

Tourismusakzeptanz in der Bevölkerung

Studie zur Messung der Tourismusakzeptanz in der österreichischen
Bevölkerung

Wien, April 2024

Impressum

Medieninhaber, Verleger und Herausgeber:
Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft
Stubenring 1
1010 Wien
Autorinnen und Autoren: marketmind GmbH
Wien, 2024. Stand: 3. April 2024

Copyright und Haftung:

Auszugsweiser Abdruck ist nur mit Quellenangabe gestattet, alle sonstigen Rechte sind ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Bundeskanzleramtes und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtsprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgehen.

Rückmeldungen: Ihre Überlegungen zu vorliegender Publikation übermitteln Sie bitte an presse.wirtschaft@bmaw.gv.at.

Hintergrund


Im Jahr 2020 wurde erstmals die Erhebung der Tourismusakzeptanz in Österreich beauftragt. Hierzu wurde eine repräsentative Online-Befragung in Österreich durchgeführt. 2021, 2022 und 2023 wurde diese Befragung wiederholt und jeweils über das gesamte Jahr verteilt erhoben.

Im Mittelpunkt der Erhebung stehen der Gesamteindruck und die Einstellung der Österreicherinnen und Österreicher zum Tourismus. Die Einflüsse des Tourismus auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Landwirtschaft & Umwelt, Freizeitinfrastruktur & öffentlichen Verkehr sowie sozialem Gemeinwohl & Lebensqualität werden im Detail beleuchtet.

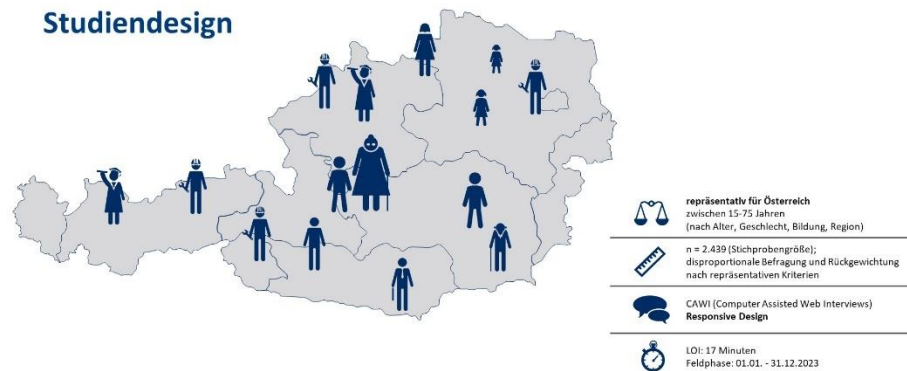
Über multivariate statistische Verfahren wird aus den Ergebnissen der Tourismusakzeptanz-Index berechnet, welcher die Tourismusakzeptanz in Österreich quantifiziert und festmacht.

Wer wurde befragt?

Studiendesign

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at



4

Es wurde eine repräsentative Studie in der österreichischen Bevölkerung mit Auskunftspersonen zwischen 15 und 75 Jahren durchgeführt (disproportionale Befragung und Rückgewichtung nach repräsentativen Kriterien wie Alter, Geschlecht, Bildung, Region).

Befragt wurden insgesamt 2.439 Österreicherinnen und Österreicher.

Die Befragung wurde online mittels Computer Assisted Web Interviews (CAWI) durchgeführt mit einem Fragebogen im responsiven Design.

Die Fragebogendauer betrug 17 Minuten. Die Feldzeit fand zwischen 1. Januar 2023 und 31. Dezember 2023 statt.

Wie hoch ist der Tourismusakzeptanz-Index (TA-Index) insgesamt in Österreich?

Tourismusakzeptanz-Index Österreich

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bma.gv.at

Tourismusakzeptanz-Index Österreich

75



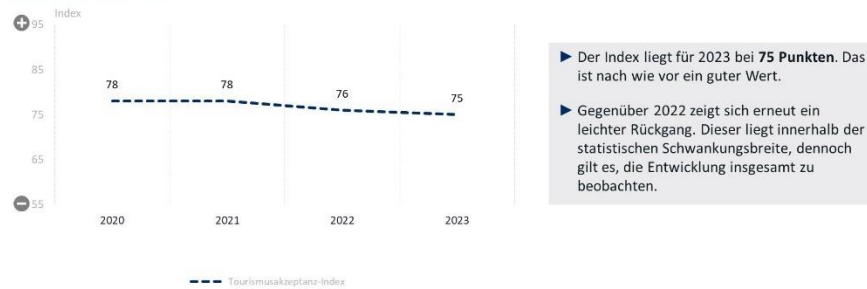
von 100 Punkten (2022: 76; 2021: 78; 2020: 78)

6

Der Tourismusakzeptanz-Index beträgt 75 von 100 Punkten. Im Jahr 2022 wurde der Wert 76 erzielt, 2021 und 2020 der Wert 78.

Tourismusakzeptanz-Index

Zeitlicher Verlauf



7

Der Index liegt für 2023 bei **75 Punkten**. Das ist nach wie vor ein guter Wert.

2022 lag der Index bei 76 Punkten, 2021 und 2022 bei 78 Punkten.

Gegenüber 2022 zeigt sich erneut ein leichter Rückgang. Dieser liegt innerhalb der statistischen Schwankungsbreite, dennoch gilt es, die Entwicklung insgesamt zu beobachten.

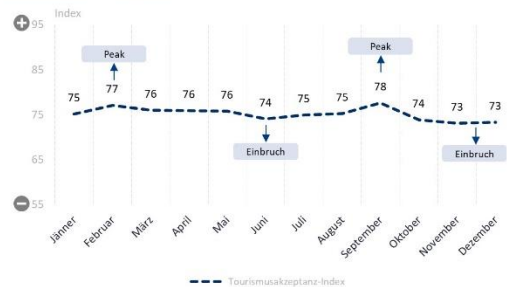
Tourismusakzeptanz-Index – Zeitlicher Verlauf

Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismusakzeptanz-Index

Zeitlicher Verlauf



Interpretation je Monat

- ▶ **Jänner-Mai:** sehr stabiler TA-Index mit leichtem Peak im Februar (evtl. aufgrund positiver Winterurlaubs-Erlebnisse der Einheimischen, besonders in den Semesterferien)
- ▶ **Juni:** leichter Einbruch (evtl. auf starken Start der Sommersaison im Mai zurückzuführen)
- ▶ **Juli-August:** leichter Anstieg im Vergleich zu Juni
- ▶ **September:** erneuter Anstieg und höchster Wert im Jahresverlauf (evtl. aufgrund Abnahme der Sommertouristen und positive Urlaubs-Erlebnisse der Einheimischen)
- ▶ **Oktober-Dezember:** erneuter Einbruch (evtl. durch sehr starken Start der Wintersaison im November)


14

	TA-Index	Interpretation je Monat
Jänner	75,1	sehr stabiler TA-Index
Februar	77,0	leichter Peak (evtl. aufgrund positiver Winterurlaubs-Erlebnisse der Einheimischen, besonders in den Semesterferien)
März	76,0	sehr stabiler TA-Index
April	75,9	sehr stabiler TA-Index
Mai	75,8	sehr stabiler TA-Index
Juni	74,1	leichter Einbruch (evtl. auf starken Start der Sommersaison im Mai zurückzuführen)

	TA-Index	Interpretation je Monat
Juli	74,9	leichter Anstieg im Vergleich zu Juni
August	75,3	leichter Anstieg im Vergleich zu Juni
September	77,6	erneuter Anstieg und höchster Wert im Jahresverlauf (evtl. aufgrund Abnahme der Sommertouristen und positive Urlaubserlebnisse der Einheimischen)
Oktober	73,9	erneuter Einbruch (evtl. durch sehr starken Start der Wintersaison im November)
November	73,1	erneuter Einbruch (evtl. durch sehr starken Start der Wintersaison im November)
Dezember	73,3	erneuter Einbruch (evtl. durch sehr starken Start der Wintersaison im November)

Wie setzt sich der TA-Index zusammen?

Index der Tourismusakzeptanz

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Index der Tourismusakzeptanz

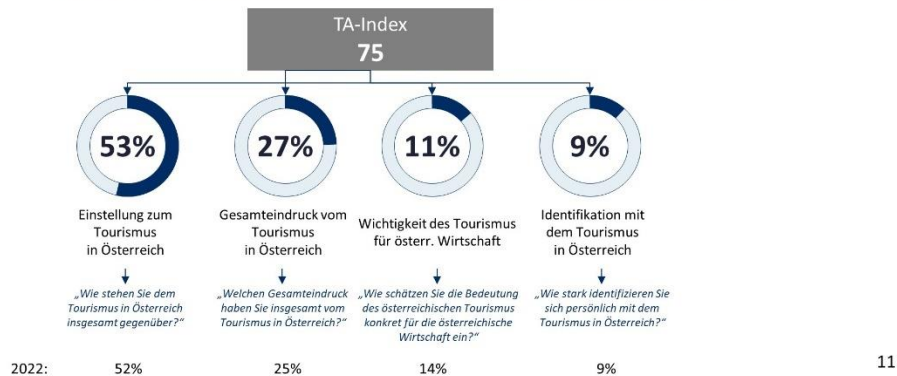
Der Tourismusakzeptanz-Index setzt sich aus 4 Faktoren zusammen:

- persönliche **Einstellung** zum Tourismus in Österreich
- persönlicher **Gesamteindruck** vom Tourismus in Österreich
- Einschätzung der **Wichtigkeit** des Tourismus für Österreich/die österreichische Wirtschaft
- persönliche **Identifikation** mit dem Tourismus in Österreich

12

Index der Tourismusakzeptanz | Zusammensetzung

Index der Tourismusakzeptanz | Zusammensetzung



Der diesjährige Tourismusakzeptanz-Index von 75 Punkten setzt sich aus den folgenden vier Faktoren zusammen:

Die Einstellung zum Tourismus in Österreich, die mit der Frage „Wie stehen Sie dem Tourismus in Österreich insgesamt gegenüber?“ abgefragt wurde, trägt zu 53% zum Tourismusakzeptanz-Index bei. Im Jahr 2022 waren es 52%.


Der Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich, der mit der Frage „Welchen Gesamteindruck haben Sie insgesamt vom Tourismus in Österreich?“ abgefragt wurde, trägt zu 27% zum Tourismusakzeptanz-Index bei. Im Jahr 2022 waren es 25%.

Die Wichtigkeit des Tourismus für die österreichische Wirtschaft, die mit der Frage „Wie schätzen Sie die Bedeutung des österreichischen Tourismus konkret für die österreichische Wirtschaft ein?“ abgefragt wurde, trägt zu 11% zum Tourismusakzeptanz-Index bei. Im Jahr 2022 waren es 14%.

Die Identifikation mit dem Tourismus in Österreich, die mit der Frage „Wie stark identifizieren Sie sich persönlich mit dem Tourismus in Österreich?“ abgefragt wurde, trägt zu 9% zum Tourismusakzeptanz-Index bei. Im Jahr 2022 waren es ebenfalls 9%.

Was beeinflusst den TA-Index am stärksten?

Einflüsse auf die Tourismusakzeptanz | Überblick

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Einflüsse auf die Tourismusakzeptanz | Überblick

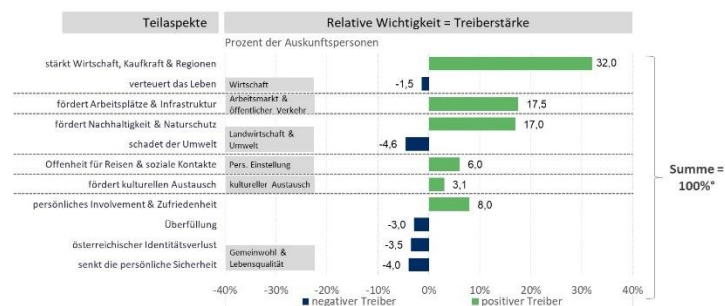


Die Tourismusakzeptanz wird positiv beeinflusst, wenn der Tourismus die Wirtschaft, Kaufkraft und Regionen stärkt (dazu zählen beispielsweise positive Effekte auf Wirtschaftszweige/Hotellerie/Unterkünfte, Förderung von regionalen Produkten/Schmankerl, Schutz von kulturellem Erbe, ...), Arbeitsplätze und Infrastruktur sowie Nachhaltigkeit und Naturschutz gefördert werden. Auch persönliches Involvement und Zufriedenheit, die Offenheit für Reisen und soziale Kontakte sowie die Förderung des kulturellen Austausches bewirken eine Steigerung des TA-Indexes.

Der TA-Index sinkt hingegen, wenn der Umwelt geschadet wird (z.B. Zerstörung der Landschaft, Überfüllung von Nationalparks/Naturlandschaften, ...), die persönliche Sicherheit betroffen ist, die österreichische Identität leidet, Tourismus zu Überfüllung führt oder das Leben für das Individuum teurer wird.

Kausalmodell | Treiberstärke auf Tourismusakzeptanz (Überblick)

Kausalmodell | Treiberstärke auf Tourismusakzeptanz (Überblick)



*= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz

Anmerkung: 2023 wurden in der Berechnung des Modells Items ergänzt


14

	negativer Treiber	positiver Treiber
stärkt Wirtschaft, Kaufkraft & Regionen		32,0
verteuert das Leben	-1,5	
fördert Arbeitsplätze & Infrastruktur		17,5
fördert Nachhaltigkeit & Naturschutz		17,0
schadet der Umwelt	-4,6	
Offenheit für Reisen & soziale Kontakte		6,0
fördert kulturellen Austausch		3,1

	negativer Treiber	positiver Treiber
persönliches Involvement & Zufriedenheit		8,0
Überfüllung	-3,0	
österreichischer Identitätsverlust	-3,5	
senkt die persönliche Sicherheit	-4,0	

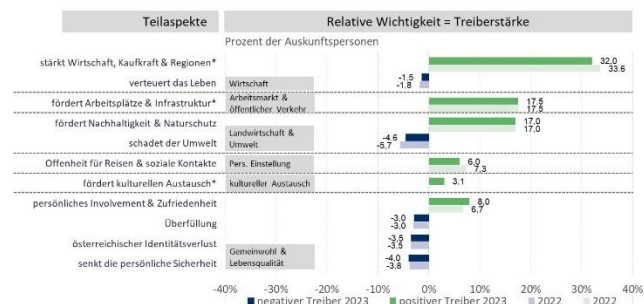
Anmerkung: 2023 wurden in der Berechnung des Modells Items ergänzt

Kausalmodell | Zeitvergleich (Überblick)

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Kausalmodell | Zeitvergleich (Überblick)



- ▶ Insgesamt sind die Einflussfaktoren auf den Tourismusakzeptanz-Index im Zeitvergleich stabil.
- ▶ Der direkte Vergleich ist nur bedingt möglich, da neue Aspekte in die Berechnung mit aufgenommen wurden.

*Anmerkung: direkter Vergleich mit Vorsicht, da 2023 um einige Aspekte ergänzt 15

	negativer Treiber 2023	positiver Treiber 2023	negativer Treiber 2022	positiver Treiber 2022
stärkt Wirtschaft, Kaufkraft & Regionen		32,0		33,6
verteuert das Leben	-1,5		-1,8	
fördert Arbeitsplätze & Infrastruktur		17,5		17,5
fördert Nachhaltigkeit & Naturschutz		17,0		17,0
schadet der Umwelt	-4,6		-5,7	
Offenheit für Reisen & soziale Kontakte		6,0		7,3
fördert kulturellen Austausch (neuer Treiber 2023)		3,1		
persönliches Involvement & Zufriedenheit		8,0		6,7
Überfüllung	-3,0		-3,0	
österreichischer Identitätsverlust	-3,5		-3,5	
senkt die persönliche Sicherheit	-4,0		-3,8	

Erläuterung

Kausalmodell: Je größer die Treiberstärke der Teilaspekte, desto größer ist der Einfluss dieses Teilaspekts auf den TA-Index.

Die Tourismusakzeptanz wird positiv beeinflusst, wenn der Tourismus die Wirtschaft, Kaufkraft und Regionen stärkt (dazu zählen beispielsweise positive Effekte auf Wirtschaftszweige/Hotellerie/Unterkünfte, Förderung von regionalen Produkten/Schmankerl, Schutz von kulturellem Erbe, ...), Arbeitsplätze und Infrastruktur sowie Nachhaltigkeit und Naturschutz gefördert werden. Auch persönliches Involvement und Zufriedenheit sowie die Offenheit für Reisen und soziale Kontakte bewirken eine Steigerung des TA-Indexes.

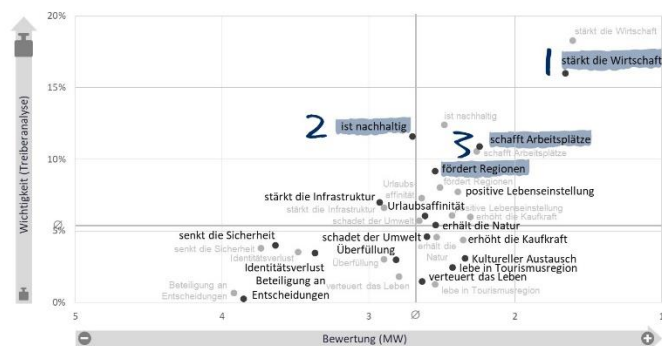
Der TA-Index sinkt hingegen, wenn der Umwelt geschadet wird (z.B. Zerstörung der Landschaft, Überfüllung von Nationalparks/Naturlandschaften, ...), die persönliche Sicherheit betroffen ist, die österreichische Identität leidet, Tourismus zu Überfüllung führt oder das Leben für das Individuum teurer wird.

Prioritäten-Matrix

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Prioritäten-Matrix



- ▶ Der **erste Fokus** sollte klar auf der Vermittlung der wirtschaftsfördernden Funktion des Tourismus liegen, gefolgt vom Thema Nachhaltigkeit.
- ▶ Als **dritter Fokus** sollten die Themen Arbeitsmarkt Tourismus und Impulsgeber für die Regionen forciert werden, um eine bessere Wahrnehmung (Bewertung) zu erzielen. Diese haben ebenso einen hohen Einfluss auf die Tourismusakzeptanz.


17

Prioritäten-Matrix	Bewertung 2023 (Mittelwert)	Wichtigkeit 2023 (Treiberanalyse)	Bewertung 2022 (Mittelwert)	Wichtigkeit 2022 (Treiberanalyse)
stärkt die Wirtschaft	1,66	15,99	1,61	18,28
ist nachhaltig	2,70	11,58	2,48	12,41
schafft Arbeitsplätze	2,24	10,87	2,26	10,57
fördert Regionen	2,55	9,18	2,52	8,05
positive Lebenseinstellung	2,39	7,73	2,43	6,07
stärkt die Infrastruktur	2,90	6,63	2,92	6,96
Urlaubsaffinität	2,61	6,05	2,64	7,30

Prioritäten-Matrix	Bewertung 2023 (Mittelwert)	Wichtigkeit 2023 (Treiberanalyse)	Bewertung 2022 (Mittelwert)	Wichtigkeit 2022 (Treiberanalyse)
erhält die Natur	2,54	5,41	2,54	4,56
schadet der Umwelt	2,60	4,58	2,66	5,71
erhöht die Kaufkraft	2,36	4,36	2,31	5,98
senkt die Sicherheit	3,64	3,98	3,74	3,79
Identitätsverlust	3,36	3,46	3,48	3,54
Kultureller Austausch	2,34	3,08		
Überfüllung	2,81	2,96	2,90	3,01
lebe in Tourismusregion	2,43	2,43	2,55	1,29
verteuert das Leben	2,63	1,46	2,79	1,83
Beteiligung an Entscheidungen	3,85	0,26	3,92	0,66

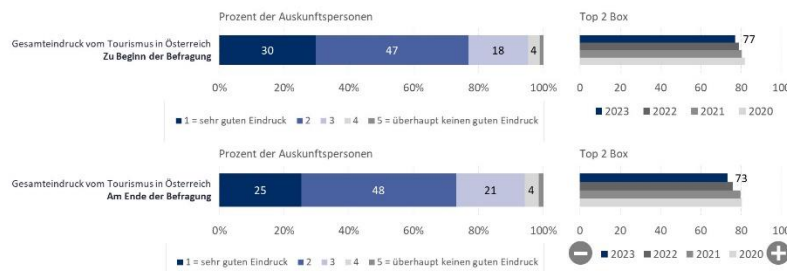
Wie nehmen Österreicherinnen und Österreicher den österreichischen Tourismus wahr?

Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich



„Wenn Sie nun ganz allgemein an den Tourismus in Österreich denken: Welchen Gesamteindruck haben Sie insgesamt vom Tourismus in Österreich?“

n = 2439

19

	1 = sehr guten Eindruck	2 = guten Eindruck	3 = weder / noch	4 = weniger guten Eindruck	5 = überhaupt keinen gu- ten Eindruck	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich	29,9	47,0	18,5	3,5	1,1	76,9	78,8	80,3	81,7

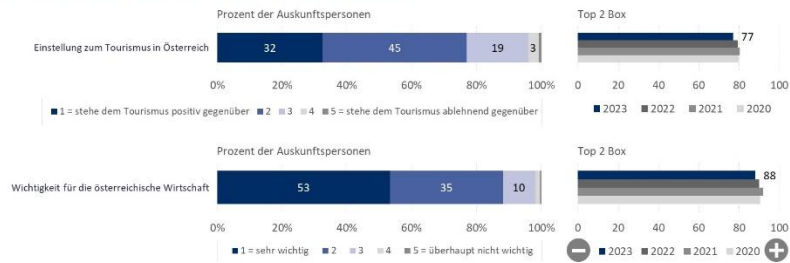
	1 = sehr guten Eindruck	2 = guten Eindruck	3 = weder / noch	4 = weniger guten Eindruck	5 = überhaupt keinen gu- ten Eindruck	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Zu Beginn der Befragung									
Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich Am Ende der Befragung	25,4	47,7	21,2	4,3	1,4	73,1	75,8	79,5	80,3

Zu Beginn der Befragung (Top-2-Box: 76,9; 1 = „sehr guten Eindruck“ und 2 = „guten Eindruck“) war der Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich etwas höher als am Ende der Befragung (Top-2-Box: 73,1; 1 = „sehr guten Eindruck“ und 2 = „guten Eindruck“).

Im Vergleich zu 2022, 2021 und 2020 ist der Gesamteindruck vom Tourismus in Österreich vor der Befragung (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 78,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 80,3; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 81,7; 1 = „sehr guten Eindruck“ und 2 = „guten Eindruck“) und nach der Befragung (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 75,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 79,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 80,3; 1 = „sehr guten Eindruck“ und 2 = „guten Eindruck“) gesunken.

Einstellung zum Tourismus und Wichtigkeit des österreichischen Tourismus für die Wirtschaft

Einstellung zum Tourismus und Wichtigkeit des österr. Tourismus für die Wirtschaft



„Wie stehen Sie dem Tourismus in Österreich insgesamt gegenüber?“ | „Wie schätzen Sie die Bedeutung des österreichischen Tourismus konkret für die österreichische Wirtschaft ein?“

n = 2439

20

	1 = stehe dem Tourismus positiv gegenüber	2 = stehe dem Tourismus eher positiv gegenüber	3 = weder / noch	4 = stehe dem Tourismus eher ablehnend gegenüber	5 = stehe dem Tourismus ablehnend gegenüber	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Einstellung zum Tourismus in Österreich	32,5	44,6	18,9	3,1	0,9	77,1	79,3	80,3	79,6

	1 = sehr wichtig	2 = eher wichtig	3 = weder / noch	4 = weniger wichtig	5 = überhaupt nicht wichtig	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Wichtigkeit für die österreichische Wirtschaft	53,4	34,7	10,0	1,5	0,3	88,1	89,9	91,8	90,4

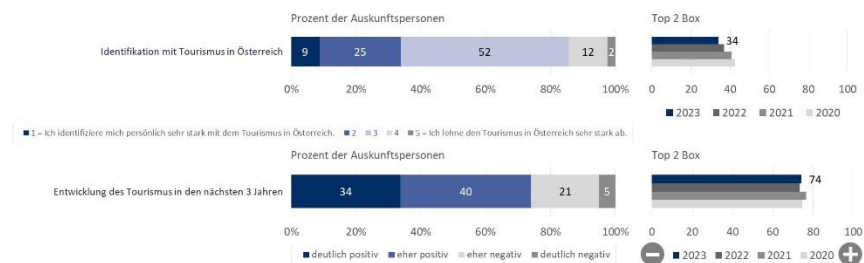
Die Einstellung zum Tourismus in Österreich wird von den Befragten überwiegend gut bewertet (Top-2-Box: 77,1; 1 = „stehe dem Tourismus positiv gegenüber“ und 2 = „stehe dem Tourismus eher positiv gegenüber“).

Weiters wird die Bedeutung des österreichischen Tourismus für die österreichische Wirtschaft als sehr gut eingeschätzt (Top-2-Box: 88,1; 1 = „sehr wichtig“ und 2 = „eher wichtig“).

Im Vergleich zu 2022, 2021 und 2020 ist die Einstellung zum Tourismus in Österreich leicht gesunken (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 79,3; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 80,3; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 79,6; 1 = „stehe dem Tourismus positiv gegenüber“ und 2 = „stehe dem Tourismus eher positiv gegenüber“). Die Bedeutung des österreichischen Tourismus für die österreichische Wirtschaft wird ebenfalls als weniger wichtig geschätzt als noch in den drei Vorjahren (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 89,9; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 91,8; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 90,4; 1 = „sehr wichtig“ und 2 = „eher wichtig“).

Identifikation mit dem Tourismus in Österreich

Identifikation mit und Entwicklung des Tourismus in Österreich



„Wie stark identifizieren Sie sich persönlich mit dem Tourismus in Österreich?“ | „Und wie wird sich Ihrer Meinung nach der Tourismus in Österreich in den nächsten 3 Jahren insgesamt entwickeln?“

n = 2439

21

	1 = Ich identifiziere mich persönlich sehr stark mit dem Tourismus in Österreich	2 = Ich identifiziere mich persönlich eher stark mit dem Tourismus in Österreich	3 = weder / noch	4 = Ich lehne den Tourismus in Österreich eher ab	5 = Ich lehne den Tourismus in Österreich sehr stark ab	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Identifikation mit Tourismus in Österreich	8,8	25,1	51,8	12,0	2,4	33,9	37,0	40,7	42,3

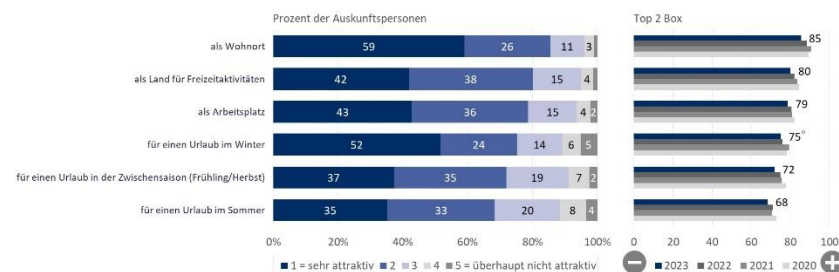
	1 = deutlich positiv	2 = eher positiv	3 = eher negativ	4 = deutlich negativ	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Entwicklung des Tourismus innerhalb der nächsten 3 Jahre	33,7	40,3	21,0	4,9	74,0	73,4	76,5	74,7

Die Österreicherinnen und Österreicher identifizieren sich persönlich eher weniger stark mit dem Tourismus in Österreich (Top-2-Box: 33,9; 1 = „Ich identifiziere mich persönlich sehr stark mit dem Tourismus in Österreich“ und 2 = „Ich identifiziere mich persönlich eher stark mit dem Tourismus in Österreich“). Dieser Wert hat sich im Vergleich zu den Vorjahren verschlechtert (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 37,0; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 40,7; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 42,3; 1 = „Ich identifiziere mich persönlich sehr stark mit dem Tourismus in Österreich“ und 2 = „Ich identifiziere mich persönlich eher stark mit dem Tourismus in Österreich“)

Weiters bewerten die Befragten die Entwicklung des Tourismus in Österreich insgesamt in den nächsten 3 Jahren eher positiv (Top-2-Box: 74,0; 1 = „deutlich positiv“ und 2 = „eher positiv. Diese Einstellung hat sich im Vergleich zu 2022 leicht verbessert, im Vergleich zu 2021 und 2020 jedoch verschlechtert (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 73,4; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 76,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 74,7; 1 = „deutlich positiv“ und 2 = „eher positiv“).

Attraktivität des Tourismuslandes Österreich

Attraktivität des Tourismuslandes Österreich



*= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Wenn Sie nun an Österreich insgesamt denken: Wie attraktiv ist Österreich für Sie persönlich ...?“

n = 2439

22

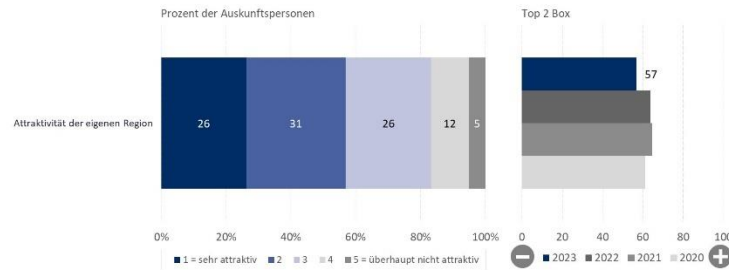
	1 = sehr attraktiv	2 = eher attraktiv	3 = weder / noch	4 = eher nicht attraktiv	5 = überhaupt nicht attraktiv	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
als Wohnort	59,1	26,4	10,5	3,0	1,0	85,5	88,5	90,6	89,5
als Land für Freizeitaktivitäten	41,8	38,3	15,0	3,7	1,2	80,1	82,2	83,5	84,6
als Arbeitsplatz	42,8	35,9	14,9	4,2	2,2	78,7	80,7	80,8	82,1
für einen Urlaub im Winter	51,6	23,6	14,1	5,6	5,1	75,2	76,0	79,4	78,4
für einen Urlaub in der	37,3	34,6	19,2	6,5	2,4	71,9	75,0	75,7	77,8

	1 = sehr attraktiv	2 = eher attraktiv	3 = weder / noch	4 = eher nicht attraktiv	5 = überhaupt nicht attraktiv	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Zwischensaison (Frühling/Herbst)									
für einen Urlaub im Sommer	35,2	33,2	20,1	8,0	3,5	68,4	70,9	70,6	72,8

Die Befragten beurteilen Österreich persönlich am attraktivsten als Wohnort (Top-2-Box: 85,5 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 88,5; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 90,6; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 89,5); 1 = „sehr attraktiv“ und 2 = „eher attraktiv“), gefolgt als Land für Freizeitaktivitäten (Top-2-Box: 80,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 82,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 83,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 84,6); 1 = „sehr attraktiv“ und 2 = „eher attraktiv“), und gefolgt als Arbeitsplatz (Top-2-Box: 78,7 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 80,7; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 80,8; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 82,1); 1 = „sehr attraktiv“ und 2 = „eher attraktiv“).

Attraktivität der eigenen Region

Attraktivität der eigenen Region



„Wie attraktiv beurteilen Sie Ihre eigene Region als Tourismusregion?“

n = 2439

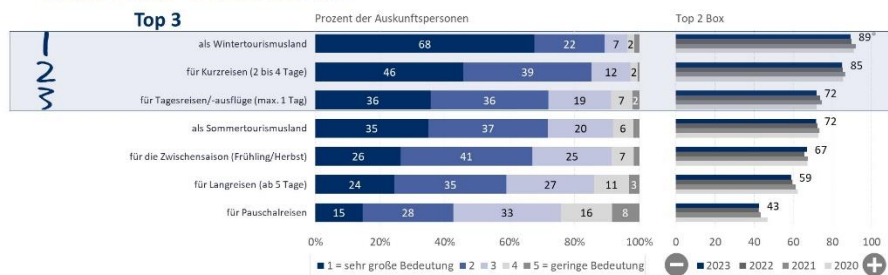
23

	1 = sehr attraktiv	2 = eher attraktiv	3 = weder / noch	4 = eher nicht attraktiv	5 = überhaupt nicht attraktiv	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Attraktivität der eigenen Region	26,2	30,7	26,2	11,9	4,9	57,0	63,8	64,4	61,2

Die Attraktivität der eigenen Region als Tourismusregion wird von den Befragten als eher attraktiv bewertet (Top-2-Box: 57,0; 1 = „sehr attraktiv“ und 2 = „eher attraktiv“). Die Bewertung fällt negativer aus als in den drei Vorjahren (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 63,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 64,4; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 61,2; 1 = „sehr attraktiv“ und 2 = „eher attraktiv“).

Bedeutung des Tourismuslandes Österreich | Österreich-Gesamtsicht

Bedeutung des Tourismuslandes Österreich | Österreich-Gesamtsicht



*= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Welche Bedeutung hat der Tourismus für Österreich insgesamt? Wie bedeutend ist Österreich Ihrer Meinung nach ...?“

n = 2439

24

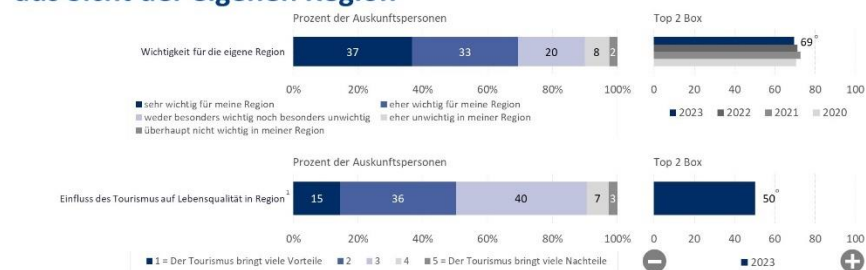
	1 = sehr große Bedeutung	2 = eher große Bedeutung	3 = weder / noch	4 = eher geringe Bedeutung	5 = sehr geringe Bedeutung	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
als Wintertourismusland	67,6	21,8	7,0	2,1	1,5	89,4	89,8	91,9	91,0
für Kurzreisen (2 bis 4 Tage)	45,8	39,4	12,1	2,1	0,6	85,2	85,2	86,5	85,6
für Tagesreisen/-ausflüge (max. 1 Tag)	35,6	36,4	19,4	6,5	2,1	72,0	73,7	74,6	71,9
als Sommertourismusland	34,8	37,0	20,0	6,3	1,9	71,8	72,5	73,4	72,9

	1 = sehr große Bedeutung	2 = eher große Bedeutung	3 = weder / noch	4 = eher geringe Bedeutung	5 = sehr geringe Bedeutung	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
für die Zwischensaison (Frühling/Herbst)	26,4	40,6	24,5	6,8	1,7	67,0	65,7	67,5	67,2
für Langreisen (ab 5 Tage)	24,4	34,6	27,1	10,7	3,2	59,0	59,5	61,3	62,4
für Pauschalreisen	14,6	28,0	33,2	15,8	8,4	42,6	42,3	43,4	46,8

Die höchste Bedeutung wird von den Befragten Österreich als Wintertourismusland (Top-2-Box: 89,4 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 89,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 91,9; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 91,0); 1 = „sehr große Bedeutung“ und 2 = „eher große Bedeutung“), für Kurzreisen (2 bis 4 Tage) (Top-2-Box: 85,2 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 85,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 86,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 85,6); 1 = „sehr große Bedeutung“ und 2 = „eher große Bedeutung“) und für Tagesreisen/-ausflüge (max. 1 Tag) beigemessen (Top-2-Box: 72,0 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 73,7; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 74,6; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 71,9); 1 = „sehr große Bedeutung“ und 2 = „eher große Bedeutung“).

Wichtigkeit & Einfluss des Tourismus | aus Sicht der eigenen Region

Wichtigkeit & Einfluss des Tourismus | aus Sicht der eigenen Region



¹ neue Frage 2023. ² = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz.
 „Bitte beurteilen Sie möglichst spontan, wie sehr die folgenden Aussagen auf Ihre Region zutreffen. Der Tourismus ist ...“
 „Welchen Einfluss hat Ihrer Meinung nach der Tourismus auf die Lebensqualität in Ihrer Region?“

n = 2439

25

	1 = sehr wichtig für meine Region	2 = eher wichtig für meine Region	3 = weder beson- ders wichtig noch besonders unwichtig	4 = eher unwichtig in meiner Re- gion	5 = überhaupt nicht wich- tig in mei- ner Region	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Wichtigkeit für die ei- gene Region	36,6	32,9	20,4	7,7	2,5	69,5	71,2	72,7	70,6

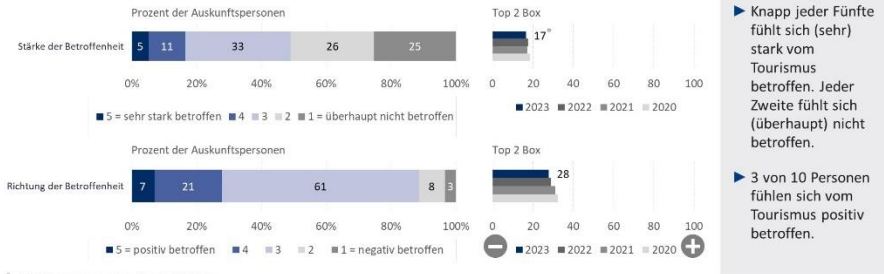
	1 = Der Tourismus bringt viele Vorteile.	2 = Der Tourismus bringt eher Vorteile.	3 = Der Tourismus bringt weder Vor- noch Nachteile.	4 = Der Tourismus bringt eher Nachteile.	5 = Der Tourismus bringt viele Nachteile.	Top-2-Box 2023
Einfluss des Tourismus auf die Lebensqualität in Region (neue Frage 2023)	14,5	35,7	40,3	7,0	2,6	50,2

Die Wichtigkeit des Tourismus für die eigene Region nahm im Vergleich zu den drei Vorjahren leicht ab (Top-2-Box: 69,5 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 71,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 72,7; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 70,6); 1 = „sehr wichtig für meine Region“ und 2 = „eher wichtig für meine Region“).

Der Tourismus bringt für die Hälfte der Befragten Vorteile für die Lebensqualität in der eigenen Region (Top-2-Box: 50,2; 1 = „Der Tourismus bringt viele Vorteile.“ und 2 = „Der Tourismus bringt eher Vorteile.“).

Persönliche Betroffenheit durch den Tourismus

Persönliche Betroffenheit durch den Tourismus



*= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Wie fühlen Sie sich persönlich vom Tourismus betroffen?“

n = 2439

26

	5 = sehr stark betroffen	4 = eher betroffen	3 = weder / noch	2 = eher nicht be- troffen	1 = überhaupt nicht betroffen	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Stärke der Betroffenheit	5,2	11,3	32,5	25,7	25,2	16,5	17,6	17,3	18,6

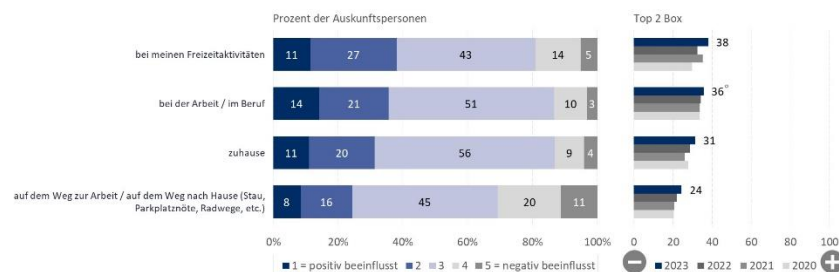
	5 = positiv betroffen	4 = eher positiv betroffen	3 = weder / noch	2 = eher negativ betroffen	1 = negativ betroffen	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Richtung der Betroffen- heit	7,0	20,9	60,7	8,1	3,3	27,9	29,2	31,2	32,5

Knapp jeder Fünfte fühlt sich (sehr) stark vom Tourismus betroffen (Top-2-Box: 16,5; 5 = „sehr stark betroffen“ und 4 = „eher betroffen“). Dieser Wert ist im Vergleich zu den drei Vorjahren leicht gesunken (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 17,6; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 17,3; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 18,6; 5 = „sehr stark betroffen“ und 4 = „eher betroffen“). Jeder Zweite fühlt sich (überhaupt) nicht betroffen.

3 von 10 Personen fühlen sich vom Tourismus (eher) positiv betroffen (Top-2-Box: 27,9; 5 = „positiv betroffen“ und 4 = „eher positiv betroffen“). Dieser Wert ist im Vergleich zu den Vorjahren gesunken (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 29,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 31,2; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 32,5; 5 = „positiv betroffen“ und 4 = „eher positiv betroffen“).

Bereiche der persönlichen Beeinflussung durch den Tourismus

Bereiche der persönlichen Beeinflussung durch den Tourismus



*= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Gibt es Bereiche, in denen Sie sich konkret vom Tourismus beeinflusst fühlen?“

n = 2439

27

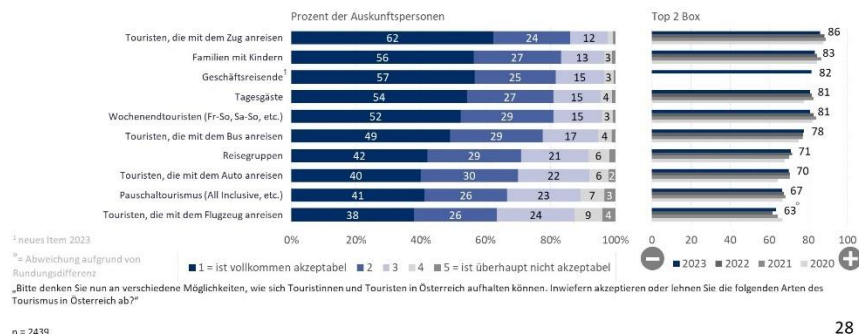
	1 = positiv beeinflusst	2 = eher positiv beeinflusst	3 = weder / noch	4 = eher negativ beeinflusst	5 = negativ beeinflusst	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
bei meinen Freizeitakti- vitäten	11,4	26,7	42,7	14,0	5,1	38,1	32,5	35,1	29,9
bei der Arbeit / im Beruf	14,2	21,4	51,0	10,1	3,3	35,6	34,3	33,8	33,6
zuhause	11,0	20,3	55,5	9,0	4,1	31,3	28,7	25,9	27,9
auf dem Weg zur Arbeit / auf dem Weg nach Hause (Stau, Parkplatz- nöte, Radwege, etc.)	8,4	16,0	44,8	19,6	11,2	24,4	21,9	20,6	20,3

Die Befragten fühlen sich in folgenden Bereichen eher positiv vom Tourismus beeinflusst: bei Freizeitaktivitäten (Top-2-Box: 38,1; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“), bei der Arbeit / im Beruf (Top-2-Box: 35,6; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“), und zuhause (Top-2-Box: 31,3; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“).

Im Jahr 2022 fühlten sich die Befragten in folgenden Bereichen eher positiv vom Tourismus beeinflusst: bei der Arbeit / im Beruf (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 34,3; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 33,8; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 33,6; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“), bei Freizeitaktivitäten (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 32,5; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 35,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 29,9; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“), und zuhause (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 28,7; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 25,9; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 27,9; 1 = „positiv beeinflusst“ und 2 = „eher positiv beeinflusst“).

Akzeptanz der Reise- und Tourismusarten

Akzeptanz der Reise- und Tourismusarten



28

	1 = ist vollkommen akzeptabel	2 = ist überwiegend akzeptabel	3 = weder / noch	4 = ist eher nicht akzeptabel	5 = ist über- haupt nicht akzeptabel	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Touristen, die mit dem Zug anreisen	62,4	23,6	11,6	1,6	0,7	86,1	88,2	89,1	87,7
Familien mit Kindern	56,2	27,0	13,2	2,6	0,9	83,2	84,6	86,5	84,4
Geschäftsreisende (neues Item 2023)	56,6	24,9	15,0	2,9	0,5	81,5			
Tagesgäste	54,2	26,7	14,6	3,5	1,0	80,9	81,7	82,6	77,8

	1 = ist vollkom- men akzeptabel	2 = ist überwiegend akzeptabel	3 = weder / noch	4 = ist eher nicht akzeptabel	5 = ist über- haupt nicht akzeptabel	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Wochenendtouristen (Fr-So, Sa-So, etc.)	52,3	28,6	15,1	3,2	0,9	80,8	82,8	84,0	82,4
Touristen, die mit dem Bus anreisen	49,1	28,5	17,1	4,1	1,2	77,6	77,4	77,1	75,2
Reisegruppen	41,9	29,0	20,8	6,5	1,8	70,9	71,6	70,3	68,1
Touristen, die mit dem Auto anreisen	39,9	30,1	22,1	5,9	2,0	70,0	70,4	70,5	64,4
Pauschalтуризм (All Inclusive, etc.)	41,1	25,6	22,6	7,4	3,4	66,6	67,6	68,2	66,8
Touristen, die mit dem Flugzeug anreisen	37,9	25,6	24,0	8,5	4,0	63,5	61,7	64,4	66,8

Die Arten des Tourismus, die die höchste Akzeptanz unter den Befragten erreichen, umfassen Touristinnen und Touristen, die mit dem Zug anreisen (Top-2-Box: 86,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 88,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 89,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 87,7); 1 = „ist vollkommen akzeptabel“ und 2 = „ist überwiegend akzeptabel“), Familien mit Kindern (Top-2-Box: 83,2 ((Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 84,6; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 86,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 84,4); 1 = „ist vollkommen akzeptabel“ und 2 = „ist überwiegend akzeptabel“), und Geschäftsreisende (Top-2-Box: 81,5; 1 = „ist vollkommen akzeptabel“ und 2 = „ist überwiegend akzeptabel“).

Tourismusintensität | Österreich-Gesamtsicht, im Vergleich zum Ausland und aus Sicht der eigenen Region

Tourismusintensität | Österreich-Gesamtsicht, im Vergleich zum Ausland und aus Sicht der eigenen Region



*T. = Touristinnen und Touristen. ¹ neue Frage 2023
„Wie intensiv ist der Tourismus in Österreich Ihrer Meinung nach ausgeprägt?“ | „Und wenn Sie an Ihre Region denken: Wie intensiv ist der Tourismus in Ihrer Region ausgeprägt?“

n = 2439

29

	1 = Es gibt sehr viele Touristin- nen und Touris- ten in Österreich	2 = Es gibt eher viele Touristin- nen und Touris- ten in Österreich	3 = weder / noch	4 = Es gibt eher we- nige Touristin- nen und Touris- ten in Öster- reich	5 = Es gibt sehr wenige Tou- ristinnen und Touris- ten in Ös- terreich	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Tourismusintensität in Österreich	32,2	49,4	15,9	2,4	0,1	81,7	81,0	84,1	85,8

	1 = Es gibt in Österreich mehr Touristinnen und Touristen als im Ausland	2 = Es gibt in Österreich eher mehr Touristinnen und Touristen als im Ausland	3 = Es gibt in Österreich gleich viele Touristinnen und Touristen wie im Ausland	4 = Es gibt in Österreich eher weniger Touristinnen und Touristen als im Ausland	5 = Es gibt in Österreich weniger Touristinnen und Touristen als im Ausland	Top-2-Box 2023
Tourismusintensität im Vergleich zum Ausland (neue Frage 2023)	4,8	18,4	52,8	19,0	5,1	23,1

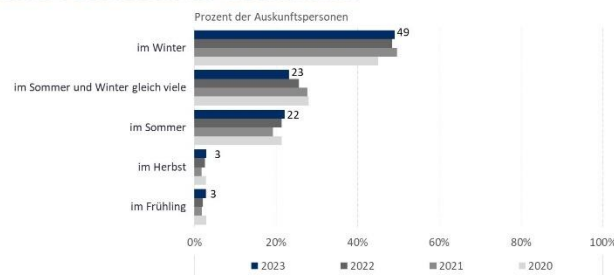
	1 = Es gibt sehr viele Touristinnen und Touristen in meiner Region	2 = Es gibt eher viele Touristinnen und Touristen in meiner Region	3 = weder / noch	4 = Es gibt eher wenige Touristinnen und Touristen in meiner Region	5 = Es gibt sehr wenige Touristinnen und Touristen in meiner Region	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Tourismusintensität in eigener Region	20,0	28,0	30,6	12,8	8,5	48,0	51,9	53,0	53,6

Die Befragten beurteilen die Tourismusintensität in Österreich (Top-2-Box: 81,7 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 81,0; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 84,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 85,8); 1 = „Es gibt sehr viele Touristinnen und Touristen in Österreich“ und 2 = „Es gibt eher viele Touristinnen und Touristen in Österreich“) als deutlich höher als die Tourismusintensität in der eigenen Region (Top-2-Box: 48,0 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 51,9; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 53,0; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 53,6); 1 = „Es gibt sehr viele Touristinnen und Touristen in meiner Region“ und 2 = „Es gibt eher viele Touristinnen und Touristen in meiner Region“). Noch niedriger wird die Tourismusintensität im Vergleich

zum Ausland bewertet (Top-2-Box: 23,1; 1 = „Es gibt in Österreich mehr Touristinnen und Touristen als im Ausland“ und 2 = „Es gibt in Österreich eher mehr Touristinnen und Touristen als im Ausland“).

Jahreszeit mit den meisten wahrgenommenen Touristinnen und Touristen in Österreich

Jahreszeit mit den meisten wahrgenommenen Touristinnen und Touristen in Österreich



► Insgesamt herrscht die Wahrnehmung, dass die meisten Touristinnen und Touristen Österreich im Winter besuchen. Diese Wahrnehmung ist im Vergleich zu 2022 wieder leicht gestiegen.

► Die Zwischensaison werden weniger Touristinnen und Touristen wahrgenommen.

„Zu welcher Jahreszeit gibt es Ihrer Meinung nach in Österreich die meisten Touristinnen und Touristen?“

n = 2439


30

Jahreszeit (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022	2021	2020
im Winter	49,0	48,4	49,6	45,0
im Sommer und Winter gleich viele	23,1	25,6	27,6	27,9
im Sommer	22,1	21,4	19,2	21,4
im Herbst	3,0	2,6	1,7	2,8

Jahreszeit (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022	2021	2020
im Frühling	2,8	2,1	1,9	2,9

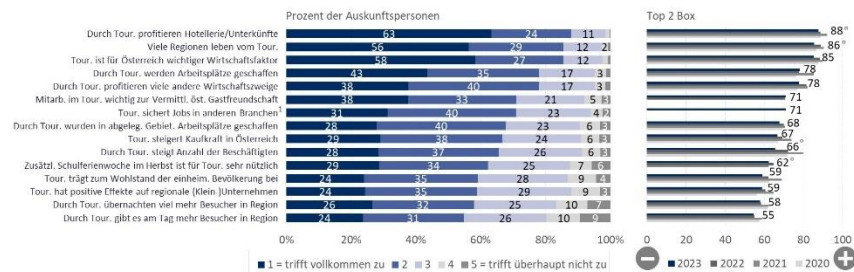
Wie werden die einzelnen Einflussbereiche auf den Tourismus im Detail bewertet?

Tourismus & Wirtschaft 1/2

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismus & Wirtschaft 1/2



*Tour. = Tourismus; Mitarb. = Mitarbeiterinnen [†] neues Item 2023 [‡] Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
 „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Wirtschaft zu?“


n = min. 1148 / max. 1259

32

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Durch Tourismus profitieren Hotellerie/Unterkünfte	63,4	24,5	10,6	1,2	0,3	87,8	88,8	92,2	88,9
Viele Regionen leben vom Tourismus	56,4	29,1	11,8	2,1	0,6	85,5	89,1	90,4	86,9
Tourismus ist für Österreich wichtiger Wirtschaftsfaktor	58,4	27,0	12,3	1,7	0,7	85,4	88,6	89,9	87,6
Durch Tourismus werden Arbeitsplätze geschaffen	43,4	34,6	17,2	3,5	1,3	78,1	77,9	85,2	76,4
Durch Tourismus profitieren viele andere Wirtschaftszweige	37,7	40,4	17,3	3,2	1,5	78,0	81,7	82,2	76,9
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Tourismus sind wichtig zur Vermittlung österreichischer Gastfreundschaft	37,5	33,5	21,1	5,4	2,6	71,0	70,7		
Tourismus sichert Jobs in anderen Branchen (neues Item 2023)	31,2	39,7	23,0	3,7	2,4	70,9			
Durch Tourismus	27,8	40,0	22,9	6,1	3,3	67,8	70,1	70,9	69,2

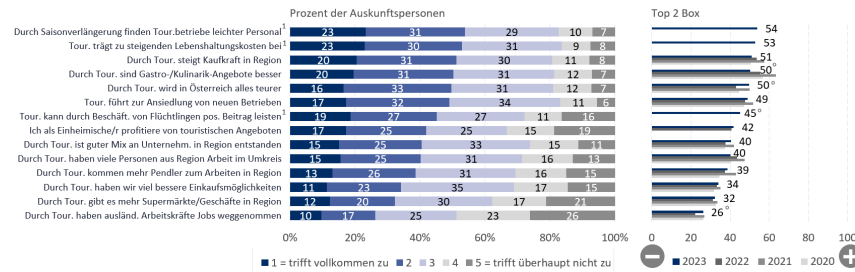
	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
wurden in abgelegenen Gebieten Arbeitsplätze geschaffen									
Tourismus steigert Kaufkraft in Österreich	29,0	37,7	24,2	5,8	3,3	66,8	69,2	74,0	67,2
Durch Tourismus steigt Anzahl der Beschäftigten	28,4	37,1	25,7	5,7	3,1	65,5	72,3	80,2	71,7
Zusätzliche Schulferien- woche im Herbst ist für Tourismus sehr nützlich	28,7	33,5	25,3	6,8	5,7	62,2	64,8	62,3	
Tourismus trägt zum Wohlstand der einhei- mischen Bevölkerung bei	24,0	35,1	27,6	8,8	4,4	59,2	62,1	69,1	62,7
Tourismus hat positive Effekte auf regionale (Klein-)Unternehmen	24,2	34,6	29,1	8,9	3,1	58,9	60,5	64,8	56,2
Durch Tourismus übernachten viel mehr Besucher in Region	26,5	31,5	25,2	9,8	7,0	58,0	58,3	62,3	61,9
Durch Tourismus gibt es am Tag mehr Besucher in Region	23,7	31,1	25,5	10,4	9,2	54,8	54,9	58,8	57,5

Tourismus & Wirtschaft 2/2

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismus & Wirtschaft 2/2



¹Tour. = Tourismus ²neues Item 2023 ³= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Wirtschaft zu?“

n = min. 1148 / max. 1259

33


	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Durch Saisonverlänge- rung finden Tourismus- betriebe leichter Personal (neues Item 2023)	23,2	30,7	28,7	10,4	7,0	53,9			
Tourismus trägt zu steigenden Lebenshaltungskosten bei (neues Item 2023)	23,0	29,9	30,7	8,8	7,6	52,9			

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Durch Tourismus steigt Kaufkraft in Region	20,5	30,6	29,5	11,4	7,9	51,1	53,6	57,4	50,4
Durch Tourismus sind Gastro-/Kulinarik-Angebote besser	19,5	30,8	31,0	11,6	7,1	50,3	55,4	63,3	56,6
Durch Tourismus wird in Österreich alles teurer	16,4	33,2	31,3	11,9	7,2	49,7	43,1	50,1	44,6
Tourismus führt zur Ansiedlung von neuen Betrieben	17,2	31,9	34,1	11,3	5,6	49,0	47,5	51,9	47,2
Tourismus kann durch Beschäftigung von Flüchtlingen positiven Beitrag leisten (neues Item 2023)	18,6	26,6	27,0	11,5	16,4	45,1			
Ich als Einheimische/r profitiere von touristischen Angeboten	17,2	24,6	24,9	14,5	18,8	41,8	40,8		
Durch Tourismus ist guter Mix an Unternehmen in Region entstanden	15,1	25,4	33,4	14,8	11,3	40,5	37,7	41,9	37,3
Durch Tourismus haben viele Personen aus	15,5	24,8	31,0	15,7	13,0	40,2	43,6	47,5	40,4

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Region Arbeit im Umkreis									
Durch Tourismus kommen mehr Pendler zum Arbeiten in Region	13,0	25,6	30,7	15,6	15,1	38,6	37,5	43,1	34,6
Durch Tourismus haben wir viel bessere Einkaufs- möglichkeiten	11,4	22,7	34,8	16,5	14,6	34,1	33,3	35,0	31,8
Durch Tourismus gibt es mehr Supermärkte/ Geschäfte in Region	12,3	20,0	29,8	16,7	21,2	32,3	31,2	33,5	32,8
Durch Tourismus haben ausländische Arbeitskräfte Jobs weggenommen	9,5	16,7	25,0	22,6	26,2	26,2	22,1	26,9	26,4

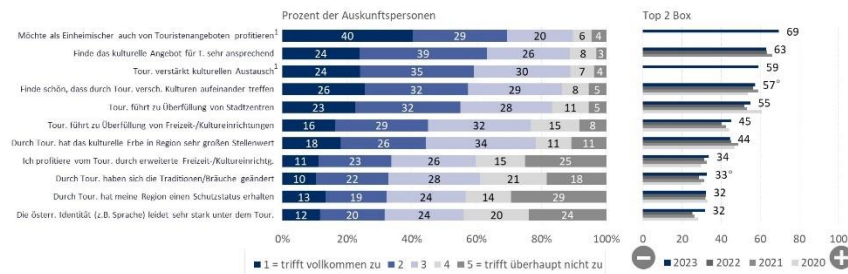
Hinsichtlich des wirtschaftlichen Aspekts des Tourismus stimmen die Befragten folgenden Aussagen am stärksten zu: durch den Tourismus profitieren Hotellerie/Unterkünfte (Top-2-Box: 87,8 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 88,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 92,2; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 88,9); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), viele Regionen leben vom Tourismus (Top-2-Box: 85,5 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 89,1; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 90,4; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 86,9); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), und Tourismus ist für Österreich ein wichtiger Wirtschaftsfaktor (Top-2-Box: 85,4 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 88,6; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 89,9; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 87,6); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Tourismus & Kultur

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismus & Kultur/Freizeit



¹Tour. = Tourismus; T. = Touristinnen und Touristen ²neues Item 2023 ³= Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Kultur zu?“

n = min. 2153 / max. 2396

34

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Möchte als Einheimische/r auch von Touristenangeboten profitieren (neues Item 2023)	40,2	29,2	20,2	5,9	4,5	69,5			
Finde das kulturelle Angebot für Touristinnen und Touristen sehr ansprechend	23,9	39,2	25,6	8,2	3,0	63,1	63,2	65,9	

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Tourismus verstärkt kulturellen Austausch (neues Item 2023)	24,0	35,1	29,8	7,4	3,7	59,1			
Finde es schön, dass durch Tourismus verschiedene Kulturen aufeinander treffen	25,5	31,8	29,1	8,2	5,4	57,3	56,5	59,0	53,7
Tourismus führt zu Überfüllung von Stadtzentren	22,5	32,4	28,4	11,3	5,4	54,9	52,1	53,2	60,8
Tourismus führt zu Überfüllung von Freizeit-/Kultureinrichtungen	16,3	28,6	31,7	15,1	8,3	44,9	40,4	42,5	44,0
Durch Tourismus hat das kulturelle Erbe in Region sehr großen Stellenwert	18,1	26,4	33,7	11,1	10,8	44,4	45,0	48,7	46,7
Ich profitiere vom Tourismus durch erweiterte Freizeit-/Kultureinrichtungen	11,2	22,5	26,0	15,2	25,0	33,7	31,2	32,8	29,7
Durch Tourismus haben sich die Traditionen/Bräuche geändert	10,4	22,4	28,2	20,6	18,3	32,8	28,8	31,1	29,7

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Durch Tourismus hat meine Region einen Schutzstatus erhalten	13,4	18,9	24,3	14,0	29,5	32,3	32,2	32,0	32,9
Die österreichische Iden- tität (z.B. Sprache) leidet sehr stark unter dem Tourismus	11,6	20,0	24,4	20,1	23,9	31,6	25,2	26,4	28,2

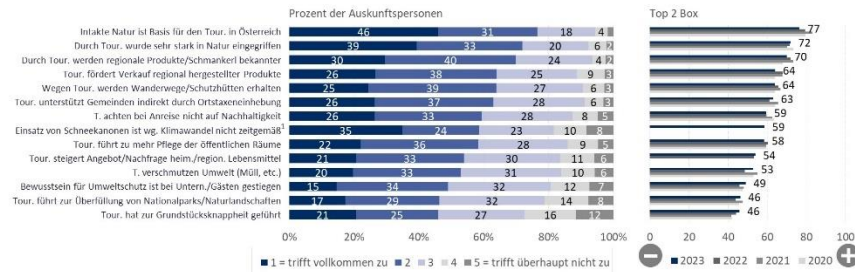
Hinsichtlich des kulturellen Aspekts des Tourismus stimmen die Befragten folgenden Aussagen am stärksten zu: ich möchte als Einheimische/r auch von Touristenangeboten profitieren (Top-2-Box: 69,5; 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), das kulturelle Angebot für Touristinnen und Touristen ist sehr ansprechend (Top-2-Box: 63,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 63,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 65,9); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“) und Tourismus verstärkt den kulturellen Austausch (Top-2-Box: 59,1; 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Tourismus & Umwelt/Landwirtschaft 1/2

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismus & Umwelt/Landwirtschaft 1/2



*Tour. = Tourismus; T. = Touristinnen und Touristen; ¹ neues Item 2023
„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Umweltaspekten zu?“

n = min. 968 / max. 1271

35

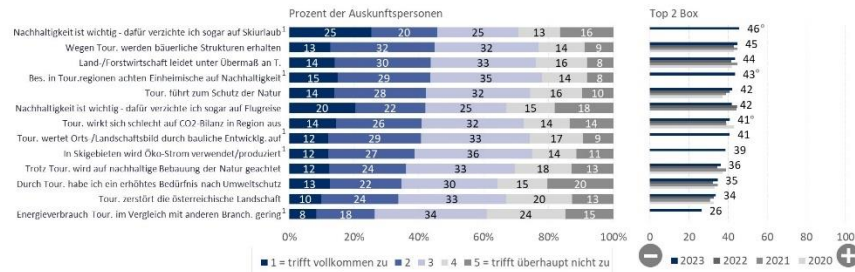
	1 = trifft vollkom- men zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Intakte Natur ist Basis für den Tourismus in Österreich	45,8	30,7	17,9	3,9	1,7	76,5	79,3	83,1	79,7
Durch Tourismus wurde sehr stark in Natur eingegriffen	39,4	32,6	20,4	5,6	2,1	71,9	71,5	70,2	73,3
Durch Tourismus werden regionale Produkte/Schmankerl bekannter	29,6	40,3	23,6	4,2	2,3	69,9	71,9	73,1	68,1

	1 = trifft vollkom- men zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Tourismus fördert Verkauf regional hergestellter Produkte	26,5	37,6	24,8	8,6	2,6	64,1	68,0	67,7	63,9
Wegen Tourismus werden Wanderwege/ Schutzhütten erhalten	24,5	39,4	26,9	6,4	2,8	63,9	65,8	66,7	63,8
Tourismus unterstützt Gemeinden indirekt durch Ortstaxeneinhebung	26,4	36,6	28,1	5,7	3,1	63,0	61,0	65,5	64,2
Touristinnen und Touris- ten achten bei Anreise nicht auf Nachhaltigkeit	26,4	33,1	27,9	7,8	4,8	59,5	59,7	62,5	63,4
Einsatz von Schneekanonen ist wegen des Klimawandels nicht zeitgemäß (neues Item 2023)	34,8	23,8	23,0	10,2	8,2	58,6			
Tourismus führt zu mehr Pflege der öffentlichen Räume	22,0	36,4	27,6	9,3	4,7	58,4	60,3	59,5	59,4
Tourismus steigert Angebot/Nachfrage heimischer/regionaler Lebensmittel	20,6	33,2	29,6	10,7	5,8	53,9	53,3		

	1 = trifft vollkom- men zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Touristinnen und Touristen verschmutzen Umwelt (Müll, etc.)	19,7	33,1	31,0	10,4	5,8	52,8	48,6	55,0	53,0
Bewusstsein für Umwelt- schutz ist bei Unternehmen/Gästen gestiegen	14,6	34,3	31,8	11,9	7,3	49,0	45,7	48,0	47,2
Tourismus führt zur Überfüllung von Nationalparks/Natur- landschaften	17,4	29,0	32,4	13,5	7,7	46,3	43,9	47,5	45,5
Tourismus hat zur Grundstücksknappheit geführt	20,6	25,3	26,7	15,9	11,5	45,8	44,1	41,7	41,9

Tourismus & Umwelt/Landwirtschaft 2/2

Tourismus & Umwelt/Landwirtschaft 2/2



*Tour. = Tourismus; T. = Touristinnen und Touristen; ¹ neues Item 2023; ² = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz
 „Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Umweltaspekten zu?“

n = min. 968 / max. 1271

36


	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Nachhaltigkeit ist wichtig - dafür verzichte ich sogar auf Skiurlaub (neues Item 2023)	25,4	20,3	25,0	12,9	16,4	45,7			
Wegen Tourismus wer- den bäuerliche Struktu- ren erhalten	12,6	32,2	32,0	14,3	8,9	44,9	42,7	44,9	42,9
Land-/Forstwirtschaft	14,0	29,6	32,6	15,7	8,2	43,6	41,6	44,7	41,7

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
leidet unter Übermaß an Touristinnen und Touristen									
Besonders in Tourismus- regionen achten Einheimische auf Nachhaltigkeit (neues Item 2023)	14,8	28,7	34,5	13,9	8,1	43,5			
Tourismus führt zum Schutz der Natur	13,9	28,3	32,1	16,1	9,6	42,2	40,9	38,8	37,1
Nachhaltigkeit ist wichtig - dafür verzichte ich sogar auf Flugreise	20,4	21,6	25,0	15,0	18,0	41,9	44,6	44,3	
Tourismus wirkt sich schlecht auf CO2-Bilanz in Region aus	14,4	26,4	31,5	14,2	13,5	40,8	38,8	39,1	43,0
Tourismus wertet Orts- /Landschaftsbild durch bauliche Entwicklungen auf (neues Item 2023)	12,1	28,6	33,4	16,6	9,3	40,7			
In Skigebieten wird Öko- Strom verwendet/ produziert (neues Item 2023)	12,0	26,7	36,1	13,8	11,4	38,8			

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Trotz Tourismus wird auf nachhaltige Bebauung der Natur geachtet	12,3	23,7	33,4	17,5	12,9	36,1	34,5	38,9	37,1
Durch Tourismus habe ich ein erhöhtes Bedürfnis nach Umweltschutz	12,6	22,0	29,6	15,4	20,4	34,6	32,1	34,8	33,0
Tourismus zerstört die österreichische Landschaft	9,9	23,8	33,2	20,4	12,7	33,6	32,6	30,6	32,6
Energieverbrauch ist im Tourismus im Vergleich mit anderen Branchen gering (neues Item 2023)	8,4	18,0	34,4	24,3	14,8	26,4			

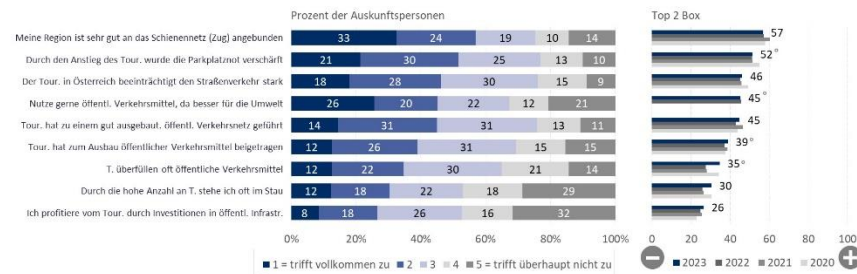
Hinsichtlich des Aspekts Umwelt/Landwirtschaft stimmen die Befragten folgenden Aussagen am stärksten zu: eine intakte Natur ist Basis für den Tourismus in Österreich (Top-2-Box: 76,5 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 79,3; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 83,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 79,7); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), durch Tourismus wurde sehr stark in die Natur eingegriffen (Top-2-Box: 71,9 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 71,5; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 70,2; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 73,3); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“) und durch Tourismus werden regionale Produkte/Schmankerl bekannter (Top-2-Box: 69,9 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 71,9; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 73,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 68,1); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Tourismus & Infrastruktur

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Tourismus & Infrastruktur



*Tour. = Tourismus; T. = Touristinnen und Touristen
° = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz

„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Infrastruktur zu?“

n = min. 2289 / max. 2414

37

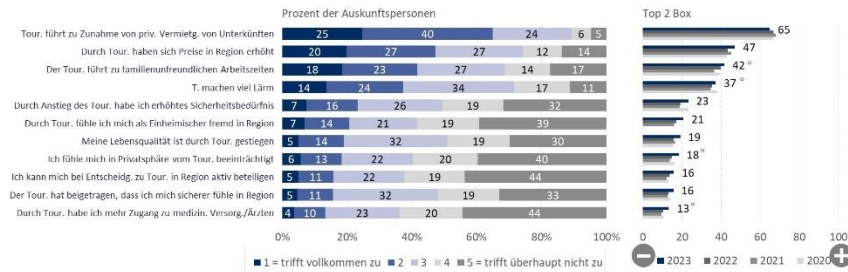
	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Meine Region ist sehr gut an das Schienennetz (Zug) angebunden	32,6	24,3	18,5	10,2	14,4	56,9	57,2	60,3	57,8
Durch den Anstieg des Tourismus wurde die Parkplatznot verschärft	21,3	30,2	25,4	13,1	10,0	51,5	51,2	51,5	55,0
Der Tourismus in Österreich beeinträchtigt den Straßenverkehr stark	18,0	28,2	29,9	15,1	8,9	46,1	45,0	45,9	49,2

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Nutze gerne öffentliche Verkehrsmittel, da besser für die Umwelt	25,6	19,6	22,1	12,0	20,7	45,2	45,6		
Tourismus hat zu einem gut ausgebauten öffentlichen Verkehrsnetz geführt	14,4	30,5	30,8	13,4	10,9	44,9	42,9	46,5	43,8
Tourismus hat zum Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel beigetragen	12,5	26,4	30,5	15,3	15,3	38,9	37,1	38,6	37,6
Touristinnen und Touristen überfüllen oft öffentliche Verkehrsmittel	12,5	22,2	30,3	20,7	14,3	34,7	27,7	28,1	34,1
Durch die hohe Anzahl an Touristinnen und Touristen stehe ich oft im Stau	12,2	18,2	22,4	18,5	28,6	30,4	25,9	26,6	30,5
Ich profitiere vom Tourismus durch Investitionen in öffentliche Infrastruktur	8,4	18,0	26,3	15,7	31,6	26,5	24,9	25,5	22,9

Hinsichtlich des Aspekts Infrastruktur stimmen die Befragten folgenden Aussagen am stärksten zu: meine Region ist sehr gut an das Schienennetz (Zug) angebunden (Top-2-Box: 56,9 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 57,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 60,3; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 57,8); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), durch den Anstieg des Tourismus wurde die Parkplatznot verschärft (Top-2-Box: 51,5 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 51,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 51,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 55,0); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“) und der Tourismus beeinträchtigt den Straßenverkehr stark (Top-2-Box: 46,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 45,0; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 45,9; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 49,2); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Tourismus & Sozialwohl

Tourismus & Sozialwohl



*Tour. = Tourismus; T. = Touristinnen und Touristen
* = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz

„Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen hinsichtlich Tourismus und Soziales zu?“

n = min. 2285 / max. 2398

38

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Tourismus führt zu Zunahme von privaten Vermietungen von Unterkünften	24,7	40,2	24,3	6,2	4,6	64,9	66,7	68,1	66,5
Durch Tourismus haben sich Preise in Region erhöht	19,9	27,3	27,2	11,9	13,8	47,1	43,2	45,2	42,8


	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Der Tourismus führt zu familienunfreundlichen Arbeitszeiten	18,4	23,3	26,9	14,1	17,3	41,7	39,9	36,5	39,0
Touristinnen und Touristen machen viel Lärm	13,6	23,7	34,3	17,2	11,3	37,2	35,4	34,6	38,0
Durch Anstieg des Tourismus habe ich erhöhtes Sicherheitsbedürfnis	7,5	15,8	26,3	18,7	31,9	23,2	19,2	18,9	23,4
Durch Tourismus fühle ich mich als Einheimische/r fremd in Region	6,9	13,8	20,9	19,1	39,3	20,7	17,3	16,0	
Meine Lebensqualität ist durch Tourismus gestiegen	5,1	14,1	31,8	19,3	29,8	19,1	15,6	16,3	15,4
Ich fühle mich in Privatsphäre vom Tourismus beeinträchtigt	5,7	12,7	21,9	20,0	39,7	18,4	14,7	13,6	15,9
Ich kann mich bei Entscheidungen zu Tourismus in Region aktiv beteiligen	4,9	10,9	21,9	18,5	43,7	15,8	13,6	12,2	12,9

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Der Tourismus hat dazu beigetragen, dass ich mich sicherer fühle in Region	4,7	11,0	32,4	19,0	32,9	15,7	12,9	12,7	13,9
Durch Tourismus habe ich mehr Zugang zu medizinischer Versorgung/Ärzten	3,6	9,7	22,9	19,5	44,3	13,3	10,2	9,6	10,5

Hinsichtlich des Aspekts Sozialwohl stimmen die Befragten folgenden Aussagen am stärksten zu: Tourismus führt zur Zunahme von privaten Vermietungen von Unterkünften (Top-2-Box: 64,9 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 66,7; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 68,1; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 66,5); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), durch Tourismus haben sich Preise in der Region erhöht (Top-2-Box: 47,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 43,2; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 45,2; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 42,8); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“) und der Tourismus führt zu familienunfreundlichen Arbeitszeiten (Top-2-Box: 41,7 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 39,9; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 36,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 39,0); 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

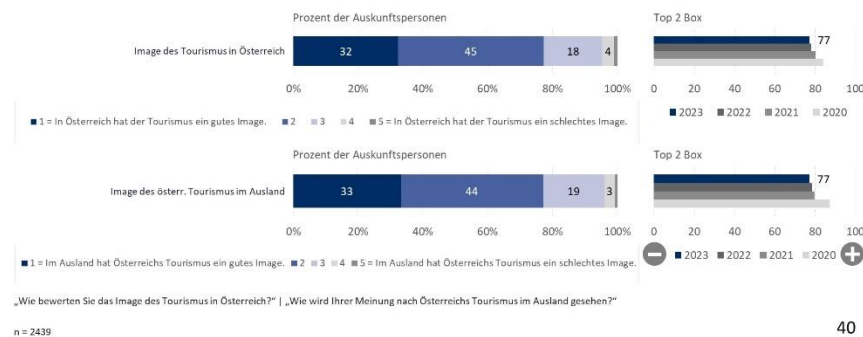
Welches Image hat der Tourismus in Österreich?

Gesamtimage des Tourismus

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Gesamtimage des Tourismus



	1 = In Österreich hat der Tourismus ein gutes Image	2 = In Österreich hat der Touris- mus ein eher gutes Image	3 = weder / noch	4 = In Österreich hat der Touris- mus ein eher schlechtes Image	5 = In Öster- reich hat der Tourismus ein schlechtes Image	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Image des Tourismus in Österreich	32,4	44,9	18,1	3,7	0,9	77,3	77,8	80,0	83,8

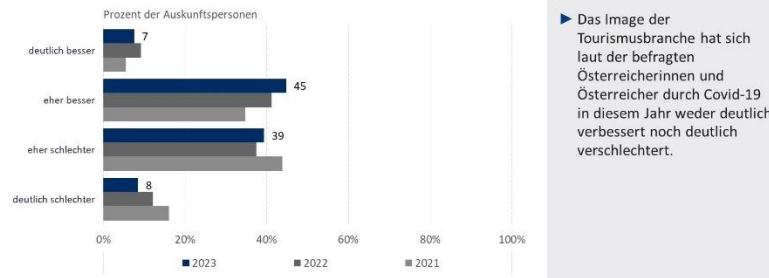
	1 = Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein gutes Image	2 = Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein eher gutes Image	3 = weder / noch	4 = Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein eher schlechtes Image	5 = Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein schlech- tes Image	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Image des österreichischen Tourismus im Ausland	33,2	43,9	18,9	3,3	0,7	77,1	78,4	79,5	87,4

Das Image des österreichischen Tourismus im Inland (Top-2-Box: 77,3 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 77,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 80,0; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 83,8); 1 = „In Österreich hat der Tourismus ein gutes Image“ und 2 = „In Österreich hat der Tourismus ein eher gutes Image“) wird von den Befragten ähnlich bewertet wie die Einschätzung des Images des österreichischen Tourismus im Ausland (Top-2-Box: 77,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 78,4; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 79,5; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 87,4); 1 = „Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein gutes Image“ und 2 = „Im Ausland hat Österreichs Tourismus ein eher gutes Image“).

Insgesamt ist das Image des österreichischen Tourismus laut Einschätzung der Befragten im In- sowie Ausland nach wie vor auf einem hohen Niveau, jedoch mit einem deutlichen Imagerrückgang des österreichischen Tourismus im Ausland im Vergleich zu 2020.

Imageveränderung der Tourismusbranche durch Covid-19

Imageveränderung der Tourismusbranche durch Covid-19



„Hat sich das Image der Tourismusbranche durch Covid-19 verändert?“

n = 2439

41

Imageveränderung der Tourismusbranche durch Covid-19 (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022	2021
deutlich besser	7,5	9,2	5,5
eher besser	44,7	41,3	34,7
eher schlechter	39,3	37,4	43,8
deutlich schlechter	8,5	12,2	16,0

Veränderung des Arbeitsmarkts im Tourismus

Veränderung des Arbeitsmarkts im Tourismus



► 4 von 10 der befragten Österreicherinnen und Österreicher sind der Meinung, dass sich die Berufschancen mit einer Tourismusbildung im letzten Jahr verbessert haben.

► Insgesamt gibt es eine positive Tendenz bei der Beurteilung der Aspekte, so auch bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften.

¹ neues Item 2023

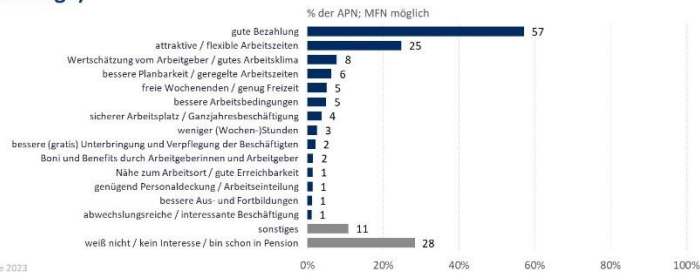
„Wenn Sie an den Arbeitsmarkt im Tourismus denken, wie haben sich Ihrer Einschätzung nach die folgenden Bereiche im letzten Jahr verändert?“

n = 2439

Veränderung des Arbeitsmarkts im Tourismus (Prozent der Auskunftspersonen)	verbessert 2023	gleich geblieben 2023	verschlechtert 2023	verbessert 2022	gleich geblieben 2022	verschlechtert 2022
Berufschancen mit einer Tourismusbildung	40,2	47,8	12,0	35,9	44,8	19,4
Arbeitsplatzsicherheit (neues Item 2023)	28,5	45,6	25,9			
Arbeitszeiten / -bedingungen	17,4	48,3	34,3	13,6	47,9	38,5
Image des Tourismus als Arbeitgeber	15,1	50,5	34,5	12,5	47,4	40,1
Verfügbarkeit von Arbeitskräften	12,3	24,3	63,4	9,4	20,9	69,7

Steigerung der Attraktivität von Tourismusberufen (offene Frage)

Steigerung der Attraktivität von Tourismus-Berufen¹ (offene Frage)



¹ neue Frage 2023

Anmerkung: Alle Nennungen unter 1% wurden in der Kategorie „sonstiges“ zusammengefasst.

„Was bräuchte es, damit eine Beschäftigung im Tourismus für Sie attraktiv wäre?“

n = 1947

43

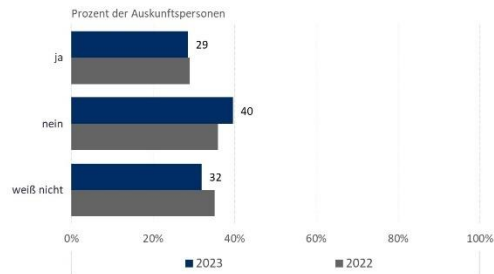
Steigerung der Attraktivität von Tourismusberufen (Mehrfachnennungen möglich)	In %
gute Bezahlung	57,1
attraktive / flexible Arbeitszeiten	24,9
Wertschätzung vom Arbeitgeber / gutes Arbeitsklima	7,8
bessere Planbarkeit / geregelte Arbeitszeiten	6,4
freie Wochenenden / genug Freizeit	5,1
bessere Arbeitsbedingungen	5,0
sicherer Arbeitsplatz / Ganzjahresbeschäftigung	3,8

Steigerung der Attraktivität von Tourismusberufen (Mehrfachnennungen möglich)	In %
weniger (Wochen-)Stunden	2,5
bessere (gratis) Unterbringung und Verpflegung der Beschäftigten	2,1
Boni und Benefits durch Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber	1,6
Nähe zum Arbeitsort / gute Erreichbarkeit	1,4
genügend Personaldeckung / Arbeitseinteilung	1,3
bessere Aus- und Fortbildungen	1,2
abwechslungsreiche / interessante Beschäftigung	1,1
sonstiges	10,8
weiß nicht / kein Interesse / bin schon in Pension	28,3

Für die Befragten bräuchte es am meisten bessere Bezahlung (57,1%), gefolgt von attraktiven/flexiblen Arbeitszeiten (24,9%), um die Attraktivität der Beschäftigung im Tourismus zu steigern.

Veränderung des Tourismus in Richtung Nachhaltigkeit

Veränderung des Tourismus in Richtung Nachhaltigkeit



► Zum Thema Nachhaltigkeit ist die Meinung der Österreicherinnen und Österreicher gespalten: Knapp ein Drittel sind der Meinung, dass der Tourismus in Österreich nachhaltiger geworden ist. 4 von 10 und damit etwas mehr als im Vorjahr sind nicht dieser Meinung.

„Ist der Tourismus in Österreich Ihrer Meinung nach nachhaltiger geworden?“

n = 2439

Veränderung des Tourismus in Richtung Nachhaltigkeit (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022
ja	28,5	29,0
nein	39,6	35,9
weiß nicht	31,9	35,1

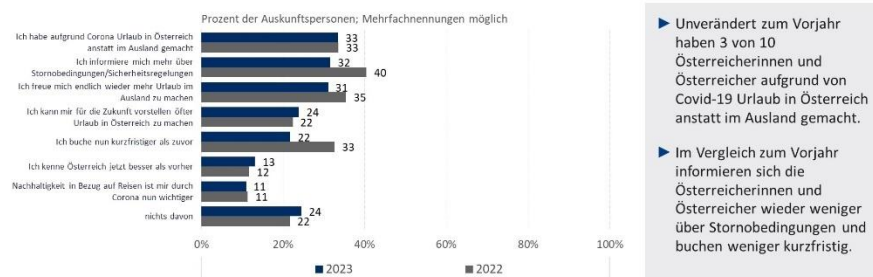
Welche Erfahrungen wurden mit Covid-19 gemacht?

Veränderung des Reiseverhaltens durch Covid-19

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Veränderung des Reiseverhaltens durch Covid-19



„Inwiefern hat sich Ihr Reiseverhalten durch Covid-19 verändert?“


n = 2439

46

Veränderung des Reiseverhaltens durch Covid-19 (Prozent der Auskunftspersonen, Mehrfachnennungen möglich)	2023	2022
Ich habe aufgrund Corona Urlaub in Österreich anstatt im Ausland gemacht	33,4	33,5
Ich informiere mich mehr über Stornobedingungen/Sicherheitsregelungen	31,6	40,4
Ich freue mich endlich wieder mehr Urlaub im Ausland zu machen	31,0	35,4
Ich kann mir für die Zukunft vorstellen, öfter Urlaub in Österreich zu machen	23,9	22,4

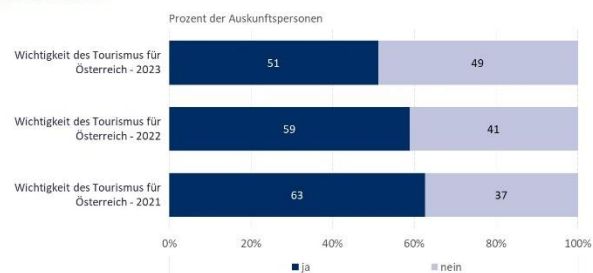
Veränderung des Reiseverhaltens durch Covid-19 (Prozent der Auskunftspersonen, Mehrfachnennungen möglich)	2023	2022
Ich buche nun kurzfristiger als zuvor	21,7	32,6
Ich kenne Österreich jetzt besser als vorher	13,1	11,7
Nachhaltigkeit in Bezug auf Reisen ist mir durch Corona nun wichtiger	10,9	11,3
nichts davon	24,4	21,7

Wichtigkeit des Tourismus für Österreich seit Beginn der Pandemie

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Wichtigkeit des Tourismus für Österreich seit Beginn der Pandemie



► Die Hälfte der befragten Österreicherinnen und Österreicher empfinden den Tourismus nach der Corona-Pandemie als noch wichtiger für Österreich – Tendenz weiter rückläufig.

„Empfinden Sie den Tourismus für Österreich jetzt noch wichtiger als vor Covid-19?“


n = 2439

47

Wichtigkeit des Tourismus für Österreich seit Beginn der Pandemie (Prozent der Auskunftspersonen)	Ja	Nein
Wichtigkeit des Tourismus für Österreich - 2023	51,2	48,8
Wichtigkeit des Tourismus für Österreich - 2022	58,9	41,1
Wichtigkeit des Tourismus für Österreich - 2021	62,6	37,4

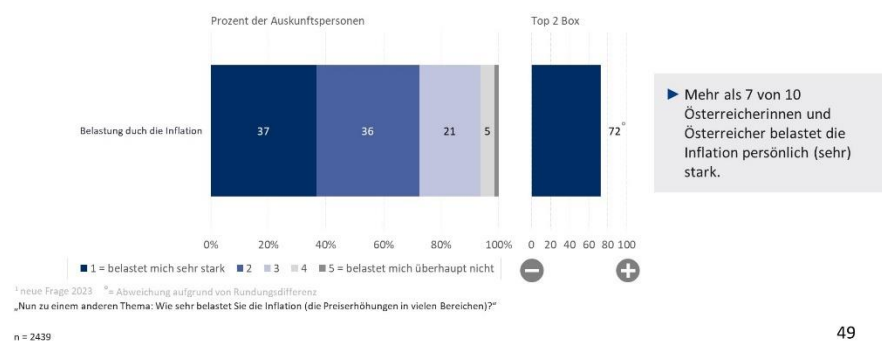
Wie wirkt sich die Inflation auf den Tourismus aus?

Persönliche Belastung durch die Inflation

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Persönliche Belastung durch die Inflation ¹

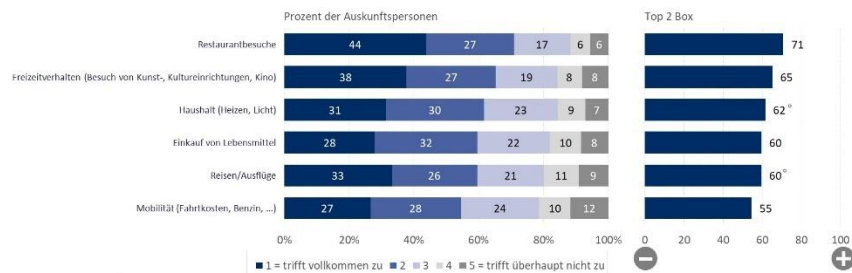


49

	1 = belastet mich sehr stark	2 = belastet mich eher stark	3 = weder / noch	4 = belastet mich eher nicht	5 = belastet mich über- haupt nicht	Top-2-Box 2023
Belastung durch die Inflation	36,6	35,8	21,2	4,9	1,5	72,4

Bereiche, in denen aufgrund der Inflation gespart wird

Bereiche, in denen aufgrund der Inflation gespart wird¹



¹ neue Frage 2023. ² = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz.
„Gibt es Bereiche, in denen Sie nun bewusst sparen/weniger Geld ausgeben oder auf Tätigkeiten verzichten?“

n = 2439

50

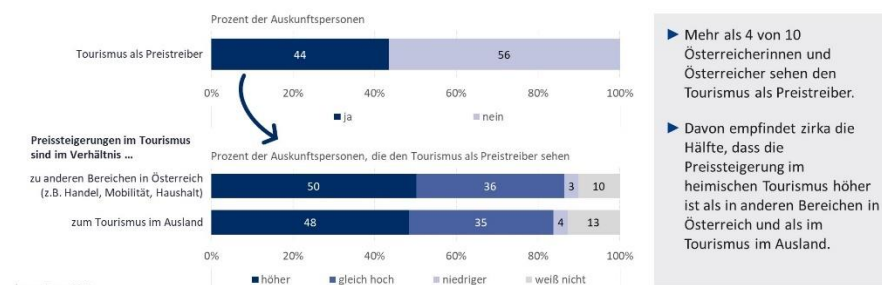
	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023
Restaurantbesuche	43,9	27,0	17,5	6,2	5,5	70,8
Freizeitverhalten (Besuch von Kunst-, Kultureinrichtungen, Kino)	37,8	27,4	19,1	7,6	8,2	65,2
Haushalt (Heizen, Licht)	31,4	30,2	22,8	8,6	7,1	61,6
Einkauf von Lebensmitteln	27,9	31,7	22,4	9,6	8,4	59,6

	1 = trifft vollkommen zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023
Reisen/Ausflüge	33,2	26,3	20,6	10,7	9,2	59,5
Mobilität (Fahrtkosten, Benzin, ...)	26,6	27,9	24,2	9,6	11,7	54,5

Die Befragten sparen aufgrund der Inflation am meisten bei Restaurantbesuchen (Top-2-Box: 70,8; 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“), im Freizeitverhalten (Top-2-Box: 65,2; 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“) und im Haushalt (Top-2-Box: 61,6; 1 = „trifft vollkommen zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Preissteigerungen im Tourismus

Preissteigerungen im Tourismus¹



► Mehr als 4 von 10 Österreicherinnen und Österreicher sehen den Tourismus als Preistreiber.

► Davon empfindet zirka die Hälfte, dass die Preissteigerung im heimischen Tourismus höher ist als in anderen Bereichen in Österreich und als im Tourismus im Ausland.

n = 2439; 1044

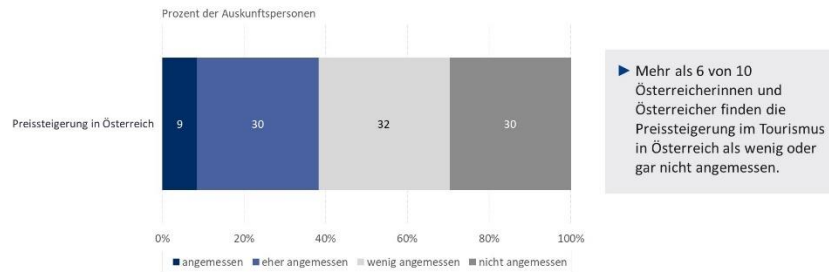
51

Prozent der Auskunftspersonen	Ja	Nein
Tourismus als Preistreiber	43,5	56,5

Preissteigerungen im Tourismus sind im Verhältnis (Prozent der Auskunftspersonen, die den Tourismus als Preistreiber sehen)	höher	gleich hoch	niedriger	weiß nicht
zu anderen Bereichen in Österreich (z.B. Handel, Mobilität, Haushalt)	50,2	36,3	3,4	10,1
zum Tourismus im Ausland	48,5	35,3	3,6	12,7

Einstellung zur Preissteigerung im Tourismus

Einstellung zur Preissteigerung im Tourismus¹



¹ neue Frage 2023
„Wie beurteilen Sie die Preissteigerungen im Tourismus in Österreich?“

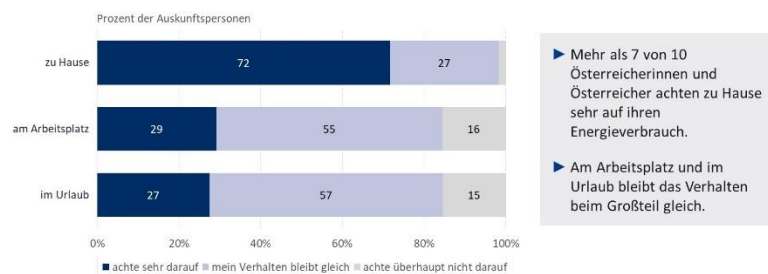
n = 2439

52

Prozent der Auskunftspersonen	angemessen	eher angemessen	wenig angemessen	nicht angemessen
Preissteigerung in Österreich	8,5	29,7	32,1	29,7

Beachtung des persönlichen Energieverbrauchs

Beachtung des persönlichen Energieverbrauchs¹



¹ neue Frage 2023
„Wie sehr achten Sie in den folgenden Situationen auf Ihren Energieverbrauch?“


n = 2439

53

Beachtung des persönlichen Energieverbrauchs (Prozent der Auskunftspersonen)	achte sehr darauf	mein Verhalten bleibt gleich	achte überhaupt nicht darauf
zu Hause	71,7	26,5	1,7
am Arbeitsplatz	29,2	55,3	15,5
im Urlaub	27,5	57,1	15,4

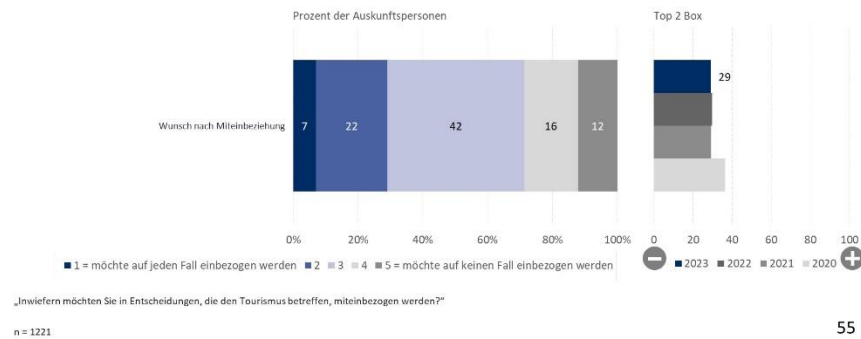
Besteht in der Bevölkerung der Wunsch sich an Maßnahmen zu beteiligen?

Wunsch nach Miteinbeziehung in Entscheidungen

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Wunsch nach Miteinbeziehung in Entscheidungen



55

	1 = möchte auf jeden Fall einbezogen werden	2 = möchte eher einbezogen werden	3 = weder / noch	4 = möchte eher nicht einbezo- gen werden	5 = möchte auf keinen Fall einbezogen werden	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Wunsch nach Miteinbeziehung	7,1	21,9	42,3	16,5	12,2	29,0	29,8	29,2	36,5

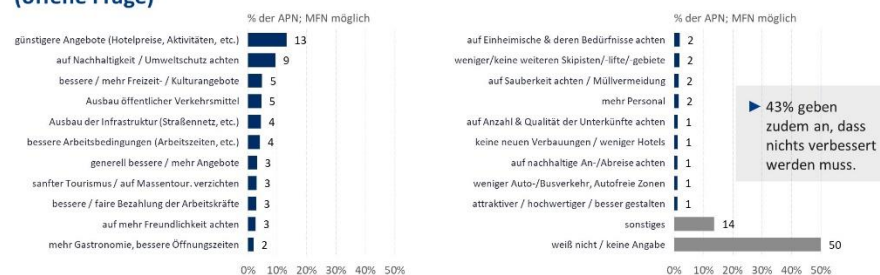
Jeder Dritte unter den Befragten möchte in Entscheidungen, die den Tourismus betreffen, miteinbezogen werden (Top-2-Box: 29,0 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 29,8; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 29,2; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 36,5); 1 = „möchte auf jeden Fall einbezogen werden“ und 2 = „möchte eher einbezogen werden“).

Verbesserungspotenzial für den Tourismus (Mehrfachnennungen möglich)	In %
günstigere Angebote (Hotelpreise, Aktivitäten, etc.)	13,1
auf Nachhaltigkeit / Umweltschutz achten	9,4
bessere / mehr Freizeit- / Kulturangebote	4,8
Ausbau öffentlicher Verkehrsmittel	4,6
Ausbau der Infrastruktur (Straßennetz, etc.)	4,4
bessere Arbeitsbedingungen (Arbeitszeiten, etc.)	4,0
generell bessere / mehr Angebote	3,1
sanfter Tourismus / auf Massentourismus verzichten	3,0
bessere / faire Bezahlung der Arbeitskräfte	2,8

Verbesserungspotenzial für den Tourismus (Mehrfachnennungen möglich)	In %
auf mehr Freundlichkeit achten	2,6
mehr Gastronomie, bessere Öffnungszeiten	2,0
auf Einheimische & deren Bedürfnisse achten	1,9
weniger/keine weiteren Skipisten/-lifte/-gebiete	1,8
auf Sauberkeit achten / Müllvermeidung	1,7
mehr Personal	1,7
auf Anzahl & Qualität der Unterkünfte achten	1,3
keine neuen Verbauungen / weniger Hotels	1,2
auf nachhaltige An-/Abreise achten	1,2
weniger Auto-/Busverkehr, Autofreie Zonen	1,2
attraktiver / hochwertiger / besser gestalten	1,1
sonstiges	13,6
weiß nicht / keine Angabe	49,9

Verbesserungspotenzial für den Tourismus in Österreich (offene Frage)

Verbesserungspotenzial für den Tourismus in Österreich¹ (offene Frage)



¹ neue Frage 2023.
Anmerkung: Alle Nennungen unter 1% wurden in der Kategorie „Sonstiges“ zusammengefasst.
„Wenn Sie an den Tourismus in Österreich denken, wo gibt es Ihrer Meinung nach Verbesserungspotenzial?“

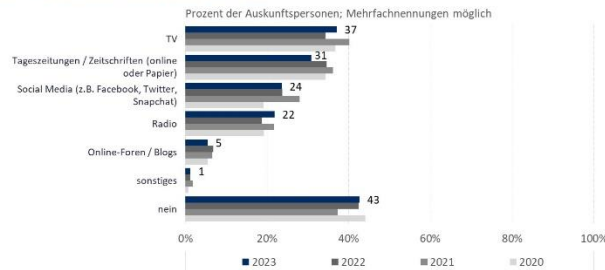
n = 1162

56

Die Befragten sehen am meisten Verbesserungspotenzial für den Tourismus in günstigeren Angeboten (13,1%), in der Beachtung von Nachhaltigkeit und Umweltschutz (9,4%) und in besseren beziehungsweise mehr Freizeit- und Kulturangeboten (4,8%). 43% der Befragten geben zudem an, dass nichts verbessert werden muss.

Aktives Verfolgen von Nachrichten/Berichten zu Tourismusthemen

Aktives Verfolgen von Nachrichten/Berichten zu Tourismusthemen



- ▶ Wenn aktuelle Nachrichten zu Tourismusthemen rezipiert werden, dann über TV oder Tageszeitungen / Zeitschriften.
- ▶ TV und Radio wurden im Vergleich zu 2022 stärker genutzt, Zeitungen weniger.
- ▶ 43% der Österreicherinnen und Österreicher geben an, das Thema nicht aktiv zu verfolgen.

„Verfolgen Sie aktiv Nachrichten oder Berichte zu Tourismusthemen?“

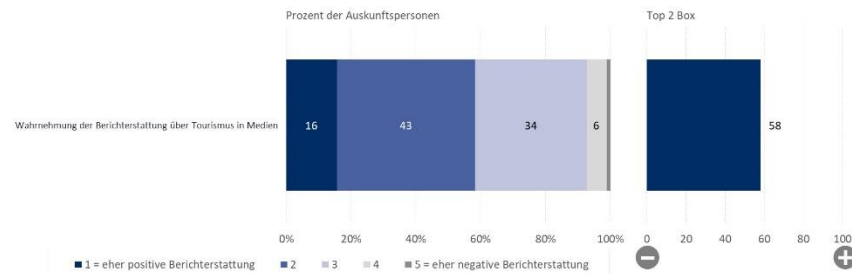
n = 1219

57

Aktives Verfolgen von Nachrichten (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022	2021	2020
TV	37,0	34,4	40,1	36,7
Tageszeitungen / Zeitschriften (online oder Papier)	30,8	34,6	36,2	34,4
Social Media (z.B. Facebook, Twitter, Snapchat)	23,6	23,7	27,9	19,1
Radio	21,9	18,8	21,6	19,2
Online-Foren / Blogs	5,4	6,8	6,6	5,4
sonstiges	1,2	1,1	1,8	0,6
nein	42,6	42,4	37,4	44,1

Wahrnehmung der Berichterstattung über den Tourismus

Wahrnehmung der Berichterstattung über den Tourismus¹



¹ neue Frage 2023
„Wie nehmen Sie die Berichterstattung über den Tourismus in den Medien wahr (z.B. in Nachrichten, Berichten)?“

n = 2439

58

	1 = eher positive Berichterstat- tung	2 = etwas mehr positive als negative Berichter- stattung	3 = weder / noch	4 = etwas mehr negative als positive Berichter- stattung	5 = eher negative Berichterstat- tung	Top-2-Box 2023
Wahrnehmung der Be- richterstattung über den Tourismus in Medien	15,6	42,6	34,4	6,2	1,1	58,3

Der Großteil der Befragten nimmt die Berichterstattung über den Tourismus in den Medien als positiv wahr (Top-2-Box: 58,3; 1 = „eher positive Berichterstattung“ und 2 = „etwas mehr positive als negative Berichterstattung“).

Zusammenfassung

Key Findings 1/2

- Die Tourismusakzeptanz in Österreich ist weiterhin hoch (TA-Index 75 von 100 Punkten) – im Zeitvergleich sinkt der TA-Index leicht. Insgesamt zeigt sich eine kritischere Bewertung vieler Aspekte durch die Befragten.
- Wenn der Tourismus zur Stärkung der Wirtschaft beiträgt, hat dies den stärksten positiven Einfluss auf die Tourismusakzeptanz, gefolgt von der Schaffung von Arbeitsplätzen und Nachhaltigkeit. Der Einfluss von Wirtschaft ist jedoch rückläufig, während regionale Aspekte an Bedeutung gewinnen.
- Den stärksten negativen Einfluss hat – wie bereits in den vergangenen drei Jahren – die Wahrnehmung, dass der Tourismus die Umwelt schädigt.

Handlungsempfehlungen 1/2

- Mit dem Anstieg der Tourismus-Intensität auf ein Vor-Covid-19-Niveau ist es sinnvoll, Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusakzeptanz in Österreich weiterzuverfolgen.
- Es sollte klar vermittelt werden, dass der Tourismus die Wirtschaft stärkt und Arbeitsplätze geschaffen werden. Dies beeinflusst die Tourismusakzeptanz positiv.
- Die Wahrnehmung zur nachhaltigen Ausführung des Tourismus sollte gestärkt werden. Positive Aspekte rund um Mobilität und Klimaschutz sollten aktiv platziert werden, um negativer Berichterstattung vorzugreifen.

Key Findings 2/2

- Der Tourismus wird für die heimische Wirtschaft als sehr wichtig beurteilt. Insbesondere für den Wintertourismus und für Kurzreisen wird Österreich als äußerst bedeutend wahrgenommen.
- Die Tourismusintensität in Österreich wird wie in den Vorjahren als sehr hoch empfunden.
- Im Vergleich zu 2022 zeigen sich leicht positive Veränderungen in Bezug auf den Tourismus als Arbeitgeber. Verbesserungspotenzial sehen die Österreicherinnen und Österreicher weiterhin vor allem in der Bezahlung.
- Den Großteil der Österreicherinnen und Österreicher belastet die Inflation. Der Tourismus wird dabei durchaus auch als Preistreiber gesehen.

Handlungsempfehlungen 2/2

- Fokus auf die wichtigsten Einflussfaktoren zur Steigerung der Tourismusakzeptanz sowie Kommunikation verstärken, beispielsweise die wirtschaftliche und regionale Wichtigkeit in der Kommunikation unterstreichen.
- Verstärkt attraktive Jobangebote mit guter Bezahlung, flexiblen Arbeitszeiten und wertschätzenden Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern kommunizieren.
- Bei gestiegenen Preisen auf die Leistung achten, da diese kritischer betrachtet wird. Gründe für Teuerung der Liftkarten als auch bei Hotels und Gastronomie transparenter offenlegen.

Ihre persönlichen Ansprechpartner



Dr. Christian Bosch
Managing Director
T: +43-1-369 46 26-16
c.bosch@marketmind.at



Mag. Anna Buchinger
Research Director
T +43-1-369 46 26-51
a.buchinger@marketmind.at




Lena Hammer, MA
Research Consultant
T +43-1-369 46 26-730
l.hammer@marketmind.at



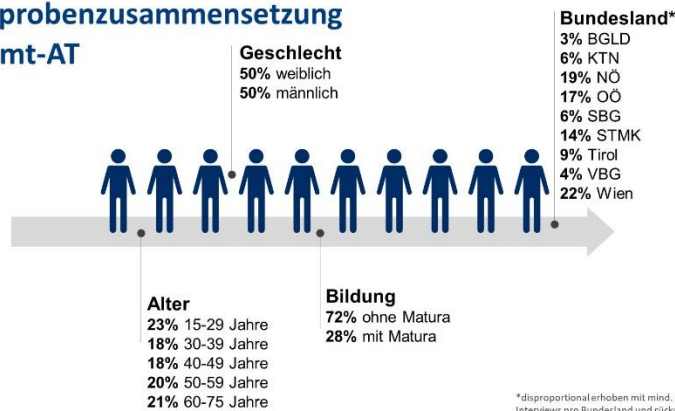
APPENDIX - Wer wurde befragt?

Stichprobenzusammensetzung

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Stichprobenzusammensetzung Gesamt-AT



65

In dieser Studie wurden 50% Frauen und 50% Männer befragt.

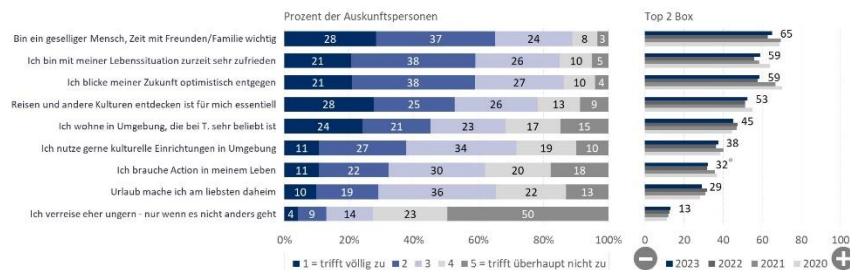
Hinsichtlich der Bundesländer stammte der Großteil der Befragten aus Wien (22%), Niederösterreich (19%), Oberösterreich (17%), und der Steiermark (14%).

In allen befragten Altersgruppen wurde nahezu dieselbe Anzahl an Personen befragt (23% 15-29 Jahre, 18% 30-39 Jahre, 18% 40-49 Jahre, 20% 50-59 Jahre, 21% 60-75 Jahre).

Hinsichtlich der höchsten abgeschlossenen Schulbildung hatte etwas mehr als ein Viertel der Befragten einen Maturaabschluss.

Lebenseinstellung und Urlaubsaffinität

Lebenseinstellung und Urlaubsaffinität



*T. = Touristinnen und Touristen. ° = Abweichung aufgrund von Rundungsdifferenz.
„Bitte beurteilen Sie, wie sehr die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zutreffen.“

n = 2439

66


	1 = trifft völlig zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
Bin ein geselliger Mensch, Zeit mit Freunden/Familie wichtig	28,4	36,8	23,8	7,7	3,4	65,1	63,0	69,6	68,7
Ich bin mit meiner Lebenssituation zurzeit sehr zufrieden	20,5	38,5	26,0	10,1	4,9	59,0	55,9	58,4	64,2
Ich blicke meiner Zukunft optimistisch	20,9	37,9	27,5	9,7	4,1	58,8	57,6	66,7	70,2

	1 = trifft völlig zu	2 = trifft eher zu	3 = weder / noch	4 = trifft eher nicht zu	5 = trifft überhaupt nicht zu	Top-2-Box 2023	Top-2-Box 2022	Top-2-Box 2021	Top-2-Box 2020
entgegen									
Reisen und andere Kulturen entdecken ist für mich essentiell	27,5	25,1	25,5	13,2	8,7	52,6	51,3	51,1	54,9
Ich wohne in Umgebung, die bei Touristinnen und Touristen sehr beliebt ist	24,1	21,1	23,0	16,9	14,8	45,2	47,4	47,0	44,7
Ich nutze gerne kulturelle Einrichtungen in Umgebung	10,7	26,8	34,0	18,6	9,9	37,5	36,3	40,1	38,7
Ich brauche Action in meinem Leben	10,7	21,5	29,8	20,3	17,7	32,2	31,6	35,6	37,0
Urlaub mache ich am liebsten daheim	9,8	19,2	36,4	21,6	13,0	29,1	31,6	30,9	28,3
Ich verreise eher ungern - nur wenn es nicht anders geht	4,3	8,8	14,4	23,0	49,6	13,0	12,5	11,9	11,3

Hinsichtlich des Themas Lebenseinstellung und Urlaubsaffinität haben die Befragten folgende Aussagen am besten bewertet: ich bin ein geselliger Mensch, Zeit mit Freunden/Familie ist wichtig (Top-2-Box: 65,1 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 63,0; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 69,6; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 68,7); 1 = „trifft völlig zu“ und 2 = „trifft eher zu“), ich bin mit meiner Lebenssituation zurzeit sehr zufrieden (Top-2-Box: 59,0 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 55,9; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 58,4; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 64,2); 1 = „trifft völlig zu“

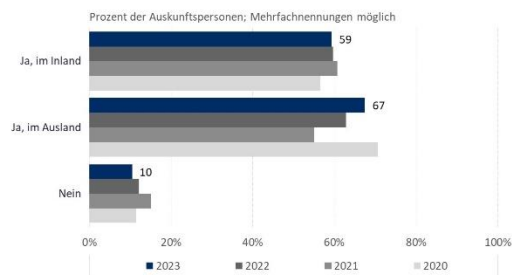
und 2 = „trifft eher zu“) und ich blicke meiner Zukunft optimistisch entgegen (Top-2-Box: 58,8 (Vergleichswert 2022 Top-2-Box: 57,6; Vergleichswert 2021 Top-2-Box: 66,7; Vergleichswert 2020 Top-2-Box: 70,2); 1 = „trifft völlig zu“ und 2 = „trifft eher zu“).

Geplanter Urlaub in Österreich oder Ausland im Jahr 2023

 Bundesministerium
Arbeit und Wirtschaft

bmaw.gv.at

Geplanter Urlaub in Österreich oder Ausland im Jahr 2023



- ▶ 9 von 10 der befragten Österreicherinnen und Österreichern geben an, im Jahr 2023 einen Urlaub in Österreich oder im Ausland zu verbringen/verbracht zu haben.
- ▶ Auslandsaufenthalte sind weiterhin tendenziell steigend.

„Planen Sie in den kommenden 12 Monaten einen Urlaub in Österreich oder im Ausland zu verbringen?“

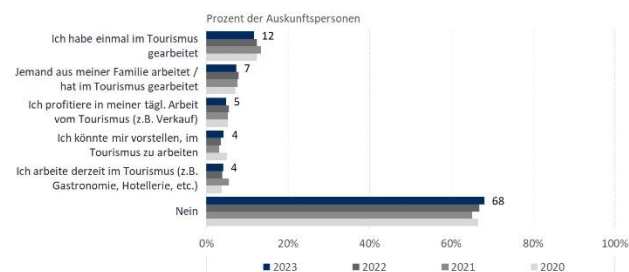
n = 2439

67

Geplanter Urlaub (Prozent der Auskunftspersonen, Mehrfachnennungen möglich)	2023	2022	2021	2020
Ja, im Inland	59,3	59,6	60,7	56,6
Ja, im Ausland	67,5	62,8	55,1	70,6
Nein	10,4	12,1	15,1	11,5

Beruflicher Bezug zum Tourismus

Beruflicher Bezug zum Tourismus



- ▶ Etwas mehr als jeder Zehnte der befragten Österreicherinnen und Österreicher hat einmal im Tourismus gearbeitet.
- ▶ Mehr als zwei Drittel der Österreicherinnen und Österreicher haben keinen beruflichen Bezug zum Tourismus.

„Haben Sie einen beruflichen Bezug zum Tourismus?“

n = 2439

68

Beruflicher Bezug zum Tourismus (Prozent der Auskunftspersonen)	2023	2022	2021	2020
Ich habe einmal im Tourismus gearbeitet	11,7	12,3	13,3	12,4
Jemand aus meiner Familie arbeitet im Tourismus / hat im Tourismus gearbeitet	7,2	7,9	7,7	7,1
Ich profitiere in meiner täglichen Arbeit vom Tourismus (z.B. Verkauf)	4,8	5,5	5,3	5,2
Ich könnte mir vorstellen, im Tourismus zu arbeiten	4,2	3,5	3,1	5,0
Ich arbeite derzeit im Tourismus (z.B. Gastronomie, Hotellerie, etc.)	4,1	3,8	5,5	3,7
Nein	68,0	66,9	65,1	66,5

Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft

Stubenring 1, 1010 Wien

+43 1 711 00-0

presse.wirtschaft@bmaw.gv.at

bmaw.gv.at