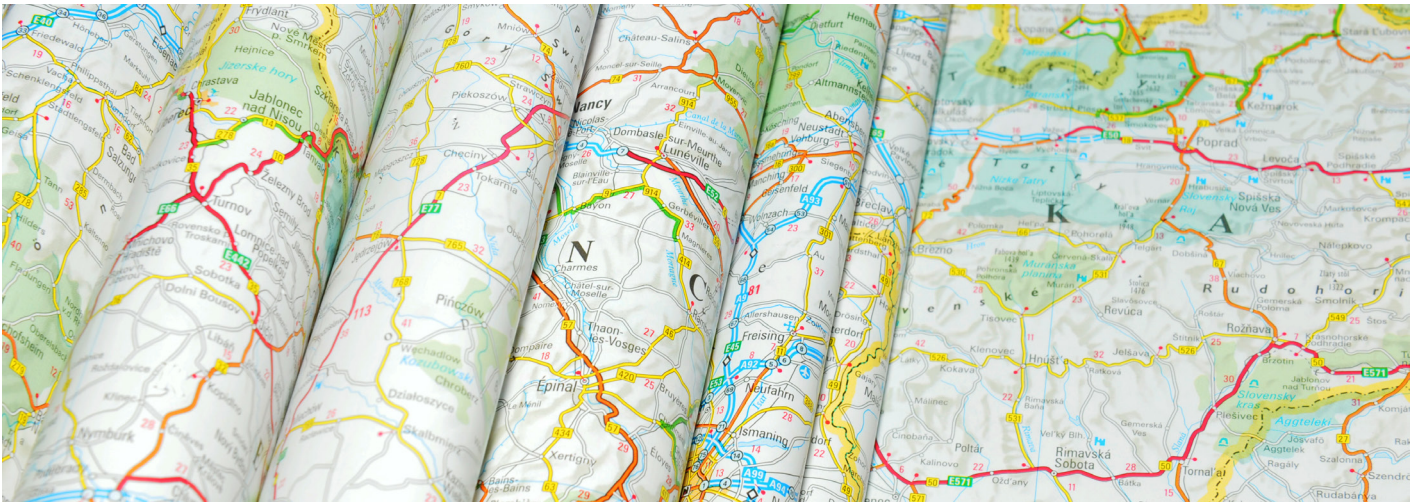
Zwischen November 2022 und März 2023<sup>1</sup> konnte der österreichische Tourismus insgesamt 61,1 Millionen Nächtigungen verzeichnen. Das sind zwar rund 5,5 % weniger als im letzten Vergleichszeitraum vor Corona, aber ganze 35 % mehr als im Vorjahr. Es scheint ganz so, als hätten die Gäste Corona hinter sich gelassen. Doch wie bewerten die österreichischen Tourismusbetriebe die aktuelle wirtschaftliche Lage?

Die vergebenen Noten ergeben sich aus der Einschätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage im eigenen Bundesland und der regionalen Tourismusentwicklung innerhalb des letzten Jahres sowie aus der Erwartung der wirtschaftlichen Lage des Tourismus im eigenen Bundesland in den nächsten zwölf Monaten.

2020 war wirtschaftlich und insgesamt von der Stimmung her ein pessimistisches Ausreißerjahr. Im Jahr 2023 wird die wirtschaftliche Lage im eigenen Bundesland wieder mit ähnlichen Noten wie vor der Pandemie bewertet. Auffallend ist, dass die aktuelle Wirtschaftslage heuer seit 2020 am positivsten bewertet wird: 58 % der Befragten vergeben ein „Gut“ oder „Sehr gut“, weitere 33 % ein „Befriedigend“.

Entwicklung wirtschaftlicher Lage im eigenen Bundesland 2016 bis 2023





Trotz der turbulenten Zeiten am Zinsmarkt und der massiven Geldentwertung wird die Entwicklung der wirtschaftlichen Lage des Tourismus in den vergangenen zwölf Monaten mit 2,64 – und damit etwas besser als „Befriedigend“ – bewertet. Negative Einflüsse durch das erheblich gestiegene Zinsniveau und die hohen Inflationsraten sind jedoch im eigenen Betrieb spürbar (siehe dazu Kapitel „Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen“).

50 % der österreichischen Touristikerinnen und Touristiker finden, dass sich die Lage der Branche seit April 2022 verbessert hat, rund 30 % verspüren eine Verschlechterung. Beim Blick in die Zukunft vergeben die Betriebe eine Note von 2,92.



### Das ist zu tun

Der internationale Konjunkturabschwung, der in der zweiten Jahreshälfte 2022 einsetzte und auch die österreichische Wirtschaft erfasst hat, ist spürbar. Die WIFO-Konjunkturprognose 2023 - 2024 sieht für 2023 ein minimales Wirtschaftswachstum von 0,3 % vor, für 2024 wird ein Wachstum von 1,8 % erwartet. Durch die bereits eingetretene Entspannung auf den Energiemärkten hat sich die Stimmung der Unternehmen etwas aufgehellt.

Die Gesamtinflation in der Eurozone ist von dem Höchstwert 2022 von 10,6 % im April 2023 auf 7 % gefallen. Die Kerninflation bleibt jedoch hartnäckig hoch, wodurch uns Teuerungen noch weiter begleiten werden. 70 % der Befragten nehmen dadurch bislang jedoch keine negativen Auswirkungen auf die Nachfrage wahr. Aufgrund der in Österreich im EU-Vergleich derzeit hohen Inflationsraten (8,8 % im Mai 2023) droht allerdings mittelfristig ein Verlust an Wettbewerbsfähigkeit.

Was die Einkaufsseite betrifft, zeigt sich ein deutlich problematischeres Bild (siehe dazu Kapitel „Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen“). Seitens der Politik wurden einige Maßnahmen auf Schiene gebracht: Energiekostenzuschuss, Energiekostenpauschale für kleinere Betriebe, eine Strompreisbremse sowie der EU-übergreifende, gemeinsam organisierte Gaseinkauf zu bestmöglichen Preisen – all das sind Signale, die positiv aufgenommen werden. Dennoch fehlt es bisher an langfristiger Entlastung. Der Tourismus als wichtiger BIP-Bringer – vor Corona 5,6 % direkter Beitrag zum BIP, 7,6 % direkter und indirekter Beitrag – braucht bessere Rahmenbedingungen, die kann nur die Politik schaffen. Ein zentraler Punkt wäre hier etwa ein strukturierter Zuzug, um die Verfügbarkeit von Arbeitskräften dauerhaft sicherzustellen.

1) Zu Redaktionsschluss liegen die Nächtigungsstatistiken bis März 2023 vor.

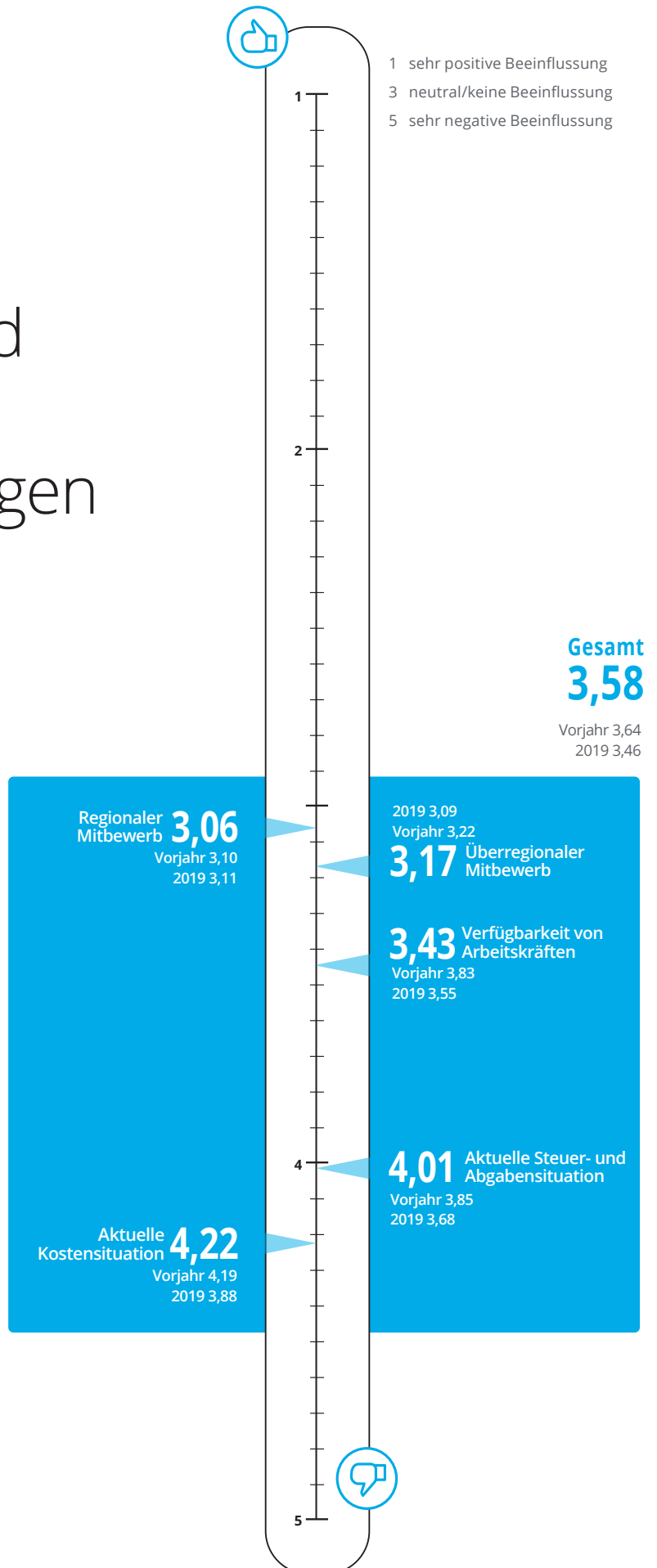
2) [https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person\\_dokument/person\\_dokument\\_jart?publikationsid=70711&mime\\_type=application/pdf](https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument_jart?publikationsid=70711&mime_type=application/pdf)

3) Vgl. Tourismus Satellitenkonto der Statistik Austria, bis 2020 vorliegend (in 2020 Abfall auf 3,5% direkter Wertschöpfungsanteil), <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/tourismus-satellitenkonto/nationales-tourismussatellitenkonto> abgefragt am 18.05.2023

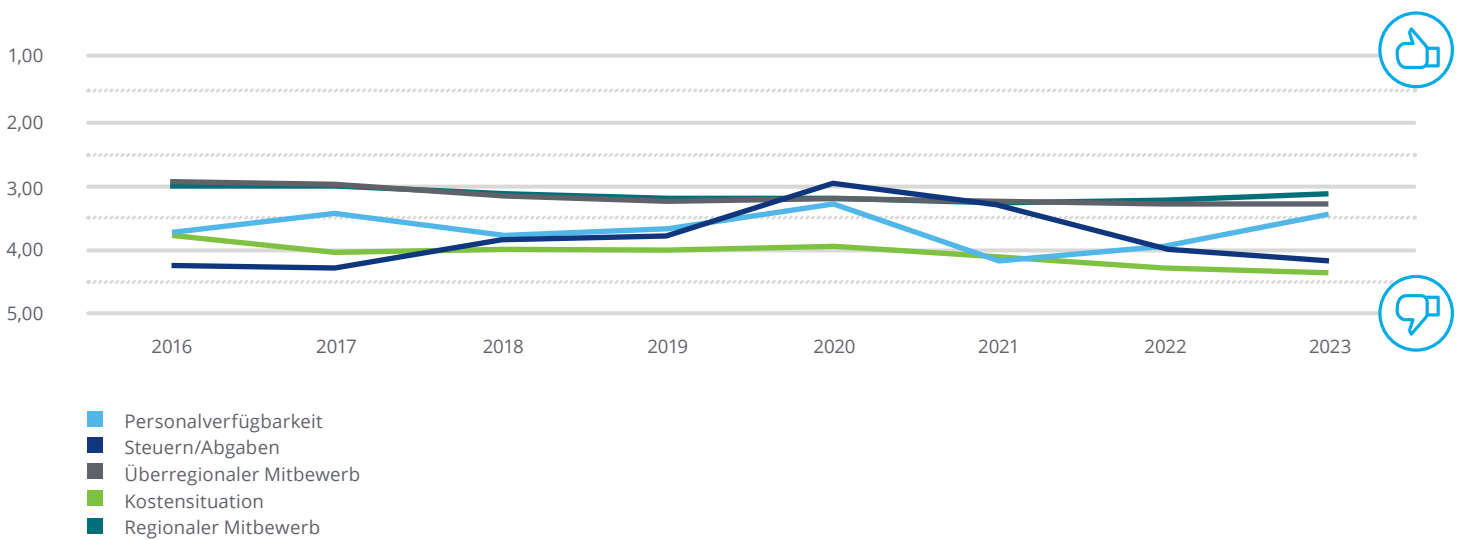


# Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen

Steuern und Abgaben sowie die gesamte Kostensituation, die Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie der Mitbewerb – all diese externen Faktoren haben maßgebliche Auswirkungen auf die Betriebsführung, sind aber nur bedingt von den Unternehmen selbst beeinflussbar. Der Großteil von Österreichs Touristikerinnen und Touristikern empfindet den Einfluss dieser Gegebenheiten auf den eigenen Betrieb als tendenziell negativ.



**Einfluss auf den eigenen Betrieb (1 - sehr positiv, 5 - sehr negativ)**



Der Einfluss des Mitbewerbs auf den eigenen Betrieb wird sowohl regional als auch überregional von nahezu 70 % aller Befragten als neutral eingestuft. Immerhin 13 % empfinden den regionalen Mitbewerb als positiv für den eigenen Betrieb, was möglicherweise mit der Erkenntnis verbunden ist, dass ein gut entwickeltes touristisches Ökosystem sich auch positiv auf den eigenen Betrieb auswirkt.

Ähnlich konstant, aber mit deutlich negativem Einfluss auf den eigenen Betrieb, wird die allgemeine Kostensituation bewertet: Ganze 91 % der österreichischen Tourismusbetriebe spüren die negativen Auswirkungen der gestiegenen Kosten. Mit einem Wert von 4,22 hat die allgemeine Kostensituation wie auch schon im Vorjahr mit Abstand den negativsten Einfluss auf die Betriebe. Die Steuer- und Abgabensituation wirkt sich auf 71 % der touristischen Unternehmen negativ aus. Während der Pandemiejahre 2020 und 2021 haben

Corona- Entschädigungen und niedrigere Betriebskosten die Auswirkung der Abgabenlast zwar reduziert, aktuell spüren die Betriebe diese jedoch wieder verstärkt.

Die Verfügbarkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wirkt sich im Zeitverlauf unterschiedlich aus. 2020 – im ersten Jahr der Pandemie mit entsprechend vielen Schließzeiten für Tourismusbetriebe – spürten die Unternehmen nahezu keinen Personalmangel, 2021 hat die Situation umgeschlagen. 80 % der Befragten beeinflusste die Arbeitsmarktsituation negativ. In den letzten beiden Jahren ist dieser Wert wieder etwas abgeflacht: Aktuell fühlen sich 58 % von der mangelnden Verfügbarkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter negativ beeinträchtigt.





„Die demografische Entwicklung führt dazu, dass jährlich mehr Menschen aus der Erwerbstätigkeit ausscheiden als eintreten. Diese Schiefelage hat sich lange angebahnt, seitens der Politik ist jedoch bislang noch zu wenig passiert. Deutschland hat bereits 2018 ein Fachkräfteeinwanderungsgesetz beschlossen. Österreich muss hier dringend nachziehen, um im internationalen Wettbewerb weiter mithalten zu können“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

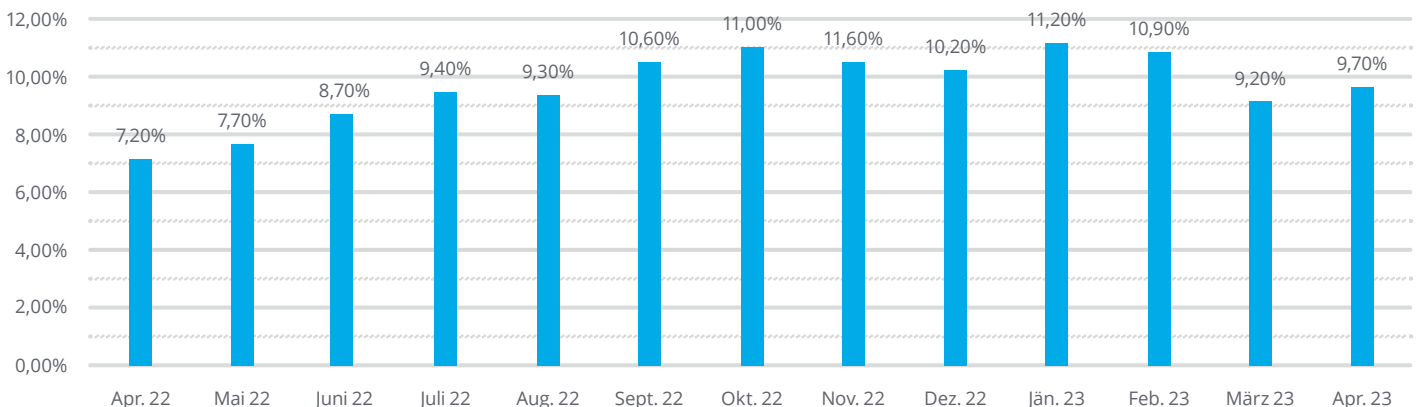


**Das ist zu tun**

Der Kostendruck, den die hohe Inflation mit sich bringt, trifft den Tourismus hart. Während die allgemeine wirtschaftliche Lage im eigenen Bundesland noch von nahezu allen Betrieben zumindest mit „Befriedigend“ bewertet wird, nehmen 30 % der Befragten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Tourismus wahr. Wie die obigen Ausführungen zeigen, ist der eigene Betrieb durch den Kostenanstieg praktisch überall belastet. Die Preisentwicklung der letzten zwölf Monate zeigt in Österreich dieses Bild:



**Inflationsrate in Österreich**



Der Abfall der Inflation im März 2023 setzt sich im April nicht fort. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass die Tourismusbranche die Preissteigerungen an die Gäste weitergeben muss. Laut Statistik Austria ist der Tourismus im April 2023 der Hauptpreistreiber, hier allen voran die Reisebüros mit ihrem Angebot an Pauschalreisen (+20,9 % im Vorjahresvergleich mit April 2022), aber auch heimische Bewirtungsdienstleistungen haben sich um 14 % verteuert, Beherbergungsdienstleistungen um 14,9 %.<sup>4</sup> Ein Faktor dafür, dass der Tourismus in Österreich die Preise besonders stark treibt, liegt darin, dass die Gewichtung des Tourismus im Warenkorb beispielsweise im Vergleich zu Deutschland drei Mal so hoch ist.

Nachdem bisher 70 % der österreichischen Tourismusbetriebe keine nachfrageseitige Verschlechterung bemerkt haben, ist nun offensichtlich der Mut vorhanden, den eigenen Preisdruck weiterzugeben. Für den bevorstehenden Sommer sind 44 % der Befragten optimistisch, ihre Preise besser als im Sommer 2022 durchsetzen zu können. Dabei hilft auch die zunehmende Kurzfristigkeit der Buchungen.

Allgemeine Preiserhöhungen, die nur als Reaktion auf die gegenwärtigen Inflationsraten erfolgen, greifen allerdings zu kurz und könnten zu einer Verschlechterung der Auslastung führen. Betriebe sollten deshalb auf eine aktive Preisgestaltung setzen und abhängig von der Nachfrage die Preise und Auslastung steuern.

Die Inflation wird das EU-Ziel von 2 % in absehbarer Zeit nicht erreichen, sondern konstant höher bleiben. Nicht jeder Betrieb wird die gestiegenen Preise in vollem Ausmaß weitergeben können. Die Energiekosten-Unterstützungen sind zwar hilfreich, aber was es jetzt braucht, sind Maßnahmen, um den Preisdruck zu verringern und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu sichern.



„Es besteht das Risiko, dass aufgrund der vergleichsweise hohen Inflation in Österreich mittelfristig ein Verlust an Wettbewerbsfähigkeit gegenüber anderen Destinationen droht. Für die Betriebe muss die Wirtschaftlichkeit langfristig im Fokus stehen. Allerdings besteht bei anhaltend hoher Inflation die Gefahr, dass die Preissensitivität der Gäste größer wird – was sich negativ auf die Auslastung auswirken könnte“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

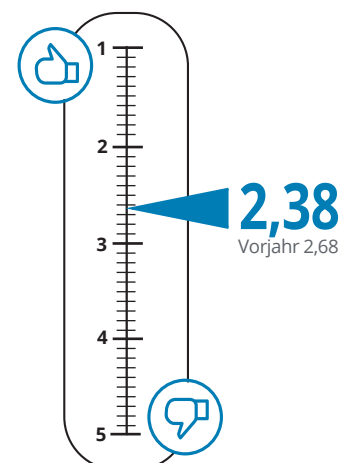
4) Vgl. <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2023/05/20230517VPIApril2023.pdf> abgefragt am 19.05.2023

# Unternehmerische Entwicklung 2022/23

Für die derzeitige Entwicklung des eigenen Unternehmens vergeben die Befragten eine Gesamtnote von 2,38 – ein guter Durchschnittswert, der prinzipielle Zufriedenheit signalisiert. Vor allem die vergangene Wintersaison schneidet mit einem Wert von 2,34 gut ab. Kärnten und Wien blicken laut Umfrage am positivsten auf die kalten Monate zurück. Und auch die Erwartungen an den bevorstehenden Sommer sind mit 2,64 überwiegend zuversichtlich. Besonders optimistisch zeigt man sich wieder in der Hauptstadt Wien.

Die Studie offenbart eine grundsätzliche Zufriedenheit mit dem vergangenen Winter. Es gibt keine großen Ausreißer, die Wiener und Kärntner Betriebe sind etwas zufriedener als die Betriebe in den restlichen Bundesländern. Die Erwartung an gute Umsätze im bevorstehenden Sommer – in der Beherbergung eingeschätzt durch die bisherige Buchungslage – sind in Wien jedoch höher (1,67) als in den anderen Bundesländern. Hier hinken Vorarlberg und Niederösterreich leicht hinterher.

Die Preisdurchsetzung hat sich im Vergleich zur Wintersaison 2021/22 für 54 % der Befragten verbessert, für den Sommer sind 44 % optimistisch, ihre Preise besser als im Sommer 2022 durchsetzen zu können. Dabei hilft die zunehmende Kurzfristigkeit der Buchungen einer Mehrheit an Unternehmen, einen höheren Preis zu erzielen. Nur ein kleiner Anteil von 6 % der österreichischen Tourismusbetriebe verkauft bei kurzfristigen Buchungen unter dem Durchschnittspreis.







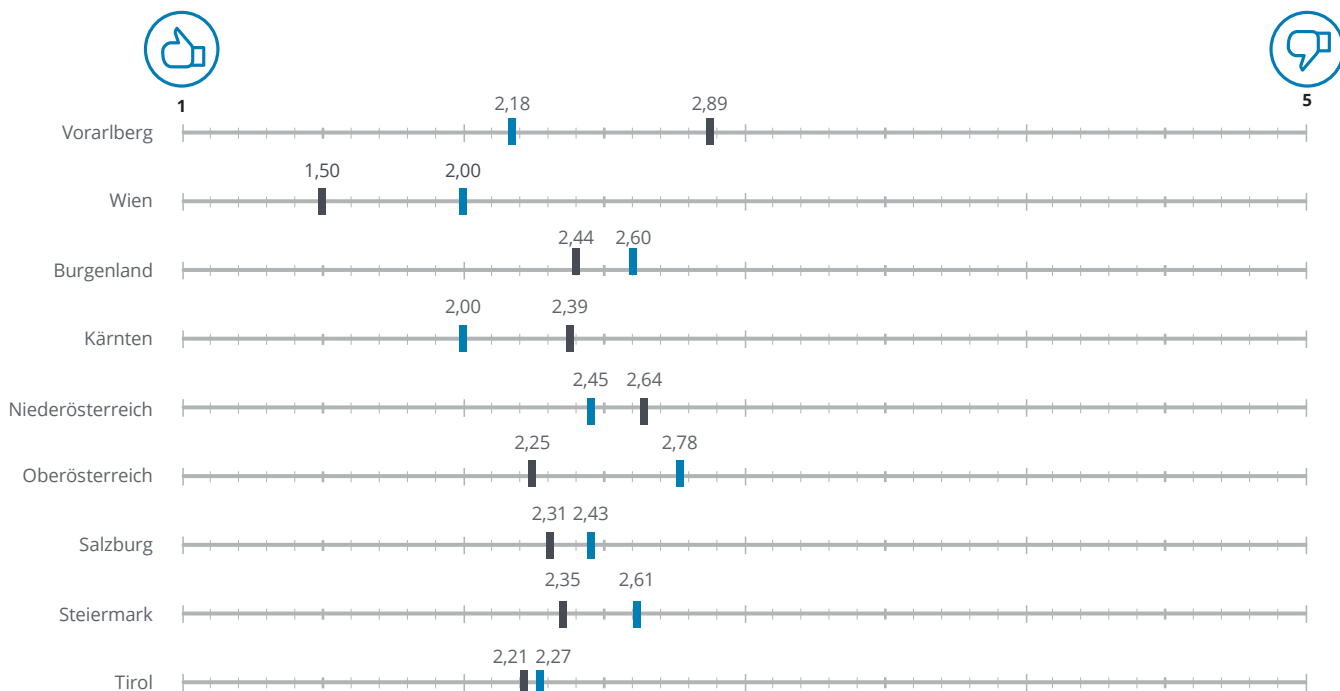
**Das ist zu tun**

Während der Pandemie waren viele Beherbergungsbetriebe gezwungen, hinsichtlich der Stornobedingungen großzügig auf Gebühreneinhebung zu verzichten. Doch es scheint, als hätten nun die meisten Unterkunftsbetriebe einen Weg gefunden, der für Gäste und Unternehmen dauerhaft gangbar ist.

Mitten in der Corona-Zeit im Jahr 2021 war es für 47 % der Betriebe möglich, bei kurzfristigen Buchungen höhere Preise durchzusetzen, 43 % verkauften zum Durchschnittspreis und 10 % mussten Preiseinschnitte bei kurzfristigen Buchungen hinnehmen. 2023 können bereits 55 % höhere Preise bei Kurzfristigkeit durchsetzen.



**Zufriedenheit mit der Wintersaison nach Schulnotensystem und Erwartung an bevorstehenden Sommer Schulnotensystem**



■ Zufriedenheit mit der Wintersaison nach Schulnotensystem:  
 ■ Erwartung an bevorstehenden Sommer Schulnotensystem

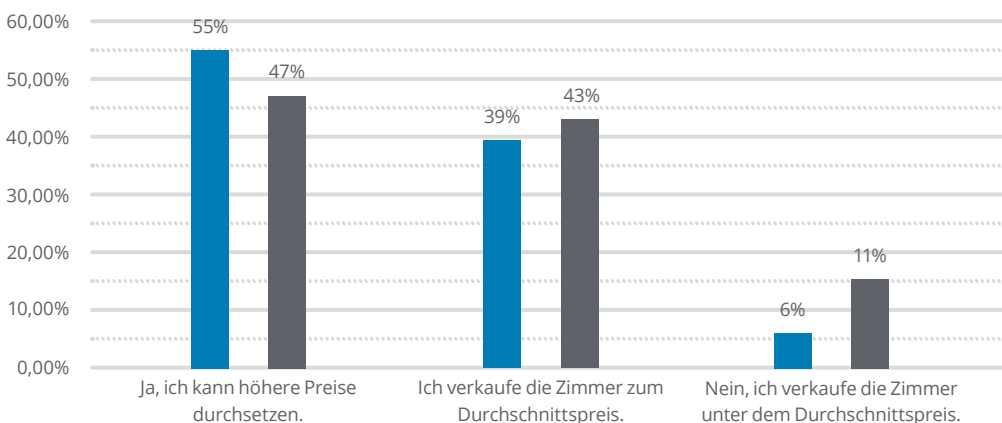


„Die zunehmende Erzielbarkeit von höheren Preisen ist durchaus erfreulich und wichtig. Massiv steigende Kosten für Energie, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Warenwirtschaft machen es notwendig, laufend zu adjustieren und vor allem bei kurzfristigen Buchungen auf die Preispolitik zu achten.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**

Für eine aktive Preisgestaltung setzen viele Hotelbetriebe mittlerweile auf Revenue-Management-Systeme. Damit können Preise abhängig von der Nachfrage optimiert und die Auslastung gesteuert werden.

#### Können bei kurzfristigen Buchungen höhere Preise durchgesetzt werden?

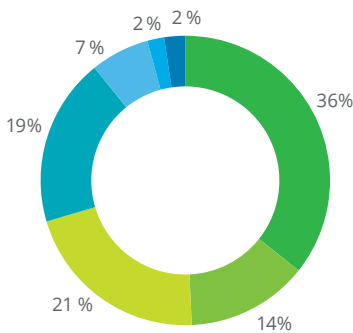


■ 2023  
■ 2021

# Mitarbeiter:innen und Mitarbeiter

Die Lage am Arbeitsmarkt ist angespannt – das spüren die österreichischen Tourismusbetriebe schon seit vielen Jahren. Viele sind daher gezwungenermaßen bereits erprobt im Umgang mit der mangelnden Verfügbarkeit von Mitarbeiter:innen und Mitarbeitern. Zwar sind 69 % der Betriebe zum Befragungszeitpunkt auf der Suche nach Mitarbeiter:innen und Mitarbeitern, ganze 87 % bewerten das Finden von geeigneten Arbeitskräften als gleich schwierig oder sogar noch schwieriger als bisher, aber insgesamt geht man mit den negativen Auswirkungen dieses Mangels zusehends besser um.

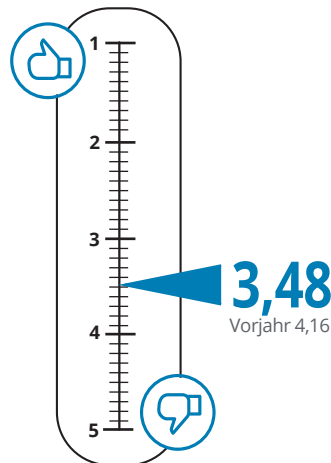
Wie viele Mitarbeiter:innen beschäftigen Sie durchschnittlich?



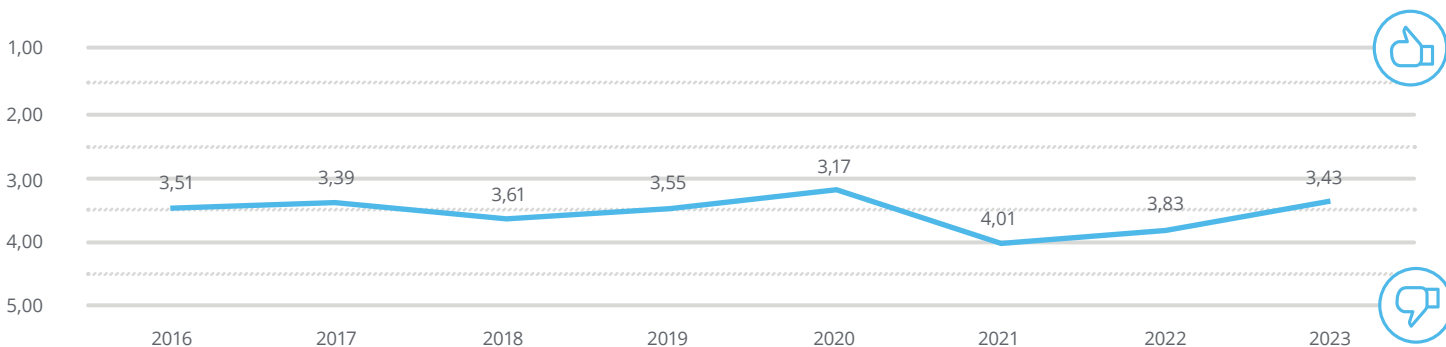
- bis 20 Mitarbeiter:innen
- 21 - 30 Mitarbeiter:innen
- 31 - 50 Mitarbeiter:innen
- 51 - 100 Mitarbeiter:innen
- 101 - 150 Mitarbeiter:innen
- 151 - 200 Mitarbeiter:innen
- über 200 Mitarbeiter:innen

Die befragten Unternehmen repräsentieren die insgesamt klein-strukturierte, familiengeführte Tourismusbranche. 70 % der Befragten beschäftigen maximal 50 Mitarbeiter:innen und Mitarbeiter, wobei das größte Teilssegment bis zu 20 Mitarbeiter:innen und Mitarbeiter aufweist.

Veränderung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Vergleich zum Vorjahr



Einfluss der Mitarbeiter:innenverfügbarkeit auf den eigenen Betrieb (1 - sehr positiv, 5 - sehr negativ)



Der Einfluss des Arbeitskräftemangels auf die österreichischen Tourismusbetriebe ist im Zeitverlauf seit 2017 heuer mit einem Wert von 3,43 am geringsten – ausgenommen das Coronajahr 2020.



**Das ist zu tun**

Angesichts der medialen Aufmerksamkeit, die der Fach- und Arbeitskräftemangel seit geraumer Zeit erfährt, mag die relative Entspanntheit der Tourismusbetriebe auf den ersten Blick verwundern.

Doch der Tourismus hatte bereits viele Jahre Zeit, sich an diese Situation anzupassen. Denn die Suche nach ausreichend vielen und vor allem entsprechend qualifizierten Arbeitskräften gestaltet sich im österreichischen Tourismus schon lange als schwieriges Unterfangen. Umfragen aus den Jahren 2010 bis 2020 zeigten bereits regelmäßig, dass die Suche nach Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an der Spitze der Sorgenliste von Hotelbetrieben steht.<sup>5</sup>

Auch der Tourismusbarometer beschäftigt sich seit 2015 mit der Thematik. Nachdem sie keinen Einfluss auf Makrothemen wie

Pensionsalter und Zuwanderung haben, verbessern Tourismusunternehmen Rahmenbedingungen, die sie beeinflussen können wie Arbeitszeiten, Löhne und Gehälter und (betriebliche) Kinderbetreuung. Zudem gibt es zahlreiche regionale und überregionale Kooperationen, die von Gesprächszirkeln zur gemeinsamen Lösungsfindung über Mitarbeiterakademien und Jobrotationen bis hin zur gemeinsamen Errichtung und Nutzung von Infrastruktur in kooperierenden Betrieben reichen (siehe Tourismusbarometer 2018 und 2019).

Für viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer sind freiwillige Extras eine Grundanforderung an einen potenziellen Arbeitsplatz. Das ist im österreichischen Tourismus weitgehend bekannt und wird auch von 93 % der Befragten angeboten.

5) Vgl. Osztovics, Kovar; 2023; Arena Analyse – Die Zukunft des Tourismus: Veränderung gestalten, S. 32

## Die **Top 5** der angebotenen Extras sind:

1. Freie Verpflegung im Betrieb
2. Wohnung
3. Kostenlose Nutzung der Freizeiteinrichtungen im Betrieb (wie Wellness, Fitnesscenter etc.)
4. Betriebsausflüge
5. Vergünstigte Freizeitaktivitäten durch Drittanbieter (wie Skitickets, Theaterabos etc.)

Aber auch seitens der Politik benötigt es eine Anpassung der Rahmenbedingungen. Insbesondere sollten die steuerliche Anreize für Leistungsträgerinnen und Leistungsträger erhöht werden, denn von deren hohem Engagement hängt der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens maßgeblich ab. Die Erhöhung des Ausmaßes von steuerfreien Überstundenzuschlägen wäre ein begrüßenswerter Schritt.

Zufriedene Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind der Grundstein für erfolgreiche Betriebe. Arbeitgeber, die für die Bedürfnisse der unterschiedlichen Generationen sensibilisiert sind und

auf die verschiedenen Anforderungen gezielt eingehen, profitieren von deren Potenzial. Generationenübergreifende Zusammenarbeit kann Innovation stärken und unterschiedliche Zielgruppen am Markt können authentischer angesprochen werden. Zudem ist es dadurch möglich, Personalrisiken zu minimieren und das unterschiedliche Fach- und Erfahrungswissen gut zu nutzen. Im [Tourismusbarometer 2019](#) wurden diese Demografie-Themen detailliert behandelt. Das generationsübergreifende Zusammenarbeiten ist aber auch noch 2023 ein großes Thema und jene Betriebe, die hier aktiv steuern, profitieren.



„Erfolgreiche Tourismusbetriebe versuchen, Herausforderungen selbst zu lösen. Was einen Betrieb als Arbeitgeber interessant macht, ist den meisten bekannt. Dazu zählen jedenfalls flexible, auf individuelle Bedürfnisse abgestimmte Arbeitszeiten.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**



„Neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben ein wesentlich höheres Bedürfnis nach Orientierung und wollen sich einen Überblick verschaffen. Später wird dann die individuelle Weiterentwicklung wichtiger. Bei langjährigen Angestellten geht es oft darum, die Offenheit für Neues zu bewahren und einen geeigneten Rahmen zu schaffen, damit Dienstältere ihr Wissen an Betriebsjüngere weitergeben können. Diese Entwicklungen sind oft unabhängig vom Lebensalter.“

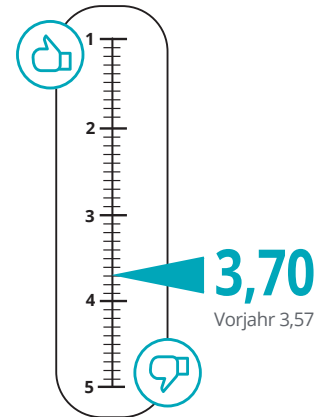
**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**



# Investition und Finanzierung

Nachdem weite Teile des Tourismus sehr anlageintensiv sind, gehen der Erhalt und die Verbesserung der Qualität sowie die Angebotserweiterung sehr häufig mit hohen Investitionen einher. Im Rahmen des Tourismusbarometers wurden die heimischen Touristikerinnen und Touristiker deshalb auch heuer nach ihren Investitionstätigkeiten und Finanzierungserfahrungen befragt.

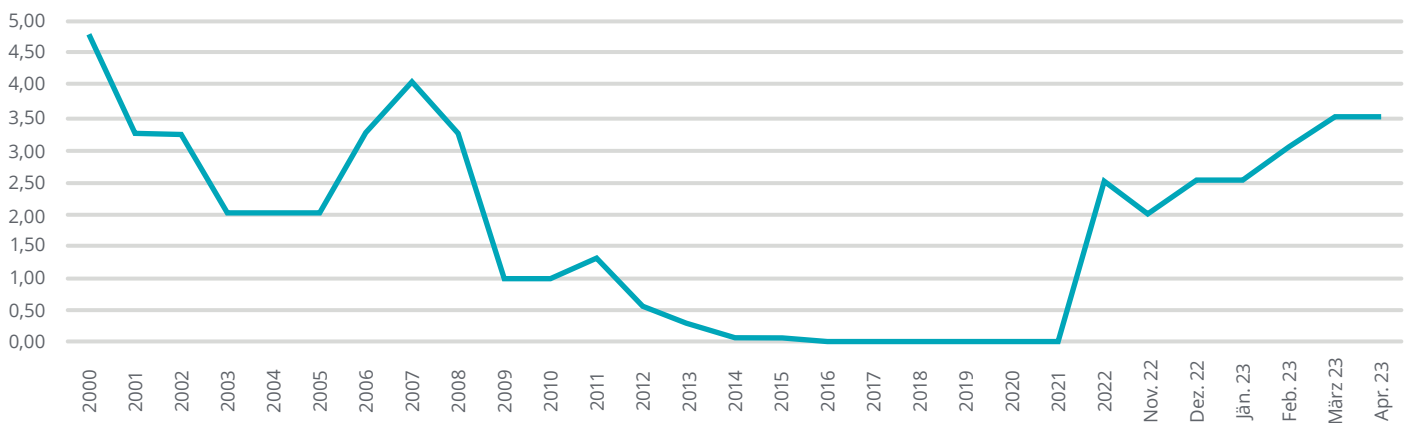
Durchführbarkeit von Investitionen, Zugang zu Finanzierungen



Seit der letzten großen Finanzkrise 2008/2009 befanden wir uns in einer Niedrigzinsphase, wobei der Euribor bis 2021 sogar unter Null lag. Im Jahr 2022 ist die Europäische Zentralbank von ihrem bisherigen Zinskurs abgewichen und hat begonnen den Leitzins zu steigern. Im April 2023 lag dieser bei 3,5 %.

Die Beurteilung des Zuganges zu Kreditfinanzierungen sowie die Durchführung von Investitionsvorhaben durch die österreichischen Tourismusunternehmen verschlechterte sich 2021 und kommt 2023 bei der bislang negativsten Note von 3,7 zu liegen.

## Entwicklung EZB Leitzins



Quelle: <https://www.oenb.at/Statistik/Standardisierte-Tabellen/Internationale-Vergleiche/Zinssaetze-und-Renditen/Leitzinss-tze.html>

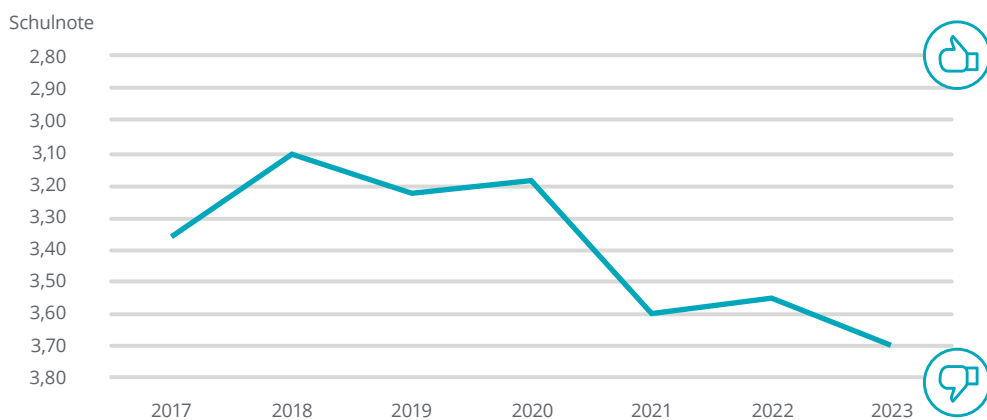


Für 58 % der Befragten ist es schwerer geworden, Kreditfinanzierungen zu bekommen, für den Rest ist die Situation unverändert. Ursprünglich für 2023 geplante Investitionen werden von 36 % der Betriebe reduziert, von 8 % erhöht und 56 % führen die Investitionen wie geplant durch.

Zusätzlich zur neuen Zinssituation werden in absehbarer Zukunft voraussichtlich auch die Kreditvergabekriterien verändert: Die EU setzt schrittweise den sogenannten „Green Deal“ um. Damit werden in den nächsten fünf Jahren die meisten Banken – unabhängig von deren Größe – verpflichtet, über ihren Beitrag zu den EU-Klima- und Nachhaltigkeitszielen öffentlich zu

berichten. Aus heutiger Sicht kann nur vermutet werden, dass es dabei auch ein Thema sein wird, für welche Investitionen Kredite vergeben werden.

### Investitionen & Finanzierung: Entwicklung der Lage im Jahresverlauf





### Das ist zu tun

Wenn 36 % der Betriebe ihre Investitionen nicht wie geplant durchführen und gleichzeitig das Erlangen von Finanzierungszusagen für 58 % schwerer wird, ist es verwunderlich, dass der Blick in die Zukunft für die meisten Touristikerinnen und Touristiker dennoch positiv ausfällt.

Der Tourismus ist eine anlagenintensive Branche. Die wahrgenommene Qualität korreliert eng mit gut instandgehaltenen Anlagen – also Gebäuden, Betriebs- und Geschäftsausstattung oder technischen

Anlagen. Hierfür ist eine laufende Instandhaltung und Hardware-Erneuerung eine zentrale Voraussetzung.

Erfreulich ist, dass seit 2023 der Investitionsfreibetrag (IFB) in Kraft ist. 10 % der heuer angeschafften oder hergestellten Wirtschaftsgüter dürfen zusätzlich zur Abschreibung gewinnmindernd geltend gemacht werden. Für ökologische Investitionen sind es sogar 15 %. Nachdem dieser IFB dauerhaft eingerichtet ist, werden dessen Auswirkungen für die Betriebe spürbar, sobald die steuerliche Veranlagung 2023 abgeschlossen wurde. In

der Investitionsrechnung für die Bank sollte der IFB bereits berücksichtigt werden, wodurch sich die Wahrscheinlichkeit der Finanzierbarkeit erhöht.

Aufgrund der inflationstreibenden Wirkung kann derzeit nicht mit zusätzlichen öffentlichen Investitionsanreizen gerechnet werden. Um den Aufbau eines Investitionsrückstaus zu verhindern, müssen die hohen Inflationsraten dringend reduziert werden.



„In den letzten Jahren haben die meisten Betriebe variabel finanziert. Jene, die zumindest für einen Teil ihrer Finanzierung einen Fixzins gewählt haben, profitieren jetzt. Trotz gestiegenen Zinssatzes sollte bei anstehenden Finanzierungen unbedingt überlegt werden, ob eine Mischfinanzierung – also ein Teil fix, ein Teil variabel – in Frage kommt. Hat man als Unternehmen bereits jetzt eine konkrete Vorstellung über die Investitionsvorhaben in den nächsten Jahren, sollten diese unbedingt so geplant werden, dass der Investitionsfreibetrag optimal genutzt werden kann – denn die jährliche Bemessungsobergrenze liegt bei 1 Million Euro. Für Körperschaften ist in dieser Planung außerdem zu berücksichtigen, dass die Körperschaftsteuer 2023 bei 24 % liegt und ab nächstem Jahr bei 23 %.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

# Hot Topic



# Hot Topic 2023 – Nachhaltigkeit wird öffentlich

Das heurige Hot Topic des Tourismusbarometers dreht sich um Nachhaltigkeit – und zwar auf Grundlage der Nachhaltigkeitskriterien der EU. In den nächsten Jahren wird das Thema immer präsenter für Unternehmen werden, denn die Gesetzgebung wird sich daran orientieren. Damit verknüpft werden Unternehmen durch Offenlegungsvorschriften über ihren Beitrag zu den EU-Klima- und Nachhaltigkeitszielen in die Pflicht genommen. Bereits jetzt müssen große Kapitalgesellschaften jährlich einen Nachhaltigkeitsbericht offenlegen. Die EU hat einen Fahrplan bis 2029, wo Banken, Versicherungen, börsennotierte KMU und auch große Nicht-EU-Unternehmen mit Tochtergesellschaften oder Zweigniederlassungen in der EU schrittweise verpflichtend berichten müssen. Es ist anzunehmen, dass es langfristig auch den kleinsten österreichischen Familienbetrieb betrifft – denn dessen Bank ist mit Sicherheit betroffen.

Aktuell wird an der Umsetzung der im Jänner 2023 in Kraft getretenen Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) in nationales Recht gearbeitet. Darin werden die bereits bestehenden Berichtspflichten angepasst, die bisher in der Richtlinie über die Angaben nicht-finanzieller Informationen NFRD, in Österreich in § 243b UGB, geregelt waren:

Nachdem in den nächsten fünf Jahren die meisten Banken unabhängig von deren Größe berichtspflichtig werden – und sie damit offenlegen müssen, inwieweit ihr Portfolio und damit auch die Geschäftsgebarung ihrer Kundinnen und Kunden mit den in der EU-Taxonomie als nachhaltig eingestuften Tätigkeiten übereinstimmt – sind früher oder später viele Kreditnehmerinnen und Kreditnehmer betroffen. Wie diese Berichtspflichten in Zukunft aussehen

werden, ist bereits in einem Entwurf festgehalten. Demnach fallen Kredite an CSRD-berichtspflichtige Unternehmen sowie bestimmte Verbraucherkredite an Privatpersonen für Wohnbau und Elektro-Fahrzeuge bereits jetzt unter die EU-Taxonomie. Eine Weiterentwicklung der Berichtspflicht – gerade für Banken, die einen großen Anteil ihres Portfolios an energieintensive beziehungsweise emissionsausstoßende Unternehmen vergeben – ist anzunehmen. Das bedeutet, dass die Banken vermutlich langfristig angehalten sein werden, zu beurteilen ob ihre Kreditnehmerinnen und Kreditnehmer nachhaltig agieren oder zumindest nachhaltig investieren.

Als Anhaltspunkt für die Nachhaltigkeitskriterien der Zukunft werden in unserem Hot Topic die bereits jetzt existierenden Nachhaltigkeitskriterien herangezogen:

Im Unternehmensgesetzbuch sind diese für große Betriebe derzeit grob definiert. Die Unternehmen sind in der Zuordnung ihrer Aktivitäten zu den einzelnen Kriterien noch relativ frei. So heißt es dort, dass eine jährliche nichtfinanzielle Erklärung abzugeben ist, in der dargelegt wird, wie sich die Tätigkeit des Unternehmens auf Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange auswirkt und wie man Menschenrechte einhält sowie Korruption und Bestechung bekämpft.

Derzeit haben börsennotierte Unternehmen außerdem eine weitere Berichtspflicht. Sie müssen einen sogenannten Corporate-Governance-Bericht offenlegen. Auch diese Pflicht kommt aus der NFRD der EU und ist im § 243c UGB umgesetzt. Im Wesentlichen geht es dabei darum, offenzulegen, ob Frauen in Vorstands-, Führungs- und

6) Die nichtfinanzielle Erklärung hat diejenigen Angaben zu enthalten, die für das Verständnis des Geschäftsverlaufs, des Geschäftsergebnisses, der Lage der Gesellschaft sowie der Auswirkungen ihrer Tätigkeit erforderlich sind und sich mindestens auf Umwelt-, Sozial- und Arbeitnehmerbelange, auf die Achtung der Menschenrechte und auf die Bekämpfung von Korruption und Bestechung beziehen. (§243b Abs 2 UGB)

7) Vgl. [https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12440-Nachhaltiges-Finanzwesen-Pflicht-bestimmter-Unternehmen-zur-Veroffentlichung-nichtfinanzieller-Informationen\\_de](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12440-Nachhaltiges-Finanzwesen-Pflicht-bestimmter-Unternehmen-zur-Veroffentlichung-nichtfinanzieller-Informationen_de) (abgefragt am 04.05.2023)

Aufsichtsratspositionen gefördert werden. Weiters muss ein Diversitätskonzept vorgewiesen werden, in dem dargelegt wird, wie bei der Besetzung des Vorstandes und des Aufsichtsrates auf Aspekte wie Alter, Geschlecht, Bildungs- und Berufshintergrund Rücksicht genommen wird – und auch die konkrete Umsetzung dessen muss offengelegt werden. Wird kein derartiges Konzept angewendet, so ist dies zu begründen.

Es ist derzeit noch nicht vorherzusehen, ob diese beiden derzeitigen Berichtspflichten und -arten zu einem einzigen Bericht verschmolzen werden. Sicher ist jedenfalls, dass zukünftig ein verstärktes Augenmaß auf Maßnahmen des Klimaschutzes sowie zur CO2-Reduktion gelegt wird und die unternehmerisch gesetzten Maßnahmen offenzulegen sind.

Nachdem davon auszugehen ist, dass über die Berichtspflicht der Banken indirekt viele Kreditnehmerinnen und Kreditnehmer von dieser Berichtspflicht betroffen sein werden, wollten wir von Österreichs Tourismusbetrieben wissen, wie fit sie in den derzeitigen Nachhaltigkeitsbereichen der EU bereits sind. Dazu zählen eben die Bereiche, die durch die Berichte über nichtfinanzielle Informationen nach NFRD sowie Corporate-Governance-Berichten abgedeckt werden.

Die Umfrage zeigt: Ganze 96 % der österreichischen Tourismusbetriebe setzen bereits Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit. Im Jahr 2019 waren 87 % der Befragten in Sachen Nachhaltigkeit und umweltschonender Maßnahmen aktiv.

Nicht nur wurde die Zahl der Unternehmen, die umweltschonend agieren, seit 2019 größer, auch die Liste der gesetzten Maßnahmen wurde länger.

Die Hälfte der heuer Befragten heizen ihren Betrieb mit Öl (21 %) oder Gas (30 %). Andere gewinnen die Wärme durch Holz und Hackschnitzel (26 %), Strom mit Wärmepumpen (25 %), Pellets (11 %) oder Sonstiges wie Fernwärme (23 %). Damit erfüllen 50 % der befragten Betriebe das Ziel, nicht mit fossilen Brennstoffen zu heizen.

Ein weiterer Aspekt, der zur Umweltschonung, aber auch zur Regionalförderung beiträgt, ist die Nutzung kurzer Lieferketten.

### Maßnahmen zur Umweltschonung im Betrieb

	Österreich
Wir sparen Energie	88%
Verwendung von Mehrweggebinden in der Gastronomie	84%
Wir setzen aktive Ziele zur Abfallvermeidung	81%
E-Ladestation im Betrieb	76%
Maßnahmen zur Vermeidung von Lebensmittelverschwendung (z.B. durch entsprechende Tellergrößen am Buffet, Hinweisschilder am Buffet, etc.)	72%
Betriebsgebäude ist ausreichend wärmeisoliert	69%
Verwendung von biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln	59%
Verwendung von Mehrweggebinden in den Nassräumen	54%
Verwendung von Mehrweggebinden für die Mitarbeiter:innen	51%
Verwendung von E-Auto im Betrieb	50%
Verzicht auf Plastik	49%
Unser Betrieb erzeugt seinen Strom teilweise selbst	42%
Förderung der öffentlichen Anreise von Gästen	41%
Unser Betrieb ist umweltzertifiziert (z.B. Österreichisches Umweltzeichen)	17%
Wir messen unseren CO2-Fußabdruck	12%
Unser Betrieb erzeugt seinen Strom ausschließlich selbst	0,5%



35 % der befragten Tourismusunternehmen beziehen ihre Waren regional, aber rund 13 % kaufen bis zu 90 % ihrer Waren nicht in der Region. 1 % der Betriebe verfügt 2023 sogar über eine eigene Person, die ausschließlich das Nachhaltigkeitsmanagement verantwortet. In 83 % der Unternehmen kümmert sich die Unternehmerin oder der Unternehmer selbst beziehungsweise eine leitende angestellte Person um Nachhaltigkeitsmaßnahmen. Jedenfalls zeigt sich, dass umweltschonendes Agieren präsenter wurde und von kaum einem Betrieb als nicht notwendig erachtet wird.

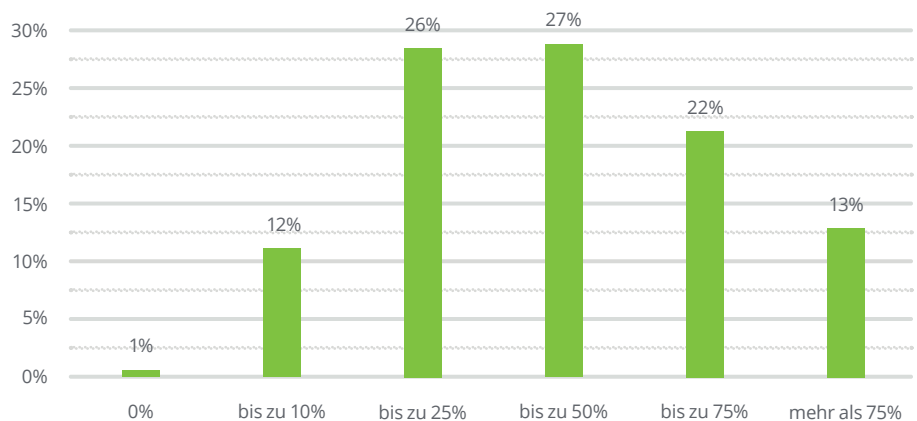


**Das ist zu tun**

Zukünftig wird seitens der EU der Druck in Richtung nachhaltigeres Wirtschaften weiter erhöht werden. Das trifft in einem ersten Schritt Unternehmen, die über gesetzte umweltschonende und sozial verantwortungsvolle Maßnahmen sowie Schritte zur Herstellung von beruflicher Chancengleichheit öffentlich berichten müssen. Der Umfang der in Österreich berichtspflichtigen Betriebe erhöht sich in den nächsten Jahren durch eine neue EU-Richtlinie drastisch. Es ist davon auszugehen, dass zukünftig eine stärkere Gewichtung auf die Umsetzung CO<sub>2</sub>-reduzierender Maßnahmen gelegt werden wird.

In den nächsten fünf Jahren sind auch die meisten Banken berichtspflichtig. Wir gehen davon aus, dass damit in weiterer Folge schrittweise immer mehr österreichische Tourismusbetriebe davon betroffen sein werden. Die bisherige Entwicklung der bereits gesetzten umweltschonenden Maßnahmen seit 2019 ist erfreulich. Dennoch ist jedenfalls Luft nach oben. Nach wie vor werden fossile Brennstoffe vielerorts eingesetzt und insbesondere die Bedeutung regionaler Lieferketten für das Klima ist scheinbar weniger bekannt.

**Prozentanteil der Waren für Restaurant, Zimmerbedarf etc., die regional bezogen werden**





„Umweltschonendes Agieren spielt bereits eine große Rolle im Tourismus. Das diesbezügliche Bewusstsein hat sich in den letzten vier Jahren noch weiter verstärkt. Allerdings ist es für den Tourismus noch kaum ein Thema, dass in den kommenden fünf Jahren externer Druck durch die Banken zu erwarten ist. Wenn allerdings bereits jetzt mit laufendem Dokumentieren der eigenen Aktivitäten begonnen wird, hat man im Bedarfsfall bereits strukturiertes Datenmaterial und damit einen klaren Vorteil.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

Auch das sozialbewusste Agieren passiert schon häufig – etwa auf Personalebene. Der heurige Tourismusbarometer zeigt, dass die im Betrieb arbeitenden Menschen wertgeschätzt werden und 93 % freiwillige Extras anbieten. Ehrenamtliche Aktivitäten, Sponsorings, die Förderung von Minderheiten und alles, was derzeit häufig nebenbei passiert, sollte zukünftig besser dokumentiert werden. Am besten sollte damit gleich gestartet werden – denn wer dann seiner Bank eine dokumentierte Zeitreihe an gesetzten sozialen Maßnahmen und Aktivitäten vorweisen kann, wird die Nase vorne haben.

Im Bereich Unternehmensführung fällt neben den genannten Punkten der Diversitäts-Förderung beispielsweise auch die Bekämpfung von Geldwäsche ins Gewicht. Der Tourismus – der traditionell eine bargeldintensive Branche

ist – gilt als Sektor mit durchschnittlichem Geldwäscherisiko. Der allgemeine Trend weg vom Bargeld hin zur Kredit- und Bankomatkartenzahlung durch die Gäste reduziert das Risiko schrittweise. Auch simple Maßnahmen wie die strukturierte Überwachung der Dienstleistungsqualität in Zusammenhang mit finanziellen Indikatoren, etwa durch die Auswertung von Gäste-Bewertungen, fallen unter das Thema Governance und sind einfach umzusetzen.

# Kurz & bündig



Der Tourismus ist wieder im Aufwind. Die Branche blickt zufrieden auf den vergangenen Winter und zuversichtlich in Richtung Sommer.

Dem nach wie vor spürbaren Arbeitskräftemangel treten die Unternehmen seit Jahren aktiv entgegen – sei es mit digitaler Unterstützung, der Anpassung der offerierten Dienstleistungen, der Verbesserung der Rahmenbedingungen für Mitarbeitende, neue Recruitingkanäle oder Kooperationen. Was heuer jedoch stark negativ auffällt, ist die allgemeine Kostensituation. Nicht jeder Betrieb kann die Kostensteigerungen an seine Gäste weitergeben. Die Politik hat hier mit den Energiekostenunterstützungen gehandelt, die allerdings nur partiell wirken. Eine mögliche umfassendere Überbrückungsmaßnahme zur Abfederung der Kostensteigerungen und um die Wettbewerbsfähigkeit des Tourismus in Österreich zu unterstützen, könnte eine (temporäre) Umsatzsteuersenkung sein.

Der Investitionsfreibetrag (IFB) ist ebenfalls eine begrüßenswerte Maßnahme, um der erschwerten Finanzierbarkeit und auch den

erhöhten Zinsen entgegenwirken zu können. Allerdings wirkt dieser erst ab der Veranlagung 2023. Nachdem es eine Bemessungsobergrenze von einer Million Euro gibt, sollten große Investitionsvorhaben über die nächsten Jahre geplant werden, um den IFB voll ausnützen zu können.

Investitionsvorhaben werden sich in den kommenden Jahren ohnehin verändern. Denn zukünftig fallen die meisten Banken unter die neue EU-Richtlinie, die Berichtspflichten zur Klimafreundlichkeit mit sich bringt. Es ist davon auszugehen, dass es dementsprechend auch zu einer Anpassung der Kreditvergabekriterien kommen wird. Nicht nachhaltige Investitionen wären in weiterer Folge schwierig umzusetzen. Eine strukturierte Aufzeichnung über umweltschonende Maßnahmen, sozialbewusste Tätigkeiten und gewisse Punkte in der Geschäftsgebarung wird zukünftig für jeden Betrieb, der eine Kreditfinanzierung anstrebt, von Bedeutung sein – und sollte am besten noch heute angegangen werden.

### Das Fazit

Die Tourismusbranche spürt die nachfrageseitige Erholung und blickt optimistisch in die Zukunft. Über manche Hürde mussten die Betriebe schon häufig springen – etwa über die eingeschränkte Personalverfügbarkeit. Sie haben daher Strategien entwickelt, um weiterhin erfolgreich wirtschaften zu können. Lösen lässt sich diese Problematik auf absehbare Zeit nicht. Es braucht deshalb weitere Maßnahmen, um die Arbeit im Tourismus zunehmend attraktiv zu gestalten. Damit können inländische Mitarbeitende gewonnen werden und zugleich qualifizierte, ausländische Arbeitskräfte angeworben werden.

Die ebenfalls brennenden Themen Kostenbelastung und schwierige Finanzierbarkeit wurden zwar bereits zum Teil politisch in Angriff genommen, bis die Unterstützungsmaßnahmen greifen, steht aber noch eine herausfordernde Zeit bevor. Wichtig für die nächsten Jahre wird sein, die Entwicklung

der Green-Deal-Umsetzung der EU im Auge zu behalten. Jedes kreditnehmende Unternehmen wird betroffen sein und in mittlerer Zukunft Rechenschaft über umweltschonendes und sozialverträgliches Handeln ablegen müssen.

# Kontakt

## **Deloitte Tirol**

Wilhelm-Greil-Straße 15  
6020 Innsbruck

Eduard-Wallnöfer-Platz 1  
6460 Imst

Im Gries 22  
6580 St. Anton am Arlberg

## **Andreas Kapferer**

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

## **Armin Nowshad**

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

---

## **Österreichische Hotelierversammlung**

Hofburg, Gottfried-von-Einem-Stiege  
1010 Wien

## **Markus Gratzner**

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

## **Oliver Schenk**

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

# Bleiben Sie informiert:



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



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



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



# Deloitte.

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

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

Deloitte ist ein global führender Anbieter von Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory sowie Risk Advisory. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und den mit ihnen verbundenen Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ in mehr als 150 Ländern und Regionen betreuen wir vier von fünf Fortune Global 500® Unternehmen. „Making an impact that matters“ – ca. 415.000 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.