

**Deloitte.**



# Tourismusbarometer 2025

Eine Studie von Deloitte Tirol und ÖHV



# Inhalt

## 01

**Vorwort** | Seite 03

## 02

**Methode & Sample** | Seite 04

## 03

**Tourismusindex:  
Ein Stimmungsbarometer der  
Branche** | Seite 05

## 04

**Key Findings** |  
Seite 06

## 05

**Detailergebnisse** |  
Seite 08

## 06

**Kurz und bündig** |  
Seite 28

- Wirtschaftliche Lage des Tourismus | Seite 08
- Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen | Seite 11
- Unternehmerische Entwicklung | Seite 14
- Mitarbeitende | Seite 22
- Investition und Finanzierung | Seite 25

# 01 Vorwort

Bereits seit einigen Jahren beleuchten Deloitte und die Österreichische Hotelvereinigung (ÖHV) gemeinsam mit dem Tourismusbarometer die Stimmungslage in der österreichischen Tourismusbranche. Das diesjährige Ergebnis zeigt: Umsatzwachstum geht nicht automatisch mit steigendem Gewinn einher. Steigende Kosten, insbesondere im Mitarbeiter:innen- und Energiebereich, schmälern die Ertragskraft der Betriebe. Gleichzeitig zeigen sich die Unternehmer:innen aufgrund wirtschaftlicher Unsicherheiten bei Investitionen zurückhaltend.

Wie gehen die Betriebe mit dieser Diskrepanz um? Welche Strategien werden entwickelt, um die Ertragskraft zu stabilisieren? Und welche Auswirkungen hat die Investitionszurückhaltung auf die langfristige Wettbewerbsfähigkeit? Über 200 Unternehmer:innen geben im Tourismusbarometer 2025 Einblicke in ihre Erfahrungen und Erwartungen.

Lesen Sie selbst, wo die aktuellen Herausforderungen und potenziellen Handlungsfelder für diese bedeutende Säule der österreichischen Wirtschaft liegen.

Wir wünschen Ihnen eine informative und aufschlussreiche Lektüre.

Andreas Kapferer | Markus Gratzner



**Andreas Kapferer**

Partner | Deloitte Tirol



**Markus Gratzner**

Generalsekretär | ÖHV



# 02 Methode & Sample



Im April 2025 teilten 223 Unternehmen aus ganz Österreich ihre Einschätzungen und Perspektiven zu aktuellen Entwicklungen und Trends.

Die Befragung umfasst die Themenfelder:

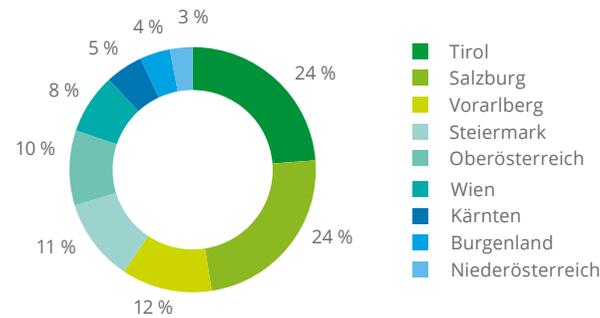
- Wirtschaftliche Lage des Tourismus
- Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen
- Geschäftsentwicklung
- Mitarbeiter:innen
- Investition und Finanzierung

Die Umfrageergebnisse bieten detaillierte Einblicke in gegenwärtige Trends und decken sowohl Stärken als auch Entwicklungsbereiche aus Sicht der Tourismusbetriebe auf. Die Auswertung der Studiendaten erfolgte durch Expert:innen von Deloitte und ÖHV, um fundierte Prognosen für die zukünftige Branchenentwicklung und konkrete Empfehlungen für die Tourismuswirtschaft abzuleiten. Ergänzend dazu wurde erneut ein Tourismusindex erstellt, der die vorherrschende Gesamtstimmung innerhalb der österreichischen Tourismusbranche anschaulich darstellt.

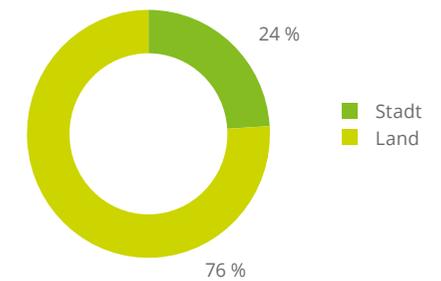
**Hinweis:**

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

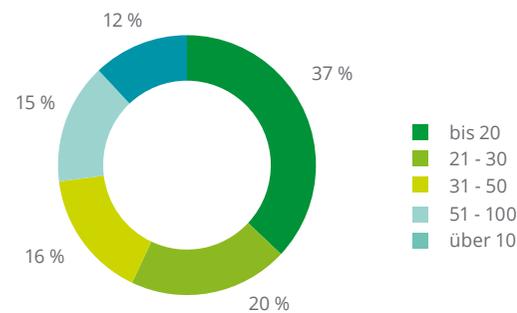
Bundesland des Unternehmens



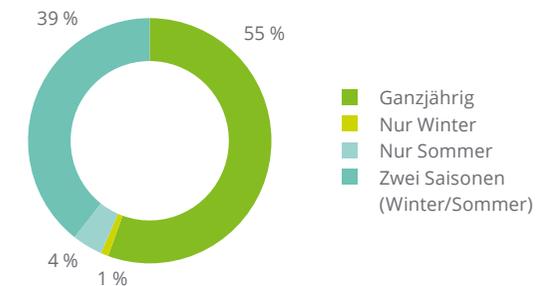
Stadt oder Land



Anzahl der Mitarbeiter:innen



Öffnungszeiten



# 03

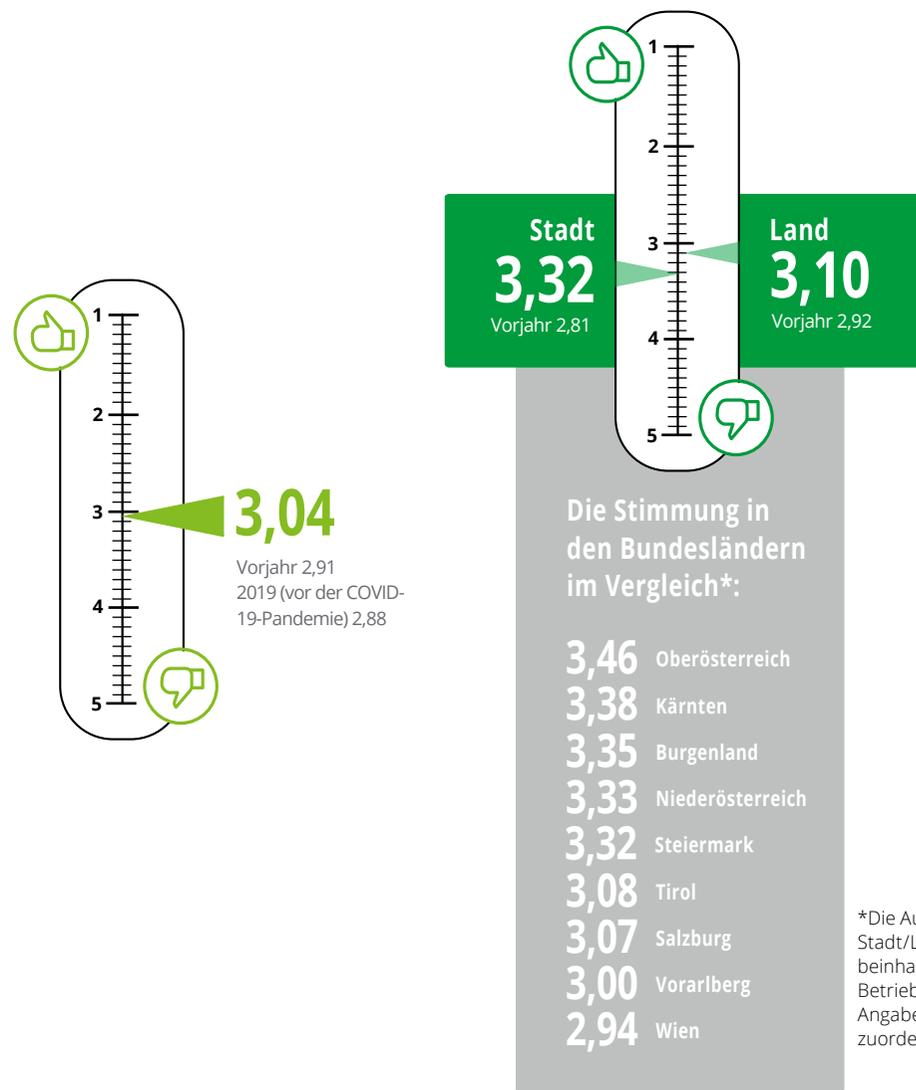
## Tourismusindex: Ein Stimmungsbarometer der Branche

Der Tourismusindex dient als wichtiger Indikator für die aktuelle Stimmungslage unter den österreichischen Tourismusunternehmen. Er bündelt die Einschätzungen der Betriebe zu wesentlichen Faktoren:

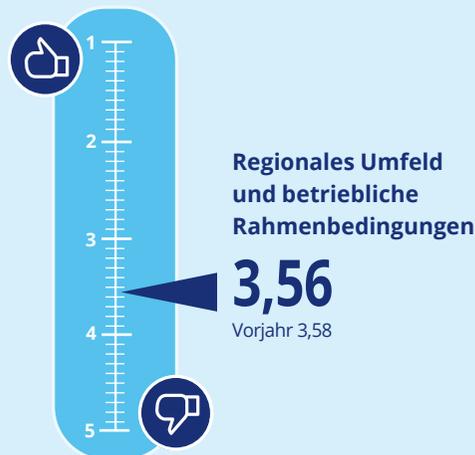
- Die gegenwärtige wirtschaftliche Situation und die zukünftigen Entwicklungsperspektiven des Tourismus
- Das regionale Umfeld und die vorherrschenden betrieblichen Rahmenbedingungen
- Die individuelle Lage und die Entwicklung des jeweiligen Unternehmens

Die Berechnung des Tourismusindex erfolgt auf Basis einer Gewichtung dieser Faktoren und orientiert sich am bekannten Schulnotensystem, wobei ein Wert von 1 eine sehr positive und ein Wert von 5 eine sehr negative Stimmung signalisiert.

Im Jahr 2025 liegt der Tourismusindex aktuell bei einem Gesamtwert von 3,04 (2024: 2,91). Interessanterweise zeigt sich, dass die rund 24 % der Studienteilnehmer:innen, die in Städten ansässig sind, die Lage ihres Unternehmens und der Branche tendenziell etwas pessimistischer einschätzen als ihre Kolleginnen und Kollegen außerhalb der urbanen Zentren. In den Jahren 2023 und 2024 hatte sich hier noch ein umgekehrtes Bild mit einer optimistischeren Stimmung in den Städten gezeichnet. Wien stellt mit einem Wert von 2,94 hier die Ausnahme dar, weil sich gerade die internationale Nachfrage sehr gut entwickelt hat.



# 04 Key Findings



### Durchwachsener Winter, verhaltene Aussichten auf die Sommersaison

Obwohl Österreichs Touristiker:innen mit dem vergangenen Winter zufrieden sind, ist der Optimismus für die eigene Branche rückläufig. Der Blick auf die kommenden Sommermonate ist verhalten.

### Kosten und Abgaben drücken die Stimmung

Hohe Kosten und Abgaben zählen nach wie vor zu den größten Herausforderungen für die österreichischen Tourismusunternehmen. Auch der Arbeitskräftemangel ist nach wie vor weit verbreitet, die direkten Auswirkungen auf die Betriebe sind in diesem Jahr aber etwas zurückgegangen.

### Schrumpfender Gewinn trotz Umsatzplus

Die Umsatzentwicklung ist zufriedenstellend, auch hat mehr als die Hälfte der Befragten eine positive Aussicht auf einen Nächtigungszuwachs im Sommer 2025 sowie ein Umsatzwachstum im nächsten Wirtschaftsjahr. Dennoch trübt ein Rückgang der Ertragskraft durch gestiegene Kosten die Stimmung. Auch die Zufriedenheit mit der eigenen Unternehmensentwicklung in der Wintersaison ist rückläufig. Die Unternehmer:innen blicken vorsichtig optimistisch in die Zukunft, haben aber Sorge um die Gewinnentwicklung. Die Kostensteigerungen der letzten Jahre, insbesondere die Lohnerhöhungen, konnten von vielen Betrieben noch nicht zur Gänze mit Preiserhöhungen abgedeckt werden.



### Arbeitskräftemangel bleibt hartnäckig

Die Suche nach Fachkräften bleibt eine große Herausforderung für den österreichischen Tourismus, eine spürbare Entspannung ist nicht in Sicht. Erfolgreiche Betriebe versuchen den Herausforderungen unter anderem durch flexible Angebote entgegenzutreten.



### Investitionsstau droht, Zinswette läuft

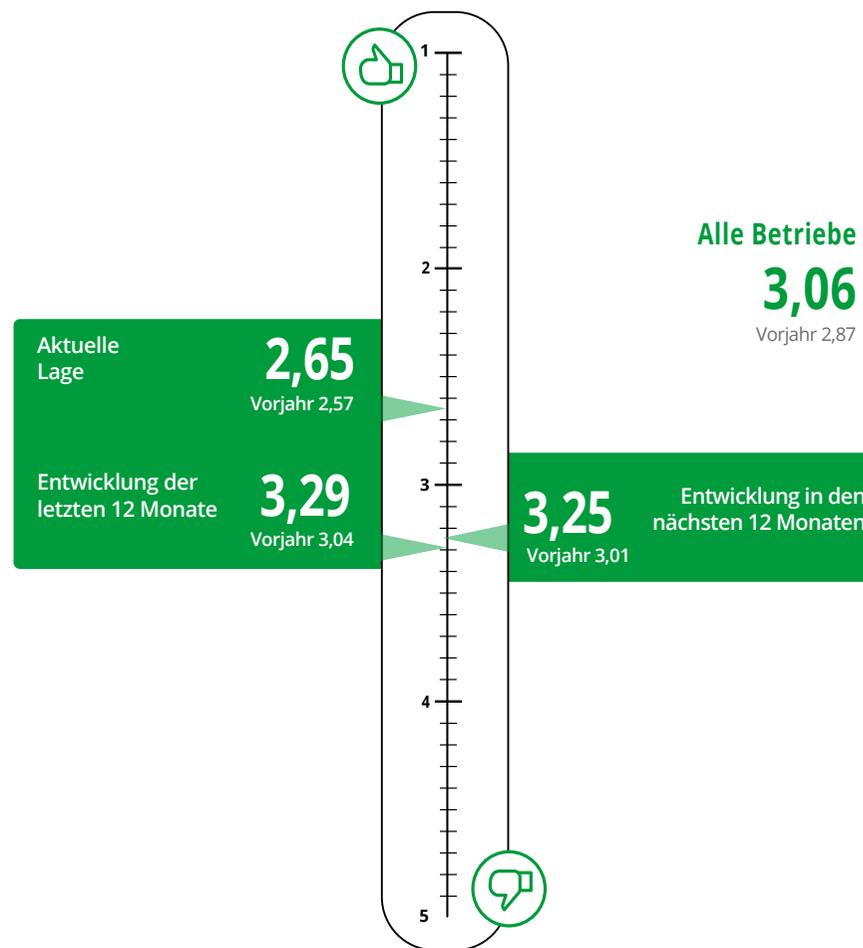
Seit Jahren reduziert mehr als ein Drittel der Befragten (2025: 42 %) die ursprünglich geplanten Investitionen. 39 % der Neukredite innerhalb der letzten beiden Jahre sind variabel verzinst, die Unternehmen spekulieren auf Zinssenkungen.

# 05

## Detailergebnisse

### Wirtschaftliche Lage des Tourismus

Die aktuelle Bewertung der wirtschaftlichen Lage des Tourismussektors in Österreich liegt im Durchschnitt bei 3,06 und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr (2,87) spürbar eingetrübt. Dies markiert die kritischste Einschätzung seit 2016 – mit Ausnahme des Pandemiejahres 2020. Diese Gesamtnote basiert auf der Beurteilung der allgemeinen Wirtschaftslage im jeweiligen Bundesland, der regionalen Tourismusedwicklung des vergangenen Jahres sowie den Erwartungen für die kommenden zwölf Monate.





Trotz dieser Entwicklung zeigt sich weiterhin die Hälfte (heuer und Vorjahr: 51 %) der Befragten zufrieden und bewertet die gegenwärtige wirtschaftliche Situation des Tourismus in ihrer Region als gut oder sehr gut. 32 % (Vorjahr: 38 %) vergeben zudem eine durchschnittliche Bewertung, während 12 % (Vorjahr: 8 %) mit "Genügend" und 5 % (Vorjahr: 3 %) mit "Nicht Genügend" die Lage als unzureichend einschätzen.

Rückblickend auf die vergangenen zwölf Monate erlebte rund ein Viertel (23 %; Vorjahr: 36 %) der Befragten eine positive wirtschaftliche Entwicklung, wohingegen 47 % (Vorjahr: 39 %) eine negative Tendenz wahrnahmen.

Der Ausblick ist überwiegend negativ: Mit Blick in die Zukunft befürchten 42 % (Vorjahr: 28 %) der Befragten eine weitere Verschlechterung der wirtschaftlichen Lage des Tourismus in ihrem Bundesland innerhalb des nächsten Jahres. Lediglich 21 % (Vorjahr: 28 %) erwarten eine Verbesserung, während 38 % (Vorjahr: 44 %) von einer Stagnation ausgehen.

Entwicklung der wirtschaftlichen Lage im eigenen Bundesland 2016 bis 2025





## Das ist zu tun

Die gedämpfte Stimmung im Tourismus korrespondiert mit der Entwicklung des Bruttoinlandsproduktes, das 2024 im Jahresvergleich um 1,2 % gesunken ist. Besonders deutlich zeigt sich der Rückgang in der realen Bruttowertschöpfung des Wirtschaftsbereichs "Beherbergung und Gastronomie", die 2024 sogar um 3,9 % nachgab<sup>1</sup>. Die aktuelle Prognose des WIFO für 2025 sieht für diesen Sektor jedoch ein Wachstum von 1,8 % vor. Angesichts des erwarteten BIP-Rückgangs von 0,3 % über alle Wirtschaftsbereiche hinweg ist dies, trotz der moderaten Zahl, ein positives Signal.

Trotz der aktuellen wirtschaftlichen Herausforderungen und der eher verhaltenen Zukunftserwartungen dürfen Österreichs Tourismusbetriebe keinesfalls resignieren. Gerade in schwierigen Zeiten ist aktives Handeln entscheidend, um die Wettbewerbsfähigkeit zu sichern. Insbesondere darf der allgemein hohe Qualitätsstandard in den österreichischen Tourismusbetrieben nicht vernachlässigt werden. Um die notwendigen finanziellen Ressourcen dafür zu schaffen, sind Effizienzsteigerungen unerlässlich: So können durch die Überprüfung und Optimierung interner Prozesse Kosten kontrolliert und die betriebliche Effizienz gesteigert werden, was in Zeiten steigenden Kostendrucks entscheidend ist. Eine digitale Transformation kann dabei Chancen bieten: Die konsequente Nutzung digitaler Technologien ermöglicht den Unternehmen mithilfe neuer Preisstrategien, ihre Preisfindung und -durchsetzung zu optimieren. [Im Tourismusbarometer 2024](#) haben wir hierzu ausführlich berichtet.

Um die Leistungsfähigkeit und Innovationskraft der österreichischen Tourismusbranche weiter zu fördern, ist es besonders wichtig, die im Regierungsprogramm vorgesehene Entbürokratisierung rasch voranzutreiben. Die derzeitige administrative Belastung bindet wertvolle betriebliche Ressourcen und kann die Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Unsere Umfrage zeigt, dass Österreichs Touristikerinnen und Touristiker durchschnittlich 3,1 Stunden pro Tag (Median: 3 Stunden) für die Erfüllung bürokratischer Pflichten aufwenden. Eine spürbare Reduktion würde hier dringend benötigte Freiräume schaffen.

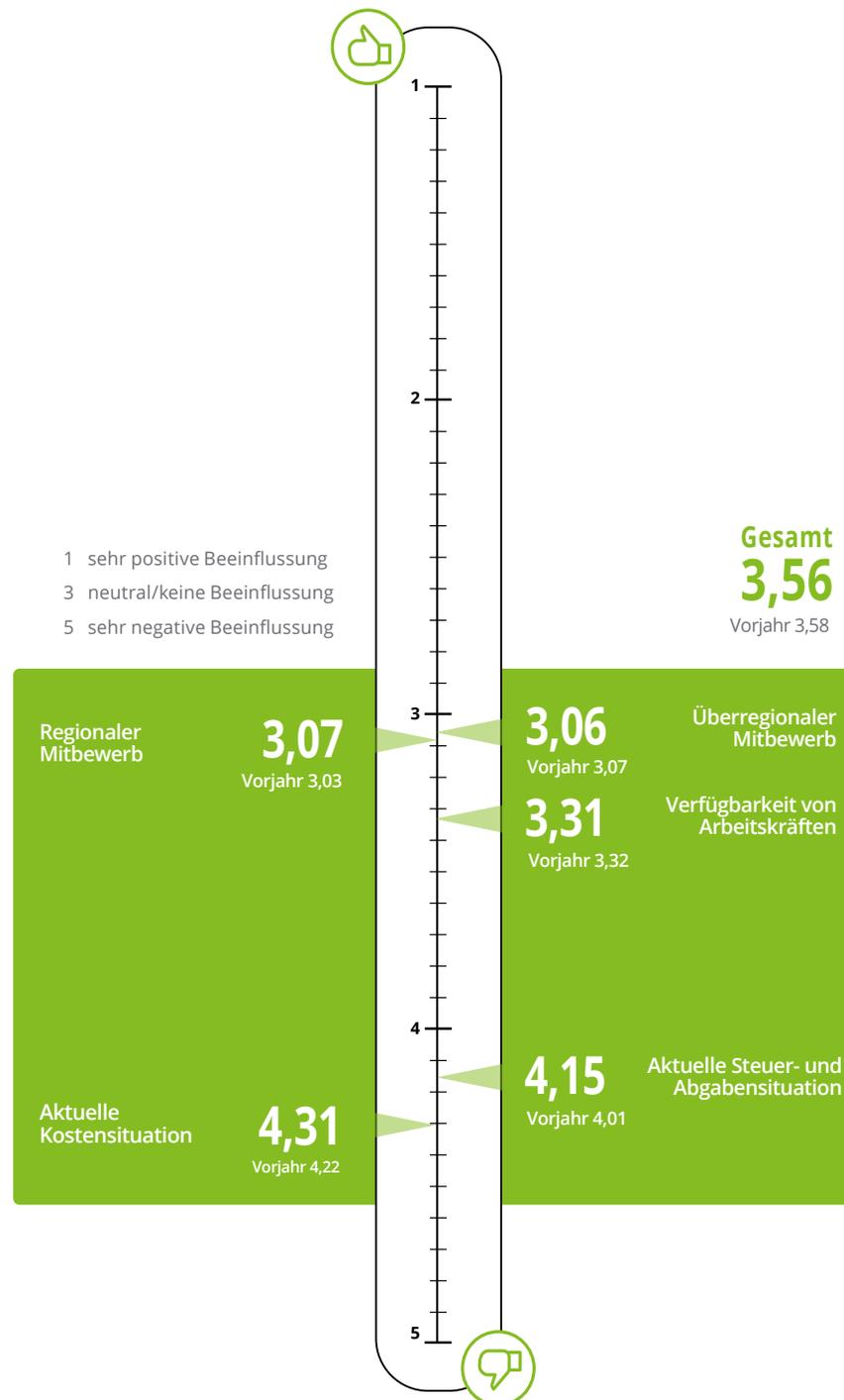
„Die gegenwärtige wirtschaftliche Lage im Tourismus mag viele Betriebe dazu verleiten, den Rotstift anzusetzen und kurzfristig Kosten zu senken. Das wäre jedoch ein gefährlicher Trugschluss. Gerade in dieser Phase ist es entscheidend, strategisch in die Zukunft zu investieren – in die Qualität des Angebots, in innovative Erlebnisse und in die Weiterbildung der Mitarbeiter:innen. Nur so können wir uns von reinen Preisvergleichen lösen und ein attraktives, widerstandsfähiges Angebot schaffen, das auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten bestehen kann. Ein Investitionsrückstau würde die Wettbewerbsfähigkeit langfristig erheblich schwächen.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

<sup>1</sup>) Vgl. [https://www.wifo.ac.at/wp-content/uploads/upload-4091/kp\\_2025\\_01.pdf](https://www.wifo.ac.at/wp-content/uploads/upload-4091/kp_2025_01.pdf)  
abgefragt am 23.04.2025

## Regionales Umfeld und betriebliche Rahmenbedingungen

Die tägliche Betriebsführung im Tourismus wird maßgeblich von Faktoren beeinflusst, die oft außerhalb der direkten Kontrolle der Unternehmen liegen. Steuern, Kosten und die Verfügbarkeit von Mitarbeiter:innen stellen hier zentrale Herausforderungen dar, die von einem Großteil der österreichischen Touristiker:innen kritisch gesehen werden.



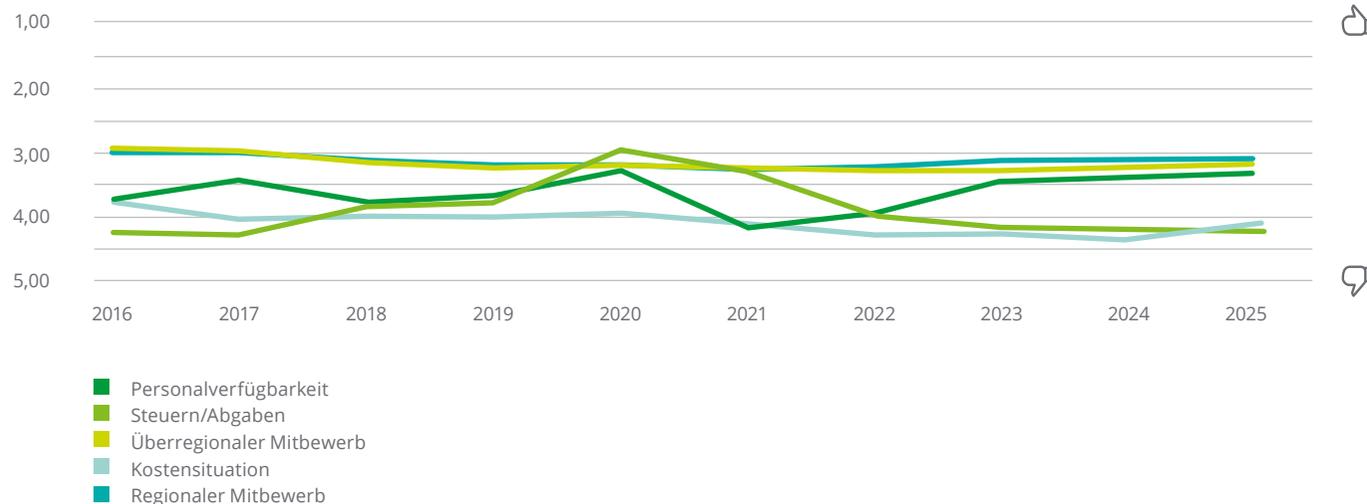


Der Einfluss des Wettbewerbs, sowohl regional als auch überregional, wird von der Mehrheit der Befragten als neutral wahrgenommen (regional: 65 %, Vorjahr: 67 %; überregional: 74 %, Vorjahr: 74 %). Immerhin 15 % (Vorjahr: 16 %) sehen den regionalen Wettbewerb sogar als positiv für den eigenen Betrieb an – dies könnte auf Synergieeffekte eines gut funktionierenden touristischen Ökosystems zurückzuführen sein.

Der Einfluss von Steuern und Abgaben auf die betriebliche Entwicklung wird jedoch zunehmend negativ wahrgenommen: Mittlerweile nehmen 78 % der Tourismusunternehmen hier negative Auswirkungen auf den betrieblichen Alltag wahr. Die allgemeine Kostensituation beeinträchtigt sogar 90 % der Betriebe.

Die Entwicklung der Fachkräfteverfügbarkeit im Tourismus zeigt ein interessantes Bild: Während im von Betriebsschließungen geprägten Jahr 2020 Mitarbeitermangel kaum ein Thema war, erlebten im Folgejahr 2021 bereits 80 % der befragten Betriebe die Arbeitsmarktlage als negativ. In den darauffolgenden Jahren (2022 - 2024) schien sich die Situation etwas zu entspannen. Laut der aktuellen Umfrage ist der Mangel zwar noch weit verbreitet (47 %; Vorjahr: 48 %), allerdings spüren 31 % der Betriebe (Vorjahr: 30 %) keine direkten Auswirkungen. Wie im Vorjahr berichten 22 % sogar von einem positiven Einfluss der Mitarbeiterverfügbarkeit auf ihren Betrieb.

**Einfluss auf den eigenen Betrieb (1 - sehr positiv, 5 - sehr negativ)**  
2016 bis 2025





## Das ist zu tun

Angesichts des drohenden EU-Defizitverfahrens sind laut Regierungsprogramm kurzfristig keine wesentlichen steuerlichen Entlastungen zu erwarten. So wurde etwa der Energiekostenzuschuss nicht verlängert. Im Bereich des Arbeitskräftemangels werden jedoch einige Maßnahmen in Aussicht gestellt, die potenziell positive Effekte für den Tourismus haben könnten<sup>2</sup> :

- Geplante steuerliche Anreize zur (Re-)Integration von Personen in echter Alterspension in den Arbeitsmarkt (zum Beispiel Halbierung des Dienstgeberbeitrags zu Pensions- und Krankenversicherung; Befreiung der Dienstnehmer:innen von Sozialversicherungsbeiträgen)
- Prüfung einer verbesserten Praxistauglichkeit der Sachbezugsregelung bei Mitarbeiter:innen-Wohnungen
- Evaluierung und Erweiterung der Mangelberufsliste
- Verbesserung bei Bewilligungsverfahren für Saisonierkontingente und weitere Entbürokratisierung der RWR - Card

Da Tourismusbetriebe in der Regel anlagenintensiv sind, könnte zudem eine Zinssenkung durch die Europäische Zentralbank Entlastung bringen.

<sup>2</sup>) Vgl. <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/bundeskanzleramt/die-bundesregierung/regierungsdokumente.html> abgefragt am 23.04.2025

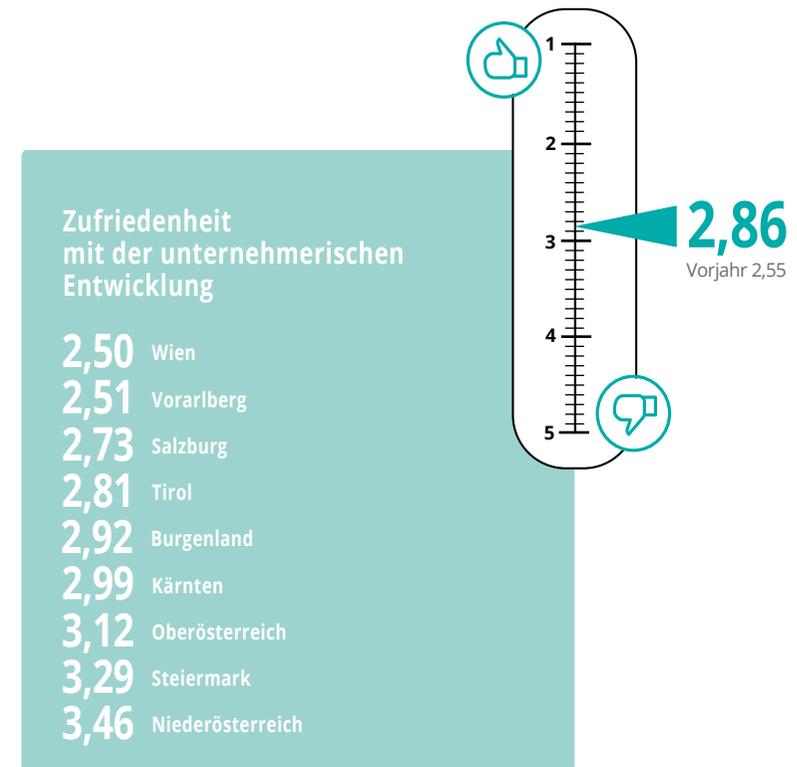
„Der demografische Wandel mit seinen Folgen wie dem Fachkräftemangel und der steigenden Anzahl älterer Mitarbeiter:innen stellt gerade den Tourismus als eher junge Branche vor Herausforderungen. Bereits vor sechs Jahren haben wir im Tourismusbarometer das Generationenmanagement in Tourismusbetrieben als zukunftsweisende Mitarbeitermaßnahme vorgestellt. Erfreulich ist, dass nun auch die Politik mit unterstützenden Maßnahmen nachzieht. So sollen Menschen in echter Alterspension durch steuerliche Begünstigungen im Erwerbsleben gehalten oder zurückgeholt werden.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

## Unternehmerische Entwicklung

Aktuell beurteilen die befragten Touristiker:innen die unternehmerische Entwicklung der eigenen Betriebe mit einer Gesamtnote von 2,86. Das signalisiert eine deutliche Abnahme der Zufriedenheit im Dreijahresvergleich (2023: 2,38; 2024: 2,55) und markiert den schlechtesten Wert seit 2017 – ausgenommen des von der Pandemie geprägten Jahres 2020. Obwohl in den letzten beiden Wirtschaftsjahren bei über drei Viertel der Befragten der Umsatz gestiegen ist, hat sich der Gewinn bei fast der Hälfte verschlechtert. Auch für das laufende und kommende Wirtschaftsjahr erwarten die österreichischen Betriebe eine sinkende Ertragskraft.

Die Note für die unternehmerische Entwicklung basiert auf der Bewertung der vergangenen Wintersaison und den Zukunftserwartungen, wobei Wien mit 2,5 die optimistischste und Niederösterreich mit 3,46 die pessimistischste Einschätzung abgibt.



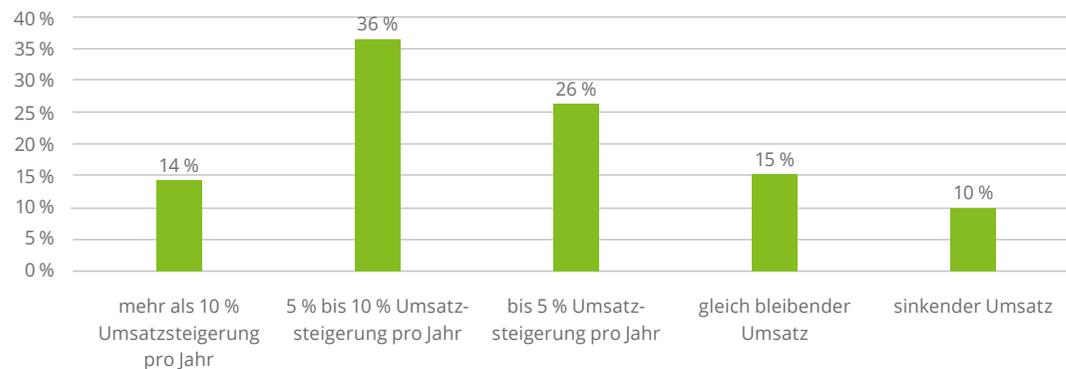


## Winterbilanz und Gewinnentwicklung im Detail

Knapp die Hälfte (48 %) der befragten Tourismusbetriebe zeigt sich mit der Wintersaison 2024/25 zufrieden, während 32 % unzufrieden sind. In den beiden vorangegangenen Wirtschaftsjahren konnten drei Viertel (76 %) der Befragten ein Umsatzwachstum verzeichnen, während 10 % einen Umsatzrückgang hinnehmen mussten. Die Gewinnentwicklung verlief jedoch differenzierter: Während sich der Gewinn bei einem Drittel der Betriebe analog zum Umsatz entwickelte, verschlechterte er sich bei etwa der Hälfte, und immerhin rund 20 % konnten eine höhere Gewinn- als Umsatzsteigerung erzielen.

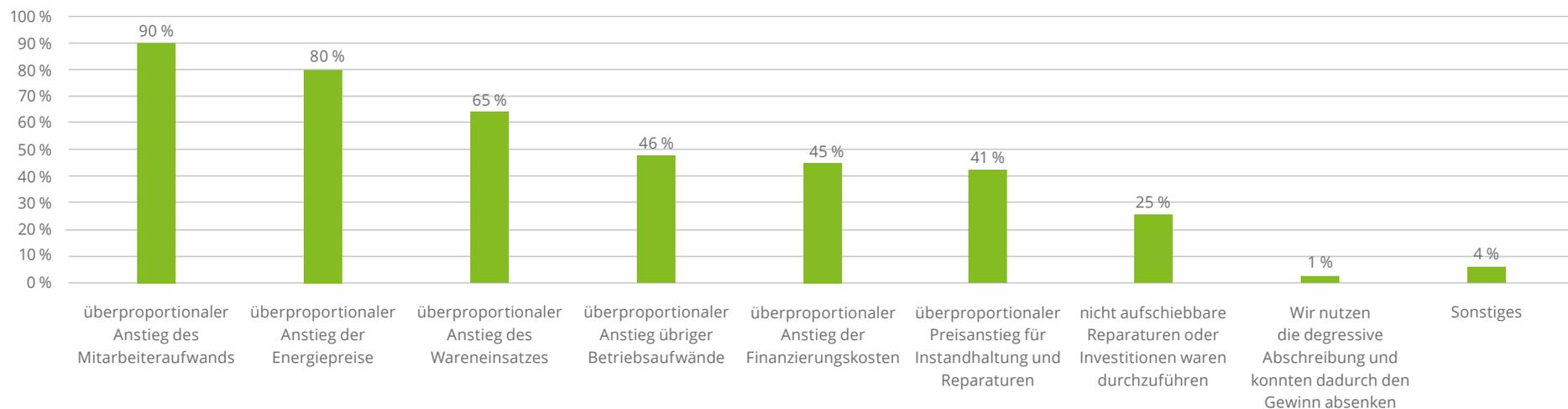
Zu den häufigsten Gründen, warum Umsatzsteigerungen nicht in gleichem Maße zu höheren Gewinnen führten, gehörte ein überproportionaler Anstieg des Mitarbeiteraufwandes (90 %), der Energiepreise (80 %) und des Wareneinsatzes (65 %). Andererseits nennen jene 20 % der Betriebe, denen es gelungen ist, den Gewinn prozentuell stärker zu steigern als den Umsatz, als häufigste Gründe Preissteigerungen (59 %), eine Fixkostenreduktion durch einen stärkeren Nächtigungsanstieg (54 %) sowie die Senkung der Arbeitsstunden (26 %).

### Um wieviel hat sich Ihr Umsatz in den Jahren 2022 bis 2024 pro Jahr im Schnitt erhöht?





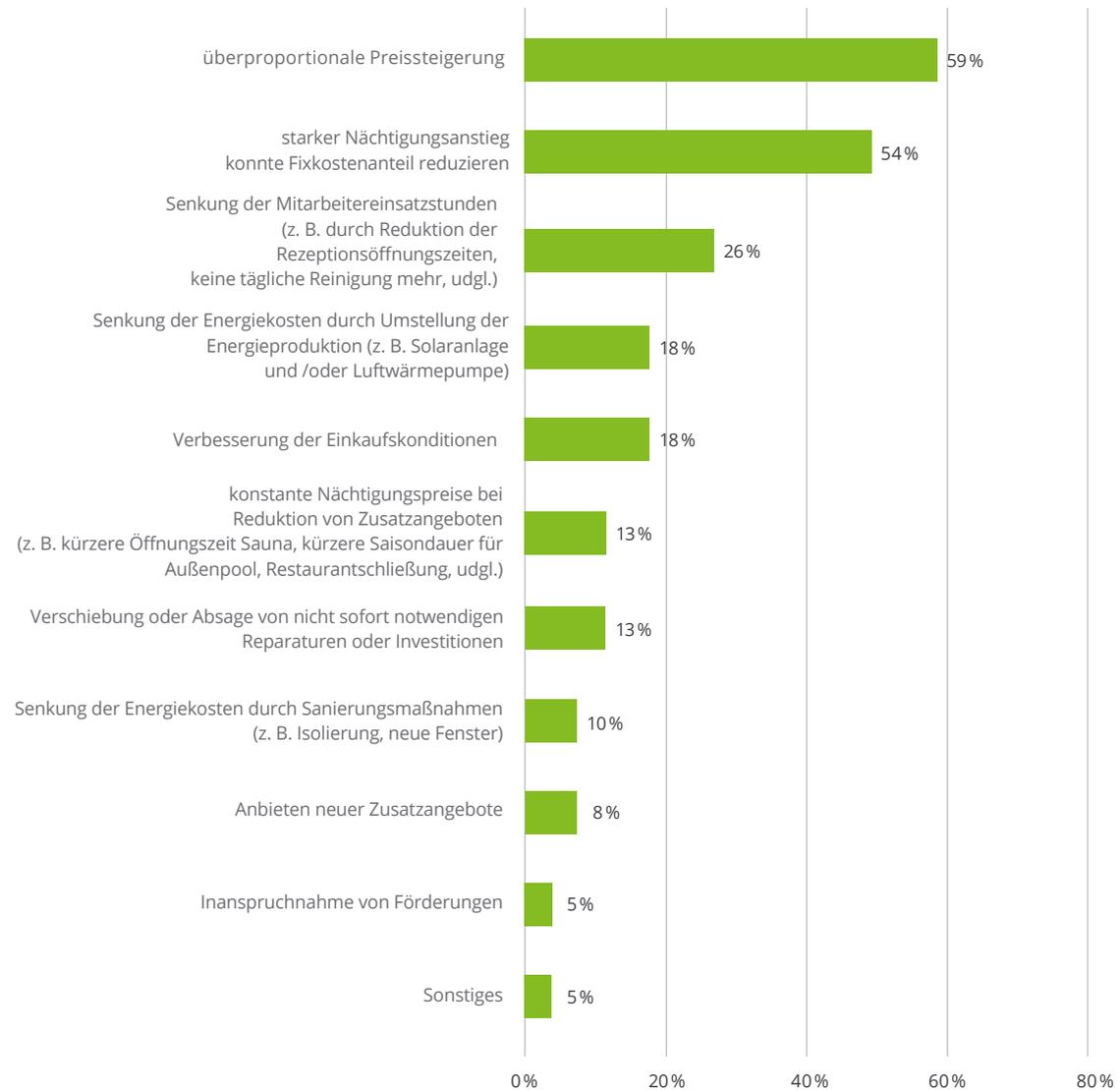
Warum hat sich Ihr Umsatz besser entwickelt als Ihr Ergebnis (vor Steuern)?





Der Vergleich dieser beiden Gruppen verdeutlicht, dass der Haupttreiber für den Rückgang der Ertragskraft – der Anstieg der Mitarbeiterkosten – bei der gewinnstärkeren Gruppe durch Angebotsreduktionen abgedefert wurde. Im Bereich der Energiekosten konnten diese Betriebe durch Umstellung der Energieproduktion (18 %) und/oder Gebäudesanierungen (18 %) Einsparungen erzielen. Verbesserte Einkaufskonditionen trugen ebenfalls zur positiven Gewinnentwicklung bei.

Warum hat sich Ihr Umsatz schlechter entwickelt als Ihr Ergebnis (vor Steuern)?





Ein Blick in die Gewinn- und Verlustrechnungen der österreichischen Tourismusbetriebe zeigt, dass nachfolgende Aufwendungen bei mehr als der Hälfte der befragten Betriebe in den letzten fünf Jahren gestiegen sind:

- Mitarbeiter:innenaufwand (96 %)
- Strom (93 %)
- Heizung (83 %)
- Wareneinsatz (77 %)
- Verwaltungsaufwand (z. B. Versicherung, Reinigungsmaterial, Mietwäsche, Beratung; 73 %)
- Fremdfinanzierungskosten (Zinsen; 65 %)
- Reparaturen/Instandhaltungen (64 %)
- Werbung, Marketing (53 %)



Nachfolgende Aufwendungen sind bei mehr als 50 % der Befragten innerhalb der letzten fünf Jahre unverändert geblieben:

- KFZ-Aufwand (64 %)
- Kommunikation (Telefon, Internet; 61 %)
- Provisionen (51 %)



Gesunkene Aufwendungen werden kaum verzeichnet, am ehesten wird jedoch ein Rückgang bei folgenden zwei Positionen genannt:

- KFZ-Aufwand (15 %)
- Kommunikation (13 %)



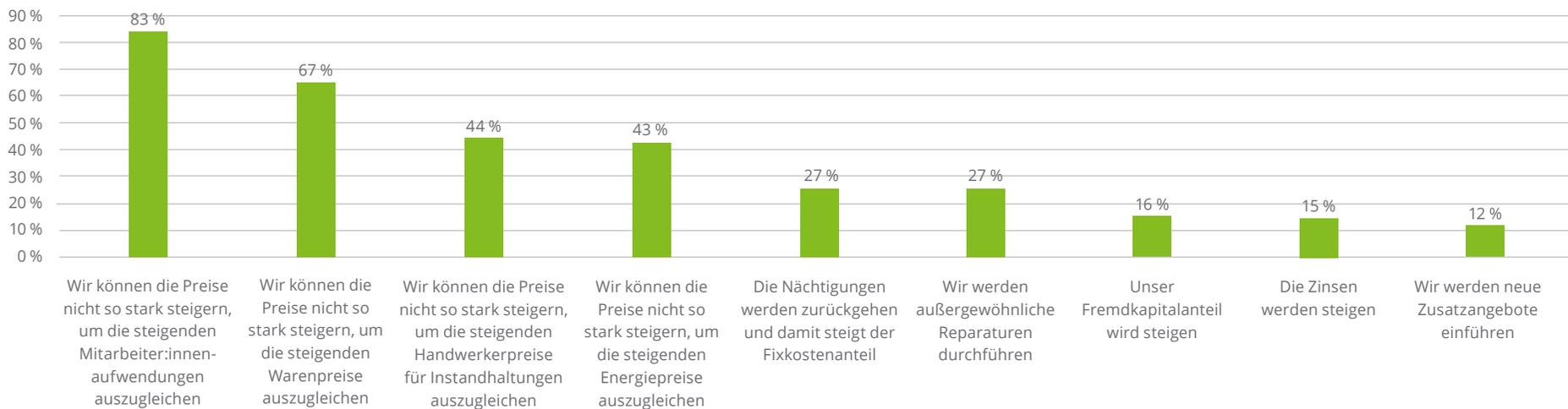
# Der Blick in die Zukunft

Für die kommende Sommersaison erwarten 42 % der Beherbergungsbetriebe einen Anstieg der Nächtigungszahlen, während rund ein Viertel mit gleichbleibenden und etwa ein Drittel mit sinkenden Zahlen rechnet. Regional betrachtet ist der Optimismus für den Sommer in Vorarlberg am größten, in der Steiermark am geringsten.

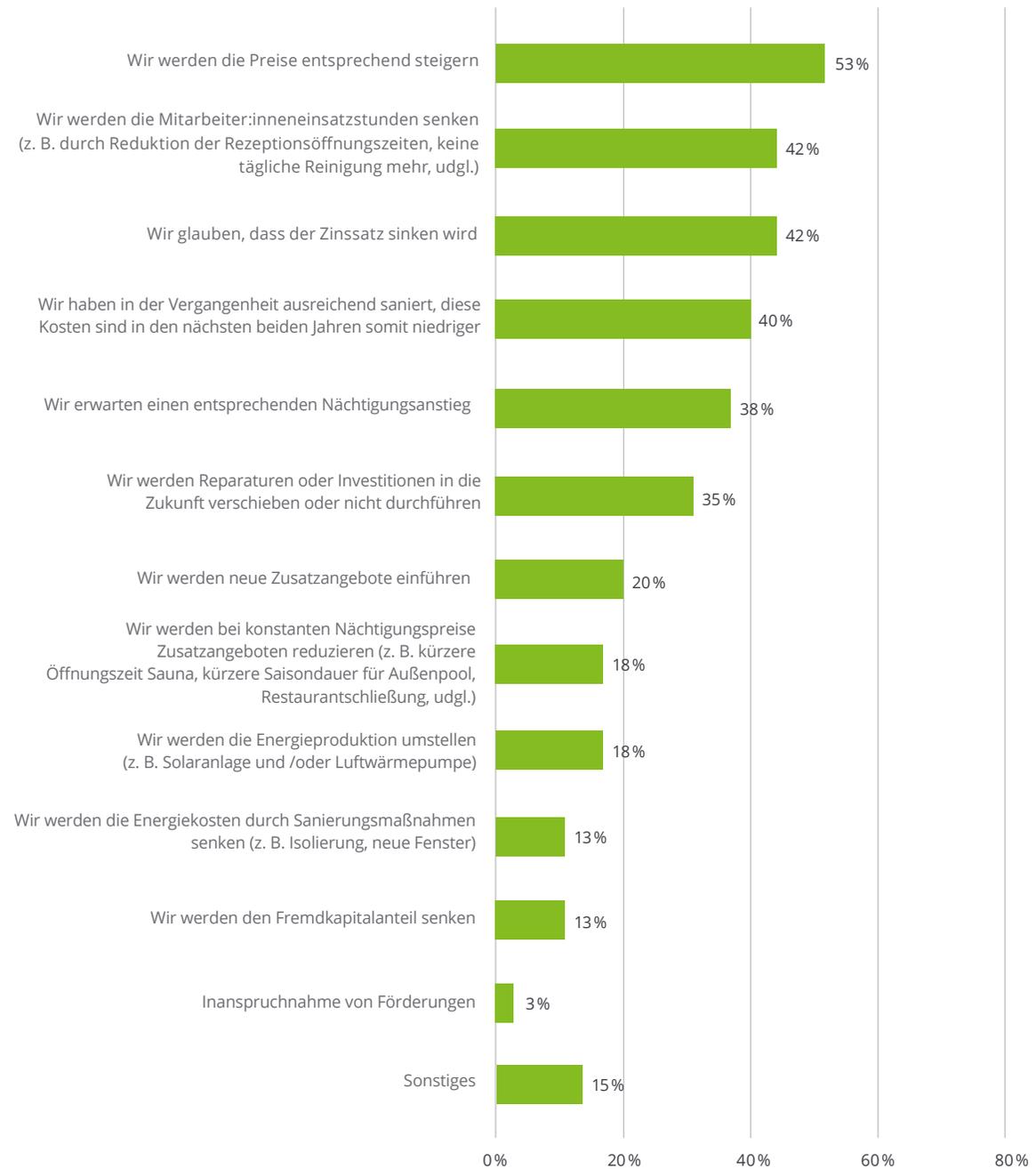
Mit Blick auf das kommende Wirtschaftsjahr erwartet mehr als die Hälfte der Befragten (55 %) einen Umsatzanstieg, knapp ein Viertel (24 %) rechnet mit einem Rückgang. Allerdings werden deutlich höhere Ausgaben erwartet, sodass 39 % der Befragten mit einer Verschlechterung ihres Ergebnisses rechnen, während im Gegensatz nur 35 % eine Verbesserung erwarten.

Nach den Ursachen für die Diskrepanz zwischen Umsatz und Gewinn befragt (69 % gehen von einer sinkenden Ertragskraft aus), geben die Unternehmer:innen überproportional steigende Kosten an, die zu einer geringeren Gewinnentwicklung führen. Zu den häufigsten Gründen für die schrumpfende Ertragskraft zählen überproportional steigende Mitarbeiteraufwendungen (83 %), Warenpreise (67 %) und Handwerkerpreise für Instandhaltungen (44 %).

## Ihr Umsatz wird sich besser entwickeln als Ihr Ergebnis. Warum?



Ihr Umsatz wird sich schlechter entwickeln als Ihr Ergebnis. Warum?



Die häufigsten Gründe für die steigende Ertragskraft sind:

- Preissteigerung (von 53 % genannt)
- Senkung der Mitarbeiter:inneneinsatzstunden (von 42 % genannt)
- Sinkender Zinssatz (von 42 % genannt)





## Das ist zu tun

Die sinkende Zufriedenheit mit der betriebswirtschaftlichen Lage in den letzten Jahren ist alarmierend. Die Hälfte der Betriebe konnte die stark gestiegenen Kosten nicht vollständig an die Gäst:innen weitergeben, was zu einem deutlichen Rückgang der Ertragskraft führte. Neben den Personalkosten belasten vor allem die gestiegenen Energie- und Warenpreise die Rentabilität.

Erfolgreiche Betriebe konnten ihre Preise und/oder Nächtigungszahlen überproportional steigern und die Lohn- und Gehaltssteigerungen durch Angebotsanpassungen stabil zum Umsatz halten.

Bedenklich ist, dass ein Teil der Betriebe (13 %) ihre Ertragskraft nur durch den Aufschub oder die Absage notwendiger Reparaturen und Investitionen steigern konnte. Bereits im Vorjahr haben 48 % der befragten Unternehmen geplante Investitionen nicht durchgeführt, in diesem Jahr sind es 42 %, weitere 35 % planen ähnliche Schritte in den nächsten fünf Jahren. Dies zeichnet ein düsteres Bild für die zukünftige Qualität der touristischen Infrastruktur, denn Einsparungen in diesem Bereich bergen die Gefahr eines negativen Kreislaufs in sich. Zu hoffen ist, dass in Folge sinkender Zinsen die Investitionsbereitschaft wieder zunimmt.

Angesichts dieser wirtschaftlichen Herausforderungen sollten Tourismusbetriebe eine umfassende Strategie verfolgen, um ihre Ertragskraft zu stabilisieren und langfristig zu sichern. Der Einsatz von KI-basierten Preismanagementtools ermöglicht eine gezielte Preisoptimierung. Für einen Teil der Betriebe (28 %) spielt die Steigerung der Energieeffizienz bereits eine wichtige Rolle zur Stärkung ihrer Ertragskraft. So bieten etwa Investitionen in Solarenergie und Wärmepumpen umweltfreundliche und langfristig kostensparende Alternativen. Aber auch kleinere Maßnahmen wie die Umstellung auf LED-Beleuchtung können den Energieverbrauch senken und werden von der KPC gefördert.

„Die kollektivvertraglichen Lohn- und Gehaltssteigerungen in der Tourismusbranche haben einen erheblichen Einfluss auf die wirtschaftliche Ertragskraft der Unternehmen. Nach durchschnittlichen Erhöhungen von 9 % im Jahr 2023 und 6 % im Jahr 2024 und den Mehrkosten durch den neuen Kollektivvertrag zeigen die buchhalterischen Ergebnisse des Jahres 2023 und 2024, dass die Lohn- und Gehaltserhöhungen noch nicht zur Gänze an die Gäst:innen weitergegeben werden konnten.“

**Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV**

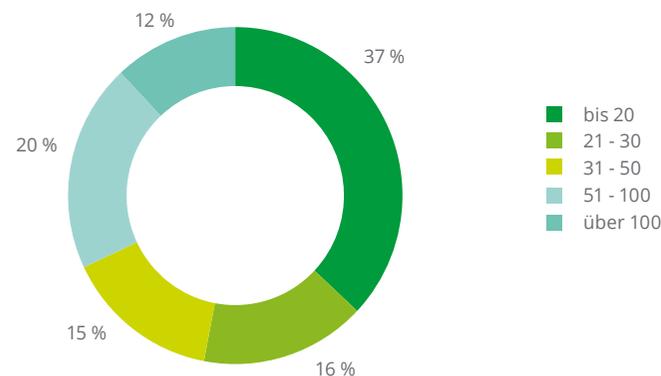


# Mitarbeiter:innen

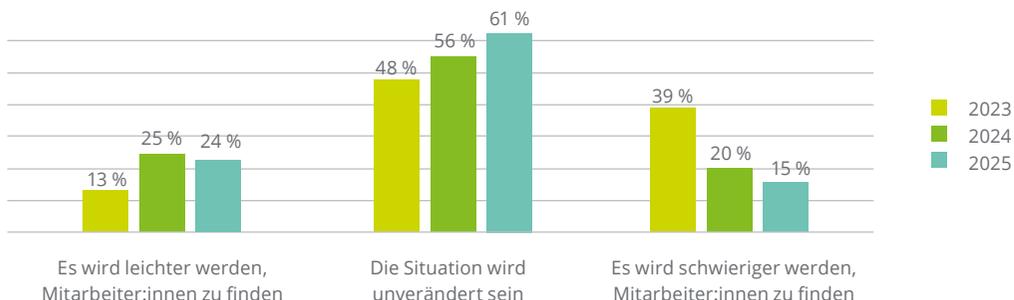
Der angespannte Arbeitsmarkt prägt die österreichische Tourismusbranche seit vielen Jahren, was zu einer gewissen Routine im Umgang mit Fachkräftengpässen geführt hat. Dennoch suchen weiterhin 65 % (Vorjahr: 69 %) der Betriebe aktiv nach Verstärkung. Ein kleiner Lichtblick ist, dass auch dieses Jahr knapp ein Viertel die Mitarbeiter:innensuche für den Sommer als einfacher empfindet, während die Mehrheit (61 %) von einer ähnlichen Verfügbarkeit wie im Vorjahr ausgeht. Zwar hat sich die Branche angepasst, der Fachkräftemangel kann jedoch von den Betrieben nicht allein gelöst werden – hierzu braucht es nachhaltige Lösungen auch auf überbetrieblicher Ebene.

Die befragten Unternehmen spiegeln die typische Kleinstruktur der familiengeführten Tourismusbranche wider: 68 % beschäftigen maximal 50 Mitarbeiter:innen, wobei das größte Segment Betriebe mit bis zu 20 Beschäftigten darstellt.

Anzahl der Mitarbeiter:innen



Veränderung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Vergleich zum Vorjahr



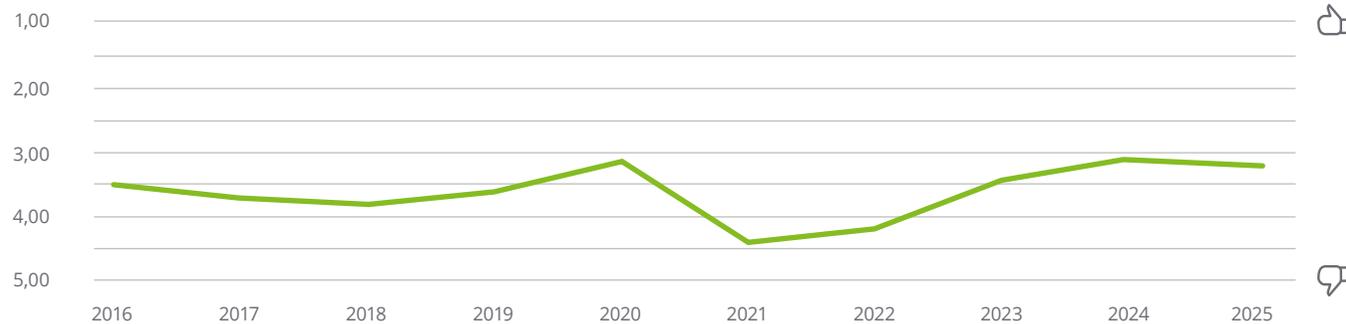


Mit einem Wert von 3,07 ist der Einfluss des Arbeitskräftemangels auf die österreichischen Tourismusbetriebe in diesem Jahr der beste Wert seit 2016. Dieser Wert täuscht jedoch: Rund 31 % der Befragten spüren keinen Einfluss der Arbeitsmarktsituation im eigenen Betrieb, während 47 % sehr wohl negativ beeinflusst werden und für immerhin 22 % die momentane Fach- und Arbeitskräfteverfügbarkeit eine positive Auswirkung auf den Betrieb hat. Die Gesamtnote versteht sich somit als Kombination der negativen Auswirkung und der positiven sowie neutralen Erwartung an die Mitarbeiter:innensuche für den Sommer.

Die scheinbare Gelassenheit der Tourismusbetriebe angesichts des Fachkräftemangels darf also nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Mitarbeiter:innensuche eine anhaltende und kräftezehrende Aufgabe ist. Da die Unternehmen kaum Einfluss auf übergeordnete Faktoren haben, liegt der Fokus auf internen Verbesserungen.

In diesem Kontext bedeutet der Wert drei, dass die Verfügbarkeit von Mitarbeiter:innen keinen Einfluss auf die betriebliche Entwicklung hat und somit neutral zu beurteilen ist.

**Einfluss der Mitarbeiter:innenverfügbarkeit auf den eigenen Betrieb  
2016 bis 2025**



## Das ist zu tun

Um die Betriebe nachhaltig zu unterstützen, sind gezielte politische Maßnahmen unerlässlich, die angekündigten Sparmaßnahmen der Regierung lassen hier jedoch kurzfristig wenig Spielraum. Laut dem Regierungsprogramm 2025-2029 sollen bis zur Mitte der Regierungsperiode – abhängig von der konjunkturellen und budgetären Entwicklung – die Lohnnebenkosten in einem ersten Schritt gesenkt werden. Ziel ist eine weitere stufenweise Entlastung ausschließlich im Rahmen des Familienlastenausgleichs (Dienstgeberbeitrag zum FLAF in Höhe von derzeit 3,7 %). Eine spürbare Senkung der Lohnnebenkosten ist aufgrund dieser Aussagen nicht zu erwarten.

Die im Budgetbegleitgesetz 2025 jedenfalls für das Kalenderjahr 2025 vorgesehene abgabenfreie Mitarbeiter:innenprämie von EUR 1.000,- ist positiv zu vermerken, aber natürlich nur ein Trostpflaster.

Im Bereich der Mitarbeiter:innenunterkünfte und Kinderbetreuung gibt es Evaluierungen und mögliche Anpassungen der Sachbezugsregelung. Die Mangelberufsliste – also jene Liste an Berufen, bei welchen weniger als 1,5 Arbeitssuchende pro offene Stelle beim AMS gelisteter Stelle gemeldet sind – soll ebenfalls geprüft und möglicherweise erweitert werden. Da allerdings gerade in den touristischen Kernbereichen Service und Küche trotz Ausweisung als Mangelberufe der Bedarf kaum gedeckt werden kann, ist eine reine Erweiterung der Liste unzureichend. Hier bedarf es einer verstärkten Arbeitsmarktöffnung. Die Bundesregierung hat diesen Bedarf erkannt und bereits beschlossen, das Saisonkontingent auf 5.500 Arbeitskräfte pro Jahr zu erhöhen und ein eigenes Saisonkontingent für den Westbalkan mit einer jährlichen Obergrenze von 2.500 Saisonarbeitskräften zu schaffen. Hier wird eine rasche und unbürokratische Umsetzung wichtig sein.

Zu erwähnen sind auch Integrationsbemühungen der Regierung für Vertriebene sowie Asylwerber:innen. Eine unbürokratischere und schnellere Integration in den Arbeitsmarkt könnte für Tourismusbetriebe eine willkommene Unterstützung sein.

„Eine größere finanzielle Entlastung im Bereich der Lohnkosten ist in den kommenden fünf Jahren nicht zu erwarten. Das Regierungsprogramm adressiert jedoch einige wichtige Themen, deren Umsetzung wünschenswert wäre. Die Ausweitung der Kontingente für Saisonarbeitskräfte soll spürbare Entlastung bei der Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Tourismus bringen.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

„Für viele Beschäftigte im Tourismus ist die Möglichkeit, Trinkgeld zu erhalten, ein wichtiger Faktor für die Attraktivität des Berufes. Die derzeit lohnsteuerfreie, aber sozialversicherungspflichtige Trinkgeldpauschale wird laut Regierungsprogramm evaluiert. Aus Sicht der Branche ist es entscheidend, die Lohnsteuerfreiheit beizubehalten, um die Attraktivität der Arbeitsplätze im Tourismus nicht zu gefährden. Eine Beibehaltung der aktuellen Regelung, idealerweise sogar eine Befreiung von der Sozialversicherungspflicht, wäre im Sinne der Wettbewerbsfähigkeit der Branche wünschenswert.“

**Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV**

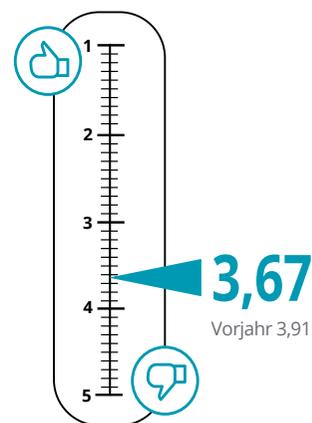


## Investition und Finanzierung

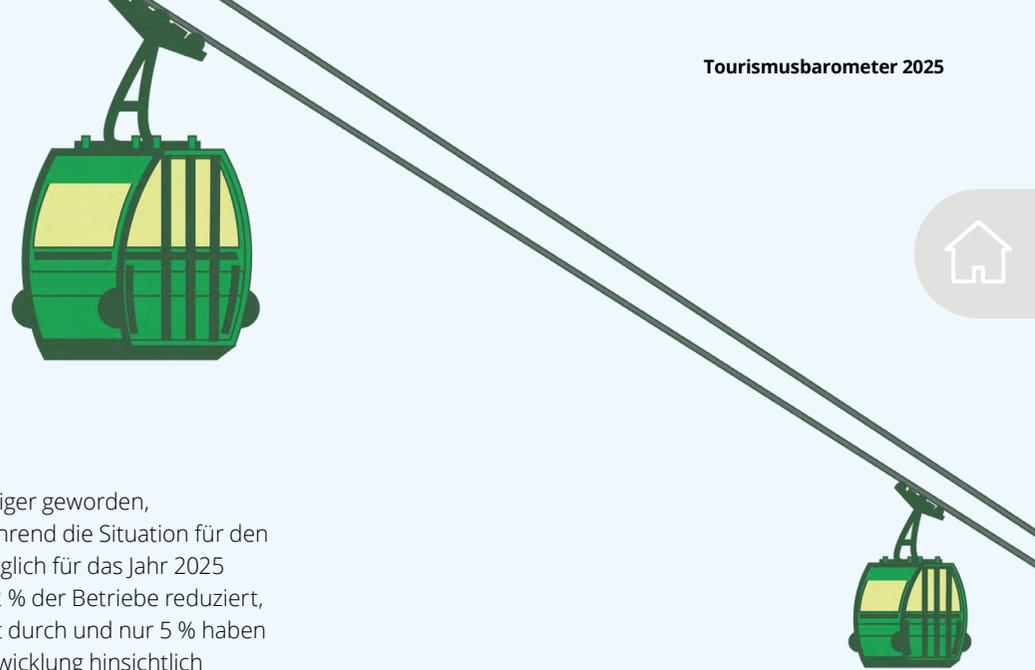
Da weite Teile des Tourismussektors sehr anlagenintensiv sind, gehen der Erhalt und die Verbesserung der Qualität sowie die Erweiterung des Angebots häufig mit erheblichen Investitionen einher. Im Rahmen des Tourismusbarometers wurden daher auch in diesem Jahr die heimischen Touristiker:innen zu ihren Investitionstätigkeiten und ihren Erfahrungen mit der Finanzierung befragt.

Auch der rasante Zinsanstieg 2022 bis 2024 hat sich mit dem Rückgang der extrem hohen Inflationsraten wieder gemäßigt. Für das Jahr 2025 prognostiziert das WIFO – trotz gestiegener Inflation aufgrund der höheren Energiepreise zu Jahresanfang – eine weitere Senkung der Leitzinsen und der Inflation.<sup>3</sup>

Durchführbarkeit von Investitionen,  
Zugang zu Finanzierungen



3) Vgl. [https://www.wifo.ac.at/wp-content/uploads/upload-4091/kp\\_2025\\_01.pdf](https://www.wifo.ac.at/wp-content/uploads/upload-4091/kp_2025_01.pdf), S.9, abgefragt am 23.04.2025

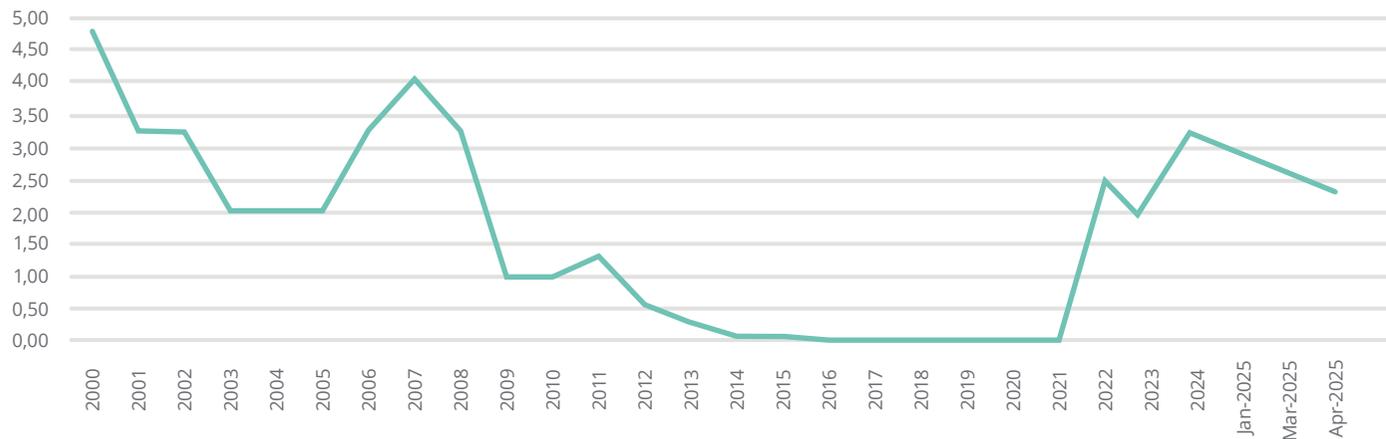


Interessanterweise setzen viele Betriebe, die in den letzten zwei Jahren Kredite aufgenommen haben (39 %), dabei vollständig auf variable Zinsen – wohl in Erwartung weiterer Zinssenkungen. Ein kleinerer Teil (23 %) bevorzugt Fixzinsen, während 38 % eine gemischte Finanzierung gewählt haben.

36 % der Kreditnehmer:innen im Tourismus sind von ihren Banken aufgefordert worden, erhöhte Sicherheiten als bisher zu erbringen (zum Beispiel eine Erhöhung der Hypothek, erhöhte persönliche Haftung), die Mehrheit von 64 % stellte jedoch keine Veränderung hinsichtlich der Beibringung von Kreditsicherheiten fest.

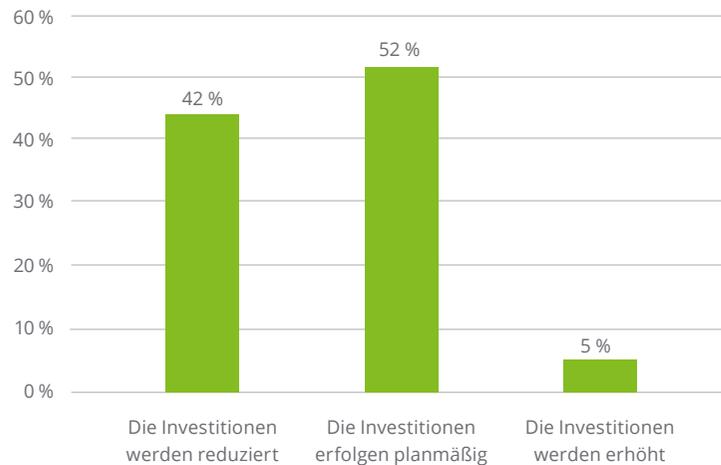
Für 46 % der Befragten ist es schwieriger geworden, Kreditfinanzierungen zu erhalten, während die Situation für den Rest unverändert geblieben. Ursprünglich für das Jahr 2025 geplante Investitionen werden von 42 % der Betriebe reduziert, 52 % führen Investitionen wie geplant durch und nur 5 % haben diese erhöht. Betrachtet man die Entwicklung hinsichtlich verschobener Investitionen der letzten fünf Jahre, zeigt sich, dass jährlich zwischen 36 % und 48 % der österreichischen Tourismusbetriebe ursprünglich geplante Investitionen reduzieren.

### Entwicklung EZB Leitzins





## Planen Sie Veränderungen bei den Investitionen für 2025?



„Die Verwendung von Planungs- und Controlling-Tools gewinnt zunehmend an Bedeutung, um die Ertragskraft und Liquidität besser managen zu können. Mit derartigen Skills lassen sich auch Banken leichter für eine Finanzierung gewinnen.“

**Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol**

## Das ist zu tun

Die Anzahl der Betriebe, die ihre geplanten Investitionen nicht umsetzen können, ist seit Jahren zu hoch. Der erschwerte Zugang zu Kreditfinanzierungen für viele Unternehmen könnte auch eine Folge des Investitionsrückstaus sein, der sich negativ auf das Bankenrating auswirken kann. Ein weiterer wichtiger Grund dürften aber die weiterhin relativ hohen Zinsbelastungen in Verbindung mit einer tendenziell sinkenden Rentabilität der Betriebe sein, die zu entsprechender Zurückhaltung der Betriebe bei Investitionen führen.

Im österreichischen Tourismussektor dominiert darüber hinaus nach wie vor die Bankfinanzierung als wichtigste Säule der Fremdfinanzierung, welche oft auf langjährigen Vertrauensverhältnissen basiert. Da jedoch die Erlangung von Kreditfinanzierung für nahezu die Hälfte der befragten Betriebe zunehmend schwieriger wird und Investitionen und Instandhaltungen vermehrt aufgeschoben werden, sollten von den Betrieben auch alternative Finanzierungsformen (z. B. Gutscheine, Crowdinvesting, Nachrangdarlehen, Genussrechte, Tokenisierung von Immobilien) in Betracht gezogen werden. Deren Umsetzung ist aber im Vergleich zu einer üblichen Bankfinanzierung vielfach komplex und bedarf einer intensiven Beschäftigung.

Um Investitionen stemmen zu können, müssen Betriebe deshalb vor allem ein straffes Kosten- und Preismanagement betreiben, um die hierfür erforderlichen betrieblichen Cashflows zu steigern. Dafür werden Planungs- und Controlling-Tools sowie und natürlich auch entsprechende betriebswirtschaftliche Kompetenzen in den Tourismusbetrieben benötigt.

# 06

## Kurz & bündig

Allgemein wird die wirtschaftliche Lage durch Österreichs Touristiker:innen kritischer bewertet als in den Vorjahren, was sich auch im gesunkenen Tourismusindex widerspiegelt. Obwohl viele Betriebe in den letzten Wirtschaftsjahren ein Umsatzwachstum verzeichnen konnten, hat sich die Ertragskraft bei einem Großteil der Betriebe verschlechtert, hauptsächlich aufgrund gestiegener Steuer- und Abgabenlast, Mitarbeiter:innen-, Energie- und Warenkosten. Insbesondere die kollektivvertraglichen Lohn- und Gehaltssteigerungen der letzten beiden Jahre konnten nicht vollständig durch Preissteigerungen an Gäst:innen weitergegeben werden.

Die angespannte Situation am Arbeitsmarkt bleibt weiterhin eine Herausforderung. Im Bereich der Investitionen zeigt sich eine Zurückhaltung, indem viele Betriebe geplante Projekte reduzieren oder verschieben – damit droht ein potenzieller Investitionsrückstau, der Risiken für die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit birgt. Der Zugang zu Kreditfinanzierungen hat sich für viele Unternehmen erschwert, sodass alternative Finanzierungsformen mehr ins Blickfeld rücken. Vor allem aber sind die Betriebe gefordert ihre Rentabilität zu erhöhen, um Investitionen auch künftig stemmen zu können.

Die Aussichten für die Zukunft sind verhalten optimistisch hinsichtlich der Nachfrage, allerdings bestehen Sorgen über die steigenden Kosten und die damit verbundene sinkende Ertragskraft.

### FAZIT

Der Tourismusbarometer 2025 verdeutlicht die erheblichen wirtschaftlichen Herausforderungen, mit denen die österreichische Tourismusbranche konfrontiert ist. Steigende Kosten belasten die Ertragskraft und auch der Fachkräftemangel bleibt ein zentrales Thema. Der aktuelle Trend, Investitionen aufzuschieben, um kurzfristig Kosten zu sparen, ist besorgniserregend, da dies langfristig die Wettbewerbsfähigkeit gefährden kann.

Es bedarf gemeinsamer Anstrengungen von Unternehmen und Politik, um diesen Herausforderungen zu begegnen. Für die Betriebe bedeutet dies, verstärkt auf Effizienzsteigerung und eine strategische Preisgestaltung zu setzen – beispielsweise durch optimierte Mitarbeiter:innenplanung beziehungsweise dynamische Preismodelle basierend auf Nachfrage.

Auf der anderen Seite ist die Politik gefordert, stabile Rahmenbedingungen zu schaffen, die Inflation und damit Kostenerhöhungen zu bekämpfen sowie bürokratische Hürden abzubauen. Angesichts des bevorstehenden EU-Defizitverfahrens sind derzeit keine Abgabenerleichterungen zu erwarten, aber sofern budgetärer Spielraum besteht, sollte primär die schon lange in Aussicht gestellte Senkung der Lohnnebenkosten umgesetzt werden. Neben der bereits in Aussicht gestellten Erhöhung der Saisonier-Kontingente ist auch eine breitere Arbeitsmarktöffnung für Asylwerber:innen notwendig, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken und gleichzeitig die Integration zu fördern.



# Kontakt



**Andreas Kapferer**  
Partner | Deloitte Tirol

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



**Markus Gratzer**  
Generalsekretär | ÖHV

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

# Impressum

**Herausgegeben von:**

Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH

**Text:**

Andreas Kapferer und Birgit Breyner

**Unter redaktioneller Mitarbeit von:**

Armin Nowshad, Theresa Kopper und Nicole Böhmerle

**Grafik und Layout:**

Silja Andrej



# Deloitte.

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

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

Deloitte ist ein global führender Anbieter von Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory sowie Risk Advisory. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und den mit ihnen verbundenen Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ in mehr als 150 Ländern und Regionen betreuen wir vier von fünf Fortune Global 500® Unternehmen. „Making an impact that matters“ – ca. 460.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte teilen dieses gemeinsame Verständnis für den Beitrag, den wir als Unternehmen stetig für unsere Klientinnen und Klienten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Gesellschaft erbringen. Mehr Information finden Sie unter [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Diese Kommunikation enthält lediglich allgemeine Informationen, die eine Beratung im Einzelfall nicht ersetzen können. Deloitte Touche Tohmatsu Limited („DTTL“), dessen globales Netzwerk an Mitgliedsunternehmen oder mit ihnen verbundene Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ bieten im Rahmen dieser Kommunikation keine professionelle Beratung oder Services an. Bevor Sie die vorliegenden Informationen als Basis für eine Entscheidung oder Aktion nutzen, die Auswirkungen auf Ihre Finanzen oder Geschäftstätigkeit haben könnte, sollten Sie qualifizierte, professionelle Beratung in Anspruch nehmen.

DTTL, seine Mitgliedsunternehmen, mit ihnen verbundene Unternehmen, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie ihre Vertreterinnen und Vertreter übernehmen keinerlei Haftung, Gewährleistung oder Verpflichtungen (weder ausdrücklich noch stillschweigend) für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der in dieser Kommunikation enthaltenen Informationen. Sie sind weder haftbar noch verantwortlich für Verluste oder Schäden, die direkt oder indirekt in Verbindung mit Personen stehen, die sich auf diese Kommunikation verlassen haben. DTTL, jedes seiner Mitgliedsunternehmen und mit ihnen verbundene Unternehmen sind rechtlich selbstständige, unabhängige Unternehmen.