Bundesministerium
Wirtschaft, Energie
und Tourismus

360 Grad Tourismus-Analyse

Tourismus in Österreich aus verschiedensten Blickwinkeln

STUDIENAUSZÜGE

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

Eine Analyse des MARKET Marktforschungsinstituts für das Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus

VisionT

Aufgabenstellung

Im Rahmen des gegenständlichen Forschungsprojekts galt es eine breit angelegte Auslotung zur Stimmungslage rund um den Tourismus vorzunehmen. Folgende Schwerpunkte wurden für diese Erhebung definiert: *Mehrwert durch Tourismus, Ökologische Nachhaltigkeit, Innovation und Digitalisierung, Wirtschaftliche Resilienz sowie Arbeitsmarkt und Fachkräfte.*

Als Credo hinter diesem Projekt stand der Gedanke „Tourismus geht uns alle an“ und eine breite Beteiligung von möglichst vielen Personen unterschiedlichster Zielgruppen; dies wurde einerseits durch von MARKET durchgeführten Erhebungen in der österreichischen Bevölkerung, bei Tourismusbetrieben und Mitarbeiter:innen im Tourismus erzielt, andererseits wurden seitens des Bundesministeriums verschiedenste Interessensgruppen eingeladen, ihre Sichtweise zur Zukunft des Tourismus einzubringen.

Zielgruppen

- Repräsentative österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren
- Heimische Unternehmen und Betriebe im Tourismussektor
- Mitarbeiter:innen im Tourismus
- Gäste, Partner, Stake-Holder des BMWET usw. (Offener Link)

Repräsentativität

Die befragten Personen entsprechen in ihrer Zusammensetzung, in quotierten und nicht quotierten Merkmalen, den skizzierten Zielgruppen.

Diese Übereinstimmung im Rahmen der statistischen Genauigkeitsgrenzen ist eine notwendige Voraussetzung dafür, dass die Ergebnisse verallgemeinert werden dürfen.

Befragungsart

Kombination aus Online Interviews (tw. im ONLINE-Panel von MARKET)
Telefonische CATI-Interviews durch fachlich geschulte und kontrollierte Mitarbeiter:innen

Auswertungsbasis

Befragte gesamt: n=4.235 (überschneidungsfrei)

- davon n=2.000 österreichische Bevölkerung
- davon n=500 Unternehmen
- davon n=500 Mitarbeiter:innen
- Rest: Offener Link

Befragungszeitraum

30. Juni bis 9. September 2025

Struktur der Befragten

Strukturelle Zusammensetzung der Kernzielgruppe (inkl. Überschneidungen)

REPRÄSENTATIVE BEVÖLKERUNG	n	IN PROZENT
	2000	100
Männer	980	49
Frauen	1020	51
16 bis 29 Jahre	368	18
30 bis 39 Jahre	327	16
40 bis 49 Jahre	310	15
50 bis 59 Jahre	344	17
60 Jahre und älter	651	33
Ostösterreich	882	44
Südösterreich	406	20
Westösterreich	712	36
Einfache Bildung	1187	59
Höhere Bildung	813	41
Haushalts-Größe: 1 Person	498	25
2,3 Personen im Haushalt	1199	60
4 und mehr Personen	300	15

UNTERNEHMEN IM TOURISMUS	n	IN PROZENT
	1006	100
Beherbergungsbetrieb	519	52
Gastrobetrieb	282	28
Freizeit, Kultur, Mobilität	111	11
Handel, Gewerbe	113	11
Sonstiges	174	17
4 & 5-Stern Hotel	132	13
3-Stern Hotel	79	8
1 & 2-Stern Hotel	15	2
Hotel ohne Klassifizierung	33	3
Gasthof	89	9
Pension	59	6
Gewerbliche Wohnung	64	6
Private Unterkunft	130	13
Urlaub am Bauernhof	76	8
Campingplatz	9	1
0-1 Mitarbeiter:innen	260	26
2-5 Mitarbeiter:innen	239	24
6-20 Mitarbeiter:innen	236	23
mehr als 20 Mitarbeiter:innen	166	16

MITARBEITER:INNEN IM TOURISMUS	n	IN PROZENT
	797	100
Männer	256	32
Frauen	536	67
16 bis 29 Jahre	120	15
30 bis 39 Jahre	206	26
40 bis 49 Jahre	219	27
50 bis 59 Jahre	199	25
60 Jahre und älter	51	6
Beherbergungsbetrieb	303	38
Gastrobetrieb	200	25
Freizeit, Kultur, Mobilität	213	27
Handel, Gewerbe	51	6
Sonstiges	203	25
4 & 5-Stern Hotel	186	23
3-Stern Hotel	80	10
1 & 2-Stern Hotel	15	2
Hotel ohne Klassifizierung	39	5
Gasthof	50	6
Pension	31	4
Gewerbliche Wohnung	25	3
Private Unterkunft	49	6
Urlaub am Bauernhof	25	3
Campingplatz	11	1
0-1 Mitarbeiter:innen	70	9
2-5 Mitarbeiter:innen	121	15
6-20 Mitarbeiter:innen	226	28
mehr als 20 Mitarbeiter:innen	347	43

Struktur der Befragten

Strukturelle Zusammensetzung der weiteren Zielgruppen (inkl. Überschneidungen)

URLAUBER:INNEN IN ÖSTERREICH	n	IN PROZENT
	1206	100
Männer	545	45
Frauen	655	54
16 bis 29 Jahre	75	6
30 bis 39 Jahre	204	17
40 bis 49 Jahre	239	20
50 bis 59 Jahre	311	26
60 Jahre und älter	374	31
Ostösterreich	606	50
Südösterreich	200	17
Westösterreich	342	28
Einfache Bildung	426	35
Höhere Bildung	775	64
Haushalts-Größe: 1 Person	220	18
2,3 Personen im Haushalt	743	62
4 und mehr Personen	239	20

EINWOHNER:INNEN IN TOURISMUSREGION	n	IN PROZENT
	1627	100
Männer	706	43
Frauen	914	56
16 bis 29 Jahre	132	8
30 bis 39 Jahre	271	17
40 bis 49 Jahre	317	19
50 bis 59 Jahre	386	24
60 Jahre und älter	515	32
Ostösterreich	645	40
Südösterreich	315	19
Westösterreich	663	41
Einfache Bildung	557	34
Höhere Bildung	1064	65
Haushalts-Größe: 1 Person	340	21
2,3 Personen im Haushalt	937	58
4 und mehr Personen	343	21

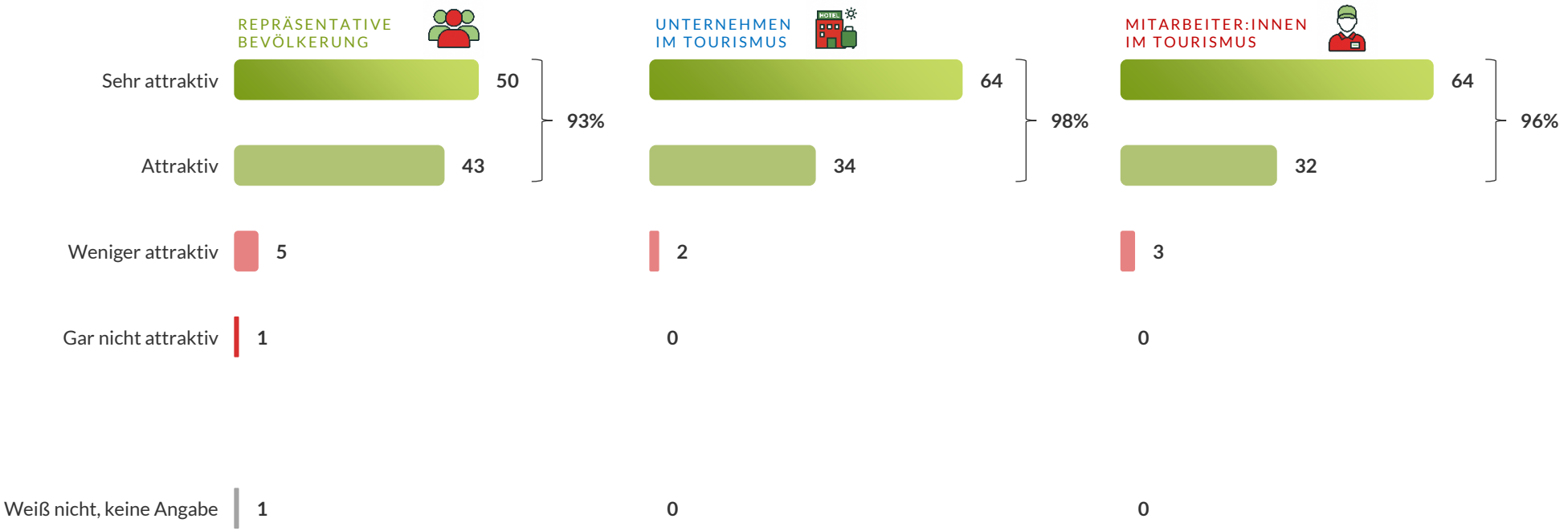
ANDERE UNTERNEHMEN IN TOURISMUSREGION	n	IN PROZENT
	148	100
0-1 Mitarbeiter:innen	37	25
2-5 Mitarbeiter:innen	39	26
6-20 Mitarbeiter:innen	29	20
mehr als 20 Mitarbeiter:innen	33	22

Ausgewählte Kernaussagen

Österreich ist ein hoch-attraktives Urlaubsland

BASIS: Kernzielgruppen

Mehr als 90 Prozent der Österreicher:innen schätzen Österreich als attraktives Urlaubsland ein!

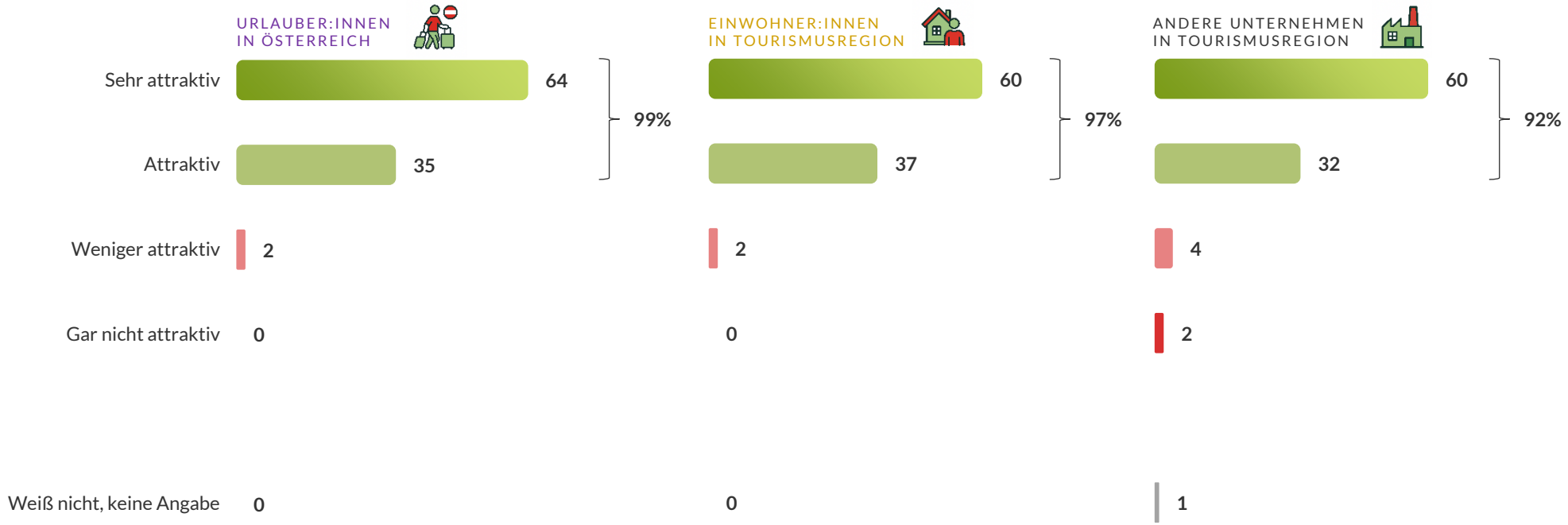


Frage: Gleich zu Beginn – wie attraktiv ist Ihrer Einschätzung nach Österreich als Urlaubsland?

Österreich ist ein hoch-attraktives Urlaubsland

BASIS: Weitere Zielgruppen

Die Mehrheit stuft Österreich als sehr attraktives Urlaubsland ein – besonders begeistert sind die Urlauber:innen!

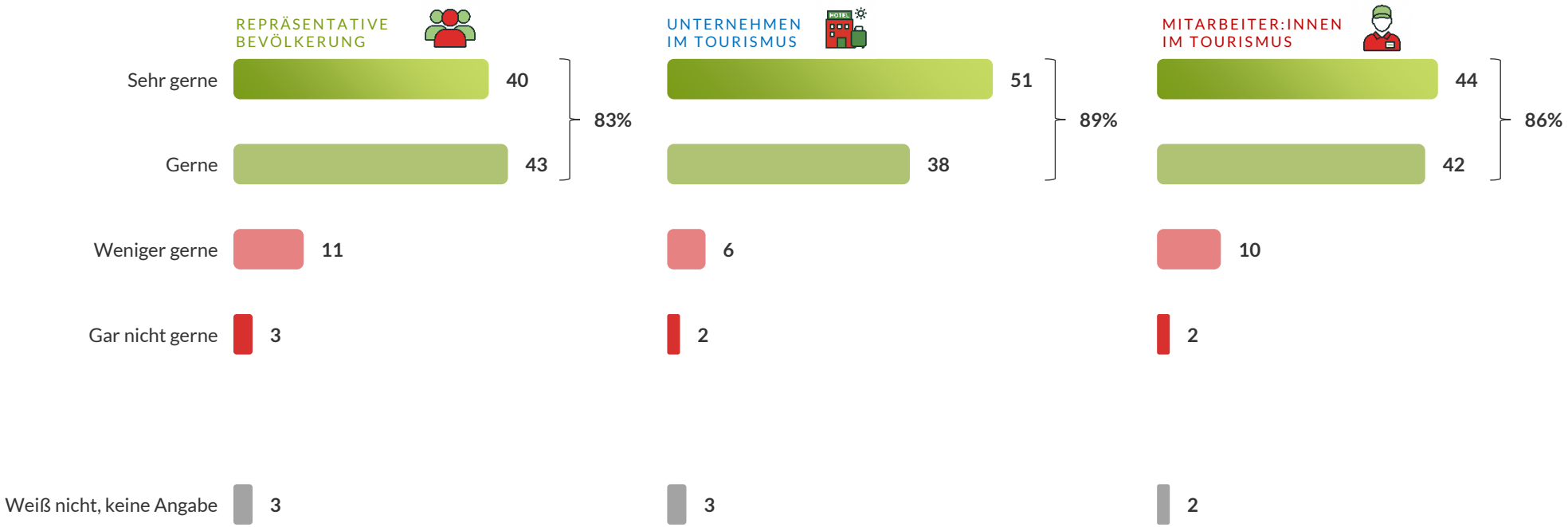


Frage: Gleich zu Beginn – wie attraktiv ist Ihrer Einschätzung nach Österreich als Urlaubsland?

Die Österreicher:innen lieben Österreich!

BASIS: Kernzielgruppen

Der Großteil der Österreicher:innen verbringt gerne einen Urlaub in Österreich!

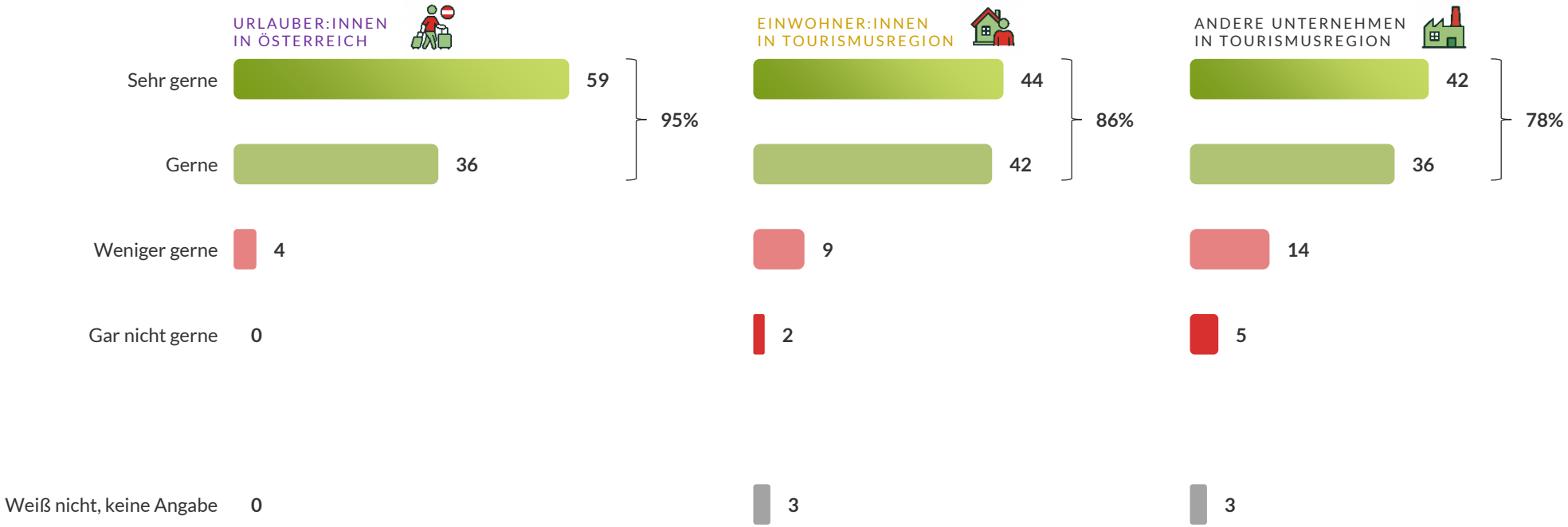


Frage: Nun konkret zu Ihnen: Wie gerne machen Sie selbst Urlaub in Österreich?

Die Österreicher:innen lieben Österreich!

BASIS: Weitere Zielgruppen

Bei den Österreich-Urlauber:innen ist neuerlich besonders viel Begeisterung spürbar!

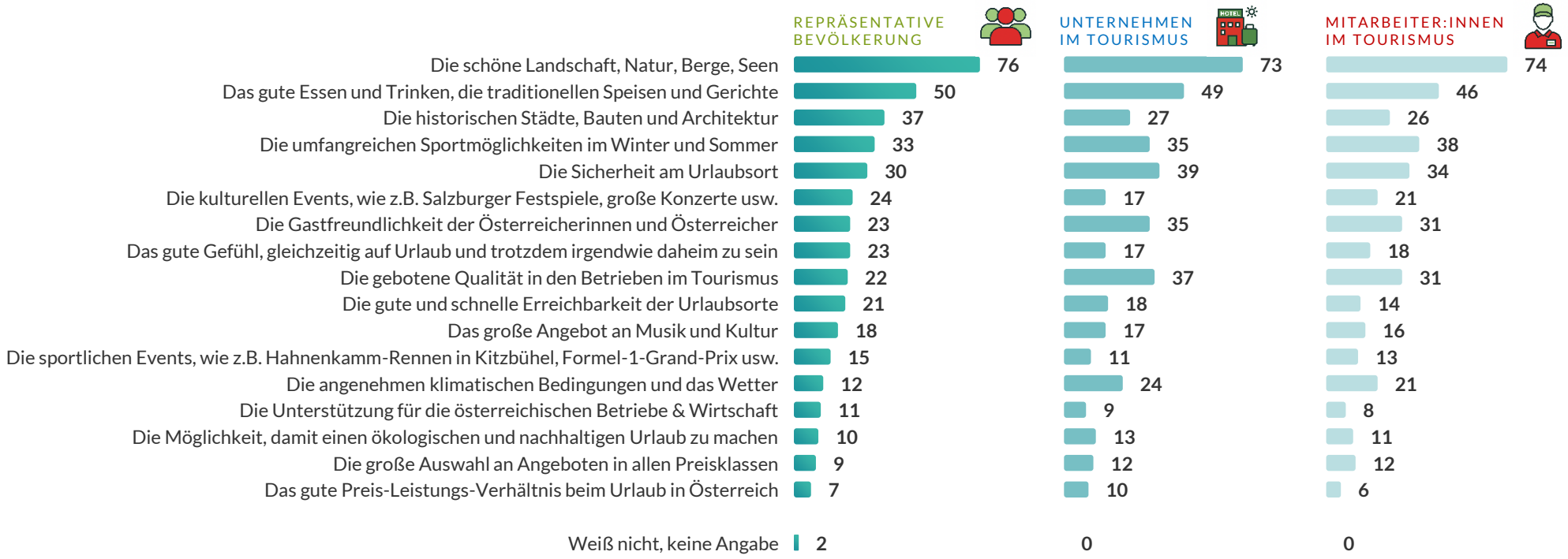


Frage: Nun konkret zu Ihnen: Wie gerne machen Sie selbst Urlaub in Österreich?

Womit Österreich als Urlaubsort überzeugt

BASIS: Kernzielgruppen

Österreich überzeugt mit der Schönheit der Landschaft, punktet mit seinem kulinarischen Angebot und dem umfangreichen Programm!



Frage: Wenn Sie an Urlaub in Österreich denken – was davon ist besonders typisch für Österreich, was zeichnet Österreich alles in allem aus?

Womit Österreich als Urlaubsort überzeugt

BASIS: Weitere Zielgruppen

Auch die Bewohner:innen in den Tourismusregionen betonen die Schönheit Österreichs!

	URLAUBER:INNEN IN ÖSTERREICH	EINWOHNER:INNEN IN TOURISMUSREGION	ANDERE UNTERNEHMEN IN TOURISMUSREGION
Die schöne Landschaft, Natur, Berge, Seen	84	84	69
Das gute Essen und Trinken, die traditionellen Speisen und Gerichte	54	53	44
Die historischen Städte, Bauten und Architektur	40	42	34
Die umfangreichen Sportmöglichkeiten im Winter und Sommer	36	39	34
Die Sicherheit am Urlaubsort	38	35	39
Die kulturellen Events, wie z.B. Salzburger Festspiele, große Konzerte usw.	21	24	23
Die Gastfreundlichkeit der Österreicherinnen und Österreicher	24	24	19
Das gute Gefühl, gleichzeitig auf Urlaub und trotzdem irgendwie daheim zu sein	26	21	17
Die gebotene Qualität in den Betrieben im Tourismus	25	26	22
Die gute und schnelle Erreichbarkeit der Urlaubsorte	25	19	18
Das große Angebot an Musik und Kultur	21	23	20
Die sportlichen Events, wie z.B. Hahnenkamm-Rennen in Kitzbühel, Formel-1-Grand-Prix usw.	11	13	17
Die angenehmen klimatischen Bedingungen und das Wetter	16	16	24
Die Unterstützung für die österreichischen Betriebe & Wirtschaft	12	10	6
Die Möglichkeit, damit einen ökologischen und nachhaltigen Urlaub zu machen	13	11	16
Die große Auswahl an Angeboten in allen Preisklassen	11	10	14
Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis beim Urlaub in Österreich	6	6	9
Weiß nicht, keine Angabe	0	1	1

Frage: Wenn Sie an Urlaub in Österreich denken – was davon ist besonders typisch für Österreich, was zeichnet Österreich alles in allem aus?

Warum wir in Österreich Tourismus brauchen

BASIS: Kernzielgruppen, Note 1 (*sehr wichtig*)

Die Bedeutung des Tourismus ist breit gefächert: Tourismus schafft Arbeitsplätze, sichert Wohlstand und ist gut für das Image Österreichs.

	REPRÄSENTATIVE BEVÖLKERUNG	UNTERNEHMEN IM TOURISMUS	MITARBEITER:INNEN IM TOURISMUS
Für die Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus	48	71	66
Für das Image, das Ansehen Österreichs im Ausland	46	65	58
Für die Schaffung von Arbeitsplätzen in Tourismusregionen, auch in anderen Branchen	44	67	60
Für den Wohlstand in Österreich ganz allgemein	43	62	54
Für die Pflege und den Schutz der Natur und der Landschaft	42	58	46
Für die Attraktivität des ländlichen Raums als Lebens-, Arbeits- und Erholungsraum	38	63	53
Für den Ausbau und die Attraktivierung der öffentlichen Verkehrsmittel	37	55	53
Für den Erhalt, für Verbesserung bzw. den Ausbau der Infrastruktur in ländlichen Regionen	36	61	56
Für die Lebensqualität in Tourismusregionen	35	58	53
Für das Schaffen von Perspektiven auch abseits der Städte	35	58	48
Für die Pflege und Weiterentwicklung von Traditionen und regionaler Identität	32	46	38
Für die Attraktivierung des Freizeitangebots	30	54	52
Für ein verstärktes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung	29	41	35
Für das Selbstbewusstsein und das Selbstverständnis der Österreicherinnen und Österreicher	27	38	30
Für den interkulturellen Austausch, Toleranz und Akzeptanz gegenüber anderen Kulturen	24	41	41
Für die Akzeptanz von Innovationen und neuen Technologien	23	34	29
Für die Verbesserung der Sprachkenntnisse der Bevölkerung	21	31	26

Frage: Nun zur Bedeutung des Tourismus für Österreich. Wie wichtig ist der Tourismus in Österreich für die folgenden Bereiche? Sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig oder gar nicht wichtig?

Warum wir in Österreich Tourismus brauchen

BASIS: Weitere Zielgruppen, Note 1 (*sehr wichtig*)

Unternehmen in der Region sehen durch den Tourismus zusätzlich eine Stärkung der Attraktivität des ländlichen Raums!

	URLAUBER:INNEN IN ÖSTERREICH	EINWOHNER:INNEN IN TOURISMUSREGION	ANDERE UNTERNEHMEN IN TOURISMUSREGION
Für die Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus	57	56	61
Für das Image, das Ansehen Österreichs im Ausland	53	52	49
Für die Schaffung von Arbeitsplätzen in Tourismusregionen, auch in anderen Branchen	50	51	55
Für den Wohlstand in Österreich ganz allgemein	48	48	46
Für die Pflege und den Schutz der Natur und der Landschaft	45	43	41
Für die Attraktivität des ländlichen Raums als Lebens-, Arbeits- und Erholungsraum	45	45	57
Für den Ausbau und die Attraktivierung der öffentlichen Verkehrsmittel	43	44	48
Für den Erhalt, für Verbesserung bzw. den Ausbau der Infrastruktur in ländlichen Regionen	42	43	51
Für die Lebensqualität in Tourismusregionen	38	42	43
Für das Schaffen von Perspektiven auch abseits der Städte	42	44	51
Für die Pflege und Weiterentwicklung von Traditionen und regionaler Identität	33	32	36
Für die Attraktivierung des Freizeitangebots	37	36	41
Für ein verstärktes Bewusstsein für Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung	30	30	32
Für das Selbstbewusstsein und das Selbstverständnis der Österreicherinnen und Österreicher	27	25	32
Für den interkulturellen Austausch, Toleranz und Akzeptanz gegenüber anderen Kulturen	26	30	37
Für die Akzeptanz von Innovationen und neuen Technologien	21	22	29
Für die Verbesserung der Sprachkenntnisse der Bevölkerung	19	22	26

Frage: Nun zur Bedeutung des Tourismus für Österreich. Wie wichtig ist der Tourismus in Österreich für die folgenden Bereiche? Sehr wichtig, wichtig, weniger wichtig oder gar nicht wichtig?

Aktuelle Herausforderungen im Tourismus

BASIS: Kernzielgruppen, Note 1 (*auf jeden Fall*)

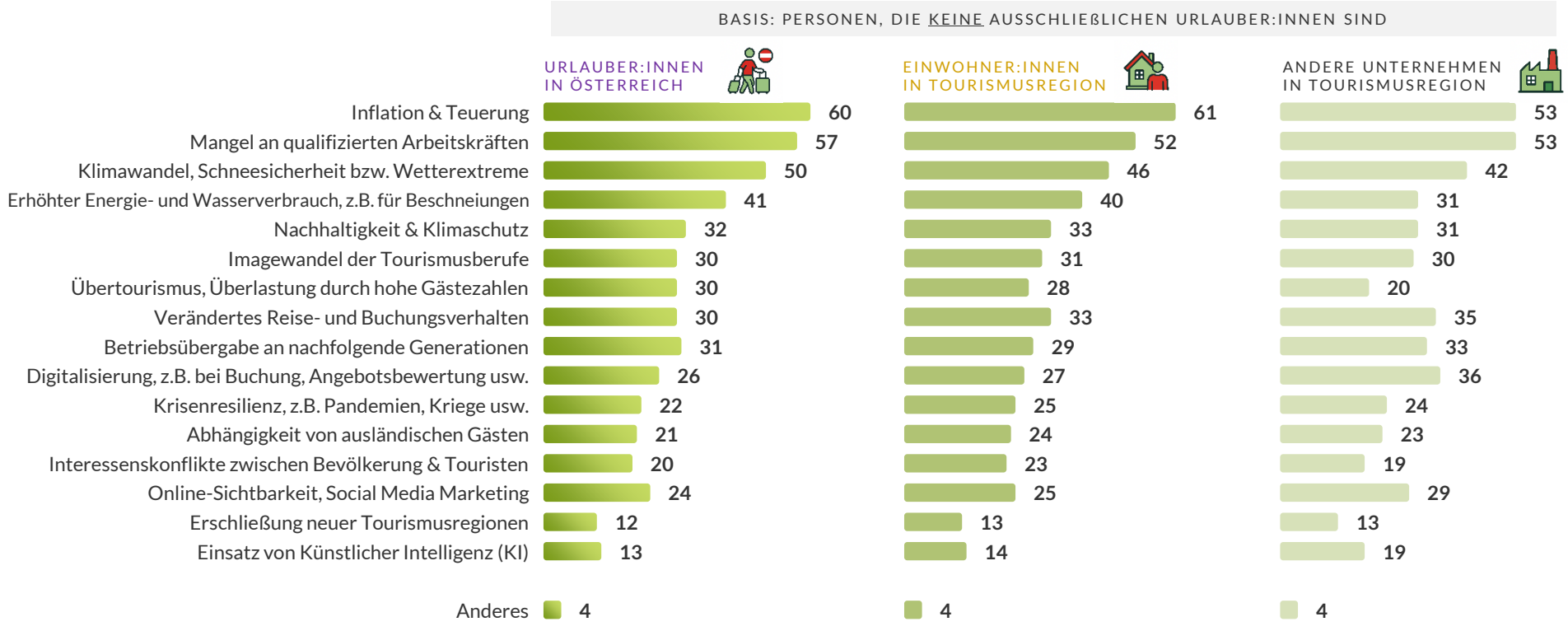
Die steigende Inflation und der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften werden als die größten Herausforderungen für den Tourismus betrachtet!

Frage: Was sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen im Tourismus, wie sehr beschäftigen diese Themen die Branche im Allgemeinen? 1 = auf jeden Fall, 4 = gar nicht

Aktuelle Herausforderungen im Tourismus

BASIS: Weitere Zielgruppen, Note 1 (*auf jeden Fall*)

Die Inflation ist (natürlich) auch in den Tourismusregionen ein Thema (und trägt ihren Teil zu den gestiegenen Preisen bei).

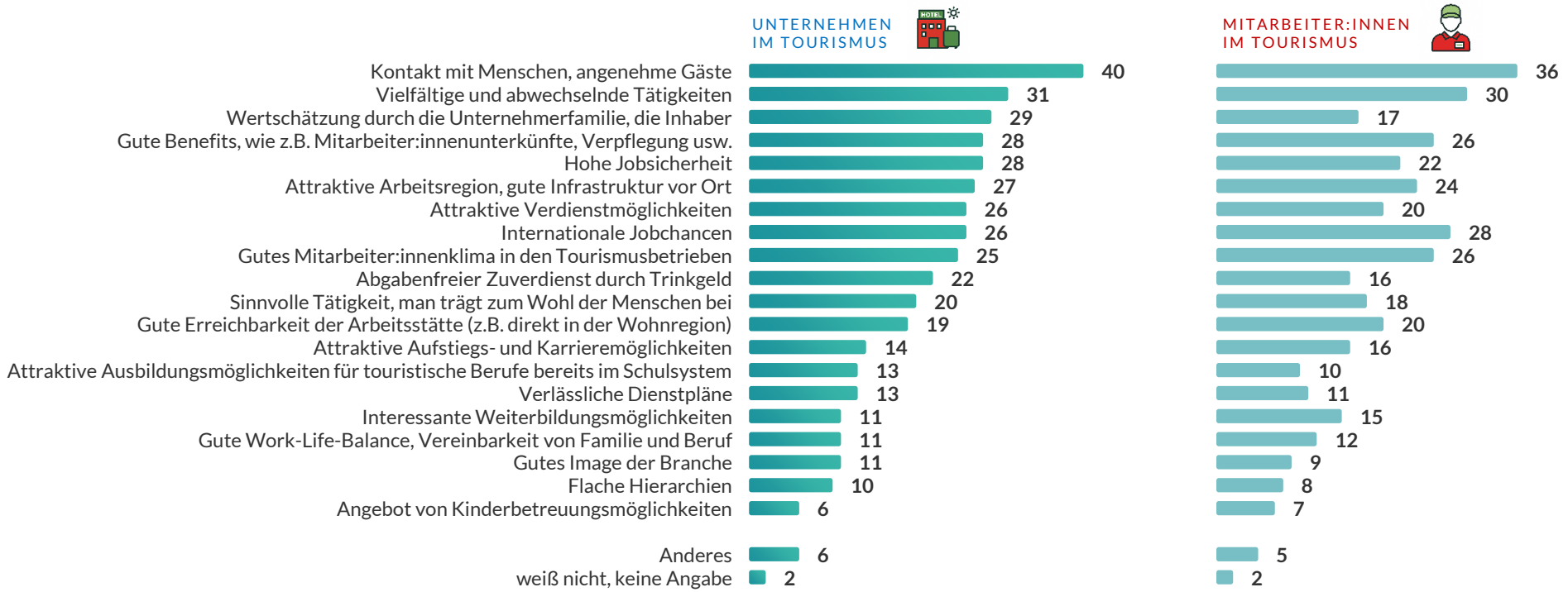


Frage: Was sind aus Ihrer Sicht derzeit die größten Herausforderungen im Tourismus, wie sehr beschäftigen diese Themen die Branche im Allgemeinen? 1 = auf jeden Fall, 4 = gar nicht

Was die Branche an ihrem Job schätzt

BASIS: Kernzielgruppen

Für einen Job in der Tourismusbranche spricht vor allem der Kontakt mit Menschen!



Frage: Angenommen, Sie wollen jemanden von einem Job in der Tourismusbranche überzeugen. Was sind da aus Ihrer Sicht die wichtigsten und besten Argumente dafür?

Die Gesamtergebnisse der Studie finden Sie unter

www.market.at/newsroom/bmwet

MARKETINSTITUT
LET'S RAISE YOUR MARKET!

VisionT