



Branchenreport Tourismus und Freizeitwirtschaft

ENDBERICHT

Wolfgang Bliem

Alexandra Bröckl

Rebeka Erdö

Maria Kargl

Emanuel Van den Nest

Wien, Juni 2022

ibw

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft

Impressum

Branchenanalyse Tourismus und Freizeitwirtschaft
Im Rahmen der AMS New Skills Initiative
Wien 2022

Medieninhaber und Herausgeber

Arbeitsmarktservice Österreich
Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation
Sabine Putz, René Sturm
1200 Wien, Treustraße 35–43
Juni 2022

Diese Studie wurde im Auftrag des Arbeitsmarktservice Österreich (AMS), Abteilung für Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, Rainergasse 38, 1050 Wien, erstellt.

AutorInnen:
Wolfgang Bliem
Alexandra Bröckl
Rebeka Erdö
Maria Kargl
Emanuel Van den Nest

© Arbeitsmarktservice Österreich 2022

Inhalt

1	Einleitung und Hintergrund	3
1.1	Zielsetzung und Methodik	4
1.2	Aufbau des Berichts	5
2	Tourismus und Freizeitwirtschaft im Überblick	6
2.1	Bundesländervergleich	9
2.2	Internationale Position	12
2.3	Branchenstruktur	13
2.3.1	Beschäftigtengrößenklassen	15
2.4	Beherbergung/Hotellerie	16
2.5	Gastronomie	18
2.6	Freizeit und Sport	20
2.7	Kino, Kultur und Vergnügung	22
2.8	Gesundheit	23
2.9	Reisevermittler	24
2.10	Personenbeförderung	26
3	Arbeitswelt <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	28
3.1	Berufsbereich im Überblick	28
3.2	Arbeits- und Tätigkeitsbereiche	29
3.3	Die wichtigsten Berufe in Gastronomie und Beherbergung	29
3.4	Exkurs: Veränderung der Arbeitswelt durch die Digitalisierung	30
4	Der touristische Arbeitsmarkt	32
4.1	Beschäftigungsstruktur und -entwicklung	32
4.1.1	Anteil der Männer und Frauen an der Beschäftigung	33
4.1.2	Anteil der geringfügig Beschäftigten	34
4.1.3	Anteil der Beschäftigten aus dem Ausland	35
4.1.4	Verteilung der Beschäftigten nach Bundesländern	37
4.1.5	Arbeitslosigkeit	38
4.1.6	Demografie und Ausbildungsniveaus der Beschäftigten	39
4.2	Faktor Saisonarbeit	41
4.3	Faktoren Entlohnung und Arbeitszeiten	47
4.3.1	Arbeitszeiten	47
4.3.2	Entlohnung	49
4.3.3	Branchenspezifisches Wechselmodell	50
4.4	Faktor Fachkräftemangel	50
4.4.1	Beschäftigte und Arbeitskräftepotential	50
4.4.2	Fachkräfte radar	52
4.4.3	Potenzielle Einflussfaktoren	55
4.5	Auswirkungen der Coronakrise auf den Arbeitsmarkt	57
5	Qualifikationsentwicklung, Aus- und Weiterbildung in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	60
5.1	Ausbildungstypen in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> im Überblick	60
5.2	Ausbildungsform Lehre	66
5.2.1	Entwicklung der Lehrlingszahlen	67
5.2.2	Lehrlinge im ersten Lehrjahr	68
5.2.3	Geschlechtersegregation	73
5.2.4	Lehrlingsausbildung in der Corona-Pandemie	74
5.2.5	Welche Betriebe bilden (nicht) aus?	79
5.3	Schulische und hochschulische Ausbildungen	84
5.3.1	Schulische Ausbildungen	84
5.3.2	Hochschulische Ausbildungen	86
5.4	Weiterbildung	87
5.5	Ausblick	90

6	Megatrends im Tourismus und der Freizeitwirtschaft	92
6.1	Trends und Megatrends	92
6.1.1	Trends.....	92
6.1.2	Megatrends.....	92
6.2	Megatrends in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> - Einleitung.....	95
6.3	Corona-Pandemie als Turbo	95
6.3.1	Reiseplanung und Planungssicherheit.....	96
6.3.2	Reiseplanung nach Alter	98
6.4	Trends und Megatrends und ihre Bedeutung für Entwicklungen in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	99
6.4.1	Resonanztourismus als Reaktion auf den Megatrend der Individualisierung	99
6.4.2	Globalisierung versus Regionalisierung	101
6.4.3	Ökologisierung und Nachhaltigkeit.....	103
6.4.4	Gesundheit, Individualisierung und Hygiene	106
6.5	Demografischer Wandel	108
6.5.1	Beschäftigung und Demografie	108
6.5.2	New Work und junge Generation	109
6.5.3	Digitalisierung, Arbeitskultur und Beschäftigungsgenerationen	110
6.5.4	Demografie und Nachfrageverhalten	111
6.6	Digitalisierung und Technologien	111
6.6.1	Megatrend Konnektivität.....	114
6.7	Arbeitswelt und Tourismus	115
6.7.1	Automatisierung und personenbezogene Dienstleistungen.....	115
6.7.2	New Work und Digitale Nomadinnen/Nomadenden.....	116
6.7.3	Arbeitsmarkt und Fachkräftemangel	118
6.8	Ausblick	119
7	Resümee und Schlussfolgerungen	121
7.1.1	Attraktivität als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb.....	121
7.2	Auswirkungen von Megatrends auf <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	125
7.3	Auswirkungen von Megatrends und der Coronapandemie auf die Kompetenzentwicklung im Tourismus	127
8	Literaturverzeichnis	129
	Internetquellen	134
	InterviewpartnerInnen	138
9	Verzeichnisse	139
9.1	Abkürzungsverzeichnis.....	139
9.2	Abbildungen.....	140
9.3	Grafiken	140
9.4	Tabellen	141
A N H A N G	142
	ANHANG 1: Fragesammlung zur Analyse der betriebsspezifischen Situation der Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftesicherung.....	143

1 Einleitung und Hintergrund

Im Jahr 2009 wurde im Arbeitsmarktservice Österreich (AMS) das *AMS Standing Committee on New Skills* (kurz: AMS New Skills Projekt) eingerichtet¹, um im Rahmen unterschiedlicher, aber regelmäßiger Aktivitäten (insb. Unternehmensworkshops) den mittelfristigen Qualifikationsbedarf für Arbeitsuchende und Beschäftigte zu identifizieren. Ziel war es, darauf aufbauend Weiterbildungsthemen (Modulkataloge) für Arbeitsuchende zu entwickeln und die gewonnenen Informationen in vielfältiger Weise (Publikationen, Veranstaltungen, Workshops, Verarbeitung in Berufsinformationstools) unterschiedlichen Stakeholdern und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Seither werden laufend Projekte im Rahmen dieser Initiative durchgeführt, zuletzt 2019 das Projekt *AMS New Digital Skills* und seit 2017 jährlich die Interviewreihe *New Skills Gespräche*².

Der Schwerpunkt der Aktivitäten in der Projektinitiative lag zuletzt besonders auf dem Thema Digitalisierung und dessen Auswirkungen auf den Kompetenzbedarf. Ungeachtet des weiterhin großen Stellenwertes, den Digitalisierung für die Kompetenzentwicklung von BerufseinsteigerInnen, Beschäftigten und Arbeitssuchenden einnimmt und eines regelrechten Digitalisierungsschubes im Zuge der Covid-19 Pandemie seit dem 2. Quartal 2020, sind zuletzt – insbesondere unter dem Eindruck der Pandemie – andere allgemeine und branchenspezifischen Entwicklungen wieder stärker in den Fokus gerückt. Die Wirtschaft insgesamt und der Arbeitsmarkt im Besonderen, sowohl national als auch international, wurden in der Pandemie vor enorme Herausforderungen gestellt. Grundsätzlich sind davon alle Wirtschafts- und Arbeitsbereiche betroffen, allerdings in sehr unterschiedlichem Ausmaß.

Der Bereich *Tourismus und Freizeitwirtschaft* (einschließlich Hotellerie, Gastronomie, Wellness, Reisebranchen, Freizeitgestaltung usw.) ist eine Branche, die von Beginn der Krise an besonders stark durch die Einschränkungen betroffen war. Durch die weitgehende Schließung der Hotellerie und Gastronomie über Wochen und Monate hinweg, immer wiederkehrende Reisebeschränkungen und die sehr eingeschränkte Möglichkeit der Leistungserbringung (etwa Take-away in der Gastronomie) waren und sind aufgrund der Nachwirkungen viele Betriebe in ihrer Existenz bedroht. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass über die eigentlichen Tourismusbetriebe hinaus überdies zahlreiche Zuliefer- und Servicebereiche im Umfeld des Tourismus und der Freizeitwirtschaft von den Einschränkungen massiv betroffen waren (vgl. Kapitel 2).

Obwohl sich im Laufe der Pandemie immer wieder zeigte, dass sich die Auslastung der Betriebe in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* und die Beschäftigungssituation rasch erholen, sobald die Einschränkungen (weitgehend) aufgehoben werden, bleibt der Ausblick aufgrund möglicher neuerlicher Einschränkungen im Herbst 2022 unsicher und angespannt. Ungewiss bleiben vorerst längerfristige Folgen der pandemiebedingten Einschränkungen: Betriebsschließungen nach Wegfall der Unterstützungsmaßnahmen stehen dabei ebenso im Raum, wie eine Verschärfung des Fachkräftemangels aufgrund der dauerhaften Abwanderung von Fachkräften in andere Branchen. Veränderungen im Konsum- und Reiseverhalten, die bereits vor Corona zu beobachten werden, könnten die Branchen ebenso nachhaltig verändern.

Neben der aktuellen Covid-19-Pandemie sehen sich der Tourismus und die Freizeitwirtschaft zahlreichen weiteren zum Teil global wirkenden Herausforderungen und Einflüssen gegenüber, die die mittel- und längerfristige Entwicklung der gesamten Branche erheblich bestimmen werden. Faktoren wie Klimawandel, Mobilität, demografische Entwicklung, Digitalisierung usw. haben jeder für sich und

¹ vgl. Bliem, W. et al (2011): AMS Standing Committee on New Skills. AMS report 80, Hrsg.: AMS Österreich, Wien.; Bliem, W. et al (2012): Standing Committee on New Skills 2010/2011. AMS report 84, Hrsg.: AMS Österreich.; Bliem, W. et al (2014): Standing Committee on New Skills 2013. AMS report 105, Hrsg.: AMS Österreich, Wien.

² Zu den Ergebnissen dieser Projekte vergleiche www.ams.at/newskills

besonders in Wechselwirkung miteinander erheblichen Einfluss auf die Branchenentwicklung. Vor dem Hintergrund der Coronakrise sind diese Wirkungen und Wechselwirkungen nochmals neu zu beurteilen.

Gleichzeitig stehen diese herausfordernden Entwicklungen einem zwar regional und berufsspezifisch unterschiedlichem, aber seit Jahren erheblichen Fachkräftemangel gegenüber, der möglicherweise durch die Coronakrise und den damit verbundenen Entwicklungen am Arbeitsmarkt noch verstärkt wird: eine Einschätzung, die beispielsweise von den ibw-Auswertungen zum Fachkräftenradar aus der Befragung des Frühjahrs 2021 gestützt werden.³

Angesicht der großen Bedeutung des gesamten Sektors *Tourismus und Freizeitwirtschaft* für die österreichische Wirtschaft, Gesellschaft, den Arbeitsmarkt, sowie für die Aus- und Weiterbildung ist eine eingehende Analyse der gegenwärtigen Situation und der Erwartungen über die weiteren Entwicklungen für eine zukunftsorientierte Gestaltung der Arbeitsmarktmaßnahmen und der damit verbundenen Qualifikations- und Kompetenzentwicklung unerlässlich.

Als Branchenreport beleuchtet dieser Bericht daher sowohl die gesamtwirtschaftliche Bedeutung und Struktur des Tourismus und der Freizeitwirtschaft in Österreich als auch die Beschäftigungssituation. Die Aus- und Weiterbildung wird ebenso beleuchtet wie die Erwartungen zu aktuellen und künftigen Entwicklungen und Trends und des damit zusammenhängenden Qualifikationsbedarfs. Die Vielzahl an und Komplexität von Entwicklungen, Einfluss- und Wirkfaktoren, die teils deutlichen regionalen Unterschiede, selbst in einer kleinen Volkswirtschaft wie Österreich und die Vielfalt der Teilbereiche in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* mit wiederum unterschiedlichen Entwicklungen und Herausforderungen, erlauben es dabei im Umfang dieses Branchenreports nur ausgewählte Ergebnisse darzustellen. Jeder der Themenbereiche würde eine weitaus intensivere und detailliertere Auseinandersetzung – beispielsweise in Hinblick auf regionale Unterschiede und Bedarfe – ermöglichen und besonders in Bezug auf detaillierte Schlussfolgerungen auch erfordern.

Obwohl in der Grundstruktur die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft in den Blick genommen wird, liegt der Schwerpunkt der Analysen auf der Gastronomie und Beherbergung, den für die Beschäftigung wichtigsten Teilbereichen innerhalb der Branche. Bei der Betrachtung der Aus- und Weiterbildung und Qualifikationsniveaus wird die Lehrlingsausbildung als die weiterhin wichtigste Qualifizierungsschiene besonders herausgegriffen und eingehender analysiert. Regionalspezifische Entwicklungen und Unterschiede werden thematisiert, können im Rahmen dieses Berichts aber nur angerissen und nicht erschöpfend behandelt werden.

1.1 Zielsetzung und Methodik

Ziel der Branchenanalyse ist es, einen umfassenden Einblick in die aktuelle Situation in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* sowie in absehbare weitere Entwicklungen vor dem Hintergrund des Arbeitsmarkt- und Qualifikationsbedarfs zu gewinnen. Dazu wurden Desktoprecherchen zu vorhandenen Ergebnissen und Einschätzungen aus den Bereichen Arbeitsmarkt-, Wirtschafts- und Bildungsforschung und insbesondere aus dem Bereich der Zukunftsforschung herangezogen. In die Analysen und Auswertungen werden sowohl nationale wie auch internationale Quellen und sowohl quantitative, insbesondere statistische Auswertungen, als auch qualitative Analysen einbezogen.

Während bei den AMS New Skills Projekten der Schwerpunkt in der Regel auf einem drei- bis fünfjährigen Betrachtungszeitraum liegt, wird in diesem Teilprojekt in Bezug auf Trends und Entwicklungen durchaus eine längerfristige Perspektive eingenommen. Vor dem Hintergrund globaler Megatrends wie der Klimakrise scheint ein längerfristiger Ausblick berechtigt.

³ vgl. Dornmayr, H. / Riepl, M. (2021): Unternehmensbefragung zum Fachkräftebedarf und -mangel 2021. ibw-Forschungsbericht Nr. 207, Wien. <https://ibw.at/resource/download/2320/ibw-forschungsbericht-207.pdf>

Im Projekt geht es allerdings ausdrücklich nicht darum, Zukunftsprognosen für die Branche zu erstellen, sondern vorliegende Analysen aus unterschiedlichen Bereichen zu erheben, auszuwerten, zu beurteilen und daraus eine Gesamtsicht der Entwicklung zu generieren.

Über die Desktoprecherchen und statistischen Auswertungen hinausgehend wurden die gewonnenen Ergebnisse in einigen Experten- und Expertinneninterviews einem „Realitätscheck“ unterzogen, um die Erkenntnisse abzusichern und zusätzliche Sichtweisen und Aspekte einzuholen. Ergänzend wurden die im Rahmen der *AMS New Skills Gespräche* im Jahr 2021 durchgeführten Interviews mit Schwerpunkt Digitalisierung im Tourismus als zusätzliche Experten- und Expertinneninterviews einbezogen.

Die Forschungsergebnisse sollen Aufschluss über die gegenwärtige Arbeitsmarkt- und Qualifikationssituation in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* und die zu erwartende weitere Entwicklung in den nächsten Jahren liefern und Rückschlüsse für den Qualifikationsbedarf zulassen. Ein besonderes Augenmerk richtet sich dabei auf die Situation der Lehrlingsausbildung. Insbesondere soll damit die weitere Planung von Qualifizierungsangeboten des AMS im Bereich *Tourismus und Freizeitwirtschaft* unterstützt werden. Als zusätzlicher Effekt können die Ergebnisse auch für das Qualifikationsdesign von formalen Ausbildungsangeboten, insbesondere in der Lehrberufsentwicklung, sowie für das Design von Weiterbildungsangeboten in der Erwachsenenbildung von Nutzen sein.

Außerdem sollen die Ergebnisse in die Bildungs- und Berufsinformation und -beratung einfließen. Vor dem Hintergrund der aktuellen Coronakrise soll damit ein Beitrag zu einer realistischen Einschätzung und Erwartungshaltung zu den Möglichkeiten in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* als einem zentralen Wirtschafts- und Beschäftigungsbereich in Österreich geleistet werden.

Das Projekt und der vorliegende Bericht fußen auf der Recherche, Analyse und Auswertung vorhandener Forschungsarbeiten und statistischer Daten. Mit Ausnahme der erwähnten Expertinnen- und Experteninterviews (siehe Kapitel 8 Verzeichnisse), die einerseits zur Identifizierung relevanter Fragestellungen und Entwicklungen und andererseits zur Absicherung gewonnener Befunde dienten, wurden im Projekt keine Primärerhebungen durchgeführt.

1.2 Aufbau des Berichts

Anhand statistischer Daten wird in Kapitel 2 ein Überblick über die Struktur der Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* und ihrer Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Österreich und den Arbeitsmarkt dargestellt. In den Kapiteln 3 und 4 werden die Arbeitswelt und der touristische Arbeitsmarkt einer umfassenden Analyse unterzogen. Im Fokus stehen dabei vor allem die Bereiche Gastronomie und Beherbergung. Regionale Unterschiede werden ebenso in den Blick genommen wie Arbeitszeiten, die Bedeutung der Beschäftigung von ausländischen MitarbeiterInnen oder das Thema geringfügiger Beschäftigung.

In Kapitel 5 wird die Situation der Aus- und Weiterbildung in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* näher beleuchtet. Die grundsätzlichen Ausbildungsmöglichkeiten werden ebenso dargestellt, wie die statistische Entwicklung der Ausbildungsbeteiligung vor und in der Coronapandemie. Ein Schwerpunkt wird dabei auf das Thema Lehrlingsausbildung gelegt, der im Tourismus ein besonders hoher Stellenwert zukommt.

Kapitel 6 widmet sich den Entwicklungen und Trends in der Tourismuswirtschaft. Ausgehend von „Globalen Megatrends“ wird deren internationale Bedeutung und ihr Veränderungspotenzial sowie die Auswirkungen auf den regionalen Tourismus beschrieben. Besonders in diesem Teil werden die Rechercheergebnisse durch Aussagen aus Expertinnen- und Experteninterviews untermauert.

Aufbauend auf diesen Analysen werden im siebenten Kapitel Schlussfolgerungen und Empfehlungen für die Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* abgeleitet. Das abschließende Kapitel 8 enthält die Literatur-, Abbildungs- und Tabellenverzeichnisse sowie die Liste der InterviewpartnerInnen.

2 Tourismus und Freizeitwirtschaft im Überblick

In diesem Kapitel werden Strukturmerkmale des Bereichs *Tourismus und Freizeitwirtschaft* beschrieben. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Branche wird dabei ebenso behandelt, wie die Branchenstruktur und regionale Unterschiede. Auf die Beschäftigungsstruktur wird dabei nur einleitend kurz eingegangen, weil diese im *Kapitel 4 Der touristische Arbeitsmarkt* ausführlich behandelt wird.

Tourismus und Freizeitwirtschaft spielen in der österreichischen Wirtschaft und Volkswirtschaft traditionell eine besonders wichtige Rolle. Gemäß den Einschätzungen des Bundesministeriums für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (BMLRT) gibt es keine Branche, die in so vielen Regionen Österreichs verankert ist und einen Beitrag zur Lebensqualität und Wertschöpfung leistet.⁴ Die Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft zählt mit ihren 92.303 Betrieben (Stand 2021) die viertgrößte Anzahl an Fachgruppenmitglieder unter den sieben Sparten der Wirtschaftskammer Österreich.⁵ Im Jahr 2021 waren in der Sparte 252 TS unselbstständig Beschäftigte (ohne geringfügig Beschäftigte) in 28 TS Arbeitgeberbetrieben tätig, das entspricht rund 10,2 % aller unselbstständig Beschäftigten.⁶ Unter den sieben Sparten der Wirtschaftskammer ist *Tourismus und Freizeitwirtschaft* damit nach Gewerbe und Handwerk, Industrie sowie Handel die viertgrößte Arbeitgebersparte.

Innerhalb der Fachverbände der Sparte (vgl. Kapitel 2.3 Branchenstruktur) ist die Gastronomie mit 103 TS unselbstständig Beschäftigten (ohne geringfügig Beschäftigter) 2021 mit Abstand der wichtigste Arbeitgeber, gefolgt von der Hotellerie (79 TS) und den Gesundheitsbetrieben (42 TS). Tabelle 2-1 fasst die Verteilung und Entwicklung der unselbstständig Beschäftigten in Tourismus und Freizeitwirtschaft nach Systematik der WKO in einem Mehrjahresvergleich zusammen, ergänzt um Fachverbände aus dem Personentransport, die eng mit der Tourismuswirtschaft verbunden sind. Dabei werden auch die Veränderungen in Prozent für die Jahr 2010 bis 2019, also bis vor Beginn der Covid-19-Pandemie dargestellt und die Auswirkung Coronapandemie durch einen prozentuellen Vergleich der Jahr 2019 mit 2021.

Während alle Fachverbände im Zeitraum 2010 bis 2019 zum Teil deutliche Zuwächse bei den Beschäftigten aufweisen, die zum Teil allerdings aus Änderungen in der Systematik resultieren (siehe unten), gehen die Beschäftigtenzahlen in den „Coronajahren“ erwartungsgemäß meist deutlich zurück. Gegenüber 2019 dem Jahr vor Beginn der Covid-19-Pandemie hat sowohl die Zahl der unselbstständig Beschäftigten (-12,8 %) wie auch der Anteil an den Gesamtbeschäftigten (-1,3 Prozentpunkte, *in der Tabelle nicht ersichtlich*) abgenommen. Am stärksten betroffen von diesem Rückgang waren wiederum die Teilbereiche Gastronomie (-13,3 %) und Hotellerie (-18,8 %) sowie die Reisebüros (-28,5 %), während die Beschäftigten in den Gesundheitsbetrieben sogar leicht gestiegen sind (+2,3 %). Anzumerken ist, dass die Vergleichswerte 2020 sogar noch tiefer lagen als 2021.⁷

⁴ Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2019): Plan T – Masterplan für Tourismus. Online unter: <https://info.bmlrt.gv.at/themen/tourismus/masterplan-tourismus-plan-t.html>, letzte Änderung: 05.08.2021.

⁵ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022): Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten, 58. Ausgabe, April 2022., S. 86. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/tourismus-freizeitwirtschaft-in-zahlen-2022.pdf>, letzte Änderung: 19.05.2022

⁶ inkl. geringfügig Beschäftigter waren es 2021 298 TS Beschäftigte in 32 TS Arbeitgeberbetrieben, wobei geringfügige Beschäftigte in der Gastronomie eine besonders große Rolle spielen (vgl. Kapitel 5).

⁷ WKO (2022b): Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/beschaefigungsstatistik-kammersystematik.html#Besch%C3%96>, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

Für detaillierte Analysen zur Beschäftigungsstruktur in den Kernbereichen Gastronomie und Beherbergung, einschließlich Zeitreihen und Bundesländervergleiche, siehe Kapitel 4.

Tabelle 2-1: Unselbstständig Beschäftigte nach Fachverbänden der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft sowie ausgewählte verbundene Fachverbände 2010 – 2021

Fachverband	Unselbstständig Beschäftigte (ohne geringfügige Beschäftigte)						
	2010	2015	2019	2020	2021	Veränd. 2010-2019 in %	Veränd. 2019-2021 in %
Gastronomie	94.845	104.967	119.117	96.983	103.313	25,6 %	-13,3 %
Hotellerie	83.723	87.535	97.053	78.468	78.849	15,9 %	-18,8 %
Gesundheitsbetriebe	20.113	21.018	40.738*	39.367	41.687	102,5 %	2,3 %
Freizeit- und Sportbetriebe	14.555	15.173	16.257	15.047	15.234	11,7 %	-6,3 %
Reisebüros	8.222	8.825	9.120	7.978	6.522	10,9 %	-28,5 %
Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe	3.639	5.507*	6.356	5.740	6.078	74,7 %	-4,4 %
GESAMT	225.097	243.025	288.641	243.583	251.683	28,2 %	-12,8 %
Weiterer Fachverbände							
Seilbahnen	9.390	10.047	11.339	9.766	9.084	20,8 %	-19,9 %
Autobus-, Luftfahrt- und Schifffahrtuntern.	22.403	21.620	25.078	24.018	22.805	11,9 %	-9,1 %
Schienenbahnen	45.705	44.070	46.128	43.246	40.165	0,9 %	-12,9 %

Quelle: WKO (2022b): Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik⁸, eigene Darstellung

*2017 wurde die WK-Mitgliedschaft der Pflege- und Altenheime im Unternehmensregister umgesetzt. Daraus erklärt sich der Sprung in den unselbstständig Beschäftigten im Bereich der Gesundheitsbetriebe. Der deutliche Anstieg im Fachverband Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe 2015 ist zum Teil auf Verschiebungen innerhalb der Fachverbände zurückzuführen.

2019, im Jahr vor Beginn der Covid-19-Pandemie, konnte die Tourismuswirtschaft in Österreich mit rund 153 Millionen Übernachtungen und 46 Millionen Gästeankünften historische Höchstwerte erzielen.⁹ Die Dynamik der Steigerung hat im Vergleich zur durchschnittlichen Zunahme 2010/2019 allerdings nachgelassen und wurde am stärksten von internationalen Gästen (Anteil: 57,5 % der Ankünfte, 62,8 % der Übernachtungen) bestimmt. Die hohe Bedeutung ausländischer Gäste für die Tourismusbranche Österreichs wird auch durch die Zahlen des Tourismus-Satellitenkontos für das Jahr 2019 verdeutlicht. Der touristische Gesamtkonsum (in- und ausländische Gäste, bezogen auf die direkten Effekte) lag bei nominell 37,7 Mrd. Euro und damit um 5,8 % höher als im Vorjahr, rund 21 Mrd. Euro oder rund 56 % entfielen dabei auf ausländische Gäste.¹⁰

Das direkte Wertschöpfungsvolumen der Tourismusbranche, einschließlich Dienst- und Geschäftsreisen, belief sich 2019 (vor der Covid-19-Pandemie) auf 21,7 Mrd. Euro, die Gesamtwertschöpfung inkl. indirekter Wertschöpfung (inkl. der Wertschöpfung jener Betriebe, die

⁸ ebda.

⁹ Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2020): Tourismus Österreich 2019. Mai 2020, S. 11. Online unter: https://info.bmlrt.gv.at/dam/jcr:124f45aa-dc53-4ab0-b7d5-7f5950b43cf8/TOURISMUSBERICHT%202019_final_barrierefrei.pdf, abgefragt 15.05.2022

¹⁰ Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2021): Tourismus Österreich 2020. Juni 2021, S. 14. Online unter: <https://info.bmlrt.gv.at/dam/jcr:71e64073-3d6a-49cd-9ff6-0c4dc49203cd/Tourismusbericht%202020.pdf>, abgefragt 15.05.2022

Vorleistungen für Tourismusbetriebe erbringen) betrug 2019 29,7 Mrd. Euro. Damit leistete die Tourismuswirtschaft einen Gesamtbeitrag zum BIP in Höhe von 7,5 % (direkter Beitrag: 5,5 %).¹¹

Nicht in diesen Zahlen enthalten sind die Beiträge der Freizeitwirtschaft zum Wirtschaftsgeschehen. Definiert wird das Volumen der Freizeitwirtschaft durch alle Aufwendungen privater Haushalte für Güter, die weder touristischer, beruflicher, noch routinierter (alltäglicher) Natur sind. Die Abgrenzung zu touristischem Geschehen erfolgt dabei durch die Berücksichtigung der Entfernung vom Wohnort und der Häufigkeit, mit der bestimmte Orte aufgesucht werden.¹² Die Schätzung der Daten zur Freizeitwirtschaft erfolgt vor diesem Hintergrund. Die Grundlage hierfür bietet ein vom WIFO entwickeltes Konzept, und unter anderem die Konsumstatistik. Gemäß dieser Schätzung ergibt sich für 2019 ein direkter Beitrag der Freizeitwirtschaft zur Wertschöpfung in Österreich in Höhe von 22,7 Mrd. Euro oder 5,7 % Anteil am BIP. Inklusive indirekter Wertschöpfung beläuft sich der Beitrag auf 7,5 % des BIP.¹³ Damit lieferte die Freizeitwirtschaft vor Beginn der Covid-Pandemie einen Beitrag zur Wertschöpfung in derselben Höhe wie der Tourismus selbst. Das unterstreicht die hohe und möglicherweise weniger stark wahrgenommene Bedeutung dieses Teilssegments der Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

2020 wurde die kontinuierlich steigende Wertschöpfung des Tourismus von der Covid-19-Pandemie gebremst und ihr direkter Beitrag zur wirtschaftlichen Gesamtleistung brach um 30 % auf geschätzte 15 Mrd. Euro bzw. 4 % des BIP ein (der indirekte Beitrag auf 20,5 Mrd. Euro bzw. 5,5 % des BIP). Die Hauptlast dieses Rückgangs betraf ausländische Gäste, deren Wertschöpfung von 20,8 Mrd. Euro 2019 auf 12,2 Mrd. Euro 2020 zurückging, während die Wertschöpfung inländischer Gäste von 16,7 Mrd. Euro auf 14,1 Mrd. Euro gesunken ist. Der Marktanteil inländischer Gäste stieg daher in diesem Zeitraum sowohl bei Ankünften (+ 8,7 %) wie auch bei Übernachtungen (+ 6,1 %).¹⁴ Insgesamt drehte sich die Bedeutung ausländischer und inländischer Gäste bei den touristischen Ausgaben auf einen Anteil von 46 % Reisende aus dem Ausland und 53 % Reisende aus dem Inland (sowie 0,8 % auf Zweitwohnungs- und WochenendhausbesitzerInnen).

Ähnliches gilt für die Freizeitwirtschaft, in der 2020 laut Schätzung die direkte Wertschöpfung auf 18,7 Mrd. Euro oder 5,0 % des BIP sank (inkl. indirekter Wertschöpfung 24,7 Mrd. Euro oder 6,6 % der BIP).¹⁵

Die zwei Lockdowns im Jahr 2020 haben die touristische Nachfrage in April-Mai und November-Dezember 2020 fast komplett stillgelegt, daher hat sich die Zahl der Gästeankünfte im Vergleich zum Vorjahr nahezu halbiert und ist 2021 weiter gesunken.¹⁶ Die Summe der Übernachtungen ging 2020 um 35,9 % zurück und erreichte 2021 nur noch 50 % des Niveaus 2019 vor Beginn der Coronapandemie.¹⁷

In Hinblick auf die Aufenthaltsdauer der Gäste, hat die Coronapandemie zumindest eine Unterbrechung des Trends zu immer kürzeren Aufenthalten mit sich gebracht. Während die Aufenthaltsdauer der Reisenden bereits seit 1993 immer kürzer geworden ist und 2019 durchschnittlich nur noch 3,3 Nächte betrug, hat die Unsicherheit in der Pandemie-Zeit 2020 einen leichten Anstieg der Durchschnittsaufenthalte auf 3,9 Übernachtungen gebracht.¹⁸ Internationale Gäste blieben 2020

¹¹ ebda.

¹² ebda.

¹³ ebda., S. 16

¹⁴ ebda., S. 22f.

¹⁵ ebda., S. 16

¹⁶ ebda., S. 28.

¹⁷ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 46.

¹⁸ ebda., S. 30.

durchschnittlich 4,4, die Einheimischen 3,2 Nächte. Bereits 2021 verringerte sich die Aufenthaltsdauer aber wieder auf durchschnittlich 3,5 Übernachtungen, wodurch ein gewisser Trend zu kürzeren Aufenthalten erneut bestätigt wird.

Die Zufriedenheit der UrlauberInnen mit ihren Aufenthalten ist 2020 laut einer Befragung von T-Mona, dem Tourismusmonitor der Österreich Werbung, mit 1,54 Punkten gegenüber 1,55 im Jahr 2019 praktisch unverändert.¹⁹ Einige weitere Strukturmerkmale gemäß Tourismusmonitor:

- Im Tourismusjahr 2018/2019 wurde von den Gästen in der warmen Jahreszeit durchschnittlich ca. 12 % weniger ausgegeben als in den kalten Monaten.
- Die gefragtesten Urlaubsarten waren im Sommer 2020 Wanderurlaube (57 %) und im Winter Wintersporturlaube (72 %).²⁰ Ein Jahr davor gehörte in beiden Saisons Erholungsurlaub zu den zwei häufigsten Reisemotiven. Im Winter waren Städteurlaube an dritter Stelle und Natururlaub war der dritbeliebteste Urlaubsgrund im Sommer.

Auch die Reiseintensität (Personen mit mindestens einer Reise pro Jahr), die seit Jahren kontinuierlich zunimmt, hat in der Coronapandemie erwartungsgemäß einen Einbruch erlitten. So ging der Prozentsatz der Personen, die im Jahr mindestens eine Reise unternahmen, von 60,9 % im Jahr 2019 auf 38,1 % 2020 zurück, was insgesamt 4.930.200 Haupturlaubsreisen entspricht. Das Gros des Rückgangs entfiel dabei allerdings auf Auslandsreisen, die von 6,7 Millionen im Jahr 2019 auf 1,9 Millionen 2020 einbrachen, während die Inlandsreisen mit 2,9 Millionen gegenüber 3,2 im Jahr 2019 wesentlich geringere Rückgänge verzeichneten. Damit lagen die Binnenreisen im Beobachtungszeitraum 1990 bis 2020 erstmals vor den Auslandsreisen.²¹

2.1 Bundesländervergleich

Gemessen an der Anzahl der Übernachtungen pro Einwohner weist die Tourismusintensität im Bundesländervergleich erhebliche Unterschiede auf. Wie Abbildung 2-1 für das Sommerhalbjahr 2019 verdeutlicht, befindet sich der Großteil der Gemeinden mit hoher Tourismusintensität in den westlichen Bundesländern.

An erster Stelle im Bundesländervergleich steht Tirol mit über 65 Gesamtübernachtungen pro EinwohnerIn, gefolgt von Salzburg mit mehr als 50 Übernachtungen pro EinwohnerIn. In Oberösterreich und Niederösterreich betrug 2019 die Anzahl der Nächtigung pro Einwohner nur rund 5, was die im Vergleich geringere Bedeutung des Tourismus für die Wirtschaft dieser Bundesländer zeigt.²² Dieses West-Ost-Gefälle ist in den Winterhalbjahren sogar noch stärker ausgeprägt und bleibt auch in der Coronajahren 2020 und 2021 bestehen, wie der Statistik Atlas, eine interaktive Karte der Statistik Austria, für das Sommerhalbjahr 2021 bestätigt:

https://www.statistik.at/atlas/?mapid=them_tourismus_winter_betriebe (abgefragt 17.05.2022).

Diese Darstellung gibt zwar keinen Aufschluss über die Verteilung von absoluten Anteilen der Nächtigungen, zeigt aber sehr deutlich die regional ausgesprochen unterschiedlich hohe Intensität in den verschiedenen Landesteilen und Gemeinden und damit die regionale und lokale Bedeutung des

¹⁹ Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2020), S. 28

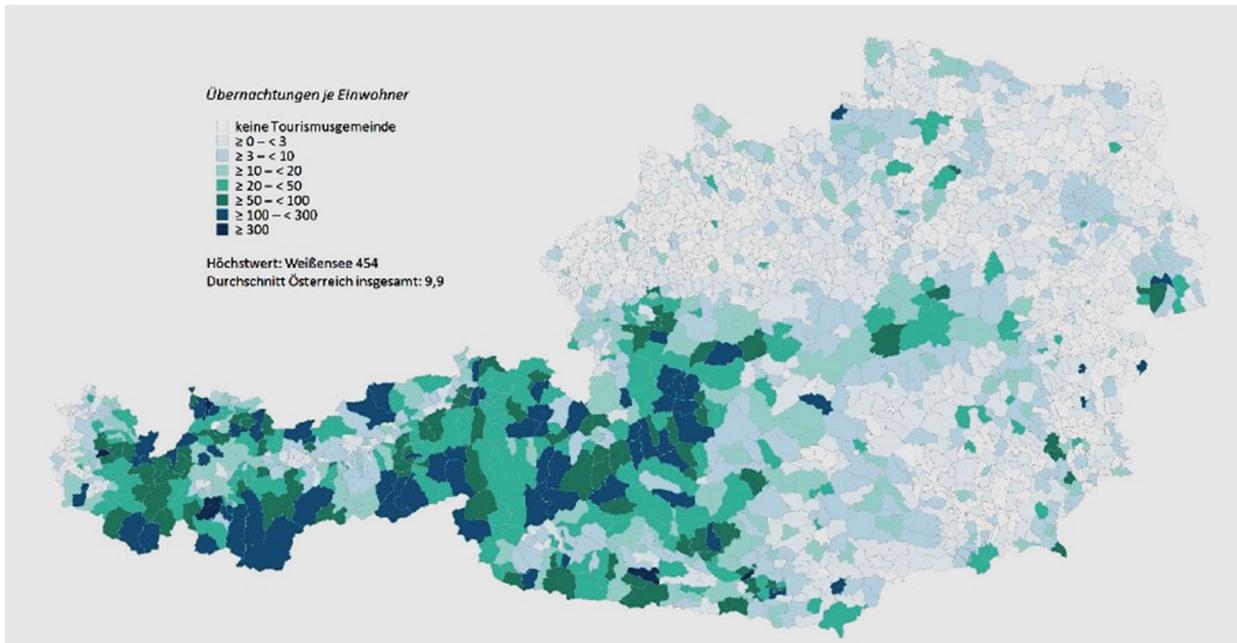
²⁰ Ergebnis des Tourismus Monitor in Austria, Österreich Werbung, in: Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft: TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT IN ZAHLEN. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten, 57. Ausgabe, Mai 2021, S. 15. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/tourismus-freizeitwirtschaft-in-zahlen-2021.pdf>, abgefragt 15.05.2022

²¹ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 10f

²² WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2021), S. 49

Tourismus. In saisonaler Betrachtung zeigt sich beispielsweise, dass im Winter 2018/2019 Obertauern (Salzburg) die meisten Nächtigungen pro EinwohnerIn verzeichnete, im Sommer 2019 war es Weißensee (Kärnten).²³

Abbildung 2-1: Tourismusintensität nach Gemeinden, Sommerjahr 2019



Quelle: WIFO / Statistik Austria (2020): Bericht über die Bedeutung, Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismuswirtschaft im Jahr 2019, S. 17

Erhebliche Unterschiede zwischen den Bundesländern zeigen sich außerdem bei Betrachtung der Gästeherkunft. Insgesamt entfallen rund zwei Drittel aller Nächtigungen in Österreich im Sommer 2019 laut Statistik Austria auf deutsche und österreichische Gäste. Dabei dominieren in den westlichen Bundesländern (Salzburg, Tirol, Vorarlberg) ausländische und dabei wiederum vor allem deutsche Gäste, während in den östlichen Bundesländern (Kärnten, Oberösterreich, Steiermark) überwiegend heimische Gäste verreisen. Nur in Wien entfiel mit 63,1 % aller Nächtigungen eine deutliche Mehrheit auf Gäste aus anderen Ländern als Deutschland und Österreich.²⁴

Im Jahr 2019 wurde in allen Bundesländern ein Anstieg der Nächtigungen verzeichnet. Dabei ist festzustellen, dass die Bundesländer im Norden und Osten 2019 die höchsten Zuwächse an Nächtigung verzeichneten (Wien +6,8 %, Oberösterreich +4,6 %, Niederösterreich +3,5 % und Burgenland +3,1 %). In langfristiger Betrachtung konnte aber nur Wien seinen Marktanteil nachhaltig ausbauen (+ 4,7 Prozentpunkte in den Jahren 2000 bis 2019) und mit einem Marktanteil von 11,5 % im Bundesländerranking von Platz 6 auf Platz 3 vorstoßen.²⁵ Angeführt wird dieses Bundesländerranking unverändert und ganz klar von Tirol (32,7 %) und Salzburg (19,6 %). Die geringsten Nächtigungsanteile haben Oberösterreich (5,6 %), Niederösterreich (5,0 %) und das Burgenland (2,1 %).

²³ WIFO, Statistik Austria (2020): Bericht über die Bedeutung, Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismuswirtschaft im Jahr 2019. Seite 17

https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=66095&mime_type=application/pdf, abgefragt 15.05.2022

²⁴ Statistik Austria (2020): Deutsche und einheimische Gäste prägen zwei Drittel des Sommertourismus in Österreich. Pressemitteilung 12.235-075/20, Letzte Änderung am 06.05.2020, online unter:

https://www.statistik.at/web_de/presse/123054.html, abgefragt 15.05.2022

²⁵ WIFO, Statistik Austria (2020), S. 9

Mit der Coronapandemie wurde dieses Ranking allerdings zumindest vorübergehend teilweise neu gezeichnet. Wien erlitt die größten Verluste bei den Nächtigungen (-73,9 %) und rutschte 2020 vom Platz 3 auf Platz 7 ab, während in Kärnten die Zahl der Nächtigungen „lediglich“ um 17 % sank. Bei den Übernachtungen heimischer Gäste verbuchte Kärnten als einziges Bundesland sogar Zuwächse (+5,4 %), womit es im Jahr 2020 auf Platz 3 vorrückte. Wie bereits oben dargestellt, fiel 2020 der Rückgang bei den ausländischen Gästen (-41,2 %) wesentlich höher als bei den inländischen (-20,9 %) aus und hat Wien (-77,2 %), Niederösterreich (-58,7 %) und das Burgenland (-48,4 %) am schwersten getroffen. 2021 mussten vor allem Salzburg (- 31,1 %), Tirol (- 28,9 %) und Vorarlberg (- 28,4 %) weitere erhebliche Verluste verkraften, während die Bundesländer mit den besonders hohen Rückgängen 2020 sich wieder etwas erholten (Burgenland + 9,6 %, Niederösterreich + 9,4 %, Wien + 8,9 % sowie Oberösterreich + 5,2 %). Diese Tendenz geht zu einem erheblichen Teil auf einen Anstieg bei Übernachtungen von AusländerInnen zurück.²⁶ In den nächsten Jahren wird es interessant zu beobachten werden, ob dieser relative Anstieg der Bedeutung ausländischer Gäste in den östlichen und nördlichen Bundesländern auch bei einer nachhaltigen Normalisierung der Coronasituation anhalten wird.

Bei den Gästebetten nach Bundesländern zeigen sich – unabhängig von der Unterkunftsart – nur relativ geringe saisonale Unterschiede, wobei österreichweit betrachtet die Kapazitäten im Sommer etwas höher sind (2019: Winter 1.057 TS Betten / Sommer 1.080 TS Betten) und sich in der Covid-19-Pandemie der Unterschied etwas vergrößert hat (2021: Sommer 1.088 TS / Winter 948 TS). Die meisten Gästebetten im Sommer wie auch im Winter bieten Tirol und Salzburg (z. B.: Wintersaison 2021: Tirol 295 TS, Salzburg 201 TS), die geringste Bettenkapazität besteht im Burgenland (z. B. Wintersaison 2021: 18.758).²⁷ Tirol und Salzburg sind neben Vorarlberg die einzigen Bundesländer, in denen die Bettenkapazität in der Wintersaison etwas höher ist als in der Sommersaison (2019 vor Corona), was mit dem Skitourismus zu begründen ist. In den anderen Bundesländern überwogen die Sommerangebote. Im Jahr 2021 war in allen Bundesländern die Bettenkapazität im Sommer höher als im Winter, was auf die erheblichen Einschränkungen während der Wintersaison 2020/2021 infolge der Covid-19-Pandemie zurückgeführt werden kann.^{28 29}

In obiger Darstellung liegt der Fokus auf einem Bundesländervergleich für den Tourismus auf Basis des Teilbereiches Beherbergung/Hotellerie. *Tourismus und Freizeitwirtschaft* geht allerdings weit über diesen Bereich hinaus und umfasst gemäß Spartenmitgliedschaft der Wirtschaftskammer neben der Gastronomie als größten Bereich unter anderem die Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe oder die Freizeit- und Sportbetriebe (vgl. auch Kapitel 2.3). Die Betriebszahlen zur Spartenmitgliedschaft der WKO erlaubt einen von Beherbergungszahlen losgelösten Blick auf Bedeutungsunterschiede in den Bundesländern. So zeigt sich, dass 2021 Niederösterreich im Bundesländervergleich mit 9.416 Mitgliedschaften die meisten Gastronomiebetriebe verzeichnet, gefolgt von Wien (8.461) und Oberösterreich (7.015). Die meisten Gesundheitsbetriebe befinden sich in der Steiermark (426) und in Niederösterreich (372), während Wien mit 800 Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe in diesem Segment den höchsten Anteil verzeichnet, gefolgt von Niederösterreich mit 458 Unternehmen. Diese

²⁶ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 49

²⁷ Statistik Austria (2022): Anzahl der Betriebe und Betten nach Bundesländern und Unterkunftsarten 2021 Veränderungen der Betten im Vergleich zum Berichtszeitraum 2019/20, zur Wintersaison 2019/20 und zur Sommersaison 2020 (in %). Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/betriebe-betten>, abgefragt 16.08.2022.

²⁸ Statistik Austria (2022): Auslastung der Betten für die Wintersaison 2020/21 und die Sommersaison 2021. Online unter: https://www.statistik.at/fileadmin/pages/71/Auslastung_Betten_WS_SS_2021 ods, abgefragt 16.08.2022.

²⁹ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), 39f

beiden Bundesländer verfügen darüber hinaus über die meisten Betriebe mit Freizeit- und Sportangebote (W: 5.343, NÖ: 4.146).³⁰

2.2 Internationale Position

Zur Positionierung Österreichs am internationalen Tourismusmarkt werden drei Kriterien herangezogen: Ankünfte, Reiseverkehrsbilanz und Pro-Kopf-Einnahmen.

Auch wenn Österreich international nach wie vor zu den Top-Destinationen zählt, schrumpft der Marktanteil am Tourismusmarkt seit Jahren stetig. Als Gründe werden die steigende Zahl internationaler Mitbewerber, die mangelnde preisliche Wettbewerbsfähigkeit und die Abwertung des Euro gegenüber dem US-Dollar angeführt. Trotzdem liegt das Land seit Jahren unter den Top-15 Länder bei internationalen Gästeankünften. Vor der Covid-19-Pandemie erreichte Österreich im Jahr 2019 mit einem Weltmarktanteil von 2,18 % gemessen an den Ankünften Platz 12 und im ersten Coronajahr 2020 mit einem Anteil von 3,78 % sogar Platz 7 (nach vorläufigen Daten), wobei der Absolutwert der weltweiten Ankünfte von 1,464 Mrd. im Jahr 2019 auf rund 400 Mio. 2020 gesunken ist. Unter den europäischen Ländern nahm Österreich 2019 den sechsten Platz ein, hinter Frankreich, Spanien, Italien, Deutschland und dem Vereinigten Königreich, 2020 sogar Rang 4, noch vor Deutschland.³¹ Die internationale Nachfrage entwickelte sich über die vergangenen Jahre wesentlich dynamischer als die Binnennachfrage.³² Auch 2019 nahmen die internationalen Nächtigungen mit +3,5 % deutlich stärker zu als die Inlandsnächtigungen mit +2,1 %. Neben der hohen Bedeutung der Inlandsnachfrage (Marktanteil 2019 26,2 %) spielt für Österreich Deutschland als Herkunftsland der Gäste eine herausragende Rolle. 50,3 % aller ausländischen Gäste kamen 2019 aus Deutschland, gefolgt von den Niederlanden mit 19,3 % und der Schweiz inkl. Liechtenstein mit 9,2 %. Gleichzeitig verlieren deutsche Gäste seit Jahren erheblich an Marktanteilen. Im Zeitraum 2000 bis 2019 ist der Anteil an den internationalen Nächtigungen um 13,1 Prozentpunkte zurückgegangen. An Bedeutung haben neben der Schweiz, Dänemark und Spanien vor allem die CEE-Länder³³, Israel und langfristige Hoffnungsmärkte in Asien gewonnen.³⁴ Gemäß den Zahlen von 2018 sind weltweit gesehen mit großen Abstand China, gefolgt von den USA die größten Herkunftsmärkte für Reisende. Auf Rang drei folgt Deutschland, das damit die europäische Nr. 1 unter den Herkunftsländern ist. Österreich lag 2018 als Herkunftsland für den internationalen Tourismus auf Platz 29.³⁵

In einem Vergleich der nominellen Pro-Kopf-Einnahmen aus dem internationalen Reiseverkehr (ohne Personentransport) unter 42 auf Tourismus spezialisierten Ländern, belegte Österreich im Jahr 2019 mit 2.291,00 Euro den fünften Rang hinter Island (6.643,00 Euro), Malta, Zypern und Kroatien und lang damit zum Teil deutlich vor Ländern mit vergleichbarer Wirtschaftsstruktur.³⁶ In Marktanteilen gerechnet, erreicht Österreich 2019 einen Anteil von 4,84 % an den nominellen Tourismusexporten (ohne internationaler Personentransport) der EU-28-Länder (noch inkl. United Kingdom). Im Coronajahr 2020 stieg dieser Anteil sogar auf einen historischen Höchstwert mit 7,6 %.³⁷

³⁰ ebda., S. 87

³¹ ebda., S. 23

³² WIFO, Statistik Austria (2020), S. 10

³³ CEE = Central and Eastern European Countries

³⁴ WIFO, Statistik Austria (2020), S. 10

³⁵ BMNT (2019): Daten, Zahlen und Fakten 2019/2020, Wien, S. 25f

³⁶ ebda., S. 16; der überdurchschnittlich hohe Wert für Island erklärt sich durch die sehr geringe Bevölkerungsanzahl

³⁷ WIFO, Statistik Austria (2020), S. 16

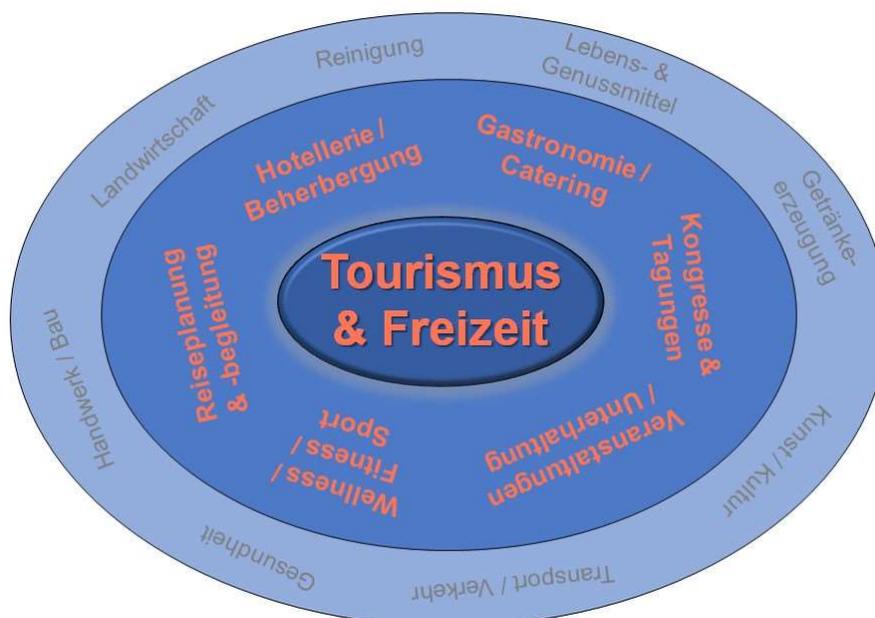
Durch die Reisebeschränkungen infolge der Covid-19-Pandemie sank die Zahl der internationalen Gästeankünfte 2020 um 52,7 %. Damit war ein Rückgang der Einnahmen von internationalen Touristinnen und Touristen (Exporte) um -41,3 % verbunden, während die Ausgaben von ÖsterreicherInnen für Auslandsreisen (Tourismusimporte) um nominell -60,9 % noch deutlich stärker sanken. Der draus resultierende Überschuss aus dem Reiseverkehr von 8,7 Milliarden Euro ist trotz der Coronasituation immer noch der dritthöchste Wert seit 1995, auch wenn er gegenüber dem Vorjahr um -18,2 % gesunken ist.³⁸ Bei den nominellen Tourismusexporten pro Kopf (siehe oben) verzeichnete Österreich 2020 einen Rückgang um -31,3 % gegenüber 2019 auf 1.586,00 Euro und kletterte aufgrund dieses im internationalen Vergleich verhältnismäßig geringen Rückgangs in diesem Krisenjahr auf den zweiten Platz unter den 42 Vergleichsländern. Die Spitzenposition hält weiterhin Island, dass allerdings einen Rückgang von -74 % auf 1.736,00 Euro verzeichnen musste.³⁹

2.3 Branchenstruktur

Die Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* ist eng mit anderen Wirtschaftssektoren verflochten und sollte daher immer als Querschnittsmaterie betrachtet werden. Für die Strukturierung und Beurteilung der Bedeutung der Branche können beispielsweise die Struktur der Sparte der Wirtschaftskammer, die Wertschöpfung des Bereiches und die indirekten Wirkungen auf die Branche herangezogen werden.

Die Abbildung 2-2 zeigt als erste Annäherung einen Überblick über die zentralen Teilbereiche von *Tourismus und Freizeitwirtschaft* und damit besonders eng verbundene andere Wirtschaftsbereiche.

Abbildung 2-2: Tourismus und Freizeitwirtschaft und ihre Abhängigkeiten im Überblick



Quelle: Eigene Darstellung

Diese Darstellung weicht sowohl von der Sparten- und Fachverbandsstruktur der Wirtschaftskammer (siehe Tabelle 2-1) als auch von der unten verwendeten Struktur des Tourismus-Satellitenkontos (TSA) ab und soll einerseits einen etwas differenzierteren Blick auf die Kernbereiche des Tourismus und der Freizeitwirtschaft im engeren Sinne und andererseits auf die mit diesen Kernbereichen verbundenen, bzw. von ihnen zumindest teilweise abhängigen Bereiche darstellen. Dabei ist anzumerken, dass die Abhängigkeiten in der Regel wechselseitig bestehen, allerdings in unterschiedlich starker Ausprägung.

³⁸ BMLRT (2021), S. 12f

³⁹ ebda., S. 25

Manche der dieser Abhängigkeiten sind, während der Lockdown-Phasen in der Corona-Pandemie besonders deutlich geworden, als für viele der verbundenen Bereiche wesentliche Absatzquellen aufgrund der Schließungen im Tourismus, insbesondere in der Gastronomie und Hotellerie/Beherbergung, weggefallen sind.

Bei einer Betrachtung der Branchenstruktur nach Wirtschaftskammersystematik unterteilen sich die Mitglieder der Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* in die Fachverbände

- Gastronomie,
- Hotellerie,
- Gesundheitsbetriebe,
- Reisebüros,
- Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe sowie
- Freizeit- und Sportbetriebe.

Besonders die Zuordnung der Gesundheitsbetriebe zur Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* dürfte dabei nicht allgemein bekannt sein, umfasst aber – wie Tabelle 2-2 verdeutlicht – mit Stand Dezember 2021 rund 2,2 TS Betriebe, von privaten Alten- und Pflegeheimen, über Ambulatorien und Privatspitäler, bis hin zu Bädern.

Mehr als die Hälfte der Mitgliedbetriebe werden der Gastronomie zugeordnet (2021: 47.571, Gesamt: 92.303), danach folgt der Fachverband der Freizeit- und Sportbetriebe (20.466) und die Hotellerie (17.134).⁴⁰ Die Tabelle 2-1 gibt einen Überblick über die Zusammensetzung (Fachverbände) der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* nach Wirtschaftskammersystematik und die Art der Betriebe innerhalb der jeweiligen Fachverbände. Die angeführten Zahlen geben die Anzahl der Betriebe an (TS steht dabei für Tausend) und ermöglichen damit einen Überblick über die Bedeutung der einzelnen Betriebsarten innerhalb der Fachverbände.

Tabelle 2-2: Zusammensetzung der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

Fachverbände	Stand 31. Dezember 2021 (Auszug)
GASTRONOMIE (47,6 TS)	Gasthäuser (5,6 TS) / Restaurants (7,4 TS) / Rasthäuser / Kaffeehäuser (5,7 TS) / Kaffeehausrestaurants (3 TS) / Bars (2,8 TS) / Imbissstuben (3,3 TS) / Buffets (4 TS) / Kantinen, Würstelstände, Buschenschenken, Eissalons, Lieferküchen ...
FREIZEIT- UND SPORTBETRIEBE (20,5 TS)	Org. und Verm. von Veranstaltungen, Kongressorg. (5,1 TS) / Durchführung von Veranstaltungen (0,4 TS) / Messeorganisation (0,6 TS) / Fitnesstrainer (2,8 TS) / Fremdenführer (1,6 TS) / Fitnessbetriebe (1,3 TS) / Reisebetreuer (0,5 TS) / Reitställe, Bootsvermieter, Gewerbl. Sportbetriebe, Tennis ...
HOTELLERIE (17,1 TS)	Hotels (4,2 TS), Gasthöfe mit Beherbergung (3,7 TS), Pensionen (1,5 TS), Frühstückspensionen (1,9 TS), Hotels Garni (1,4 TS), Appartementshäuser/ Ferienwhg. (1,5 TS), Jugendherbergen, Studentenheime, Campingplätze
KINO-, KULTUR- UND VERGNÜGUNGSBETRIEBE (2,6 TS)	Kinos (138) / Schausteller (609) / Theater, Varietés u. Kabarets (163) / Kartenbüros (390) / Freizeit- und Tierparks (28) / Zirkusse und Tierschauen (79) / Künstlervermittler (566) ...
REISEBÜROS (2,5 TS)	
GESUNDHEITSBETRIEBE (2,2 TS)	Bäder (1,2 TS) / Altenheime und Pflegeeinrichtungen (316) / Ambulatorien f. bildgebende Diagnostik (125) / Ambulatorien f. physikalische Therapie (216) / sonstige Ambulatorien (261) / Privatspitäler (55) / Kurbetriebe (77) / Reha-Betriebe (62)

Quelle: WKO, Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* (2022), eigene Darstellung

Damit die Bedeutung des Tourismus für die Gesamtwirtschaft aus der Sicht der Wertschöpfung näher dargestellt werden kann, wurde das Tourismus-Satellitenkonto (TSA) ins Leben gerufen. Das

⁴⁰ WKO, Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* (2022)

Österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) und die Statistik Austria erstellen in einem zweijährigen Rhythmus dieses TSA. Gemäß ihrem Konzept gliedert sich der Bereich in die tourismuscharakteristischen Dienstleistungen, die anderen Konsumprodukte (tourismusverwandte und nicht-tourismusspezifische Waren und Dienstleistungen) und die wertvollen Waren (z. B. Kunst und Schmuck). Der TSA definiert sechs Konsumbereiche, die unmittelbar zum Tourismus zuzurechnen sind: Beherbergung, Gastronomie, Personenbeförderung, Reisebüro/Reiseveranstalter/ Tourismusführer, Kultur, Erholung und sonstige unterhaltende Einrichtungen (inkl. Unterhaltung und Sport).⁴¹ Die Beherbergung und Gastronomie haben 2019 50,1 % des touristischen Gesamtkonsums ausgemacht und bilden den Kernbereich der Tourismuswirtschaft.⁴² Der Sektor Kultur, Unterhaltung und Sport liegt im Konsumvergleich trotz der hohen Zahl an Betrieben mit 9,4 % nur am fünften Platz.

In Bezug auf die Wertschöpfung können direkte von indirekten Wirkungen unterscheidet werden. Zu den indirekten Effekten zählen die Branchen, die mit dem Tourismus verknüpft sind und in Form von Vorleistungen zur Wertschöpfung des Bereichs beitragen, z. B. Handwerk, Baubereich und Lebensmittelbranche. Die Statistiken bilden diese Bereiche nicht gesondert als Teil des Tourismus ab, daher werde sie in der Folge nicht in den Überblick über die Tourismusbranche einbezogen. Wie die Erfahrungen der Covid-19-Pandemie gelehrt haben, sollten die indirekten Effekte auf verbundene Wirtschaftsbereiche aber immer im Auge behalten werden.

2.3.1 Beschäftigtengrößenklassen

Ein wesentliches Strukturmerkmal einer Branche ist die durchschnittliche Größe ihrer Betriebe. Grundsätzlich bestehen dazu unterschiedliche Möglichkeit der Größenbestimmung, etwa nach Umsatz oder Anzahl der Beschäftigten. Mit der Betriebsgröße sind verschiedene Herausforderungen für Betriebe verbunden. Diese reichen von Finanzierungs- und Innovationsmöglichkeiten bis hin zur überregionalen Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit am Markt insgesamt, aber beispielsweise auch am Arbeitsmarkt. Eine kleine Betriebsgröße muss dabei nicht zwingend ein Nachteil sein, bringt aber andere Herausforderungen wie mittlere oder große Betriebsgrößen.

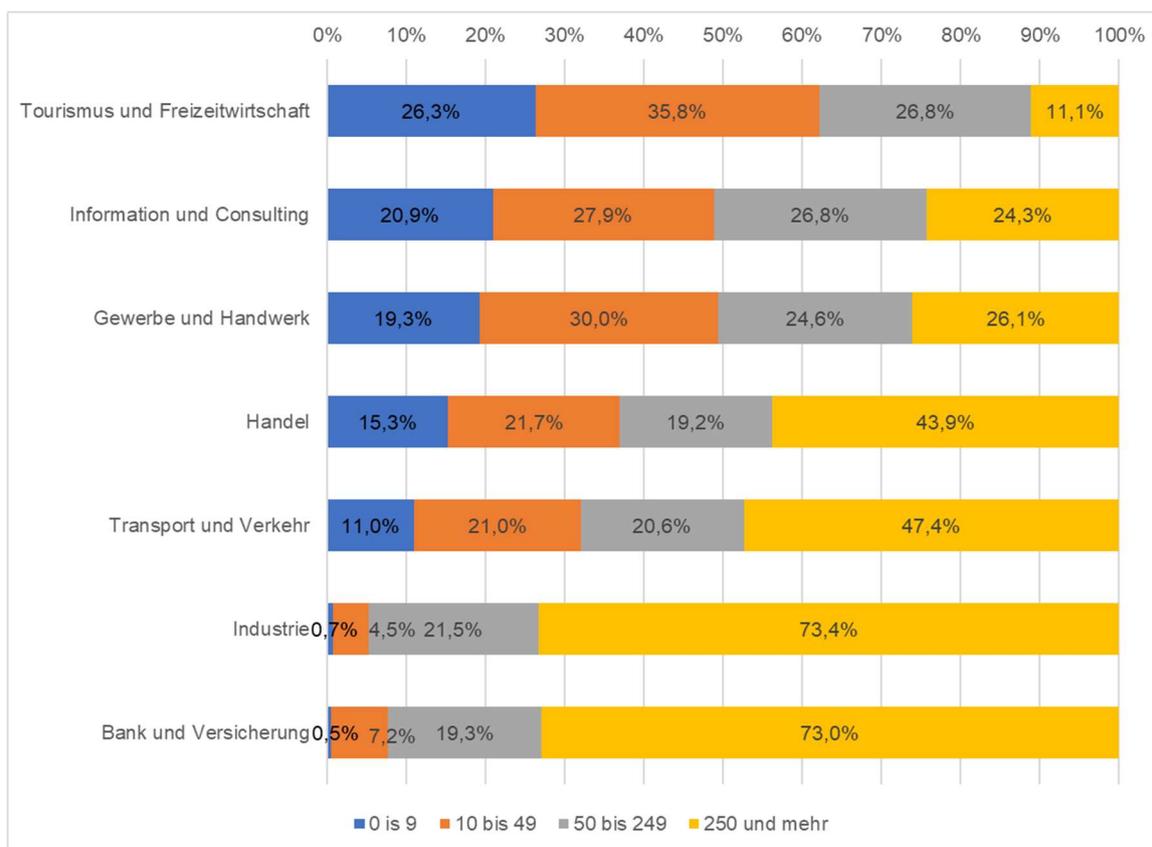
In Grafik 2-1 wird die Beschäftigtengrößenstruktur der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* im Vergleich zu den anderen Sparten der Wirtschaftskammersystematik für das Jahr 2021 dargestellt. Dabei wird der Anteil der Betriebe nach Betriebsgröße an den Gesamtbeschäftigten der Sparte verglichen. Wie sich zeigt, ist die gesamte Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ausgesprochen klein- und kleinstbetriebliche⁴³ strukturiert. Über 62 % der Beschäftigten arbeiten in Betrieben mit maximal 49 Beschäftigten und damit in einem Klein- oder Kleinstbetrieb. 26,3 % sind in Kleinstbetriebe mit maximal 9 Beschäftigten tätig. Nur 11,1 % arbeiten in Großbetrieben mit 250 Beschäftigten oder mehr. Damit ist Tourismus und Freizeitwirtschaft im Spartenvergleich die Sparte mit dem höchsten Anteil an Beschäftigten in KMU. Dieser Verteilung hat sich gegenüber dem Jahr 2019 als Referenzjahr vor der Coronakrise nochmals etwas in Richtung Kleinstbetriebe (Anteil 2019: 24,2 %) verschoben, während sich die Relationen in anderen Sparten kaum verändert haben.

⁴¹ Statistik Austria (2014): Standard-Dokumentation Metainformationen (Definitionen, Erläuterungen, Methoden, Qualität) zur Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Online unter: https://www.statistik.at/fileadmin/shared/QM/Standarddokumentationen/RW/std_r_tsa_2013.pdf, abgefragt 16.08.2022

⁴² Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2021), S. 23

⁴³ Bis 9 Beschäftigte Kleinstbetriebe, 10 bis 49 Beschäftigte Kleinbetriebe, 50 bis 249 Beschäftigte Mittelbetriebe, ab 250 Beschäftigte Großbetriebe; gemäß Definition der EU-Kommission; vgl. WKO (o.J.): Klein- und Mittelbetriebe in Österreich. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/KMU-definition.html>, zuletzt abgerufen: 08.06.2022

Grafik 2-1: Beschäftigungsgrößenklassen nach Sparten



Quelle: WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), eigene Darstellung

Noch deutlicher zeigt sich die klein- und kleinstbetriebliche Struktur, wenn nicht die Anteile an den Gesamtbeschäftigten der Sparte betrachtet, sondern die Anzahl der Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten betrachtet wird. In diesem Fall sind 2021 98,6 % aller Betriebe in Tourismus und Freizeitwirtschaft als Klein- und Kleinstbetriebe einzustufen. Hier befindet sich die Sparte allerdings in Gesellschaft mit den meisten Sparten der WKO, deren Anteile an Klein- und Kleinstbetrieben sich, mit Ausnahme der Industrie und der Banken und Versicherungen, zwischen 97,9 % in Transport und Verkehr und 99,3 % in Information und Consulting bewegen.

Auf die Bedeutung der Beschäftigungsgrößenklassen in Tourismus und Freizeitwirtschaft wird im Kapitel 5.2.5 in Zusammenhang mit der Lehrlingsquote in der Sparte nochmals explizit eingegangen.

Nachfolgend werden Eckdaten zur Entwicklung der einzelnen Teilbereiche der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* näher beleuchtet und die Bereiche charakterisiert. Die Gliederung folgt dabei der Systematik des TSA. Die angeführten statistischen Vergleichswerte beziehen sich überwiegend auf das Jahr 2019, um eine von der Covid-19-Pandemie unbeeinflusste Darstellung einer „Normalsituation“ zu ermöglichen. Auf Veränderungen durch die Coronasituation in den jeweiligen Teilbereichen, wird – soweit Daten vorliegen – gesondert eingegangen.

2.4 Beherbergung/Hotellerie

Die Beherbergung hat einen wichtigen Stellenwert in der Tourismusbranche. Sie gilt nicht nur als die stärkste Säule des Tourismuskonsums, sondern ist überdies der größte Arbeitgeber innerhalb des

Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (38,9 % der Erwerbstätigen 2019).⁴⁴ Daher beeinflussen die Entwicklungen in diesem Bereich maßgeblich die Stabilität des Sektors und der verbundenen Bereiche.

Beherbergungsbetriebe können nach unterschiedlichen Kriterien kategorisiert werden. Nach dem Gewerberecht werden gewerbliche (freie Gewerbe und reglementierte Gewerbe), private Unterkünfte (Privatvermietung als häusliche Nebenbeschäftigung) und bloße Raumvermietung (Vermietung ohne Dienstleistungen) unterschieden. Diese Unterscheidung in gewerbliche und private Beherbergung kommt insb. in den Statistiken der Statistik Austria zur Anwendung.

Die Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaften der WKO unterteilt die Fachgruppe Hotellerie in die folgenden Unterkunftsarten: Hotels, Hotels Garni, Gasthöfe, Pensionen, Heime und Apartments/Ferienwohnungen. 2021 wurden in diesen Bereichen insgesamt 15.731 Betriebe gezählt.⁴⁵ Die meisten Unterkünften mit aktiver Gewerbeberechtigung werden als Hotels (4.223) und Gasthöfe (3.686) eingestuft (siehe Tabelle 2-1).

Eine weitere Kategorisierungsmöglichkeit bildet die Bewertung der Betriebe nach Sternen. Unterschieden werden in der Statistik 5/4-Sterne Betriebe, 3 Sterne und 2/1-Sterne Unterkünfte. Nach Angaben der Statistik Austria waren 2019 in allen Kategorien Rückgänge der Anzahl der Betriebe festzustellen. 2020 und 2021 stieg jedoch die Anzahl der 5/4-Sterne-Unterkünfte wieder leicht an (2020: +0,2 % auf 2.634 Betriebe bzw. 2021: +0,4 % auf 2.644 Betriebe), während in den anderen Kategorien weitere Rückgänge zu verzeichnen waren. Die meisten Betriebe (2021: 4.686) können der 3-Sterne-Kategorie zugerechnet werden, während bei der Anzahl der Betten die 5/4-Sterne-Hotels mit rund 275 TS Betten 2021 die deutlich höchsten Kapazitäten bieten (3-Sterne: 205 TS Betten / 2/1-Sterne 94 TS Betten).⁴⁶

Laut Beherbergungsstatistik der Statistik Austria standen im Tourismusjahr 2020/21 (von November 2020 bis Oktober 2021) in den rund 67.000 österreichischen Beherbergungsbetrieben ca. 1,14 Mio. Betten (ohne Campingplätze) zur Verfügung. Das entspricht einem Rückgang von 4.500 Betten (oder -0,4 %) gegenüber dem Vorjahr. Lediglich bei den Gewerblichen Ferienwohnungen/-häusern konnte ein Anstieg um 6,4 % auf rund 138 TS Betten verzeichnet werden.⁴⁷ Die Betten verteilten sich zu 73,7 % auf gewerbliche Betriebe und zu 26,3 % auf private Unterkünfte. Dementsprechend entfiel im Tourismusjahr 2020/2021 mit 83,8 % (inklusive sonstige gewerbliche Beherbergungsbetriebe) der Großteil der Nächtigungen auf gewerbliche Unterkünfte (16,2 % in Privatunterkünften), was eine deutliche Verschiebung in Richtung gewerblicher Unterkünfte gegenüber dem Tourismusjahr 2019/2020 bedeutete (80,4 % zu 19,6 %).⁴⁸ Die meisten verfügbaren Betten zählten 2020/2021 Hotels mit 5/4-Sternen, die mit 21,8 % den größten Anteil an Betten verbuchten, gefolgt von privaten Ferienhäusern (16,7 %) und 3-Sterne-Hotels (15,9 %). Die größte Diskrepanz zum Vorjahr zeigen die gewerblichen Ferienhäuser mit 6,5 % Steigerung an Kapazitäten.

Während die Covid-19-Pandemie in den Tourismusjahren 2019/2020 und 2020/2021 (November 2020 bis Oktober 2021) keine nennenswerten Auswirkungen auf die Bettenkapazitäten hatte, schlug sie sich erwartungsgemäß deutlich in der Auslastung nieder. 2020/2021 sank die Auslastung gegenüber

⁴⁴ ebda., S. 37

⁴⁵ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 33

⁴⁶ ebda.

⁴⁷ Statistik Austria (2022): Weniger Betriebe und Betten im Tourismusjahr 2020/21. Pressemitteilung. Online unter: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/05/20220121TourismusBettenBetriebe20202021.pdf>, abgefragt: 16.08.2022

⁴⁸ Statistik Austria (2022): Ankünfte, Nächtigungen. Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/ankuenfte-naechtigungen>, abgefragt 16.08.2022

2019/2020 um 21,3 %. In den Sommermonaten 2021 öffneten mehr Betriebe (rund 64.166) als in den Wintermonaten (rund 56.666). Die Auslastung lag in der Sommersaison mit 30,1 % deutlich über jener der Wintersaison mit 3,2 %, die von weitgehenden Betriebsschließungen geprägt war. Sowohl in den kalten als auch in den warmen Monaten wurden die Kapazitäten der gewerblichen Beherbergungsbetriebe stärker ausgeschöpft als der privaten Unterkünfte. Im Sommer 2021 war die Auslastung unter aller Unterkunftsarten in den 5/4-Sternen Hotels mit 45,2 % am stärksten und stieg damit gegenüber dem Vorjahr wieder deutlich an (33,6 %).^{49 50}

Der erzielte Beherbergungsumsatz pro verfügbarem Zimmer und Nacht (RevPAR) war 2019 durchschnittlich 110 Euro in den 4/5-Sternen Hotelbetriebe und stieg 2020 auf 122 Euro. In der 3-Sterne-Kategorie betrug der durchschnittliche Umsatz im Jahr 2019 61 Euro. Auch dieser stieg 2020 leicht auf 63 Euro. Obwohl in den letzten 5 Jahren bei den 3-Sternen Betrieben im Durchschnitt keine Steigerung erzielt werden konnte, erhöhte sich der Wert 2019 mit 9 Euro Unterschied deutlich (2018: 52 Euro). Die Entwicklung bei den 4/5-Sternen Hotels ist 2019 positiv geblieben (2018: 107 Euro). 2021 stiegen beide Werte weiter (3-Sterne: 63 Euro und 4/5-Sterne: 122 Euro).⁵¹

Der Tourismusmarkt wird immer digitaler, daher wird das Beherbergungsgewerbe stark vom Online-Vertrieb beeinflusst, was zu strukturellen Änderungen führt. Gemäß einer Auswertung von EcoAustria 2019 betrug der Anteil der Online-Buchungen 2013 in Österreich 15,4 % und stieg bis 2017 auf 21,8 %. Dienstleistungsplattformen wie z. B. Airbnb konnten innerhalb weniger Jahre eine wichtige Position am internationalen Reisemarkt gewinnen. In Österreich wurden 2018 30.000 Unterkünfte auf der Buchungsplattform angeboten und 3,6 Mio. Übernachtungen von rund 1,1 Mio. Gäste gebucht. Dies entspricht rund 2,5 % aller Gästeankünfte in Österreich im Jahr 2018.⁵²

2.5 Gastronomie

Die Gastronomie ist mit rund 47,6 TS Mitgliedsbetrieben in der Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* nicht nur der größte Fachverband, sondern mit 103,3 TS Beschäftigten (ohne geringfügige Beschäftigte) 2021 auch der wichtigste Arbeitgeber innerhalb der Sparte (vergleiche die Tabellen 2-1 und 2-2 oben). Nach den seit mehreren Jahren leicht rückläufigen Zahlen an Mitgliedsbetrieben konnten 2021 erstmals seit 2016 wieder mehr Betriebe gegenüber dem jeweiligen Vorjahr registriert werden (2020: 40.883).⁵³

Die Abgrenzung des Bereichs Gastronomie zur Beherbergung und die ständige Fluktuation in der Branche erschweren allerdings die Definition und die Quantifizierung der Gastronomiebetriebe. Welche Betriebsarten mit ihrer jeweiligen Bedeutung unter dem Begriff Gastronomie subsumiert werden, ist aus Tabelle 2-2 im Überblick ersichtlich. Neben Gasthäusern und Restaurants fallen Kaffeehäuser, Eisbetriebe, Buffets, Imbissstuben, Würstelstände sowie Bars und Diskotheken in diesen Bereich.

⁴⁹ Die temporäre Betriebsschließungen wurden bei der Auslastungsberechnung für 2019/2020 nicht berücksichtigt.

⁵⁰ Statistik Austria (2022): Tourismus in Österreich. Ergebnisse der Beherbergungsstatistik. Wien, S. 17-18., Online unter: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Tourismus_2021_Barr.pdf, letzte Abfrage: 16.08.2022.

⁵¹ ÖHT (2022): Bilanzvergleich. Online unter: <https://www.oehrt.at/die-tourismusbank/know-how-und-kennzahlen/>, letzte Abfrage: 19.05.2022.

⁵² EcoAustria – Institut für Wirtschaftsforschung (2019): Konsumausgaben der auf Airbnb buchenden Gäste: Wertschöpfung und Beschäftigung in Österreich. Studie im Auftrag von Airbnb. Wien, S. 13f, Online unter: https://ecoaustria.ac.at/wp-content/uploads/2019/05/EcoAustria-2019-Konsumausgaben-der-auf-Airbnb-buchenden-G%C3%A4ste_Wertsch%C3%B6pfung-und-Besch%C3%A4ftigung-in-%C3%96sterreich.pdf, letzte Abfrage: 19.05.2022

⁵³ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 86

Eine genauere Einschätzung zum Gastronomieumsatz ist laut einer Analyse der UniCredit Bank Austria AG durch die Zahl der Konsumausgaben für die Verpflegungsdienstleistungen möglich.⁵⁴ Diese enthält die Ausgaben für alle Außer-Haus-Essen und eine zusätzliche Schätzung von rund 2,5 Mrd. Euro für Einnahmen ohne Rechnung und Trinkgelder. Die Summe lag 2018 bei rund 22 Mrd. Euro, das sind 11 % der gesamten Konsumausgaben privater Haushalte und liegt etwa in gleicher Höhe wie die Ausgaben für den Einkauf von Lebensmitteln und Getränken. Der Trend zur Außer-Haus-Verpflegung und die allgemein steigende Tourismuskonsumnachfrage sind für einen kontinuierlichen Anstieg dieser Ausgaben in den letzten 20 Jahren (bis 2019) verantwortlich, der erst 2020 durch die Coronapandemie unterbrochen wurde.

Kostenseitig konnten seit 2015 die jährlichen Preissteigerungen für Getränke und Lebensmittel im Großhandel (durchschnittlich je 1 %) durch Preiserhöhungen in der Gastronomie überkompensiert werden. Im Vergleichszeitraum 2016 bis 2019 mussten KonsumentInnen in der Gastronomie jährlich um durchschnittlich 3,1 % mehr bezahlen. Damit konnte die Umsatzrentabilität der Branche verbessert und vermutlich auch die zuletzt (2017/2018) wieder stärker steigenden Lohnkosten ausgeglichen werden. Laut einer Studie der KMU Forschung Austria stieg die Umsatzrentabilität der Betriebe von durchschnittlich 4 % in den Jahren 2012 bis 2015 auf 5,6 % in den Jahren 2017 und 2018.⁵⁵ Diese Entwicklung wurde von der Covid-19 Pandemie aufgehalten.

Die Betriebe der Gastronomie mussten in den Lockdownphasen von Mitte März 2020 bis Mitte Mai 2020 sowie im November und Dezember 2020 vollständig schließen und konnten erst nach einer gewissen Reaktionszeit zum Teil für diese Phasen alternative Leistungsangebote (Take-Away, Zustelldienste etc.) entwickeln und anbieten. Bis einschließlich des ersten Halbjahrs 2021 musste die Gastronomie rund 9 Mrd. Euro Umsatzverluste verzeichnen. 2019 hat die Branche noch etwa 12 Mrd. Euro Umsatz gemacht. 2020 waren es um 4,4 Mrd. Euro weniger und im ersten Halbjahr 2021 um weitere 4,6 Mrd.⁵⁶ Im ersten Lockdown (März bis Juni 2020) haben die Haushalte beispielsweise gegenüber dem durchschnittlichen Jahreskonsum um -63,0 % für Restaurants, -71,0 % für Kaffeehäuser, Konditoreien, Eissalons oder Bars sowie um -52,6 % für Fast-Food ausgegeben.⁵⁷ Im Zusammenhang mit dem instabilen Markt wurden 2020 deutlich weniger Unternehmen (814) als im Jahr 2019 (1.076) gegründet. Jedoch stiegen die Ausgaben für Lieferdienste in Österreich mit rund 40 % mehr Bestellungen im April und Mai 2020 wächst beispielsweise Lieferando stark. Darüber hinaus nutzen immer mehr Restaurants die Plattform als Absatzweg, 3.000 Neuanmeldungen im Zeitraum März bis Mai 2020. Neben den großen Lieferdiensten wie Lieferando, Mjam etc. profitieren aber auch kleinere, lokale Lieferservices. Besonders bei jugendlichen Zielgruppen punkten die Lieferdienste besonders stark. 2020 haben laut Statistik Austria 41,5 % der 16 bis 24-Jährigen und 42,6 % der 25 bis 34-Jährigen Essen online bestellt.⁵⁸ Aufgrund der geänderten Arbeitsbedingungen mit Homeoffice sowie durch das Distance-Learning

⁵⁴ UniCredit Bank Austria AG (Dezember 2019): Economics & Market Analysis Austria. Branchen Bericht. Tourismus. S. 17f. Download: <https://www.bankaustria.at/files/Tourismus.pdf>, zuletzt abgefragt 03.06.2022

⁵⁵ ebda., S. 19

⁵⁶ Vienna Online (08.07.2021): Coronakrise brachte Gastro Umsatzverlust von rund 9 Milliarden Euro. Online unter: <https://www.vienna.at/coronakrise-brachte-gastro-umsatzverlust-von-rund-9-milliarden-euro/7049208>, zuletzt abgerufen: 03.06.2022.

⁵⁷ Statistik Austria (Hrsg.) (2021): Verbrauchsausgaben 2019/20. Hauptergebnisse der Konsumerhebung. Austria, Wien, S. 46. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Verbrauchsausgaben_-_Hauptergebnisse_der_Konsumerhebung_2019_2020.pdf, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁵⁸ DerStandard.at (01.12.2020): Profiteur der Krise: Lieferando wächst stark und will digitale Kantine werden. Lieferdienste erobern das Homeoffice. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000122118061/profiteur-der-krise-lieferando-waechst-stark-und-will-digitale-kantine>, und: Defregger, M. (2021): Lieferdienste erobern das Homeoffice, in: Volle Fahrt. Das Magazin der steirischen Frächter, Vol.1/2021, Ausgabe 57, Graz, S. 8f. Download: https://www.wko.at/branchen/stmk/transport-verkehr/queterbefoerderungsgewerbe/FZ_VF_21_1_magazin_web.pdf, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

wurden sowohl weniger Fertigprodukte konsumiert als auch Kantinen seltener besucht. Profitiert haben vor allem die Lieferdienste.

Aber nicht nur der Trend zu Lieferdiensten hat sich in der Coronakrise verstärkt. Mit den Lieferservices verstärkt sich außerdem der Markt für sogenannte „Geisterküchen“ (virtuelle Marken für Lieferdienste). Damit ist verbunden, dass Gastronomiebetriebe ganz generell ihre Onlinepräsenz verstärken. Auch eine Entwicklung zu nachhaltigeren Verpackungsmaterialien geht damit einher. Gastgärten haben wegen der erhöhten Ansteckungsgefahr im Innenbereich weitere an Attraktivität gewonnen. Aufgrund der eingeschränkten Reisemöglichkeiten versuchen Restaurants zunehmend das Fernweh mit einer größeren Auswahl internationaler Spezialitäten im Angebot zu stillen.⁵⁹

2.6 Freizeit und Sport

Der Bereich Freizeit und Sport verzeichnet seit einigen Jahren einen leichten, aber kontinuierlichen Anstieg der Mitgliedsbetriebe im zugehörigen Fachverband der WKO (Freizeit- und Sportbetriebe), der sich auch in der Pandemie fortsetzte. 2021 zählten der Fachverband 20,5 TS Mitglieder, um 0,6 TS mehr als noch 2019. Wie Tabelle 2-1 oben zeigt, beschäftigen diese Betriebe 2021 15,2 TS MitarbeiterInnen (ohne geringfügige Beschäftigte), um rund 1 TS weniger als 2019, im Jahr vor der Coronapandemie. Damit ist der Bereich der viertgrößte Arbeitgeber innerhalb von *Tourismus und Freizeitwirtschaft*.⁶⁰

Die Palette der Betriebsarten im Fachverband reicht von Fitnessstudios und weiteren Sportangeboten, über FremdenführerInnen, Eventorganisation bis hin zu Wett- und Spieleinrichtungen. Die meisten Mitgliederbetriebe finden sich 2021 mit 5,3 TS oder 26,5 % in Wien, gefolgt von Niederösterreich (20,5 %) und der Steiermark (13,9 %). Die Organisation und Vermittlung von Veranstaltungen, Kongressen (5,1 TS), die FitnesstrainerInnen (3,0 TS) und die FremdenführerInnen (1,6 TS) bilden die größten Berufszweige im Fachverband.⁶¹ Auffallend ist, dass in diesen Zahlen ein hoher Anteil an ruhenden Mitgliedschaften enthalten ist (rund 20 % der Mitgliedschaften 2019), also Mitgliedsbetriebe, die ihre Tätigkeit derzeit nicht aktiv ausüben. Dieser hohe Anteil dürfte sich aus der Tätigkeitsstruktur der Betriebe begründen, die etwa mit FitnessbetreuerInnen, FremdenführerInnen und ReisebetreuerInnen einige Gewerbe umfassen, die traditionell als Ein-Personen-Unternehmen und häufig nebenberufliche ausgeübt werden. Für die Entwicklung dieser Ruhendmeldungen während der Coronakrise liegen keine Zahlen vor, es wäre allerdings wenig überraschend, hätten sie sich in dieser schwierigen Phase weiter erhöht.

Besonders hoch ist in diesem Teilbereich des Tourismus- und der Freizeitwirtschaft der Anteil an geringfügigen Beschäftigten. Wie im Kapitel 4 gezeigt wird, hat der Bereich Gastronomie mit einem Anteil von rund 25,6 % geringfügig Beschäftigter an den unselbstständig Beschäftigten einen sehr hohen Anteil Geringfügiger im gesamtwirtschaftlichen Vergleich. Im Bereich Freizeit und Sport liegt dieser Anteil 2019 bei 29,6 % und damit nicht nur über dem Anteil der Gastronomie, sondern deutlich über dem Durchschnitt der Branchen Tourismus und Freizeitwirtschaft mit 18,1 %.⁶² Insgesamt ist die Beschäftigung in Bereich Freizeit und Sport in der Pandemie (vgl. 2021 mit 2019) weniger stark zurückgegangen (-10,1 % inkl. geringfügiger Beschäftigter bzw. -6,3 ohne Geringfügige) als im Durchschnitt der Sparte (-15,0 % bzw. -12,4 %). Maßgeblich für den Rückgang dürfte sein, dass gerade die quantitativ wichtigsten Tätigkeitsbereiche von den Einschränkungen besonders betroffen waren:

⁵⁹ Kreulitsch, J. (04.02.2021): Gastronomietrends in Zeiten von Corona. in: Gast.at. Online unter: <https://www.gast.at/gast/gastronomietrends-zeiten-von-corona-192120>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁶⁰ WKO, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 86

⁶¹ ebda., S. 117

⁶² WKO (2022b)

Größere Veranstaltungen vielfach vollständig abgesagt werden, die FitnesstrainerInnen konnten ihre lange Zeit ebenfalls nur sehr eingeschränkt ausüben und die FremdenführerInnen mussten fast vollständig auf die internationalen Reisenden verzichten.

Laut einer Studie des IHS aus dem Jahr 2017 erwirtschaftete die Eventbranche 8,9 Mrd. Euro an Wertschöpfung (ohne Kunst und Kultur).⁶³ Im Tourismuskonsum lag der Bereich Kultur-, Unterhaltungs- und sonstige Dienstleistungen (inkl. Sport) 2019 nach vorläufigen Werten bei einem Anteil von 9,5 % der Konsumausgaben (einschl. Personentransport).⁶⁴ Die ohne-uns Initiative hat während der Covid-19-Pandemie die Entwicklungen im Bereich der Veranstaltungs- und Messedienstleister mit einer Online-Befragung mitverfolgt. In den Kalenderwochen 16/17 und 21/22 wurden Unternehmen (277 bzw. 364 Betriebe) der Branche zum Thema Beschäftigung und zu ihren Schätzungen der Schadensumme befragt.⁶⁵ Aufgrund der Veranstaltungseinschränkungen hat die Branche massive Einbußen erlitten. In der Zweitbefragung in Kalenderwoche 21/22 gaben die befragten Betriebe ihre geschätzten Gesamtverluste für den Zeitraum April bis Dezember 2020 mit rund 116,9 Mio. Euro an. Die Beschäftigtenzahlen sind in diesen Phasen in den befragten Unternehmen praktisch gegen Null gesunken. In der zweiten Befragung führten die Betriebe an, dass der MitarbeiterInnenstand um 96 % zurückging. Per 1. April 2020 wurden demnach etwa 1/3 der Beschäftigten in Kurzarbeit geschickt und 2/3 gekündigt.⁶⁶

Österreich und insbesondere Wien gelten als besonders populäre Standorte für Kongresse. 2019 wurden gemäß Meeting Industry Report Austria 25 TS Kongresse, Firmentagungen und Seminare an 733 unterschiedlichen Veranstaltungsorten gemeldet. Allein im ersten Lockdown zwischen März und Mai 2020 fanden um 7 TS Veranstaltungen weniger statt.⁶⁷

66 % der ÖsterreicherInnen weisen dem Sport eine wichtige Rolle im eigenen Leben zu. Die SportlerInnen trugen 2018 mit einem direkten Anteil am BIP in Höhe von 4,1 % zur Wertschöpfung bei, was doppelt so hoch wie im Durchschnitt der Europäischen Union ist. Da der Sportbereich aber eine Querschnittsmaterie ist, ergeben sich zahlreiche indirekte Beiträge und Auswirkungen auf andere Teilbereiche des Tourismus und darüber hinaus: so profitiert die Beherbergung und Gastronomie mit einer Wertschöpfung von 3,9 Mrd. Euro am stärksten vom Sport, aber auch Erziehung und Unterricht (1,6 Mrd. Euro Wertschöpfungsanteil), Einzelhandel (1,6 Mrd.) und Gesundheit (1,3 Mrd.) sind große Nutznießer des Sportbereichs. Neben der Wertschöpfung wurde für 2018 der direkte und indirekte Beitrag zur Beschäftigung mit 295 TS Erwerbstätigen (7,13 % Beschäftigungsanteil) berechnet.⁶⁸

Nach Angaben des Instituts SportsEconAustria können 58 % der Gästenächtigungen als sportrelevant eingestuft werden. Darunter fallen Urlaube in Skigebieten, Wanderurlaube und Radtouren.⁶⁹ Auch die

⁶³ Schnabl, A. et al. (2017): Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich. Hrsg.: Institut für Höhere Studien (IHS), Wien. S. 1. Download: <https://www.wko.at/site/eventnet/studie-oekonomische-effekte.pdf>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁶⁴ WKO, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 80

⁶⁵ Signatur Group GmbH (2020): Branchen Tracking Veranstaltungs- und Messedienstleister, KW 16/17, Online unter: https://ohne-uns.at/wp-content/uploads/2020/04/BranchenTracking_VAMD-2020_2.pdf und KW 21/22, online: ohne-uns, URL: https://ohne-uns.at/wp-content/uploads/2020/06/BranchenTracking_Studiensteckbrief-KW21_22-PhCe.pdf, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁶⁶ Insgesamt wurden in der KW 16/17 277 Unternehmen, in der KW 21/22 364 Unternehmen befragt.

⁶⁷ Eventfex (07.07.2020): Covid-19 trifft die Kongress- und Tagungsbranche mitten ins Gastgeberherz. Online unter: <https://www.eventfex.com/covid-19-kongress-tagungsbranche/>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁶⁸ Sport Leading Company (08.05.2020): Coronakrise: So wichtig ist der Sport für die Wirtschaft, Online unter: <https://sport-leading.com/coronakrise-so-wichtig-ist-der-sport-fuer-die-wirtschaft/>, letzte Änderung: 04.08.2021.

⁶⁹ Hoepke, S. (23.03.2018): Sporturlaub: In Österreich läuft es am besten. Kurier.at. Online unter: <https://kurier.at/wirtschaft/beim-sporturlaub-ist-oesterreich-europameister/400010304>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

Sportwirtschaft wurde in Folge der Einschränkungen und Schließungen in der Coronapandemie geschwächt. Gemäß einer Befragung der Sport Austria vom Oktober 2020 galten zu diesem Zeitpunkt rund 90.000 Arbeitsplätze im Netzwerk Sport als gefährdet. Der Rückgang der Wertschöpfung wurde für das Jahr 2020 auf -30 % geschätzt und damit viermal höher als in der Gesamtwirtschaft.⁷⁰

2019 waren 1.641 FremdenführerInnen und 634 ReisebetreuerInnen in Österreich als Mitglieder im WKO Fachverband Freizeit und Sport gemeldet. In der Coronakrise sanken diese Werte bis 2021 deutlich auf 1.553 bzw. 538. Die Lockdowns im Jahr 2020 legten die Branche komplett lahm und selbst außerhalb der Lockdownphasen verlor der Städtetourismus zugunsten anderer Urlaubsformen an Attraktivität. Wie in anderen Tourismusbereichen machte die Krise aber auch die FremdenführerInnen erfinderisch. Zielgruppen wurden neu definiert und anstatt traditioneller Stadtführungen für internationale Touristengruppen, wurden zunehmend Themenführungen, Kinderführungen oder fremdsprachige Führungen zum Sprachlernen für ein österreichisches Publikum angeboten.⁷¹ Das Fortschreiten der Digitalisierung im Zuge der Coronapandemie zeigt sich im Bereich der Fremdenführung durch zunehmenden Einsatz von Augmented und Virtual Reality (AR und VR), die eine interaktiv erweiterte Wahrnehmung der Sehenswürdigkeiten ermöglichen.

2.7 Kino, Kultur und Vergnügung

Der Fachverband Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe hatte 2021 2.562 (2019: 2.621) Mitgliedbetriebe, davon 800 (30,5 %) in Wien. Die seit Jahren kontinuierlich sinkende Anzahl an Betrieben (2016: 2.677 Betriebe) nimmt damit in der Pandemie weiter ab. Die meisten Mitgliedschaften in dieser Gruppe zählten 2021 die Schausteller (609), gefolgt von KünstlervermittlerInnen (566) und die Kartenbüros (390). Kinos (138) und Theaterbetriebe (163) spielen quantitativ eine geringere Rolle.⁷² Wie Tabelle 2-1 oben zeigt hat der Bereich Kino, Kultur und Vergnügungsbetriebe unter den Fachverbänden der WKO zwar quantitativ für die Beschäftigung die geringste, aber in den letzten Jahren (unter Ausblendung der Coronapandemie) eine steigende Bedeutung.

Das für dieses Segment besonders wichtige Reisemotiv Kultur- und Städteurlaub lag 2019 gemäß Statistik Austria in der Liste der wichtigsten Reisezwecke auf dem vierten Platz der Hauptreisemotive (Anteil 7,1 % der Reisen bei ÖsterreicherInnen im Inland), hat 2020 mit einem Anteil von 3,9 % deutlich eingebüßt, konnte 2021 aber bereits wieder auf 6,0 % zulegen.⁷³ Gemäß Tourismus-Monitor Austria wurden in der Wintersaison 2018/19 14 % und in der Sommersaison 2019 15 % aller Urlaube in Österreich (inkl. ausländische Gäste) als Städteurlaub verbracht.⁷⁴

Im letzten Jahrzehnt stieg die Gästeanzahl in den Städten jährlich um durchschnittlich 4,5 %.⁷⁵ Im Jahr 2020 sanken aufgrund der Coronasituation die Nächtigungszahlen in den Landeshauptstädten um

⁷⁰ Sport Austria (o.J.): Studie "aktives Sportverhalten und passiver Sportkonsum". Online unter: <https://www.sportaustria.at/de/sport-in-oesterreich-und-europa/sport-in-oesterreich/studie-aktives-sportverhalten-und-passiver-sportkonsum/>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁷¹ Stefan, L. (06.09.2020): Wie Fremdenführer mit neuen Angeboten Einheimische anlocken, 06.09.2020, online: Der Standard.at. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000119795231/wie-fremdenfuehrer-mit-neuen-angeboten-einheimische-anlocken>, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

⁷² WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022)

⁷³ Statistik Austria, STATCube-Abfrage: Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung, Reisezweck und Zieldestination (Österreich), Anzahl der Reisen und Anzahl der Übernachtungen, 2018 bis 2021. Abgefragt 03.06.2022

⁷⁴ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022)

⁷⁵ Fleischhacker, V. (Jänner 2020): Zukunftsmarkt Gesundheitstourismus, Der Gesundheitstourismus in Österreich 2009-2019. Stellenwert, Strukturen, Tendenzen, ökonomische Effekte. Online unter: Tourismusforschung Austria, URL: <http://www.tourismusforschungaustria.at/443273056>, letzte abgerufen: 03.06.2022

durchschnittlich -68,5 %, die Zahl der Ankünfte um -69,3 %.⁷⁶ In einer Übersicht des Österreichischen Reiseverbands (OERV) waren 2018 die fünf beliebtesten Sehenswürdigkeiten in Österreich das Schloss Schönbrunn (rund 4,0 Millionen BesucherInnen), der Tiergarten Schönbrunn (2,0 Millionen), das Kunsthistorische Museum Wien (1,8 Millionen), das Belvedere (1,6 Millionen) sowie die Festung Hohensalzburg (1,3 Millionen).⁷⁷ Vier dieser fünf Kulturangebote befinden sich in Wien und alle in den Städten mit den größten Gästeverlusten infolge der Pandemie.

2.8 Gesundheit

Wie aus Tabelle 2-2 ersichtlich, umfasst der Fachverband Gesundheitsbetriebe in der Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* klassische Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen wie Private Krankenanstalt, Alten- und Pflegeeinrichtungen, Kuranstalten, Ambulatorien usw., die im allgemeinen Verständnis nicht unmittelbar dem Tourismus und der Freizeitwirtschaft zugerechnet werden. Im Jahr 2021 umfasst diese Fachgruppe in Summe 2,2 TS Betriebe.⁷⁸ Die Bedeutung für Beschäftigung und Arbeitsmarkt dieser Gesundheitsbetriebe ist in Tabelle 2-1 ersichtlich. Innerhalb der Bundessparte bilden die Gesundheitsbetriebe den drittgrößten Beschäftigungsbereich.

Darüber hinaus bildet der Gesundheitsbereich aber zahlreiche Schnittstellen, Einflussfaktoren und Wechselwirkungen mit der Tourismusbranche. Demografische Entwicklungen, gesellschaftliche Werteänderung zu größerem Gesundheitsbewusstsein usw. beeinflussen sowohl die Nachfrage der Gäste als auch die Anforderungen an MitarbeiterInnen in Gesundheits- und Pflegeeinrichtungen sowie in den Tourismuseinrichtungen im eigentlichen Sinn. Hohe Qualität in der Ausstattung bzw. in den Dienstleistungen und gut ausgebildete MitarbeiterInnen bilden dafür eine Grundvoraussetzung. Davon sind nicht ausschließlich, aber insbesondere touristische Kernangebote im Wellness- und Fitnessbereich betroffen, die im allgemeinen Verständnis viel stärker mit Gesundheitstourismus assoziiert werden als die eigentlichen Gesundheitsbetriebe.

In diesen Bereichen bieten 44 Gemeinden in Österreich Angebote im Thermentourismus (Thermalquellen/Thermen) und 48 Gemeinden Gesundheitstourismus (Kurorte, Kneipp- und sonstige Kuren) an. Die Zuwachsrate bei Nächtigungen betrug in diesen Segmenten im Zeitraum 2008/2009 bis 2018/2019 insgesamt 2,37 % und zeigt damit eine weniger dynamische Entwicklung wie im Tourismus insgesamt. Im Tourismusjahr 2018/19 stiegen die Nächtigungszahlen in Gemeinden mit einschlägigen Angeboten gegenüber der Vorsaison jedoch deutlich dynamischer (+4,77 %) als in anderen Gemeinden (+1,97 %).⁷⁹

Im Bundesländervergleich verzeichnet das Burgenland in der Saison 2018/2019 mit Abstand den höchsten Anteil des Gesundheitstourismus an den Nächtigungen im Bundesland. 46,4 % aller Nächtigungen entfallen auf dieses Segment, gefolgt von Oberösterreich (25,5 %) und der Steiermark (22,3 %). Aber auch in Kärnten (21,3 %) und Niederösterreich (21,2 %) spielt der Gesundheitstourismus eine relativ große Rolle. Am unteren Ende der Vergleichsskala finden sich Tirol (6,0 %) und Vorarlberg (2,8 %). Gemeinden des Gesundheitstourismus unterscheiden sich in ihrer Gesamtstruktur deutlich von anderen Tourismusgemeinden. So liegt beispielsweise der Anteil von Betten der höheren Hotellerie mit 57,7 % deutlich über dem Österreichdurchschnitt (54,9 %), die Wintersaison dominiert in diesen Gemeinden stärker (59,9 % der Nächtigungen gegenüber 48,4 % im Österreichschnitt), Inlandsgäste

⁷⁶ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022)

⁷⁷ Österreichischer Reiseverband (o.J.): Fakten und Zahlen. Österreichischer Reisemarkt 2018. Eine Übersicht des Österreichischen Reiseverbands (OERV). Wien. Download: https://www.oerv.at/wp-content/uploads/OERVZahlenFakten_2018.pdf, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

⁷⁸ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 126

⁷⁹ Fleischhacker, V. (Jänner 2020)

spielen mit einem Anteil von 56,2 % eine viel größere Rolle (Ö: 26,3 %) und die Aufenthaltsdauer ist länger (4,2 Tage gegenüber 3,3 Tagen im Österreichschnitt).⁸⁰

Um die Bedeutung des Gesundheits- und Wellness-tourismus im Gesamtkontext Tourismus einzuordnen, besteht die Möglichkeit das Urlaubsverhalten der ÖsterreicherInnen nach dem Hauptreisezweck zu analysieren. Auf Basis von Daten der Statistik Austria wurden 2019 6,6 % der Inlandsurlaubsreisen mit dem Hauptzweck Wellness/Schönheitsurlaub durchgeführt. Für den Reisezweck Gesundheitsurlaub liegen 2019 keine Daten vor. 2018 betrug der Anteil für dieses Segment 1,6 % aller Inlandsreisen. An der Spitze der Reisezwecke lagen 2019 Verwandten-/Bekanntebesuche mit 32,5 % vor Aktivurlaub mit 24,8 % und Erholungsurlaub mit 17,0 %. In der Coronapandemie ist das Motiv Wellness/Schönheitsurlaub auf 5,1 % (2021) gesunken, während die Verwandten-/Bekanntebesuche auf 35,7 % gestiegen sind. Betrachtet man die Anzahl der Nächtigungen steigt der Anteil der Urlaube mit Hauptzweck Wellness/Schönheitsurlaub 2019 auf 5,7 % (2021: 4,1 %). In diesem Fall liegen auch Daten für Gesundheitsurlaube vor, die mit 3,9 % (2019) und 3,5 % (2021) als Hauptreisezweck unter dem des Wellness-/Schönheitsurlaubs lagen. 2018 betrug der Anteil der Gesundheitsurlaube allerdings noch 8,4 % der Nächtigungen.^{81 82}

Gemäß der T-MONA Urlauberbefragung 2018/2019 kommt die Mehrheit der GesundheitsurlauberInnen sowie Wellness-/SchönheitsurlauberInnen in Österreich aus Österreich (54 %). An zweiter und dritter Stelle stehen Deutschland und die Schweiz. Im *Gesundheitssegment* sind die wichtigsten Auswahlkriterien für das Reiseziel die Unterkünfte (39 %), die gute Luft (31 %), die Berge (29 %), die Thermen und Erlebnisbäder (25 %) und das Angebot an Wanderwegen (25 %). Im Bereich der *Wellness-/Schönheitsurlaube* reihen die Befragten als Entscheidungsgrund ebenfalls die Unterkunft an erster Stelle (47 %), Wellness-/Schönheitsangebot bilden die zweitwichtigste Motivation, gefolgt von Thermen/Erlebnisbädern und den Bergen. Ruhe/Erholungsmöglichkeiten landeten mit 23 % am fünften Platz innerhalb der Top 5-Liste. Bei Gesundheitsurlaube spielen somit die örtlichen Gegebenheiten (Berge, Luft, Wanderwege) eine größere Rolle, während Wellnessurlauber mehr Wert auf die Ausstattung der Umgebung legen.⁸³

2.9 Reisevermittler

Grundsätzlich werden innerhalb der Kategorie Reisevermittler zwei Arten von Reisebüros unterschieden: Büros mit unbeschränkter Berechtigung, die einzelne Dienstleistungen oder Reisepakete anbieten und Betriebe mit einer eingeschränkten Berechtigung, die in der Regel die Incoming-Gäste betreuen.⁸⁴ Im Jahr 2019 wuchs die Mitgliederzahl des Fachverbands Reisebüro um 33 Mitglieder auf insgesamt 2.451, sank dann aber im ersten Jahr der Covid-19-Pandemie 2020 wieder um 30 Mitglieder und 2021 nochmals auf aktuell 2.391 Mitgliederbetriebe (Stand 2021). Die

⁸⁰ ebda.

⁸¹ Statistik Austria, STATCube-Abfrage: Reisegewohnheiten der österreichischen Bevölkerung, Reisezweck und Zieldestination (Österreich), Anzahl der Reisen und Anzahl der Übernachtungen, 2018 bis 2021. Abgefragt 03.06.2022

⁸² Bei Betrachtung der Nächtigungen liegen die Aktivurlaube als Reisezweck mit 30,7 % der Nächtigungen 2019 deutlich vor den Verwandten-/Bekanntebesuchen mit 25 %, die offensichtlich eine deutlich kürzere Aufenthaltsdauer haben.

⁸³ Österreich Werbung (o.J.): Urlauber in Österreich/Gesundheitsurlauber. T-MONA Urlauberbefragung 2018/19. T-MONA Kurzinfo. Sowie: Österreich Werbung (o.J.): Urlauber in Österreich/Wellness-/Schönheitsurlauber. T-MONA Urlauberbefragung 2018/19. T-MONA Kurzinfo.

⁸⁴ UniCredit Bank Austria AG (2020): Economics & Market Analysis Austria. Branchen Bericht. Reisebüros und Reiseveranstalter, Jänner 2020, S. 4. Download: <https://www.bankaustria.at/files/Reisebueros%20u%20Reiseveranstalter.pdf>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

Reisebürodichte in Österreich mit 30 Betrieben pro 100.000 EinwohnerInnen ist jedoch im internationalen Vergleich hoch.⁸⁵

2019 entfiel 3,7 % des Tourismuskonsums auf Reisebüros bzw. Reiseveranstalter. Ihr Umsatz lag 2018 bei 4,8 Milliarden Euro. Davon entfallen 35 % auf den Bereich Touristik und Pauschalreisen, 30 % auf Flüge und Busreisen und die übrige 35 % auf Incoming- und Kongresstourismus⁸⁶ bzw. Reiseveranstaltungen.⁸⁷

Es gibt zahlreiche Faktoren, die die Situation der Reisevermittler erschweren. Zwar sind die ÖsterreicherInnen grundsätzlich sehr reisefreudig (78 % der Bevölkerung unternahm 2018 Reisen), allerdings steigen besonders die Kurzurlaube am stärksten an (Zuwachs von 55 % im Zeitraum 2009 bis 2019), wofür nur selten Reisebürodienstleistungen in Anspruch genommen werden. 31 % der Kurzurlaube werden im Ausland verbracht.⁸⁸ Seit 2017 werden außerdem Inlandsurlaube beliebter, die ebenfalls weniger häufig über Reisebüros gebucht werden. So sind Reisebüros nur für 13 % der Buchungen von Inlandsurlauben verantwortlich. Die Covid-19-Pandemie hat diese Entwicklungen weiter verstärkt.

2019 organisierten die Reisebüros rund 25 % der Urlaube der ÖsterreicherInnen. Bereits 39 % der Reisebuchungen wurden 2019 online abgewickelt. 2009 waren es noch 13 %. Im Jahr 2018 stieg die Zahl der Onlinebuchungen gegenüber dem Vorjahr um 10 %, während die Reisebüros 6 % weniger Buchungen abwickelten.⁸⁹ Von 2013 bis 2015 sank die Nachfrage im Kernbereich Pauschalreisen stark und eine Erholung folgte erst im Jahr 2018, in dem die Verbraucherpreise für Pauschalreisen um 7 % sanken.⁹⁰ Auch der wachsende Trend zur Nachhaltigkeit im Reiseverhalten übt Druck auf das Segment aus, da für Reisebüros Flugreisen und Kreuzfahrten einen wichtigen Teil ihres Angebots ausmachen. Gleichzeitig könnte bei entsprechender Entwicklung von Angeboten in diesem Trend eine Chance für ReisevermittlerInnen liegen, sich in einem komplexen Bereich als spezialisierter Dienstleister zu positionieren. Eine weitere Herausforderung für Reisebüros stellen die Entwicklungen der digitalen Kommunikation dar. Die neuen Kommunikationsformen tragen dazu bei, dass die Unternehmen weniger Dienst- und Geschäftsreisen organisieren, ein Bereich, in dem zahlreiche ReisevermittlerInnen als Serviceanbieter agieren. Wurden 2007 in österreichischen Unternehmen noch 5 Millionen Geschäftsreisen unternommen, waren es 2019 nur noch 3,2 Millionen.⁹¹ Diese Entwicklung wurde durch die Coronapandemie und die damit verbundene fast vollständige Virtualisierung von Meetings nochmals verstärkt und könnte sich im Bereich der Geschäftsreisen möglicherweise selbst bei einer Normalisierung der Pandemiesituation nachhaltig verfestigen.

Die Pandemie brachte der gesamten Reisebranche deutliche Einbußen. Die Retail-Büros hatten 2020 monatlich Einbußen von mehr als 90 %⁹² und die großen österreichischen Reise-Domains

⁸⁵ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 86f

⁸⁶ Incoming Tourismus bezeichnet Leistungen, die in Österreich für gewerbliche Leistungsanbieter im Ausland erstellt werden, das Angebote österreichischer Agenturen für ausländische Reiseveranstalter, Reisebüros usw. Vgl. Tourismus Forum Incoming (2022): Incoming Tourism. Online unter: <https://www.tourismus-forum.at/de/facts-figures/incoming-tourismus>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

⁸⁷ UniCredit Bank Austria (2020), S. 4

⁸⁸ ebda., S. 6f

⁸⁹ ebda., S. 10

⁹⁰ ebda., S. 8

⁹¹ ebda., S. 6

⁹² T.A.I. Tourist Austria (o.J.): Coronakrise als Chance für Reisebüros! Social Media, Storytelling und neue Schwerpunkte. Online unter: <https://www.tai.at/touristik/reisebueros-veranstalter/Coronakrise-als-chance-fuer-reisebueros-social-media-storytelling-und-neue-schwerpunkte>, zuletzt abgefragt 03.06.2022

verzeichneten gegenüber den Vergleichszeiträumen 2019 erheblichen Rückgänge bei Buchungen (August 2020: -40 % und Dezember 2020 -75 %).⁹³

Wie Tabelle 2-1 verdeutlicht, ist die unselbstständige Beschäftigung in den Reisebüros entgegen der landläufigen Meinung sinkender Beschäftigungsmöglichkeiten im Zeitraum 2010 bis 2019 gestiegen und hat 2019 im Mehrjahresvergleich mit 9.210 unselbstständig Beschäftigten einen Höchststand erreicht. Den Reisevermittlungen scheint es zumindest in diesem Zeitraum gelungen zu sein, auf die strukturellen Änderungen im Tourismus, im Konsumverhalten der Reisenden und die zunehmenden Angebote von Onlinebuchungen usw. durch Anpassungen ihrer eigenen Angebots- und Servicestruktur zu reagieren, auch wenn, wie oben beschrieben, die Umsätze/Buchungen in vielen Kernbereichen der ReisevermittlerInnen rückläufig sind.

In der Coronapandemie ist die Beschäftigung allerdings um 28,5 % (Vergleich 2019 mit 2021) eingebrochen und verzeichnet damit den prozentuell stärksten Rückgang in der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*. Ein Grund dafür könnte die überproportionale Betroffenheit der Flugreisen durch die Coronasituation sein. Es bleibt abzuwarten, wie sich dieser Teilbereich bei einer nachhaltigen Normalisierung der Situation erholt und auf mögliche neue Herausforderungen etwa in Zusammenhang mit möglichen Änderungen im Reiseverhalten durch den Klimawandel reagiert.

2.10 Personenbeförderung

Die Personenbeförderung wird in der Wirtschaftskammersystematik der Bundessparte Transport und Verkehr zugeordnet, wird aber im Tourismus-Satellitenkonto (TSA) als wesentlicher Leistungsbereich im und für den Tourismus mit erfasst. In Tabelle 2-1 oben werden die Beschäftigtenzahlen für Teilbereiche der Personenbeförderung mit abgebildet. Natürlich ist nicht jede Personentransporttätigkeit touristisch veranlasst. Es zeigt sich aber dennoch, welche Bedeutung dieser Bereich für Arbeitsmarkt und Beschäftigung hat.

2019 hatte die Personenbeförderung mit 20,1 % den drittgrößten Anteil am Tourismuskonsum in Österreich. Bei den Haupturlaubsreisen wurde laut Erhebung der Statistik Austria 2020 am häufigsten mit dem PKW gereist (72,3 % aller Urlaubsreisen). Damit stieg der Anteil der PKW-Reisen gegenüber 2019 vor der Covid-19-Pandemie deutlich an (2019: 54,3 %). Ebenfalls angestiegen ist mit einem Anteil von 9,7 % im Jahr 2020 (gegenüber 2019: 7,0 %) der Anteil der Zugreisen an den Gesamtreisen bei allerdings absolut stark rückläufiger Reisetätigkeit. Der Anteil der Flugreisen ist gleichzeitig von 30,4 % im Jahr 2019 auf 12,9 % 2020 eingebrochen. Am unteren Ende der Rangliste mit einem Anteil von 2 % finden sich Busfahrten (2019 noch 6 %) und Schifffahrten mit 0,1 % (2019: 0,6 %).⁹⁴

Das Flugzeug ist damit nach dem PKW das zweitbeliebteste Transportmittel unter UrlauberInnen. Die fünf österreichischen Flughäfen verzeichneten seit 2014 einen kontinuierlichen und teils starken Anstieg der Passagierzahlen (2014: +2,2 %, 2018: +10,8 %). Als Trend ist festzustellen, dass „*öfter, kürzer und weiter weg*“ verreist wird. Obwohl die Covid-19-Pandemie diese Entwicklung vorerst gestoppt hat, rechnet nach einer Befragung des Verkehrsclub Österreich (VCÖ) eine deutliche Mehrheit der ÖsterreicherInnen mit keiner langfristigen Änderung dieses Trends, soweit nicht weitreichende Lenkungsmaßnahmen aufgrund der Klimakrise gesetzt werden.⁹⁵

⁹³ T.A.I. Tourist Austria (o.J.): Absturz der großen Reise-Domains in Österreich! Visits derzeit im Keller. Online unter: <https://www.tai.at/touristik/reisebueros-veranstalter/absturz-der-grossen-reise-domains-in-oesterreich-visits-derzeit-im-keller>, zuletzt abgefragt 03.06.2022

⁹⁴ Statistik Austria (2022): Reiseverhalten. Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/reiseverhalten>, zuletzt abgefragt 16.08.2022

⁹⁵ Nina Karner (2020): Klimaverträgliche Reisen ermöglichen... und neue Gäste gewinnen, Gespräch mit Michael Schwendinger, Blog vom 09.11.2020. Online unter: Zimmerstunde:

Laut einer Schätzung der Welttourismusorganisation UNWTO ist die Tourismusbranche für etwa fünf Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich. Dreiviertel davon entfallen auf den touristischen Verkehr, allein 40 % auf Flugreisen. Aus diesem Grund werden nachhaltige Lösungen immer wichtiger. Wörter, wie „Flugscham“ bzw. „Zugstolz“ prägen zunehmend das umweltbewusste Reiseverhalten.⁹⁶ Eine umfassende Veränderung des Reiseverhaltens erfordert neben bewussten Entscheidungen der KonsumentInnen aber auch geeignete infrastrukturelle Rahmenbedingungen und angepasste Angebote der Tourismus- und Reisebranche. Eine wesentliche Rolle spielen dabei der Ausbau und die Modernisierung der Bahninfrastruktur und ein regelmäßiger und frequentierter Zugverkehr. In der EU werden dazu eine Reihe von länderübergreifenden Eisenbahnachsen ausgebaut, von denen vier das österreichische Schienennetz betreffen.⁹⁷

2019 hat die Verkehrsleistung im Personenverkehr auf der Schiene mit über 317 Mio. Fahrgästen im mehrjährigen Vergleich einen neuen Höchststand erreicht, bevor sie im Jahr 2020 coronabedingt um -39 % auf 192 Mio. eingebrochen ist.⁹⁸ Für die Entwicklung nachhaltiger Mobilität im Tourismus wird häufig neben entsprechenden Angeboten für die An- und Abreise häufig der Ausbau der lokalen öffentlichen Verkehrsinfrastruktur gefordert, unterstützt durch Mietangebote für z. B. E-Autos, E-Bikes.

Ebenfalls dem Bereich Personentransport zuzurechnen sind die rund 2.900 Seilbahnunternehmen (Seilbahnanlagen, Schlepplifte), die nicht nur einen stabilen Wintersporttourismus gewährleisten sollen, sondern zunehmend in der Sommersaison eine Rolle spielen. Nach Branchenanalysen reisen rund zwei Drittel der WinterurlauberInnen zum Schifahren nach Österreich.⁹⁹

<https://zimmerstunde.at/klimavertraegliche-reisen-ermoeglichenund-neue-gaeste-gewinnen/>, zuletzt abgefragt: 02.06.2022.

⁹⁶ Österreich Werbung (2022): Blogbeitrag: Auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus. Online unter: <https://www.austriatourism.com/blog/2019/bulletin-texte-2019/heft-zwei-2019/auf-dem-weg-zu-einem-nachhaltigen-tourismus/>, letzte Änderung: 02.06.2022

⁹⁷ ÖBB Infrastruktur AG (2011): Zielnetz 2025+. Online unter: <https://infrastruktur.oebb.at/de/unternehmen/fuer-oesterreich/zukunft-bahn-zielnetz/dokument?datei=Zielnetz+2025+Ergebnisbericht.pdf>, letzte Änderung: 01.06.2022.

⁹⁸ Statistik Austria (2021): Verkehrsstatistik 2020. Wien. Online unter: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Verkehrsstatistik_2020.pdf, zuletzt abgefragt: 16.08.2022

⁹⁹ WKO, Fachverband Seilbahnen (2022): Seilbahnen Österreichs. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/transport-verkehr/seilbahnen/bergbahn-seilbahn-oesterreich.html>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

3 Arbeitswelt *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

In diesem Kapitel wird ein Überblick über die Berufe und Berufsbereiche gegeben, die mit der Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* verbunden sind, um einerseits ein grundlegendes Verständnis für die Vielfalt an Tätigkeiten und Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen, die diese Branche bietet und andererseits eine Grundlage für die weitere Analyse der touristischen Arbeitswelt im Kapitel 4 zu legen.

Im Kapitel 3.3 wird außerdem als Exkurs auf das Thema Digitalisierung als Treiber für Veränderungen von Tätigkeiten und Anforderungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* eingegangen.

3.1 Berufsbereich im Überblick

Tourismus und Freizeitwirtschaft versammelt eine Vielzahl unterschiedlicher Berufsbereiche und Berufsprofile. Die bekanntesten und im Alltag am stärksten wahrgenommenen Berufe dieses Bereiches sind zweifelsohne „Restaurantfachmann / Restaurantfachfrau“ (früher bzw. umgangssprachlich Kellner / Kellnerin) sowie „Koch / Köchin“¹⁰⁰. Darüber hinaus ergeben sich, je nach Betriebsart und Größe, aber zahlreiche weiterer Tätigkeitsbereiche und vielfältige Spezialisierungen. So lässt sich beispielsweise der Beruf Koch / Köchin in Abhängigkeit von Art und Größe des Betriebes nicht nur hierarchisch unterteilen in

- Jungkoch/Jungköchin (Commis de Cuisine),
- Demi Chef de Partie (Stellvertretende/r SchichtleiterIn eines Küchenbereiches, erfahrene Fachkraft); z. B. für Kaltspeisen, Suppen, Fische, Beilagen, Gebratenes, Soßen, Süßspeisen usw.,
- Chef de Partie (LeiterIn eines Küchenbereiches),
- Sous Chef (Stellvertretende/r KüchenchefIn) und
- Chef de Cuisine/Maitre de Cuisine (KüchenchefIn),

es sind außerdem zahlreiche fachliche Spezialisierungen und Weiterentwicklungen etwa zum Diätkoch / zur Diätköchin, Vegetarische/r oder Vegane/r Koch/Köchin, verschiedene internationale Küchen usw. möglich.

Ähnliche Unterteilungen und Spezialisierungen mit unterschiedlichen Anforderungen an die Kompetenzen der TourismusmitarbeiterInnen lassen sich in verschiedenen Bereichen feststellen.

Im AMS-Berufslexikon sind dem Berufsbereich „Tourismus, Gastgewerbe und Freizeit“ mehr als 100 Berufe zugeordnet, gegliedert in sechs Subbereiche.¹⁰¹ In die, in weiterer Folge vorrangig behandelten Bereiche Gastronomie und Beherbergung, fallen insbesondere die Subbereiche „Küchen- und Servicefachkräfte“, „Hotelverwaltung, Gaststättenleitung“, „Hotelempfang, Etage“ sowie „Anlern- und Hilfsberufe Tourismus, Gastgewerbe, Freizeit“ mit insgesamt rund 30 Berufen (vgl. Tabelle 3-1).

Die darüberhinausgehenden Bereiche „Reise- und Freizeitgestaltung“ mit 45 zugeordneten Berufen (Stand Juni 2022) sowie „Sport, Sportunterricht“ mit 46 zugeordneten Berufen, vielfach TrainerInnenberufe in verschiedenen Sportarten, werden im Weiteren nicht gesondert behandelt. Festzustellen ist allerdings, dass speziell Berufe aus dem Fitness- und Wellnessbereich, die diesen beiden Subbereichen zugeordnet sind (z. B. FitnesstrainerIn, WellnesstrainerIn, animateurIn) vielfach eine enge Verbindung zur Hotellerie aufweisen, insbesondere in der Wellnesshotellerie und bei All-Inclusive-AnbieterInnen. In den Subbereich „Reise- und Freizeitgestaltung“ fallen weitere bekannte und

¹⁰⁰ Beide Berufe gehören mit zu den am meisten ausgebildeten Lehrberufen in der Branche. vgl. WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2021). S. 97

¹⁰¹ AMS (2022): Berufslexikon.at, Bereich „Tourismus, Gastgewerbe, Freizeit“: <https://www.berufslexikon.at/bereiche-branchen/>

relevante Berufe wie z. B. ReisebüroassistentInnen, Tourismuskauflleute/-managerInnen, Berg- und SchiführerInnen, EventmanagerInnen, FlugbegleiterInnen oder FremdenführerInnen.¹⁰²

3.2 Arbeits- und Tätigkeitsbereiche

In diesem Kapitel werden folgende Subbereiche mit den angeführten Tätigkeitsschwerpunkten einer genaueren Betrachtung unterzogen¹⁰³:

- Hotellerie und Beherbergung
 - Begrüßung, Administration, Information der Gäste
 - Reinigung und Instandhaltung der Beherbergungsbereiche und -infrastruktur
 - teilweise die Bewirtung von Gästen mit Speisen und Getränken
 - teilweise die Betreuung von Seminaren, Tagungen und Feierlichkeiten
- Gastronomie
 - Bewirtung von Gästen mit Speisen und Getränken
 - teilweise die Betreuung von Seminaren, Tagungen und Feierlichkeiten, Catering

Die Tätigkeitsbereiche können sich, so wie auch die touristischen Angebote, je nach Betrieb stark unterscheiden. Z. B. bieten viele Hotels in der Regel auch gastronomische Angebote, während wiederum viele Wellness- und Gesundheitsbetriebe außerdem Beherbergung anbieten bzw. viele Hotels über umfassende Wellness- und Gesundheitsangebote verfügen.

Beherbergungsbetriebe in Städten verfügen weniger oft über ein gastronomisches Angebot, da ihre Gäste meist das vielfältige kulinarische Angebot der Umgebung nutzen. In ländlichen Regionen wird hingegen öfter auf das gastronomische Angebot der Unterkunft zurückgegriffen. Dementsprechend gibt es dort mehr Angebote mit Halb- oder Vollpension-Verpflegung.¹⁰⁴

Den Berufen und Tätigkeitsbereichen in der nachfolgenden Zusammenschau ist gemeinsam, dass sie an der Beherbergung und der gastronomischen Versorgung der Gäste beteiligt sind und entsprechende Tätigkeiten ausführen. Darüberhinausgehende Bereiche des Tourismus und der Freizeitwirtschaft werden in den folgenden Ausführungen, wie oben erklärt, nicht berücksichtigt.

3.3 Die wichtigsten Berufe in Gastronomie und Beherbergung

In Tabelle 3-1 werden die jeweils wichtigsten Berufe in den oben angeführten Subbereichen der Beherbergung und Gastronomie gemäß AMS-Berufslexikon aufgelistet (Stand Juni 2022).

Weitere für diese Berufe relevante Tätigkeitsbereiche sind Catering- und Partyservice-Unternehmen, Event- und Unterhaltungsunternehmen, Dienstleistungsunternehmen für die Betriebsverpflegung sowie Betriebskantinen. MitarbeiterInnen aus Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben finden in diesen Unternehmen zahlreiche Beschäftigungsmöglichkeiten vor.

Im Umkehrschluss beschäftigt die Tourismusbranche aber auch nichtbranchenspezifische Arbeitskräfte und Berufsgruppen. Das betrifft vor allem Verwaltungs- und Administrationsberufe (z. B.

¹⁰² ebda.

¹⁰³ Wie im Kapitel 2 dargestellt ist die WKO-Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in sechs Fachverbände aufgeteilt: Gastronomie, Hotellerie, Gesundheitsbetriebe, Reisebüros, Kino-, Kultur- und Vergnügungsbetriebe sowie Freizeit- und Sportbetriebe.

¹⁰⁴ Ca. 60 % der Beherbergungsbetriebe bieten gastronomisches Angebot an. Quelle: eigene Berechnung nach Auskunft der WKO-Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft auf Basis der WKO-Statistik. WKO (2020): Hotels nach Betriebsarten per 31.12.2020. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/hotels-nach-betriebsarten-2020.html>, zuletzt abgerufen: 15.05.2022

BuchhalterInnen, PersonalverrechnerInnen, EinkäuferInnen usw.), MitarbeiterInnen im Vertrieb (z. B. Sales ManagerIn, Account ManagerIn, VertriebsmanagerIn) sowie SpezialistInnen für Marketing (z. B. Marketing-ManagerIn, Social-Media-ManagerIn). Zunehmend Bedeutung gewinnt die Haus- und Betriebstechnik mit MitarbeiterInnen aus den Bereichen Elektro- und Betriebstechnik, Installations- und Gebäudetechnik sowie handwerkliche AllrounderInnen und in Teilbereichen Sicherheitskräfte.¹⁰⁵

Tabelle 3-1: Berufe in Beherbergung und Gastronomie (alphabetisch)

Küchen- und Servicefachkräfte	Hotelverwaltung, Gaststättenleitung
<ul style="list-style-type: none"> • Barista • BarmixerIn • Catering-ManagerIn • Gastronomiefachmann/-frau* • Hotel- und Restaurantfachmann/-frau* • Koch/Köchin* (<i>Anmerkung auch: Diätisch geschulter Koch/Diätisch geschulte Köchin</i>) • Restaurantfachmann/-frau* • Sommelier/Sommelière • Systemgastronomiefachmann/-frau* 	<ul style="list-style-type: none"> • BankettmanagerIn • BetriebsdienstleisterIn* • DirektionsassistentIn • Food-and-Beverage-ManagerIn • GastgewerbeassistentIn • Hotel- und GastgewerbeassistentIn* • Hotel- und Restaurantfachmann/-frau* • Hotelkaufmann/-frau* • HotelmanagerIn • RestaurantmanagerIn • WirtschafterIn in Gastronomie und Hotellerie
Hotelempfang, Etage	Anlern- und Hilfsberufe ¹
<ul style="list-style-type: none"> • BeschließerIn • ButlerIn • EmpfangsleiterIn • EtagenleiterIn • Host/Hostess • Messehost/Messehostess • PortierIn • RezeptionistIn • Stubenmädchen/-bursch 	<ul style="list-style-type: none"> • BeschließerIn • Buffet- und Schankkraft • Küchengehilfe/-gehilfin • Servierkraft • Stubenmädchen/-bursch

Quelle: AMS-Berufslexikon, eigene Darstellung, Stand Juni 2022

* Lehrberufe

¹ Dieser Subbereich umfasst noch weitere Berufe aus dem Freizeitbereich wie BiletteurIn oder Kinostaffkraft, die aber nicht der Gastronomie und Beherbergung zugerechnet werden können.

Wie in der Tabelle am Beispiel des Lehrberufs Hotel- und Restaurantfachmann/-frau gezeigt werden kann, werden einzelne Berufe im Berufslexikon doppelt den Subbereichen zugeordnet, weil das Qualifikations- und Kompetenzspektrum in diesen Fällen verschiedene Tätigkeitsbereiche umfasst.

3.4 Exkurs: Veränderung der Arbeitswelt durch die Digitalisierung

Die Digitalisierung verändert die Arbeitswelt im Tourismus in allen Bereichen. Das führt sowohl zu einer Veränderung und Weiterentwicklung der Tätigkeiten im Berufsbereich als auch der Anforderungen an TourismusmitarbeiterInnen und BerufseinsteigerInnen. Häufig sind es dabei gar nicht unmittelbar digitale Kompetenzen, die vorrangig wichtiger werden, sondern indirekte Auswirkungen auf soziale und methodische Kompetenzbereiche. Beispielsweise wird in der Hotellerie die umfassende Beratung über

¹⁰⁵ Quellen: Qualitative Recherche auf den Job-Plattformen gastrojobs.at/ hotelcareer.at, rollingpin.at, hogastjob.com

Restaurantempfehlungen oder Ausflugsmöglichkeiten in der Umgebung immer öfter durch Vorrecherche der Gäste ergänzt, was dazu führen kann, dass die Erwartungen an die Kommunikations- und Beratungskompetenz der touristischen Fachkräfte weiter steigen, weil viele Gäste mit mehr Vorwissen in die Gespräche gehen. Diese indirekte Auswirkung der Digitalisierung ist in vielen Tätigkeitsbereichen zu beobachten, in denen in der Beratung von KundInnen und Gästen gearbeitet wird. Neben steigenden Anforderungen an soziale Kompetenzen werden damit unmittelbar digitale Kompetenzen für viele MitarbeiterInnen im gesamten touristischen Bereich zum unverzichtbaren Know-how, sowohl um gegenüber digital affinen Gästen kompetent auftreten zu können als auch um digital weniger affine Gäste jederzeit unterstützen zu können. Dazu zählen der sichere Umgang mit digitalen Tools und Anwendungen, beispielsweise in der digitalen Kommunikation mit Gästen, in der Informationsrecherche, in der Abwicklung von Buchungen und Reservierung, im Umgang mit digitalen Buchungs- und Bewertungsplattformen, der Gestaltung von Inhalten auf Webseite, bis hin zur Nutzung digitaler Tools (Boniersysteme, Handhelds) im Service und zu Themen der Haustechnik (Stichwort Smarthome), wo Anwendungen nicht nur den Gästen erklärt werden müssen, sondern möglicherweise alltägliche Probleme selbstständig zu lösen sind.

Wichtige Anwendungsbereiche digitaler Technologien und Lösungen in Gastronomie und Beherbergung, die entsprechende AnwenderInnenkompetenzen erfordern, sind beispielsweise digitales Bestell- und Warenmanagement für Getränke und Speisen, das sich, ursprünglich aus der Systemgastronomie kommend, zunehmend in weiteren gastronomischen Betrieben durchsetzt. Einige Betriebe in der Beherbergung setzen bereits auf Self-Check-in, die betreut und überprüft werden müssen oder digital unterstütztes Management des Zimmerservices. MitarbeiterInnen, die für den Außenauftritt und die Geschäftsabwicklung des touristischen Betriebs zuständig sind, erleben durch die Digitalisierung eine teils umfassende Erweiterung ihrer Tätigkeitsbereiche. Nun gilt es, zahlreiche Buchungsplattformen zu betreuen, verschiedene Marketing-Kanäle zu bespielen und den Rücklauf der KundInnenkommunikation auf digitalen Plattformen (Stichwort: Online-Bewertungen) und Social-Media-Kanälen zu managen. HaustechnikerInnen kommt aufgrund der zunehmenden Digitalisierung eine stärkere Verantwortung zu. Die Verfügbarkeit von kostenlosem stabilen W-Lan gehört für viele Gäste zum Standardangebot einer Unterkunft. Der laufend steigende Einsatz von digitalen Geräten in immer mehr Bereichen des Betriebes stellt mehr Anforderungen an Know-how und Tätigkeitsbereiche von TechnikerInnen.

Wie Interviews und Diskussionen mit BranchenvertreterInnen in den New Skills Workshops des AMS zeigen, ist die Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* der Digitalisierung gegenüber grundsätzlich positiv eingestellt. Auch die Sorge, die Digitalisierung könne zu Arbeitsplatzverlusten führen, ist im Tourismus wenig verbreitet. Angesichts des verbreiteten Fachkräftebedarfs wird in der Digitalisierung eher eine Chance auf Effizienzgewinne und damit Entlastung der MitarbeiterInnen gesehen. Die Stärke der Branche, so eine Grundaussage, liege in der Dienstleistung durch die Menschen.¹⁰⁶ Diese Dienstleistung, so die Erwartung, könne durch den Einsatz von digitalen Technologien wieder stärker in den Vordergrund rücken und vor allem eine Entlastung von administrativen und bürokratischen Tätigkeiten fördern. „*Inbesondere GastgeberInnen sollen mehr Zeit haben, sich dem Gast persönlich zu widmen.*“, so der Tenor zur Digitalisierungsstrategie für den Österreichischen Tourismus.¹⁰⁷ Zur Veränderung der touristischen Arbeitswelt vergleiche auch Kapitel 6.7.

¹⁰⁶ Bröckl, A., Bliem W.: New Digital Skills (2020): Eine Projektinitiative des AMS. Hrsg.: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation. Wien, S. 85. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_report_147_-_New_Digital_Skills.pdf, zuletzt abgerufen: 15.05.2022

¹⁰⁷ Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft / Wirtschaftskammer Österreich / Österreich Werbung (Hrsg.) (2017): Digitalisierungsstrategie für den Österreichischen Tourismus. Wien, S. 23. Download: https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/OEW_Allgemein/Allgemein/DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE_barrierefrei.pdf, zuletzt abgerufen: 15.05.2022

4 Der touristische Arbeitsmarkt

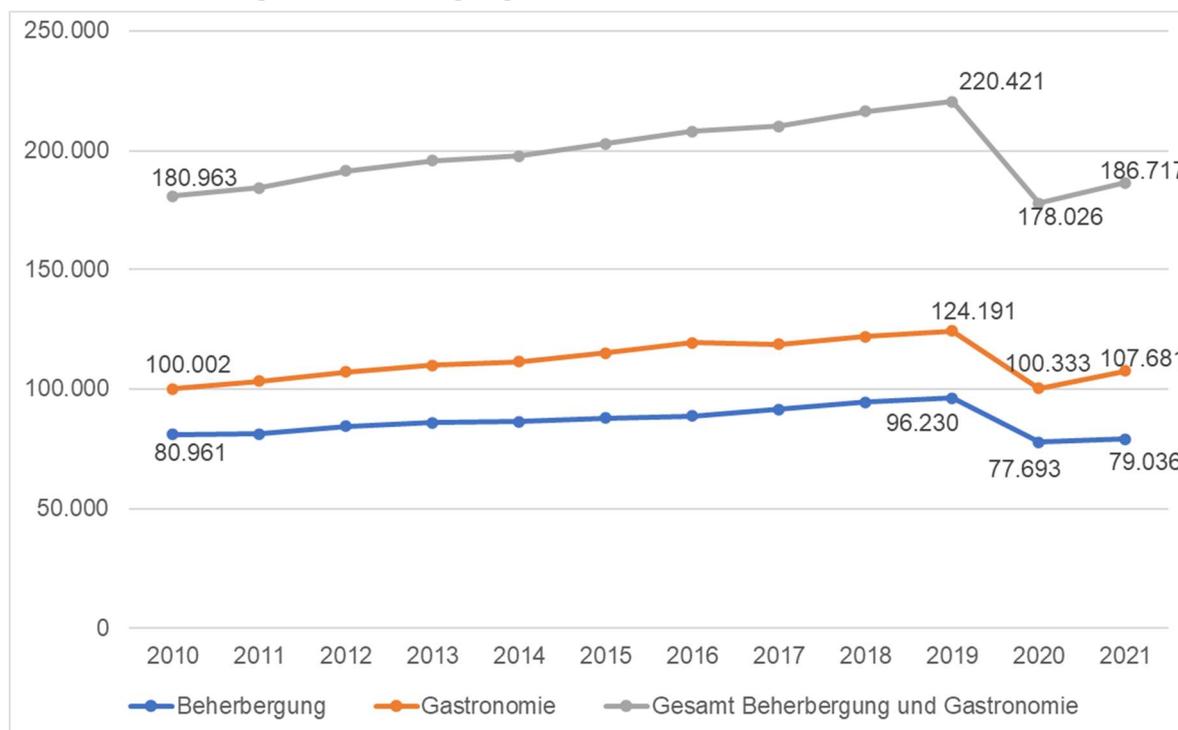
Die Auswertungen und Analysen in diesem Kapitel beziehen sich ausschließlich auf die beiden größten Beschäftigungsbereiche des Tourismus und der Freizeitwirtschaft: Gastronomie und Beherbergung. Einige Grundaussagen zur Beschäftigung in anderen Tourismusbereichen finden sich im Kapitel 2.

Hinweis: Wenn nicht anders angeführt, beziehen sich alle in diesem Kapitel dargestellten statistischen Auswertungen auf eigene Berechnungen auf Basis der Daten aus dem Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit und des Hauptverbands der Sozialversicherungsträger (HVS), kurz amis: https://www.dnet.at/amis/Datenbank/DB_Index.aspx.

4.1 Beschäftigungsstruktur und -entwicklung

Der Anteil der unselbstständig Beschäftigten in der Tourismus- und Beherbergungsbranche¹⁰⁸ an der Gesamtbeschäftigung des österreichischen Arbeitsmarktes liegt im Jahr 2021 bei 4,9 % und hat sich damit im Vergleich zum Letztstand vor Beginn der Coronapandemie im Jahr 2019 von 5,8 % deutlich verringert, gegenüber 2020 mit 4,8 % allerdings bereits wieder leicht erhöht.¹⁰⁹ Aus diesem Rückgang am Gesamtanteil lassen sich die Auswirkungen der coronabedingten Lockdowns in den Jahren 2020 und 2021 ableiten. Wie **Grafik 4-1** verdeutlicht steigt in einer mittelfristigen Betrachtung die Anzahl der Beschäftigten im Tourismus von 180.963 im Jahr 2010 um 21,8 % auf einen vorläufigen Höchststand von 220.421 Beschäftigte im Jahr 2019.

Grafik 4-1: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

¹⁰⁸ Nach der Wirtschaftsklassensystematik ÖNACE 2008.

¹⁰⁹ Die Arbeit mit dem zum Zeitpunkt der Erstellung dieser Analysen (Sommer 2021, Update Mai 2022) aktuell verfügbaren Zahlenmaterial (Jahreszeiträume 2020, 2021) wird durch die außergewöhnlichen Vorkommnisse der Coronakrise und ihren wirtschaftlichen Auswirkungen erschwert. Um mittelfristige Entwicklungen darstellen zu können, wird bis auf das Jahr 2010 zurückgegriffen und immer wieder 2019 als letztes Vorkrisenjahr als Referenz für ein „normales“ Tourismusjahr herangezogen.

Im Coronajahr 2020 sank die Zahl der Beschäftigten unter das Niveau des Jahres 2010. Mit nur rund 178.020 Beschäftigten bedeutete dies einen Beschäftigungsrückgang von -23,4 % im Vergleich zum Jahr 2010 und ein Beschäftigungsminus von -19,2 % im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019. Die Gastronomie war von diesem Rückgang noch etwas stärker betroffen als die Beherbergung, konnte 2021 aber wieder stärker aufholen.

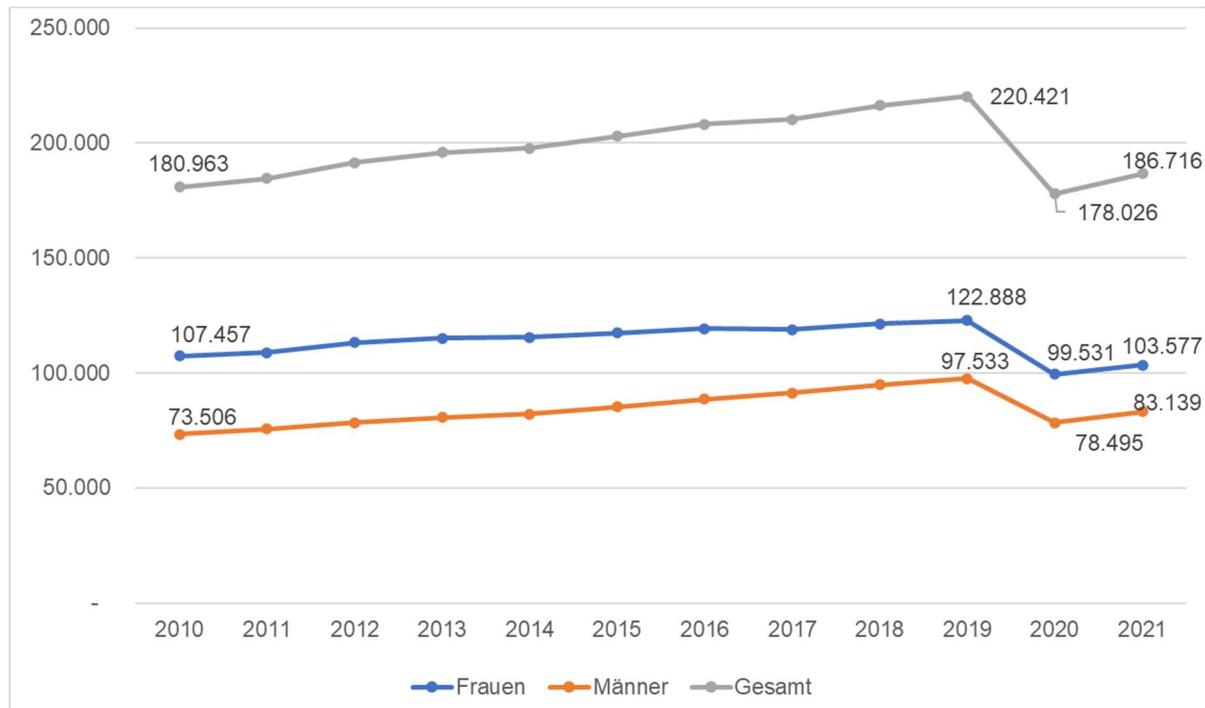
Die Beschäftigten in der Tourismus- und Beherbergungsbranche verteilen sich über die Jahre relativ konstant zu rund 43 % bis 44 % auf die Beherbergung und zu rund 56 % bis 57 % auf Gastronomie. Der Anteil der Gastronomie nimmt dabei in längerfristiger Betrachtung (2010-2021) laufend etwas zu und ist auch 2021 wieder stärker angestiegen als jener in der Beherbergung: Im Vorcoronajahr 2019 waren 43,7 % der Beschäftigten der Branche in der Beherbergung tätig, während der Anteil in der Gastronomie 56,3 % betrug. 2010 lag der Anteil der Gastronomie noch bei 55,3 % und hat 2021 inzwischen 57,7 % erreicht.

In den nachfolgenden Ausführungen werden zur Darstellung der grundsätzlichen Relationen überwiegend Zahlen des Jahres 2019 herangezogen, um eine Betrachtung unabhängig der Einflüsse der Coronakrise zu ermöglichen. Die Auswirkungen der Coronapandemie werden mit Zahlen der Jahre 2020 und 2021 dazu in Relation gesetzt.

4.1.1 Anteil der Männer und Frauen an der Beschäftigung

In der Tourismus- und Beherbergungsbranche arbeiten traditionell mehr Frauen als Männer. Das Verhältnis hat sich allerdings in den letzten zehn Jahren etwas angenähert. Der Anteil der Frauen in der Branche betrug im Jahr 2019 55,8 % (2021: 55,5 %), jener der Männer 44,2 % (2021: 44,5 %).

Grafik 4-2: Beschäftigte Frauen und Männer in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Auch wenn beide Beschäftigungsgruppen seit 2010 einen kontinuierlichen Zuwachs erfahren haben, zeigt sich im längerfristigen Vergleich ein deutlich stärkerer Zuwachs bei den Männern. Während der Anstieg bei den Frauen bis 2019 (Vorkrisenjahr) „nur“ 14,4 % (2010-2019) betrug, war er bei den

Männern mit 32,4 % (2010-2019) in relativer Betrachtung fast doppelt so hoch. In Relation ist der Anteil der beschäftigten Frauen im Zeitraum 2010-2019 von 59,4 % auf 55,8 % gesunken, während jener der Männer von 40,6 % auf 44,1 % gestiegen ist. Während die Absolutzahlen in der Coronakrise bei beiden Geschlechtern deutlich zurückgegangen sind, blieb das Geschlechterverhältnis 2020 und 2021 relativ konstant.

Deutliche Unterschiede in der Geschlechterverteilung zeigen sich bei einer getrennten Betrachtung der beiden Bereiche Gastronomie und Beherbergung. Während in der Beherbergung deutlich mehr Frauen (2019: 39 %) als Männer (2019: 61 %) beschäftigt sind, ist die Verteilung in der Gastronomie beinahe ausgeglichen. Dort waren im Jahr 2019 48,3 % Frauen in Beschäftigung und 51,7 % Männer.

4.1.2 Anteil der geringfügig Beschäftigten

Der Anteil der geringfügig Beschäftigten in der Gastronomie- und Beherbergungsbranche lag im Jahr 2019 bei rund 55.050 Beschäftigten (2021: 41.107), das sind 25,0 % (2021: 22,0 %) aller Beschäftigten in der Branche und somit weitaus mehr als der Anteil der geringfügig Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft, der 2019 bei 9,1 % (2021: 8,5 %) lag. Betrachtet man die Verteilung der geringfügig Beschäftigten nach Geschlecht, zeigt sich, dass geringfügig Beschäftigte 2019 sowohl in der Gesamtbeschäftigung als auch im Tourismus deutlich häufiger weiblich waren als männlich. 61,9 % aller geringfügig Beschäftigten in der Gesamtwirtschaft waren 2019 weiblich, 38,1 % männlich. Im Tourismus betrug die Relation 64,8 % weiblich zu 35,2 % männlich. Diese Relationen haben sich in der Pandemie in der Gesamtwirtschaft und in der Gastronomie und Beherbergung etwas verschoben. Der Anteil der Männer an den geringfügig Beschäftigten ist 2021 gesamtwirtschaftlich auf 39,4 % und in der Gastronomie und Beherbergung auf 39,6 % gestiegen.

Betrachtet man Gastronomie und Beherbergung getrennt, zeigt sich, dass ein Großteil der geringfügig Beschäftigten (80,2 %) 2019 in der Gastronomie tätig war. Dieser Wert ist in den Coronajahren relativ konstant geblieben und betrug 2021 79,5 %.

Der Anteil der AusländerInnen in geringfügiger Beschäftigung ist gesamtwirtschaftliche im Zeitraum von 2010-2019 von 15,7 % auf 24,5 % gestiegen und hat sich in den Coronajahren nochmals etwas erhöht (2021: 25,2 %). Das bedeutet, dass 2021 über 25 % aller in Österreich beschäftigten AusländerInnen geringfügig beschäftigt waren. Auch hier sind Frauen mit 59,4 % im Jahr 2019 (2021: 58,8 %) deutlich überrepräsentiert. Bemerkenswert ist, dass sich der Anteil der AusländerInnen in geringfügiger Beschäftigung in der Gastronomie und Beherbergungsbranche gegenläufig entwickelt hat und im Zeitraum 2010 bis 2019 von 18,0 % auf 16,5 % (2021: 13,6 %) gesunken ist. Somit waren 2019 16,5 % aller AusländerInnen, die in der Gastronomie und Beherbergung tätig waren, in einem geringfügigen Beschäftigungsverhältnis. Dieser Wert liegt damit deutlich unter dem Vergleichswert (2021: 24,5 %) in der Gesamtbeschäftigung. Der weitere Rückgang des Anteils 2021 könnte ursächlich auf die coronabedingt erschwerte Mobilität ausländischer MitarbeiterInnen zurückzuführen sein.

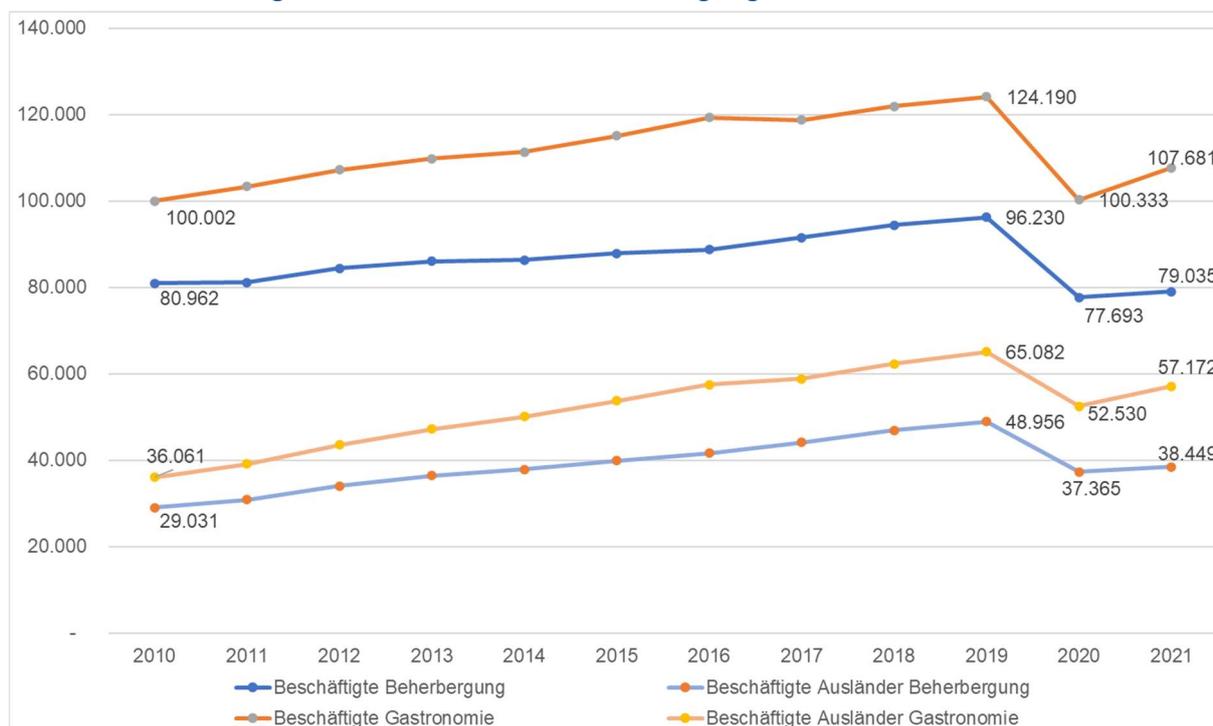
Obwohl ausländische Beschäftigte im Vergleich mit der Gesamtwirtschaft in der Gastronomie und Beherbergung durchschnittlich seltener geringfügig beschäftigt werden, ist dennoch die weit überwiegende Mehrheit der geringfügig Beschäftigten in dieser Branche ausländischer Herkunft. So kamen 2019 65,9 % (2021: 62,1 %) aller geringfügigen Beschäftigten in Gastronomie und Beherbergung aus dem Ausland, auch wenn dieser Wert seit 2010 (75,9 %) deutlich gesunken ist. Dass im selben Zeitraum die Ausländerbeschäftigung in Gastronomie und Beherbergung von 36,0 % auf 51,7 % (2021: 52,1 %) gestiegen ist (siehe Kapitel 4.1.3), lässt allerdings den Schluss zu, dass im längerfristigen Vergleich mehr AusländerInnen über der Geringfügigkeitsgrenze beschäftigt werden.

4.1.3 Anteil der Beschäftigten aus dem Ausland

Der Anteil der Beschäftigten aus dem Ausland ist im längerfristigen Vergleich der Jahre 2010 bis 2019 sowohl in der Gesamtwirtschaft als auch in der Gastronomie und Beherbergungsbranche gestiegen. Allerdings ist der Anteil von ausländischen Beschäftigten in Gastronomie und Beherbergung im Jahr 2019 mit 51,7 % (2021: 52,1 %) mehr als doppelt so hoch als in der Gesamtwirtschaft mit 21,1 % (2021: 22,1 %). Ebenso ist die Dynamik des Anstiegs der ausländischen Arbeitskräfte stärker als jene in der Gesamtwirtschaft. Diese verzeichnet einen Anstieg des Beschäftigungsanteils von ausländischen Arbeitskräften von 13,4 % im Jahr 2010 auf 21,1 % im Jahr 2019 (2021: 22,1 %). In der Beherbergung und Gastronomie stieg der Anteil ausländischer Arbeitskräfte von 36,0 % im Jahr 2010 auf 51,7 % im Jahr 2019 (2021: 51,2 %).

Ein Blick auf die mittelfristige Entwicklung und mögliche Unterschiede in der Ausländerbeschäftigung zwischen den Bereichen Beherbergung und Gastronomie zeigt (vgl. Grafik 4-3), dass beide Branchen im Jahr 2010 prozentuell ähnliche hohe Anteile an ausländischen Beschäftigten hatten (Beherbergung: Ausländer 35,9 % - Gastronomie: Ausländer 36,1 %). Seither ist der Anteil der ausländischen Beschäftigten in der Gastronomie etwas stärker gewachsen als in der Beherbergung. Der ohnehin beschäftigungsstärkere Bereich Gastronomie zeigt im Jahr 2019 einen Anteil an ausländischen ArbeitnehmerInnen in der Höhe von 52,4 % (2021: 53,1 %) oder 65.082 Beschäftigten (2021: 57.172) im Vergleich zur Beherbergung mit einem Anteil von 50,9 % im Jahr 2019 (2021: 48,6 %) oder 48.956 beschäftigten ausländischen MitarbeiterInnen (2021: 38.449).

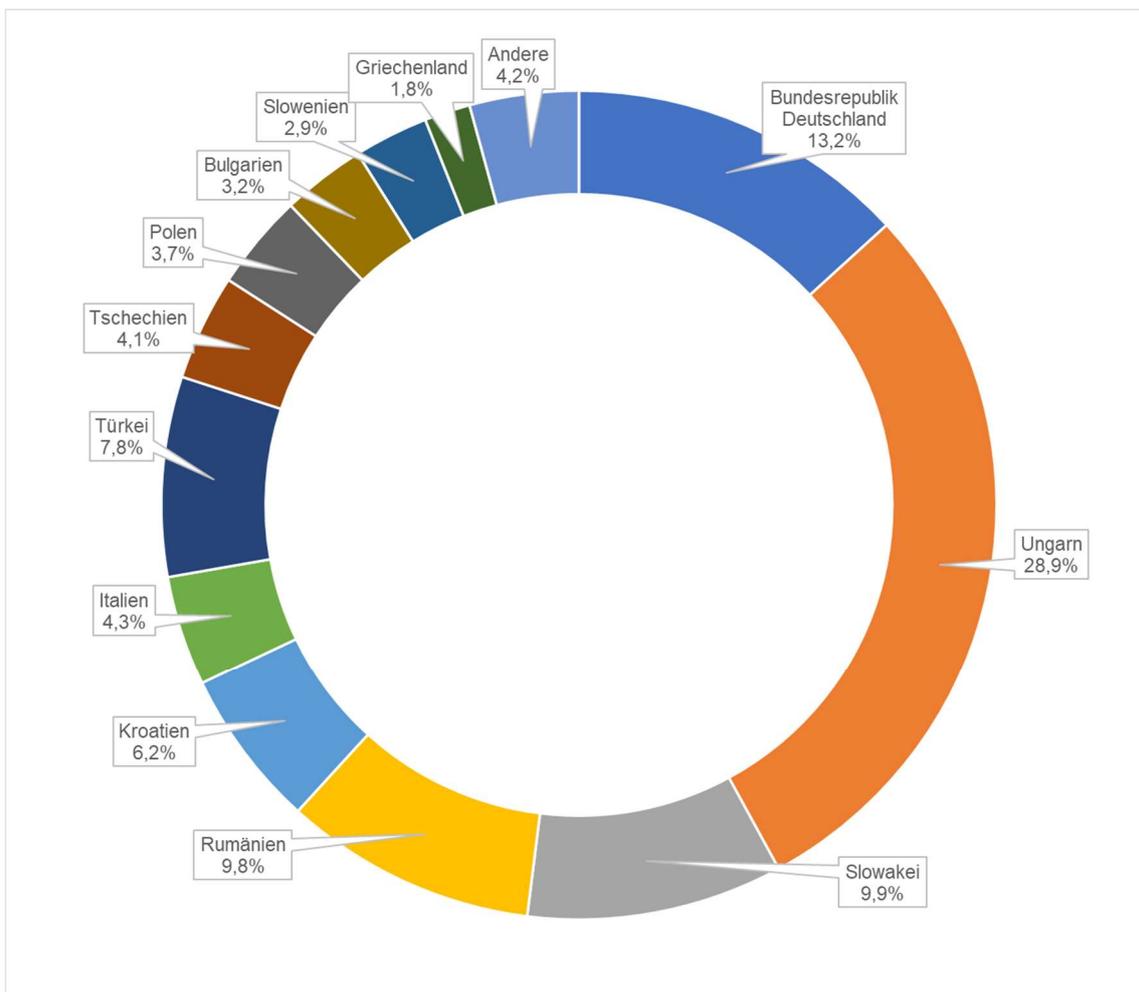
Grafik 4-3: Beschäftigte aus dem Ausland in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Ein Blick auf die Herkunft der ausländischen ArbeitnehmerInnen (vgl. Grafik 4-4) in der Beherbergung und Gastronomie zeigt, dass die größte Gruppe unter den AusländerInnen mit einem Anteil von 28,9 % im Jahr 2019 aus Ungarn stammt. Mit einigem Abstand folgen ArbeitnehmerInnen aus Deutschland, die 2019 13,2 % der ausländischen ArbeitnehmerInnen stellten, gefolgt von MitarbeiterInnen aus der Slowakei mit einem Anteil von 9,9 %.

Grafik 4-4: Beschäftigte aus dem Ausland in Beherbergung und Gastronomie, nach Herkunftsländern 2019



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Im mittelfristigen Vergleich der Jahre 2010-2019 ist zu beobachten, dass sich die Herkunft der ausländischen ArbeitnehmerInnen seit 2010 verändert hat. Waren Arbeitskräfte aus Deutschland im Jahr 2010 mit 30,6 % noch die größte Gruppe der ausländische ArbeitnehmerInnen, ist ihr Anteil im Jahr 2019 auf 13,2 % gesunken. Gleichzeitig haben sich die Anteile der ArbeitnehmerInnen aus Ungarn mit 28,9 % im Jahr 2019 im Vergleich zum Anteil von 16 % im Jahr 2010 deutlich erhöht. Ebenfalls gestiegen sind die Anteile der ArbeitnehmerInnen aus der Slowakei von 6,7 % im Jahr 2010 auf 9,9 % im Jahr 2019, Rumänien von 5,9 % 2010 auf 8,8 % im Jahr 2019 und Kroatien von 5,4 % im Jahr 2010 auf 6,2 % im Jahr 2019.

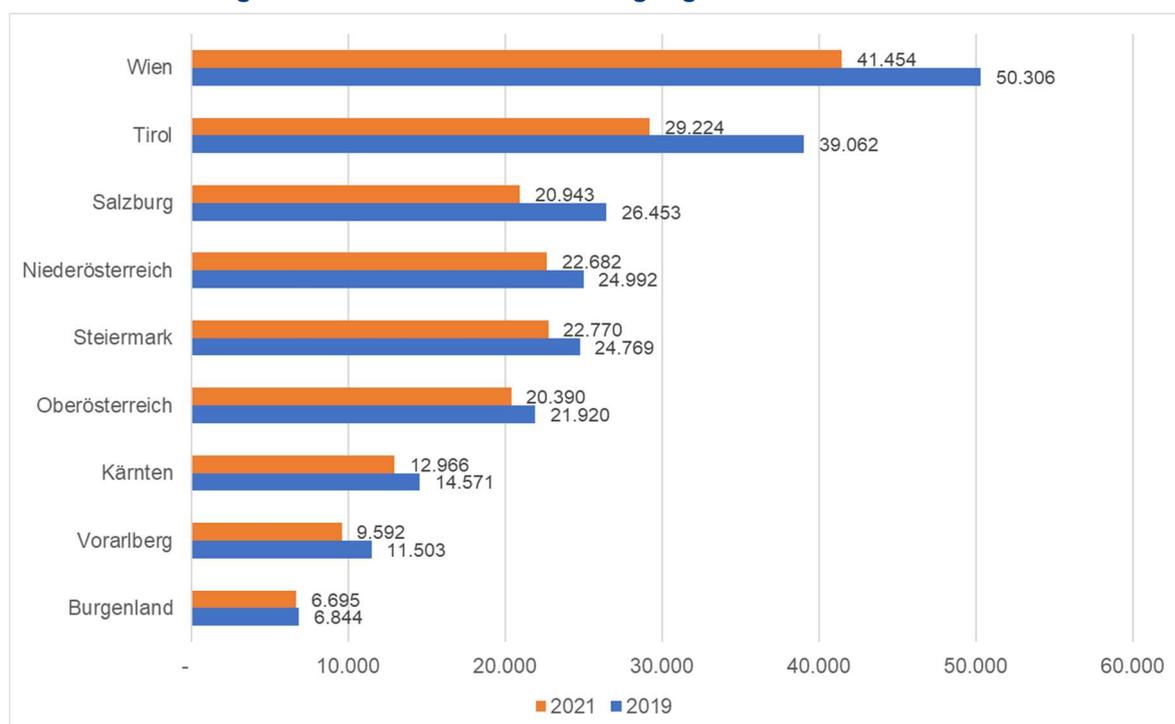
Betrachtet man die Verteilung der Herkunftsländer ausländischer MitarbeiterInnen auf die einzelnen Bundesländer, zeigen sich einige deutliche Unterschiede, die vor allem auf regionale Naheverhältnisse zurückzuführen sind. Während die westlichen Bundesländer aufgrund ihrer Bedeutung für den Tourismus (vgl. Kapitel 2) grundsätzlich für alle Herkunftsländer eine große Bedeutung haben, sind besonders deutsche MitarbeiterInnen in Westösterreich überrepräsentiert (64 % in den Bundesländern Vorarlberg, Tirol und Salzburg im Jahr 2019) und haben in Niederösterreich (3,0 %) und im Burgenland (0,8 %) eine deutlich untergeordnete Bedeutung. Wien ist besonders für rumänische (22,1 %) und slowakische MitarbeiterInnen (21,2 %) besonders interessant, während das Burgenland und Niederösterreich für ungarische (BGLD 13,3 % / NÖ 11,0 %) und ebenfalls slowakische (BGLD 3,9 % / NÖ 17,6 %) Arbeitskräfte im Tourismus überdurchschnittliche Relevanz hat. Auffällig ist, dass in den Coronajahren 2020 und 2021 der Anteil dieser Bundesländer an den Beschäftigten aus den östlichen

Nachbarländern nochmals deutlich gestiegen ist. Eine starke regionale Nähe ist auch bei den slowenischen MitarbeiterInnen festzustellen, die 2019 zu 46,8 % in der Steiermark und zu 23,2 % in Kärnten Beschäftigung fanden.

4.1.4 Verteilung der Beschäftigten nach Bundesländern

Ein zentraler Aspekt in der Tourismusbeschäftigung ist die Verteilung der Beschäftigten in der Beherbergung und Gastronomie auf die jeweiligen Bundesländer. In absoluten Zahlen weisen im Jahr 2019 die Bundesländer Wien mit rund 50.300, Tirol mit rund 39.060 und Salzburg mit rund 26.450 Beschäftigten die größten Anteile auf (vgl. Grafik 4-5).

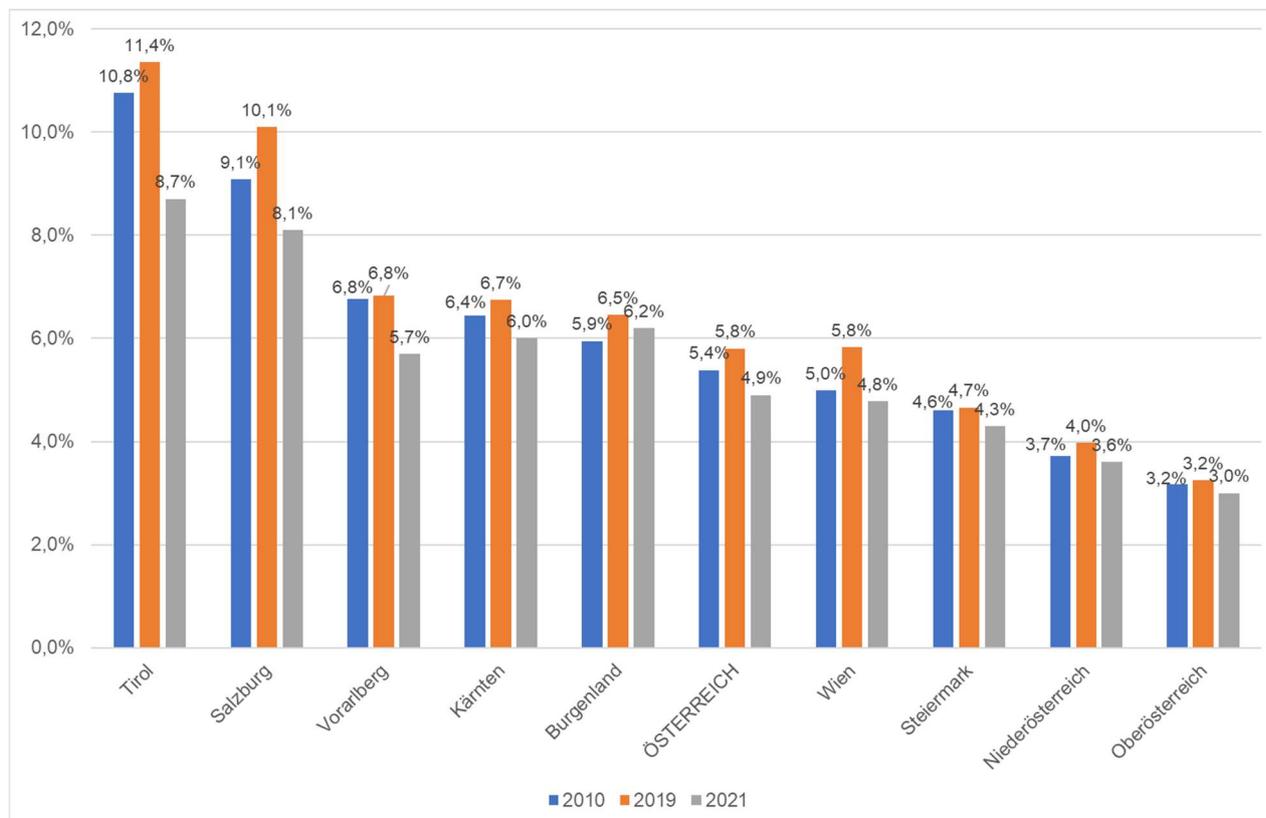
Grafik 4-5: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2019 und 2021 nach Bundesland – Reihung nach den höchsten Beschäftigungszahlen im Jahr 2019



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Für die Rolle der Beherbergung und Gastronomie im gesamtwirtschaftlichen Kontext der Bundesländer bzw. die Bedeutung für den regionalen Arbeitsmarkt ist ein Blick auf die Anteile der Beschäftigten der Beherbergung und Gastronomie an der Gesamtbeschäftigung des jeweiligen Bundeslandes aussagekräftiger als Absolutzahlen. Dieser zeigt deutlich ein West-Ost-Gefälle (vgl. Grafik 4-6) in dem Sinne, dass im Jahr 2019 der Anteil der Beschäftigten in Gastronomie und Beherbergung an der Gesamtbeschäftigung des Bundeslandes in den westlichen Bundesländern Tirol (11,4 %) und Salzburg (10,1 %) mit Abstand am höchsten ist. Bei einem bundesweiten Durchschnitt von 5,8 % an der Gesamtbeschäftigung bedeutet dies einen fast doppelt so hohen Anteil in diesen Bundesländern und verdeutlicht die große Bedeutung des Sektors für die Beschäftigung in diesen Bundesländern. Die Bundesländer Oberösterreich (3,2 %) und Niederösterreich (4,0 %) sind hier Schlusslichter und weisen die geringsten Anteile der Beschäftigten in Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben im Vergleich zur Gesamtbeschäftigung auf. Wien liegt 2019 mit einem Anteil von 5,8 % genau im Bundesdurchschnitt, hat aber in Absolutzahlen den höchsten Anteil an Beschäftigten im Bereich Gastronomie und Beherbergung (vgl. Grafik 4-5).

Grafik 4-6: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2010, 2019 und 2021 nach Bundesland in %-Anteilen an den Gesamtbeschäftigten – Reihung nach den höchsten Beschäftigungszahlen im Jahr 2019

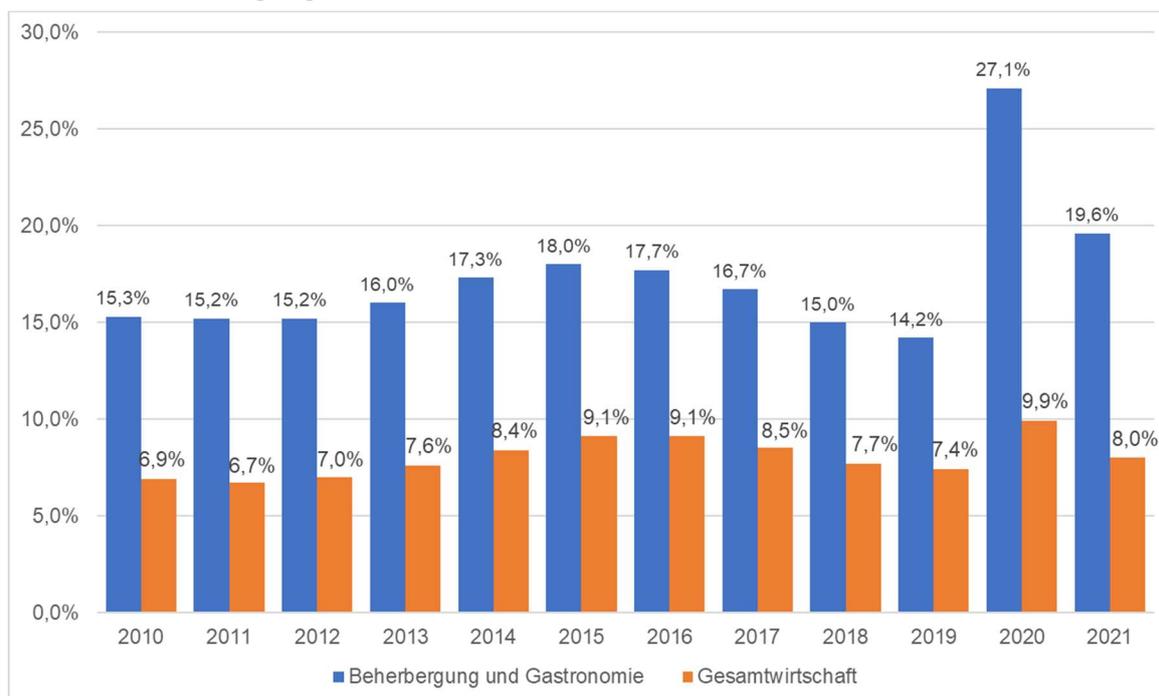


Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Ein Blick auf die Anteile ausländischer MitarbeiterInnen auf den Arbeitsmärkten der Tourismus- und Beherbergungsbranche in den jeweiligen Bundesländern zeigt den höchsten Anteil im Burgenland mit 59,8 % im Jahr 2019 (2021: 61,1 %), gefolgt von Wien mit 59,0 % (2021: 59,6 %). Bei den westlichen Bundesländern verzeichnen Vorarlberg mit 58,5 % (2021: 56,9 %) und Tirol mit 57,3 % (2021: 54,9 %) die höchsten Beschäftigungsanteile ausländischer MitarbeiterInnen. Den geringsten Anteil weist das Bundesland Kärnten mit 38,0 % (2021: 39,9 %) aus. Zum Vergleich: der durchschnittliche Anteil von ausländischen Arbeitskräften an der Gesamtbeschäftigung lag 2019 wie oben angeführt bei 21,1 % (2021: 22,1 %).

4.1.5 Arbeitslosigkeit

Die Arbeitslosigkeit in der Gastronomie und Beherbergung ist traditionell höher als in der Gesamtwirtschaft, obwohl sie in den letzten Jahren (bis vor der Coronakrise) stetig abgenommen hat. Wie Grafik 4-7 verdeutlicht, wurde der höchste Stand der branchenspezifischen Arbeitslosenquote in den letzten 10 Jahren 2015 mit 18 % verzeichnet und sank in den Folgejahren kontinuierlich. 2019 war dieser Wert bereits auf 14,2 % gesunken, bevor er in der Coronapandemie 2020 auf 27,1 % anstieg. Bereits 2021 zeichnet sich aber wieder eine deutliche Erholung ab.

Grafik 4-7: Arbeitslosenquote 2010 bis 2021 in der Gesamtwirtschaft sowie in der Beherbergung und Gastronomie in %

Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Frauen sind im Tourismus stärker von Arbeitslosigkeit betroffen als Männer. Waren 2019 15.693 Männer aus dem Wirtschaftsbereich Beherbergung und Gastronomie ohne Arbeit, waren es im selben Zeitraum rund 20.810 Frauen. Das bedeutet: 57 % der Arbeitslosen waren Frauen und 43 % Männer. Auch im längerfristigen Vergleich der Jahre 2010 bis 2019/2021 zeigt sich diese Ungleichheit, obwohl bereits kleine Angleichungen stattgefunden haben. 2010 betrug der Anteil der arbeitslosen Frauen an der Gesamtzahl der Arbeitslosen noch 61 %. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Beschäftigtenanteil im Bereich Gastronomie und Beherbergung mit rund 56 % (2019) bei den Frauen über dem der Männer liegt (vgl. 4.1.1).

Der Blick auf die Entwicklung der Ausbildungsniveaus der Arbeitslosen in Beherbergung und Gastronomie im längerfristigen Vergleich der Jahre 2010-2019 zeigt, dass die Anteile der Arbeitslosen ohne Schulabschluss bzw. mit „nur“ Pflichtschulabschluss zwar absolut gestiegen sind, relativ als Anteil an den Gesamt arbeitslosen in Beherbergung und Gastronomie mit 6 % (2019) bei den Personen ohne Schulabschluss und 43,9 % (2019) bei Personen mit Pflichtschulabschluss im Vergleich zum Jahr 2010 (6 % bzw. 44,9 %) relativ konstant geblieben ist. Nach wie vor ist im Jahr 2019 der Anteil der Arbeitslosen, die lediglich einen Pflichtschulabschluss vorweisen, mit 43,9 % am größten (2021: 43,2 %), gefolgt von 29,8 % arbeitslose Personen mit einem Lehrabschluss (2021: 30,0 %). Vergleichsweise wenige Arbeitslose, nämlich 3,9 % (2021: 4,0 %) gab es 2019 bei Personen mit einer akademischen Ausbildung. Ihr Anteil ist jedoch seit dem Jahr 2010 von 1,4 % auf 3,9 % gestiegen.

Diese Werte müssen immer in Relation zum Anteil der Beschäftigten im Bereich interpretiert werden (siehe die Ausführungen im nächsten Kapitel).

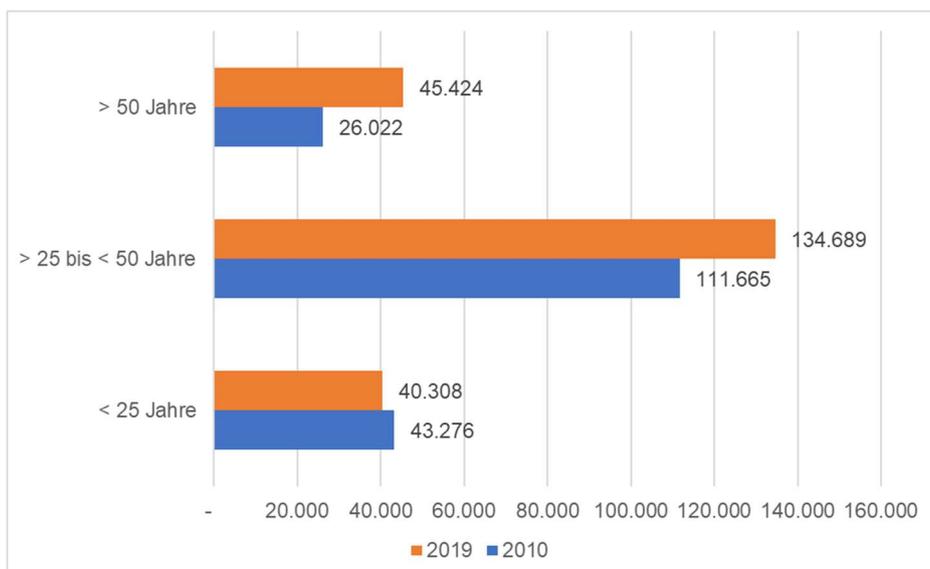
4.1.6 Demografie und Ausbildungsniveaus der Beschäftigten

Der größte Teil der Beschäftigten im Gastronomie- und Beherbergungsbereich, nämlich 61,1 %, ist im Jahr 2019 zwischen 25 und 50 Jahre alt (2021: 60,4 %). Dies entspricht auch der größten Altersgruppe

in der Beschäftigung der Gesamtwirtschaft (2019: 60,1 %). Mit Blick auf die längerfristige Entwicklung der Jahre 2010-2019/2021 zeigt sich allerdings, dass in diesem Zeitraum der Anteil der jüngeren ArbeitnehmerInnen (unter 25 Jahre) deutlich zurückgegangen und der Anteil der älteren ArbeitnehmerInnen (über 50 Jahre) entsprechend gestiegen ist. Waren 2010 mit 23,9 % noch fast ein Viertel der MitarbeiterInnen unter 25 Jahren, sind es 2019 nur noch 18,3 % (2021: 16,7 %). Der Anteil älterer ist im selben Zeitraum von 14,4 % (2010) auf 20,6 % (2019 bzw. 22,9 % 2021) gestiegen.

Besonders deutlich zeigt sich diese Entwicklung bei der Altersgruppe der unter 19-jährigen, also jenen ArbeitnehmerInnen, die gerade erst in die Branche einsteigen, meist nach Abschluss einer einschlägigen Lehrausbildung oder Schule. Ihr Anteil hat sich von 9,7 % im Jahr 2010 auf 4,7 % im Jahr 2019 (2021: 5,8 %) um rund die Hälfte reduziert. Neben der demografischen Entwicklung sind die Ursachen für diese Verschiebung insbesondere in strukturellen Herausforderungen der Gastronomie und Beherbergung zu suchen. Die Demografie trägt aber jedenfalls einen erheblichen Anteil an dieser Veränderung, die sich auch auf dem gesamtwirtschaftlichen Arbeitsmarkt widerspiegelt, allerdings weniger drastisch als im Gastronomie- und Beherbergungsbereich. Hier sind die Beschäftigungszahlen jüngerer ArbeitnehmerInnen ebenso rückläufig, und zwar von 14,5 % im Jahr 2010 auf 11,8 % im Jahr 2019 (2021: 11,4 %).

Grafik 4-8: Beschäftigte in der Beherbergung und Gastronomie nach Altersgruppen 2010 und 2019 in Zahlen



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Ein Blick auf die verschiedenen Ausbildungsniveaus der Beschäftigten der Gastronomie und Beherbergung zeigt beim längerfristigen Vergleich der Jahre 2010 bis 2019 bzw. 2021 eine deutliche Tendenz in Richtung höherer Qualifikationsniveaus. Hatten 2010 noch 26,9 % der Beschäftigten in der Beherbergung und 28,8 % in der Gastronomie keinen höheren Abschluss als Pflichtschule, sanken diese Werte bis zum Jahr 2019 in der Beherbergung auf 19,4 % (2021: 19,0 %) und in der Gastronomie auf 25,5 % (2021: 27,9 %). Auffällig ist, dass der Wert in der Gastronomie in den Coronajahren wieder auf 27,9 % gestiegen ist, was möglicherweise mit den zunehmenden Problemen in der Fachkräfterekrutierung zusammenhängen könnte.

Noch deutlicher wird diese Entwicklung bei der größten MitarbeiterInnengruppe, jener mit Lehrabschluss: Im Jahr 2010 belief sich der Anteil der MitarbeiterInnen mit Lehrabschluss in der Beherbergung auf 37,2 % und in der Gastronomie auf 41,7 %. Während der Anteil in der Beherbergung bis 2019 auf 35,4 % zurückging und dann im Jahr 2021 weiter auf 33,6 %, fiel er im selben Zeitraum in

der Gastronomie auf 36,7 % (2021: 34,4 %). In Tabelle 4-1 wird die Entwicklung der Beschäftigten nach Qualifikationsniveau in einem mehrjährigen Vergleich zusammengefasst.

Tabelle 4-1: Erwerbstätige in Gastronomie und Beherbergung nach höchster abgeschlossener Ausbildung, 2010 bis 2021, gerundet*

Qualifikationsniveau	Erwerbstätige						
	2010	2015	2019	2020	2021	Veränd. 2010 - 2019 in %	Veränd. 2019 - 2021 in %
Maximal Pflichtschule	69.200	55.200	62.800	50.200	53.900	-9,2 %	-14,2 %
Lehrabschluss	98.700	91.500	97.400	78.100	73.900	-1,3 %	-24,1 %
Berufsbildende Mittlere Schule	31.500	32.300	32.200	27.700	23.600	2,2 %	-26,7 %
Höhere Schule	36.100	42.100	53.700	50.200	47.000	48,8 %	-12,5 %
Universität / Fachhochschule	10.500	17.600	22.700	21.100	17.900	116,2 %	-21,1 %
GESAMT	246.000	238.700	268.800	224.400	216.300	9,3 %	-19,5 %

Quelle: Statistik Austria, Mikrozensus, StatCube-Abfrage, Juni 2022

* Diese Auswertung bezieht sich auf Mikrozensusdaten der Statistik Austria und schließt alle Erwerbstätigen ein. Die Daten sind daher nicht mit den anderen Auswertungen vergleichbar, die auf Daten des Arbeitsmarktinformationssystems amis beruhen.

Wie aus der Tabelle ersichtlich, gewinnen Ausbildungen in höheren Schulen zunehmend an Bedeutung für die Branchen. Der Anteil der ArbeitnehmerInnen mit einem Abschluss einer höheren Schule ist in der Beherbergung und Gastronomie von 14,7 % im Jahr 2010 auf 20,0 % im Jahr 2019 gestiegen (2021: 22,1 %), wobei die Anstiege sowohl in der Beherbergung als auch in der Gastronomie in etwa im gleichen Ausmaß zu beobachten sind. Qualifikationen von Universitäten und Fachhochschulen gewinnen – in Absolutzahlen allerdings auf niedrigerem Niveau – immer mehr an Bedeutung. Deren Anteil hat sich von 4,3 % im Jahr 2010 auf 8,4 % im Jahr 2019 (2021: 8,3 %) verdoppelt, wobei der absolute Anstieg deutlich über 100 % liegt. Zwischen 2019 und 2021 sind in allen Bereichen coronabedingt deutliche Rückgänge zu verzeichnen.¹¹⁰

Dennoch sind MitarbeiterInnen mit geringen Qualifikationen in vielen Bereichen der Branchen weiterhin gefragt. Dies betrifft vor allem Hilfskräfte im Bereich Küche (Küchenhilfe, AbwäscherIn) und Etagenkräfte. Aber auch im Service, werden laut ExpertInnen häufig geringqualifizierte Anlernkräfte als Commis de Rang oder Food Runner eingesetzt.

4.2 Faktor Saisonarbeit

Der Arbeitsmarkt im Tourismus ist stark von Saisonarbeit geprägt. Laut eines Berichts des Rechnungshofes zum Fachkräftemangel in der Tourismusbranche waren „im Jahr 2016 österreichweit weniger als die Hälfte (rd. 46 %) der im Tourismus Berufstätigen durchgehend über ein Jahr beschäftigt.“¹¹¹ Etwa ein Viertel davon hatte im Jahr 2017 eine Einstellzusage, d. h. können als Saisonarbeitskräfte gewertet werden.¹¹² Auswertungen des AMS zur Saisonarbeit im Tourismus zeigen

¹¹⁰ Gesamtes Zahlenmaterial zum Thema Ausbildungsniveaus: Statistik Austria - Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung Jahresdaten (NQS) Höchste abgeschlossene Schulbildung - nationale Gliederung (Ebene +1), Erwerbsstatus (ILO), ÖNACE 2008 Wirtschaftsabschnitt (1-Steller)

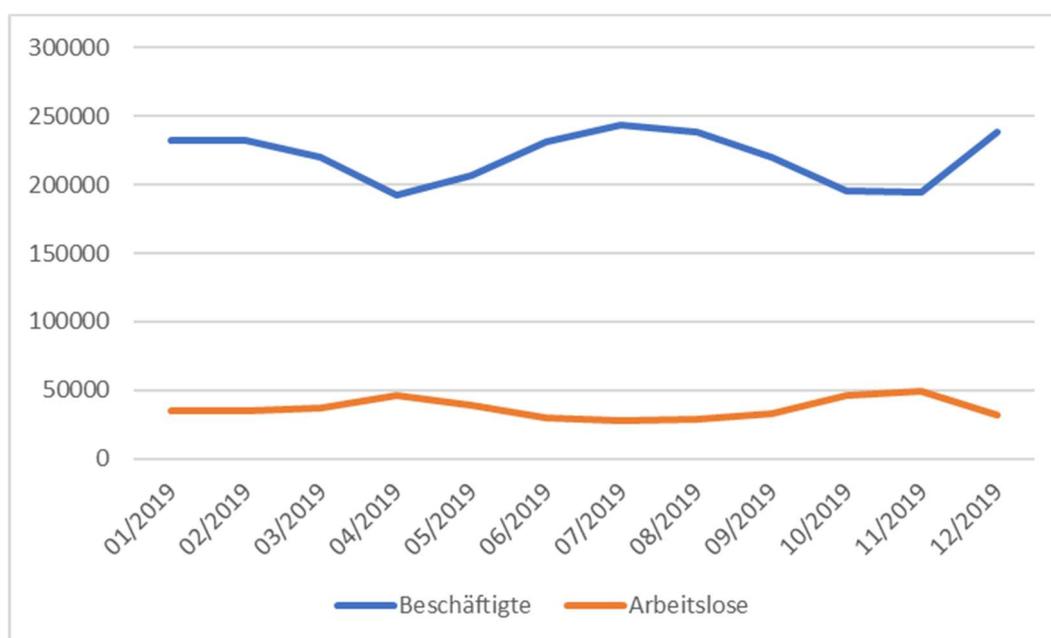
¹¹¹ Rechnungshof Österreich (Hrsg.) (2020): Bedarf an Fachkräften im Tourismus. Bericht des Rechnungshofes. Anhang 2. Wien, Dezember 2020, S. 54. Download: https://www.rechnungshof.gv.at/rh/home/home_1/home_2/Anhang_2_Bedarf_an_Fachkraeften_im_Tourismu_s.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹¹² ebda.

den hohen Anteil an Saisonarbeitskräften. Darunter werden jene Arbeitskräfte verstanden, die „typischerweise nur vorübergehend arbeitslos“ sind und „anschließend – zu Beginn der neuen Saison – wieder eingestellt“ werden. „Dies zeigt sich in einem hohen Anteil der Arbeitslosen im Tourismus mit einer Einstellzusage.“¹¹³

Aufgrund der saisonalen Wechsel ist die Zahl der Beschäftigten und arbeitslos gemeldeten Personen teils starken und regelmäßigen Schwankungen unterworfen.¹¹⁴ Auf Basis einer monatlichen Auswertung für das Jahr 2019¹¹⁵ (vgl. Grafik 4-9) zeigt sich für Gesamtösterreich, dass die Beschäftigung in der Regel in den Monaten April und November sinkt und die Arbeitslosigkeit steigt.

Grafik 4-9: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten – Gesamt



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Diese Entwicklung ist jedoch nur von kurzer Dauer und entwickelt sich in einem Umkehrschluss zu einem Anstieg der Beschäftigung in den Sommer- und Wintermonaten (Hochsaison) bei gleichzeitigem Rückgang der Arbeitslosenzahlen. Hier wirkt der große Anteil der Arbeitssuchenden mit einer Einstellzusage.¹¹⁶ In Grafik 4-10 wird dieser Zusammenhang nochmals für Beherbergung sowie

¹¹³ „Dieser lag bspw. Ende November 2016 bei 41 % und Ende April 2017 bei 38 % (gesamt Ende April 2017: 12 %).“ AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (2017): Tourismus: typische Saisonspitze der Beschäftigung im Sommer. AMS Spezialthema Juli 2017, Wien, S. 2 Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/001_spezialthema_07-2017.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

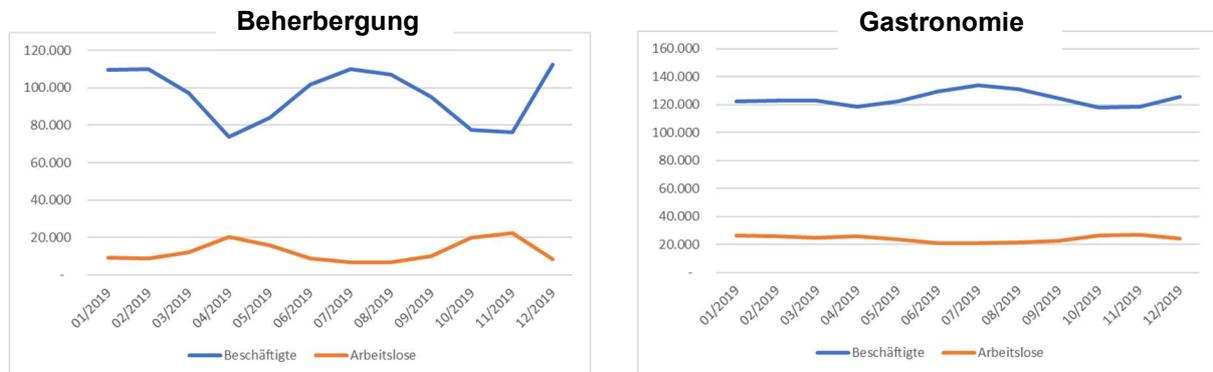
¹¹⁴ AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (2015): Tourismus: typische Saisonspitze der Arbeitslosigkeit im April. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt April 2015. Wien. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/spezialthema_aktuell_Tourismus_typische_Saisonspitze_der_Arbeitslosigkeit-April-2015.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹¹⁵ Für diese Auswertung wird das Jahr 2019 als Referenzjahr herangezogen, um eine Gesamtjahresvergleich ohne die verzerrenden Einflüsse von Coronamaßnahmen zu ermöglichen.

¹¹⁶ AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (2017): Tourismus: typische Saisonspitze der Beschäftigung im Sommer. AMS Spezialthema Juli 2017, Wien, S. 2 Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/001_spezialthema_07-2017.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

Gastronomie getrennt abgebildet. Dabei zeigt sich, dass die saisonalen Schwankungen der Gastronomie deutlich flacher verlaufen als in der Beherbergung.

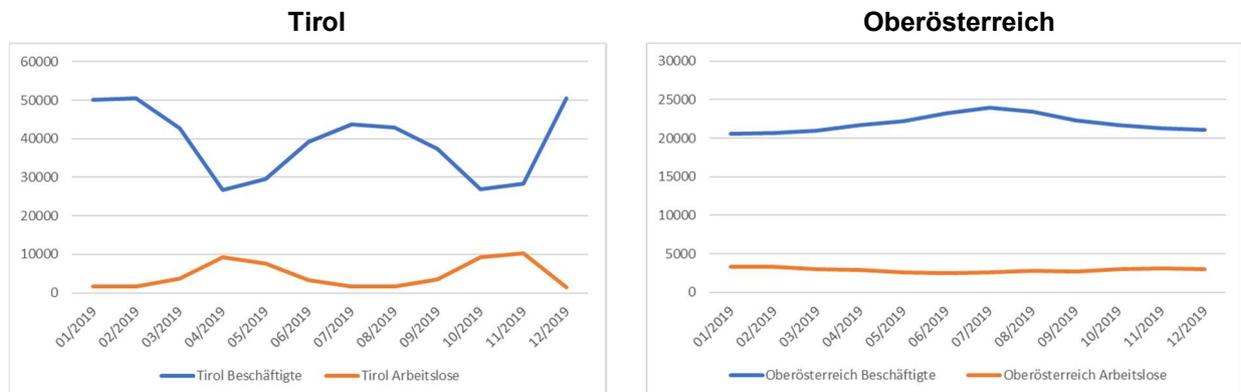
Grafik 4-10: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten – nach Teilbereichen



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Bei den Saisonspitzen und -tiefen zeigen sich erwartungsgemäß große Unterschiede zwischen den Bundesländern. Während die westlichen Bundesländer, wie etwa Tirol, erhebliche Saisonspitzen und -tiefen bei den Beschäftigten und Arbeitssuchenden im Tourismus verzeichnen, zeigen östliche Bundesländer z. B. Oberösterreich, mit weniger stark ausgeprägten touristischem Arbeits- und Wirtschaftsmarkt wenig ausgeprägte Schwankungen (vgl. Grafik 4-11).

Grafik 4-11: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten in Tirol und Oberösterreich



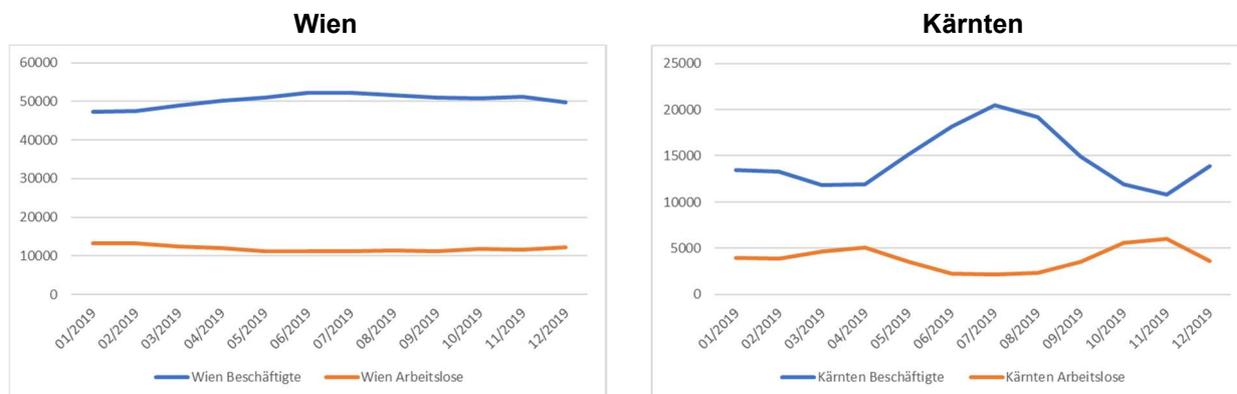
Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Die unterschiedlichen Ausprägungen je nach Bundesland spiegeln sich überdies in der Dauer und im Wechsel der Beschäftigungsverhältnisse wider. Im Jahr 2019 weisen in den beiden Bereichen Jahresdurchschnittsbestand unselbständiger Beschäftigungsverhältnisse und Dauer der Beschäftigungsverhältnisse die Bundesländer Tirol, Salzburg und Kärnten die höchsten Werte auf. „Diese Länder sind vom Tourismus saisonal geprägt, so dass typischerweise ein Beschäftigungsverhältnis im Jahresverlauf mehrmals besetzt wird.“¹¹⁷ so die AMS Analyse zum Arbeitsmarkt 2019.

¹¹⁷ Arbeitsmarktservice Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2020): Arbeitsmarktlage 2019, Wien 2020, S. 33. Internet: <https://www.ams.at/arbeitsmarktdaten-und->

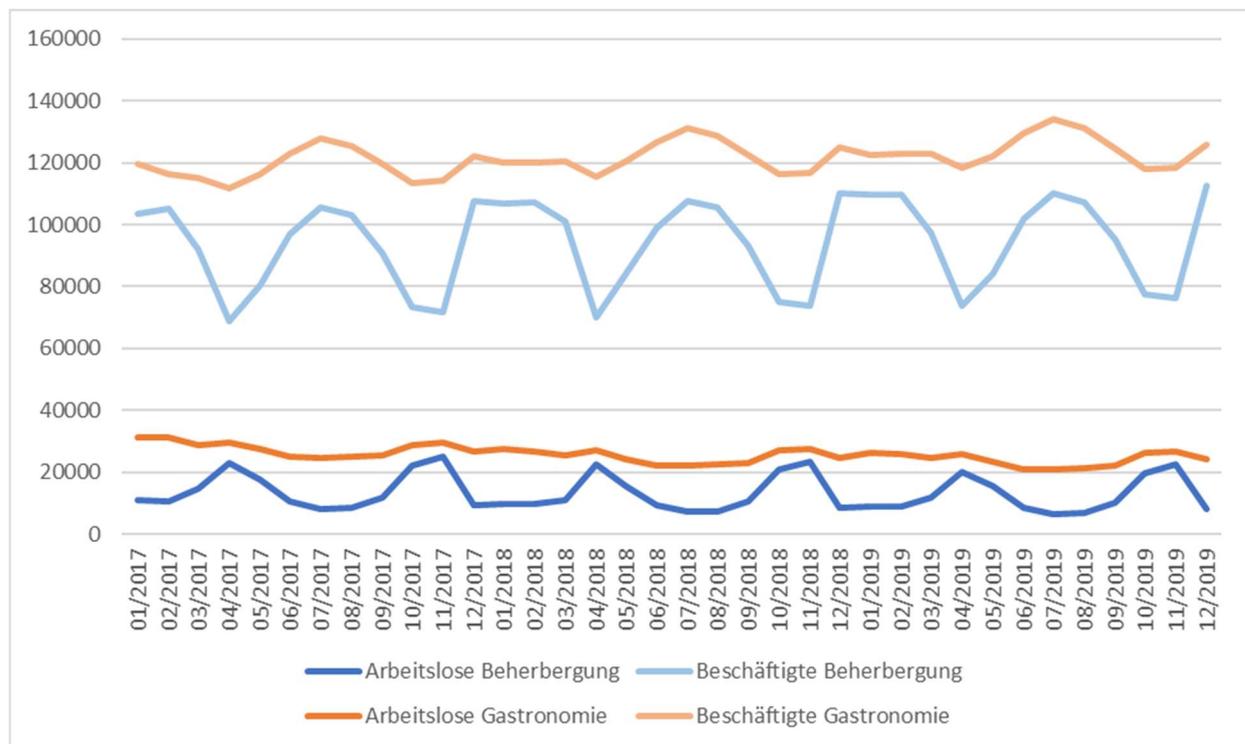
Besonders in Wien gibt es durch den saisonübergreifenden Städtetourismus kaum Schwankungen in der Beschäftigung. In südlichen Bundesländern wie z. B. Kärnten zeigt sich der starke Schwerpunkt auf den Sommertourismus besonders deutlich in der saisonalen Beschäftigung.

Grafik 4-12: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten in Wien und Kärnten



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

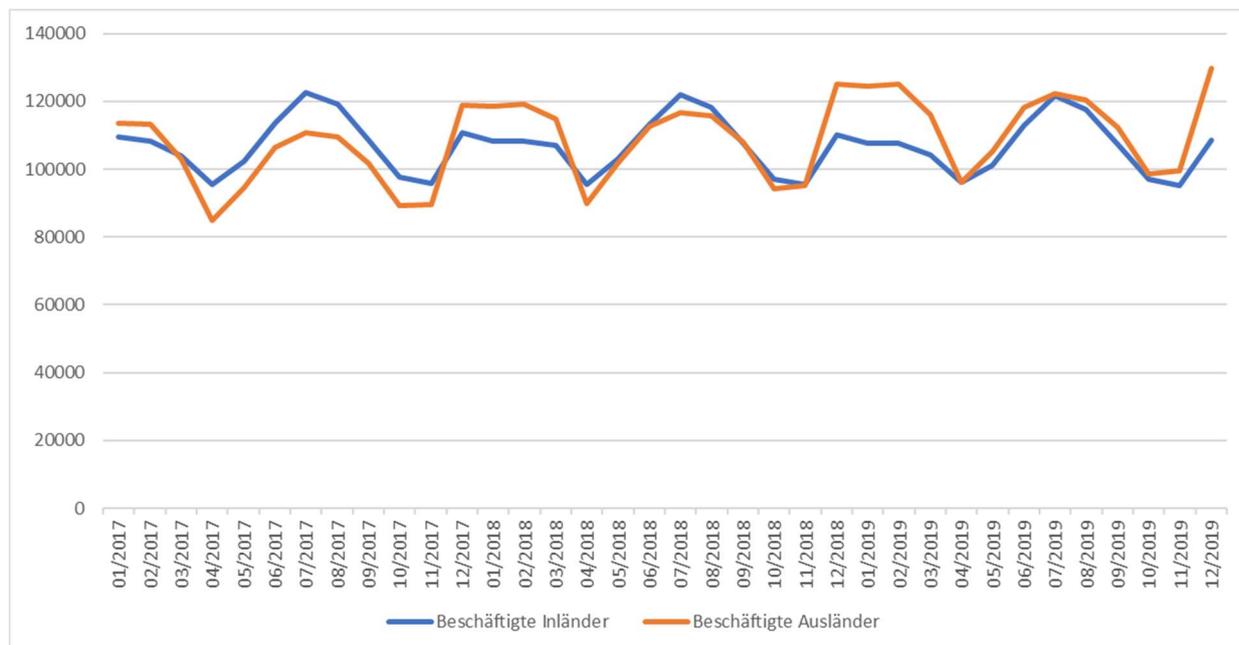
Wie Grafik 4-10 im Überblick zeigt, und Grafik 4-13 detaillierter verdeutlicht, unterscheiden sich die Dynamiken der saisonalen Beschäftigung und Arbeitslosigkeit zwischen den beiden Bereichen Beherbergung und Gastronomie stark. Ein Blick auf die Entwicklung der Jahre 2017 bis 2019 zeigt in den für die Saisonschwankungen typischen Monaten April und November einen außergewöhnlich hohen Anstieg der Arbeitslosen und Rückgang der Beschäftigten im Beherbergungsbereich, während die Schwankungen in der Gastronomie zwar nach gleichem Prinzip, jedoch mit weitaus weniger ausgeprägter Dynamik verlaufen.

Grafik 4-13: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung oder Gastronomie 2017-2019 nach Monaten

Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Wie stark die Branche während der Saisonzeiten, und dabei vor allem im Winter, auf ausländische Beschäftigte setzt, zeigt die Darstellung inländischer und ausländischer Arbeitskräfte in der Beherbergung und Gastronomie im selben Zeitraum (2017-2019) (vgl. Grafik 4-14). Während der Anteil der ausländischen Arbeitskräfte in den Sommermonaten in etwa dem Anteil der inländischen Arbeitskräfte entspricht, ist er in den Wintermonaten stets höher. Zudem steigt der Bedarf an Arbeitskräften über die Jahre laufend an und wird zunehmend vor allem mit ausländischen Arbeitskräften gedeckt, vor allem zu Saisonspitzenzeiten.

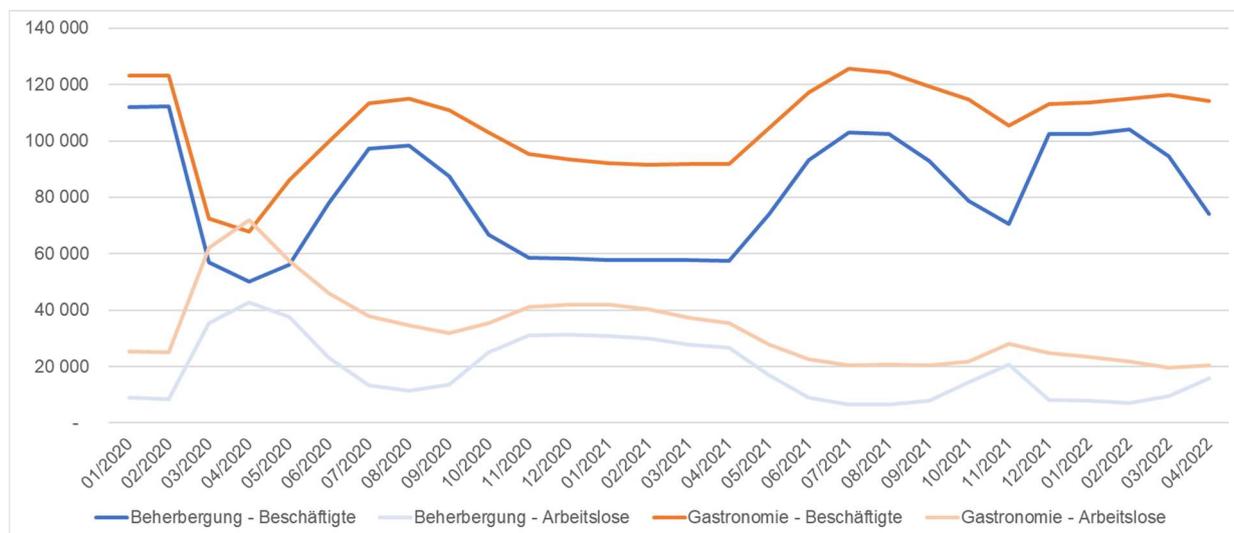
Grafik 4-14: Beschäftigte Inländer und Ausländer in der Beherbergung und Gastronomie 2017-2019 nach Monaten



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

In den Coronajahren 2020 und 2021 zeigen sich erwartungsgemäß etwas andere Dynamiken. Hier sind die Entwicklungen vor allem durch die Lockdownphasen geprägt. Deutlich zeigen sich in Grafik 4-15 die Spitzen der Arbeitslosen zu den jeweiligen Lockdownphasen, aber beispielsweise auch zum Ende des Betrachtungszeitraums (April 2022) der nunmehr wieder saisonal bedingte Anstieg der Arbeitslosen in der Beherbergung zum Ende der Wintersaison 2021/2022.

Grafik 4-15: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung oder Gastronomie Jänner 2020 bis März 2022 nach Monaten



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Deutlich wird an der Darstellung außerdem, dass im ersten Lockdown im April 2020 die Zahl der Arbeitslosen in der Gastronomie die Zahl der Beschäftigten überstiegen hat. Eine Situation, die in

weiterer Folge durch verschiedene arbeitsmarkt- und beschäftigungspolitische Maßnahmen, aber auch durch betriebliche Anpassungsstrategien (z. B. verstärkte Angebote für Take Away und Zustellservices) in einer pauschalen Betrachtung vermieden werden konnte. Die Nachhaltigkeit sowie mittel- und langfristige Konsequenzen dieser Maßnahmen und Anpassungsstrategien werden sich erst in den nächsten Monaten und Jahren zeigen.

4.3 Faktoren Entlohnung und Arbeitszeiten

4.3.1 Arbeitszeiten

Die im Tourismus üblichen Arbeitszeiten unterscheiden sich teilweise stark von anderen Branchen wie etwa dem Handel oder der Industrie. Dies betrifft jedoch vorwiegend die branchenspezifischen Berufe wie z. B. Service- oder Etagenkräfte. Vielfach beginnt der Dienst bereits früh (Frühstücksdienst) oder endet spät (Abendservice). Service- und Küchenkräfte arbeiten in der Gastronomie oft in sogenannten Teildiensten. Dabei werden meist Früh- und Mittags- oder Mittags- und Abenddienste mit mehrstündigen Pausen kombiniert. In der Nacht- und Abendgastronomie können die Dienste bis in die Morgenstunden reichen. Auch an Wochenenden und Feiertagen ist in vielen Betrieben der Branche Dienst zu versehen. Regelmäßige Überstunden und eine gewisse zeitliche Flexibilität gehören zu den Grundanforderungen an Beschäftigte im Tourismus, vor allem in Betrieben, die stark von Saisonspitzen im Sommer und/oder Winter geprägt sind. Das nicht unumstrittene Arbeitszeitgesetz von 2018 hat diesbezüglich längere Tagesarbeitszeiten ermöglicht (Tageshöchstgrenze 12 Stunden und Wochenhöchstgrenze 60 Stunden)¹¹⁸. Die Regelung von Arbeits- und Ruhezeiten in Saisonbetrieben unterliegt noch einmal spezielleren Bestimmungen und ermöglicht Ausnahmen von den allgemeinen Bestimmungen.¹¹⁹

Wie stark Wochenendarbeit in der Tourismusbranche verbreitet ist, zeigen Zahlen der Statistik Austria: Im Jahr 2019 haben im Bereich Gastronomie und Beherbergung 52,5 % der Beschäftigten mindestens an zwei Sonntagen in den letzten drei Monaten gearbeitet, dabei lag der Wert in der Beherbergung bei 57,2 % und bei 50,2 % in der Gastronomie. Der Durchschnittswert über beide Bereiche ist im längerfristigen Vergleich relativ konstant (2011: 51,8 % und 2004: 53,3 %). Erwähnenswert ist, dass die Wochenendarbeit in der Gastronomie von 46,9 % im Jahr 2011 auf 50,0 % im Jahr 2019 (2020: 40,4 %) gestiegen ist, während sie im Beherbergungsbereich im gleichen Zeitraum von 61,3 % im Jahr 2011 auf 57,2 % (2020: 43,1) gesunken ist. Vergleicht man den durchschnittlichen Branchenwert von 52,5 % für das Jahr 2019 mit anderen Branchen, findet man mit der Land- und Forstwirtschaft nur einen Wirtschaftsbereich, in dem öfter am Wochenende gearbeitet wird, und zwar in 55,2 % der Fälle. In anderen Wirtschaftsbereichen ist der Anteil der geleisteten Sonntagsarbeit an mindestens zwei Sonntagen in den letzten drei Monaten um einiges niedriger. Der Dienstleistungsbereich verzeichnet hier für das Jahr 2019 einen Wert von durchschnittlich 16 %, der Bereich Industrie und Handwerk sogar nur einen Wert von 5,9 %.

Von Abendarbeit ist die Gastronomie erwartungsgemäß stärker betroffen als die Beherbergung. Im Jahr 2019 haben 37,6 % (2020: 30,7 %) der ArbeitnehmerInnen in der Gastronomie und 29,0 % (2020: 19,4 %) in der Beherbergung an mindestens der Hälfte der Arbeitstage in den letzten 3 Monaten am Abend gearbeitet. Beide Bereiche zusammen betrachtet ergeben 2019 einen Anteil von Abendarbeitsstunden

¹¹⁸ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2019): Merkblätter für Arbeitgeber und Arbeitnehmer mit den wichtigsten Fakten zu den Arbeitszeitregelungen. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/arbeitszeitgesetz-hotellerie-gastronomie-freizeitbetrieben.html>, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹¹⁹ Österreichische Hotelierversammlung (2018): Leitfaden Arbeitsrecht. Rechtsgrundlagen für die Hotellerie. Wien, S. 37 Download: https://www.oehv.at/fileadmin/user_upload/MediaLibrary/Downloads/Rechtsinfos/Leitfaden_Arbeitsrecht_2019.pdf, zuletzt abgefragt 22.05.2022

von 34,6 % (2020: 26,7 %). Wenig überraschend zeigt sich hier der hohe Anteil im Vergleich zu anderen Wirtschaftsbereichen. Sogar die Land- und Forstwirtschaft liegt mit 15,1 % deutlich unter dem Mittelwert der Beherbergung und Gastronomie. Gefolgt vom Dienstleistungsbereich mit 11,4 % und dem Bereich Industrie und Gewerbe mit 10,1 %. Im Vergleich zur Wochenendarbeitszeit zeigt sich bei der Abendarbeitszeit jedoch eine größere Dynamik im längerfristigen Vergleich. So ist ihr Anteil im Vergleich zum Durchschnitt der Branche Gastronomie und Beherbergung in den Jahren 2004 (43,3 %) und 2011 (39,7 %) auf einen Wert von 34,6 % im Jahr 2019 (2020: 26,7 %) und somit um mehr als zehn Prozentpunkte im Vergleich zum Jahr 2004 gesunken.¹²⁰

Wie die jeweils in Klammer angeführten Werte für 2020 (Werte 2021 waren zum Zeitpunkt der Auswertung im Mai 2022 noch nicht verfügbar) zeigen, sind in der Coronapandemie sowohl der Anteil der Abend- wie auch der Wochenendarbeit deutlich gesunken.

Diese branchenspezifischen Arbeitszeiten an Wochenenden und Feiertagen oder am Abend werden oft als wichtiger Einflussfaktor für die Attraktivität der Branche für Arbeitskräfte genannt.¹²¹ Expertinnen und Experten, sowohl der ArbeitgeberInnen- als auch der ArbeitnehmerInnenseite sind sich sicher, dass dieser Faktor in den letzten Jahren für viele ArbeitnehmerInnen und Arbeitsuchende zu einem wesentlichen Kriterium ihrer Berufswahl oder der Bleibedauer in der Branche geworden ist. Auch BranchenvertreterInnen werten die Arbeitszeiten der Branche als wesentlichen Faktor für die Attraktivität der Branche für ArbeitnehmerInnen.¹²² Dabei werden die branchenspezifischen Arbeitszeiten mit viel Wochenend- und Abenddiensten und geteilten Arbeitszeiten aber nicht ausschließlich als negativ betrachtet und nicht von allen ArbeitnehmerInnen als unattraktiv wahrgenommen: Während manche Gastronomiebetriebe davon berichten, nur noch wochentags zu öffnen, da sie kein Küchenpersonal mehr finden, das am Wochenende arbeiten möchte, berichten andere von MitarbeiterInnen, die es schätzen, nachmittags ihre Kinder betreuen zu können und dafür Arbeitszeiten am Abend in Kauf nehmen.

Negativ auf die Arbeitszeitgestaltung wirkt sich allerdings aus, dass in manchen Unternehmen Dienstzeiten sehr kurzfristig gesetzt oder verändert werden, was von den MitarbeiterInnen ein hohes Maß an Flexibilität verlangt. Die sogenannte Dienstplansicherheit ist in vielen Tourismusbetrieben vielfach nicht gegeben.¹²³ Branchenexpertinnen und -experten weisen darauf hin, dass dies beispielsweise die Vereinbarkeit einer Tätigkeit in der Beherbergung und Gastronomie und dem Familienleben nachhaltig stört.

Eine umfassende Analyse zu Zufriedenheit, Motiven und Vereinbarkeiten von Arbeitszeitmodellen im Tourismus steht noch aus, einige Hinweise kann jedoch der Arbeitsklimaindex der Arbeiterkammer (AK) geben: Im Arbeitsklimaindex 2018 wurden verschiedene Faktoren der Arbeitszeitgestaltung erhoben. In einer Sonderauswertung für den Tourismus gaben 30 % der Befragten lange Arbeitszeit (andere

¹²⁰ Gesamtes Zahlenmaterial zum Thema Abend- und Sonntagarbeit: Statistik Austria - Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung Jahresdaten (NQS) - Erwerbsstatus (ILO), Wirtschaftsaktivität (ÖNACE 2008) und Sonntagsarbeit [ABO] nach Jahr

¹²¹ Rechnungshof Österreich (2020). S. 54 ff

¹²² z. B. Embacher, A. (2021): Interview Tusch: „Das Strukturproblem sind die Arbeitsbedingungen.“ Falstaff.at, 21.07.2021. Online unter: <https://www.falstaff.at/nd/tusch-das-strukturproblem-sind-die-arbeitsbedingungen/>, zuletzt abgefragt: 22.06.2022 oder Nutz, D. (2021): Warum es im Tourismus an Fachkräften mangelt. Gast.at, 05.08.2021. Online unter: <https://www.gast.at/gast/warum-es-im-tourismus-fachkraeften-mangelt-206832>, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹²³ In einer Untersuchung zum Thema Flexible Arbeitszeiten geben etwa 51 % der Befragten aus der Saupe, B. / Stadler, B. (2016): Flexible Arbeitszeiten – die Perspektive der ArbeitnehmerInnen. Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt, Endbericht im Auftrag der Arbeiterkammern Wien, Niederösterreich und Oberösterreich, Wien, S. 71. Download: https://www.forba.at/wp-content/uploads/2018/11/1228-FB_11_2016.pdf, zuletzt abgefragt 22.05.2022

Branchen 20 %) und 29 % unregelmäßige Arbeitszeiten (andere Branchen 16 %) als Belastung an. In Hinblick auf das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf geben im Tourismus 27 % eine schlechte Note (Noten 3-5, schlechte Vereinbarkeit – andere Branchen 18 %). Überstunden müssen von 23 % Beschäftigten im Tourismus geleistet werden (andere Branchen 13 %) – wobei hier der Anteil der Gastronomie (26 %) gegenüber der Beherbergung und Hotellerie überwiegt (13 %).¹²⁴

4.3.2 Entlohnung

Die Entlohnung in der Tourismusbranche ist – so wie auch der Faktor Arbeitszeit – ein umstrittenes Thema, wenn es um die Attraktivität der Branche für Fachkräfte geht. Ein oft genannter wichtiger Faktor ist das vergleichsweise niedrige Lohnniveau der Branche. Und so zeigt eine Auswertung der Statistik Austria auf Basis von Lohnsteuerdaten, dass der Wirtschaftsbereich Beherbergung und Gastronomie mit einem Medien-Bruttomonatseinkommen von 1.890,00 Euro im Jahr 2019 mit Abstand über das geringste Einkommen aller 22 einbezogenen Bereiche verfügt, wobei Frauen mit einem durchschnittlichen Bruttomonatseinkommen von 1.809,00 Euro um 8,8 % weniger verdienen als Männer in der Branche (1.984,00 Euro).¹²⁵ In der Land- und Forstwirtschaft als dem nächst niedrigsten Durchschnittseinkommen liegt dieses 2019 bei 2.145,00 Euro, im Handel bei 2.717,00 Euro und im Gesundheits- und Sozialwesen bei 2.931,00 Euro.¹²⁶ Befragte ExpertInnen geben zu bedenken, dass das vergleichsweise niedrige durchschnittliche Lohnniveau spätestens bei der Familiengründung für viele MitarbeiterInnen zum Problem werden kann, da nicht mehr ausreichend Einkommen für den Erhalt einer Familie vorhanden ist. Laut Arbeitsklimaindex der AK von 2016/17 sind 43 % der MitarbeiterInnen im Tourismus „mittel bis nicht zufrieden“ mit ihrem Einkommen, nur in den unternehmensnahen Dienstleistungen ist die Unzufriedenheit höher.¹²⁷ Bei einer Befragung von Hotel-MitarbeiterInnen in Wien für den Arbeitsklimaindex 2021 gaben 26 % an „es reiche nicht aus“ und 49 % „es reiche gerade aus“, mit ihrem Einkommen auszukommen.¹²⁸

Die teils sehr unterschiedlichen Arbeitsmarktverhältnisse im Tourismus (mehr Arbeitskräfte in Ballungsgebieten versus hoher Arbeitskräftebedarf in ländlichen Gebieten, vor allem in Tourismusregionen und dort ein besonders hoher Bedarf an Saisonarbeitskräften) beeinflussen die Lohn- und Gehaltsverhältnisse je nach Branchenbereichen, Betriebsgrößen und Orten sehr unterschiedlich. Überdies sind die Kollektivverträge der Branche nicht einheitlich, sondern

¹²⁴ Michenthaler, G. (2018): Beschäftigung im Tourismus. Ergebnisse einer Sonderauswertung des Arbeitsklima Index-Tourismus 2018 im Auftrag der AK-Wien. IFES - Institut für empirische Sozialforschung GmbH. Wien. Download: https://www.vida.at/cs/Satellite?blobkey=id&blobwhere=1342663566198&blobheadername2=content-disposition&blobheadername1=content-type&blobheadervalue2=inline%3B+filename%3D604%2F332%2FFPK_AI_2018.pdf&blobheadervalue1=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs&site=S03, zuletzt abgerufen: 22.05.2022

¹²⁵ Median-Bruttomonatseinkommen (Jahresvierzehntel; ArbeiterInnen, Angestellte und BeamtenInnen) der ganzjährig unselbständig Vollzeitbeschäftigten nach Branchen - ohne Lehrlinge und ohne geringfügig Beschäftigte, Quelle: Statistik Austria, Lohnsteuerdaten.

¹²⁶ Dabei muss selbstverständlich berücksichtigt werden, dass es sich hier um Branchendurchschnittswerte handelt, die durch gut verdienende Berufsgruppen verzerrt sein können.

¹²⁷ 57 % sind „zufrieden“ vgl. Kammer für Arbeiter und Angestellte für Oberösterreich (2017b): Der Österreichische Arbeitsklima Index: Weniger als die Hälfte der Frauen kommt mit dem Einkommen aus. September 2017. S. 2, Download: https://ooe.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitsundgesundheits/arbeitsklima/arbeitsklima_index/AKI_2017_03_September_Charts.pdf und Kammer für Arbeiter und Angestellte für Oberösterreich (2017a): Arbeitsklimaindex, Newsletter 03/2017. Download: https://ooe.arbeiterkammer.at/service/broschuerenundratgeber/arbeitsklimaindex/aki2017/AKI_2017_03_September.pdf, zuletzt abgefragt 22.05.2022

¹²⁸ Michenthaler, G. (2021): Hotellerie-Beschäftigte in Wien in Auftrag der Arbeiterkammer Wien. Wien. Download: https://www.ifes.at/sites/default/files/downloads/21917127_hotelleriebeschaeftigte_pk_24.06.2021.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

unterscheiden sich je nach Bundesland.¹²⁹ Es ist aber festzustellen, dass der in den letzten Jahren stark gestiegene Fachkräftemangel beginnt sich auf die Lohn- und Gehaltsverhältnisse auszuwirken. Und so berichten Unternehmen davon, zum Teil bereits weit über den kollektivvertraglichen Vorgaben zu bezahlen.¹³⁰

4.3.3 Branchenspezifisches Wechselmodell

Die Tourismusbranche ist typischerweise von einem starkem Betriebswechsel gekennzeichnet, d. h., dass ein großer Anteil von MitarbeiterInnen öfter ihren Arbeitgeber wechselt als in anderen Branchen üblich. Eine Analyse des Deutschen Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) wirft einen spannenden Blick auf die Entwicklung des branchenspezifischen Wechselmodells und der Rolle der Lehrlingsausbildung dabei. Der oftmalige Wechsel des Betriebes, so die AutorInnen, ist vor allem bei MitarbeiterInnen in jungen Jahren der Fall und von den UnternehmerInnen durchaus gewünscht. Denn an verschiedenen Arbeitsstätten lernt man unterschiedliche Techniken, z. B. Flambieren, ein 14-Gänge Menü zu servieren, usw.

Unternehmen haben also in der Vergangenheit MitarbeiterInnen mit hoher Lernbereitschaft und viel Erfahrung begrüßt und konnten sich durchaus darauf verlassen, dass der Markt den Bedarf abdeckt, wenn die Lehrlinge „auf die Walz“ gehen. Seit dem Rückgang der Lehrlingszahlen funktioniert dieses Prinzip jedoch nicht mehr. Unternehmen versuchen immer öfter, die Lehrlinge nach der Ausbildungszeit im eigenen Betrieb zu halten, obwohl manche UnternehmerInnen dem auch heute noch kritisch gegenüberstehen, da sie in den Betriebswechseln nach Abschluss der Ausbildung die Chance sehen, wichtige Erfahrungen zu machen, Selbständigkeit zu lernen und sozusagen aus der Rolle des „ewigen Azubi“ herauszuwachsen.¹³¹

4.4 Faktor Fachkräftemangel

Das Thema Fachkräftemangel in der Tourismusbranche, genauer in den Bereichen Beherbergung und Gastronomie, ist bereits seit einigen Jahren Inhalt von arbeitsmarktpolitischen Debatten. Die Gründe für den Fachkräftemangel sind vielfältig und die Entwicklung ist bereits seit vielen Jahre zu beobachten. Einige Gründe wurden in vorangegangenen Abschnitten bereits skizziert.

4.4.1 Beschäftigte und Arbeitskräftepotential

Die Arbeitslosigkeit in Beherbergung und Gastronomie ist 2019 vor der Coronakrise im längerfristigen Jahresvergleich 2010-2021 auf den niedrigsten Wert seit 2012 gefallen (vgl. Grafik 4-7 im Kapitel 4.1 Beschäftigungsstruktur und Entwicklung). Gleichzeitig ist die Anzahl der Beschäftigten in den Bereichen Beherbergung und Gastronomie gestiegen. Im gleichen Zeitraum ist das Arbeitskräftepotential, d. h. sowohl der Anteil der Beschäftigten als auch der Anteil der Arbeitssuchenden, in den Bereichen Beherbergung und Gastronomie konstant gewachsen (siehe Grafik 4-16). Das starke Wachstum betraf vor allem die Jahre 2012-2016 des Betrachtungszeitraumes (2010-2021) mit Zuwachsraten von über 2 % im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr. Ab 2017 bewegte sich das Wachstum noch leicht unter dem

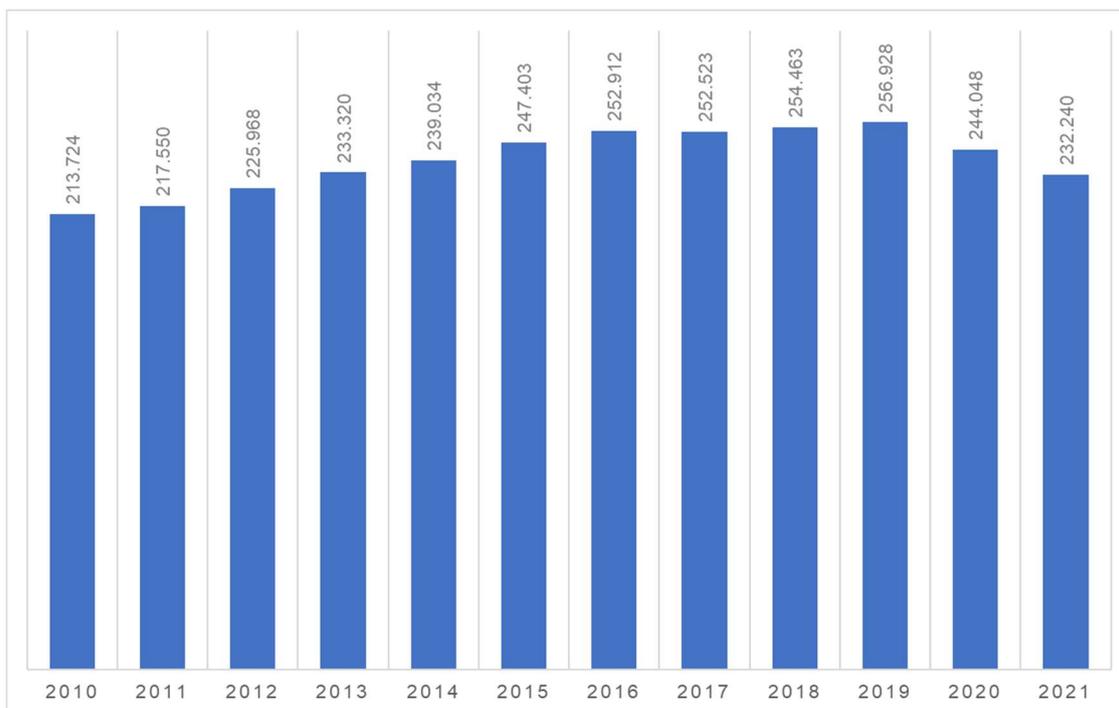
¹²⁹ WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022): Kollektivverträge für die Tourismus-, Freizeit-, Kultur- und Gesundheitswirtschaft. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/kollektivvertraege.html>, zuletzt abgefragt 22.05.2022

¹³⁰ Bruckner, R. (2021): Köche und Kellner wieder händeringend gesucht. *derstandard.at*, 11.07.2021. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000127302161/wieder-lautes-wehklagen-ueber-mangel-an-koechen-und-kellnern?ref=rec>, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹³¹ Bahl, A. / Ebbinghaus, M. / Gruber; Th. (2017): Halten oder ziehen lassen? Veränderungen im traditionellen Karrieremodell der Gastronomie am Beispiel der Restaurantfachleute. In: *BWP Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis*. Zeitschrift des Bundesinstituts für Berufsbildung, 46. Jahrgang, 5/2017. Download: <https://www.bwp-zeitschrift.de/de/bwp.php/de/bwp/show/8436>, zuletzt abgefragt: 22.05.2022.

einstelligen Bereich. Interessant ist überdies der Vergleich mit dem Arbeitskräftepotential in der Gesamtwirtschaft, das in diesem Zeitraum ebenfalls gewachsen ist. Die Wachstumsraten mit 1,1 bis 1,5 % blieben in den Jahren 2010-2020 recht konstant. Das Arbeitskräftepotential im Tourismus und Beherbergung ist bis zum Jahr 2016 stärker und ab dem Jahr 2017 schwächer gewachsen als das der Gesamtwirtschaft.

Grafik 4-16: Arbeitskräftepotential (Beschäftigte und Arbeitssuchende) in der Beherbergung und Gastronomie 2010-2021 in Zahlen



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

Kurz vor der Coronakrise verzeichnete das AMS bereits zu Beginn des Jahres 2019 (also mitten in der Wintersaison) wiederum einen überdurchschnittlichen Anstieg bei der Nachfrage nach Arbeitskräften.¹³² In diesem Jahr befindet sich mit der Berufsbezeichnung „GaststättenköchInnen“ auch ein touristischer Beruf auf der „Mangelberufsliste“.¹³³ Erstmals wurden außerdem bundesländerspezifische Bedarfe festgelegt und so sind für die Bundesländer Oberösterreich, Salzburg, Tirol, Vorarlberg „KellnerInnen“ und für Salzburg, Tirol und Vorarlberg „WirtschaftlerInnen, andere Hotelfachleute, Gastronomiefachleute, HeimverwalterInnen“ als Mangelberuf definiert.¹³⁴

¹³² AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2019): Jobmotor Tourismus: größtes Angebot an offenen Stellen im Dezember. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt Jänner 2019. Wien, S. 1. Online unter: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/001_spezialthema_0119.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

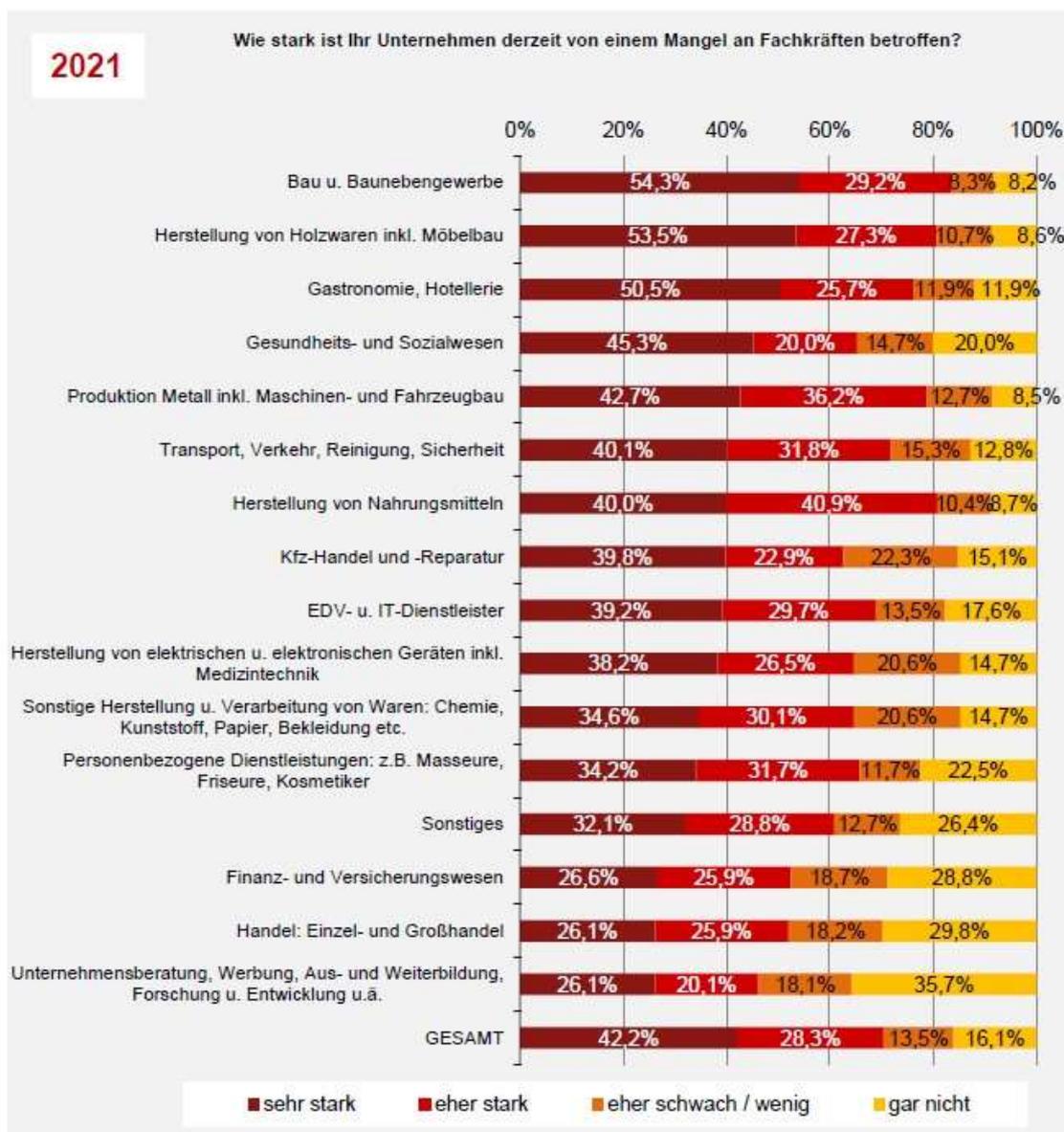
¹³³ Bereits für 2017 gab es Bemühungen, die Berufe Koch/Köchin und Restaurantfachmann/frau auf die Mangelberufsliste zu setzen, jedoch ohne Erfolg. Branchenspezifische Berufe schafften es erst 2019 auf diese Liste und werden hier vor allem spezifisch nach Bundesländern angeführt.

¹³⁴ Sozialministerium (2019): Mangelberufsliste 2019. Download: https://www.migration.gv.at/fileadmin/user_upload/Liste_der_Mangelberufe_2019.pdf, zuletzt abgefragt 22.05.2022

4.4.2 Fachkräftenadar

Seit 2018 erhebt das ibw mit dem „Fachkräftenadar“ die Auswirkungen des Fachkräftemangels in Unternehmen nach verschiedenen Kriterien.¹³⁵ Ein Blick auf die Ergebnisse 2021 für den Bereich Beherbergung und Gastronomie zeigt (vgl. Grafik 4-17): Auch in der Coronakrise geben die Hälfte der befragten Betriebe an, den Fachkräftemangel stark zu spüren. Damit verringert sich der Wert gegenüber den Erstbefragungen 2018 und 2019 vor der Krise nur geringfügig (2018: 54,2 %, 2019: 51,5 %). Jeweils nur 11,9 % der antwortenden Betriebe gaben an, dass sie den Fachkräftemangel wenig bzw. gar nicht spüren. Im Jahr 2020 gaben allerdings mit 40,9 % der Befragten deutlich weniger einen starken Mangel an.

Grafik 4-17: Einschätzung der Stärke des aktuellen Fachkräftemangels nach Branchen

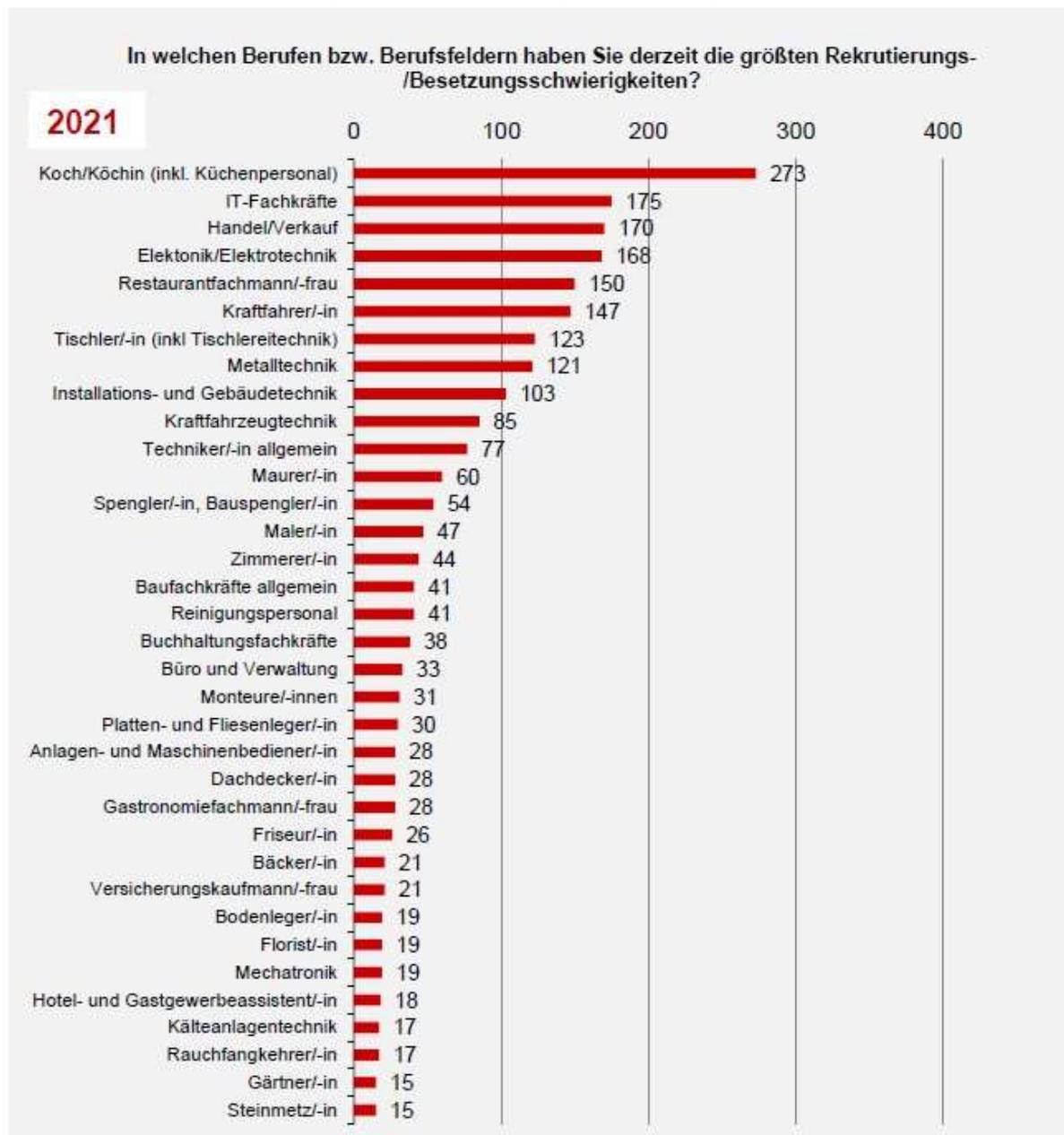


Quelle: Dornmayr, H. / Riepl, M. (2021): ibw-Fachkräftenadar 2021; ibw-Unternehmensbefragung zu Fachkräftebedarf/-mangel (n = 4.272 Unternehmen; Durchführung: Mai/Juni 2021)

¹³⁵ Der als zweiteilige Studie konzipierte „Fachkräftenadar 2018“ zeigt auf, wie es aktuell um den Fachkräftebedarf und -mangel in Österreich bestellt ist. Die umfangreiche Unternehmensbefragung wird seit 2018 im Auftrag der WKO jährlich durchgeführt.

In Hinblick auf die Entwicklung von Strategien gegen den Fachkräftemangel scheint es geraten, jene Betriebe genauer zu untersuchen, die keinen oder nur geringen Fachkräftemangel verspüren. Während vermutlich einige Betriebe aufgrund ihrer Bekanntheit, ihrer Geschäftsmodelle, nicht vorhandener Konkurrenzsituationen sowie ihrer geografischen Lage oder anderer Rahmenbedingungen hier bevorzugt sein könnten, steht zu vermuten, dass es Betriebe gibt, die spezifische, erfolgreiche Strategien entwickelt haben, den Fachkräftebedarf zu decken und einem -mangel entgegenzuwirken. Wieweit diese Strategien über naheliegende Lösungen wie bessere Entlohnung, planbare und geregelte Arbeitszeiten hinausgehen und Fragen des Betriebsklimas, der Entwicklungsperspektiven, moderne Rekrutierungsstrategien usw. umfassen, könnte Gegenstand weiterer Untersuchungen sein.

Grafik 4-18: Berufe mit den größten Rekrutierungs-/Besetzungsschwierigkeiten im Jahr 2021



Quelle: Dornmayr, H. / Riepl, M. (2021): ibw-Fachkräftenradar 2021; ibw-Unternehmensbefragung zu Fachkräftebedarf/-mangel (n = 4.272 Unternehmen; Durchführung: Mai/Juni 2021)

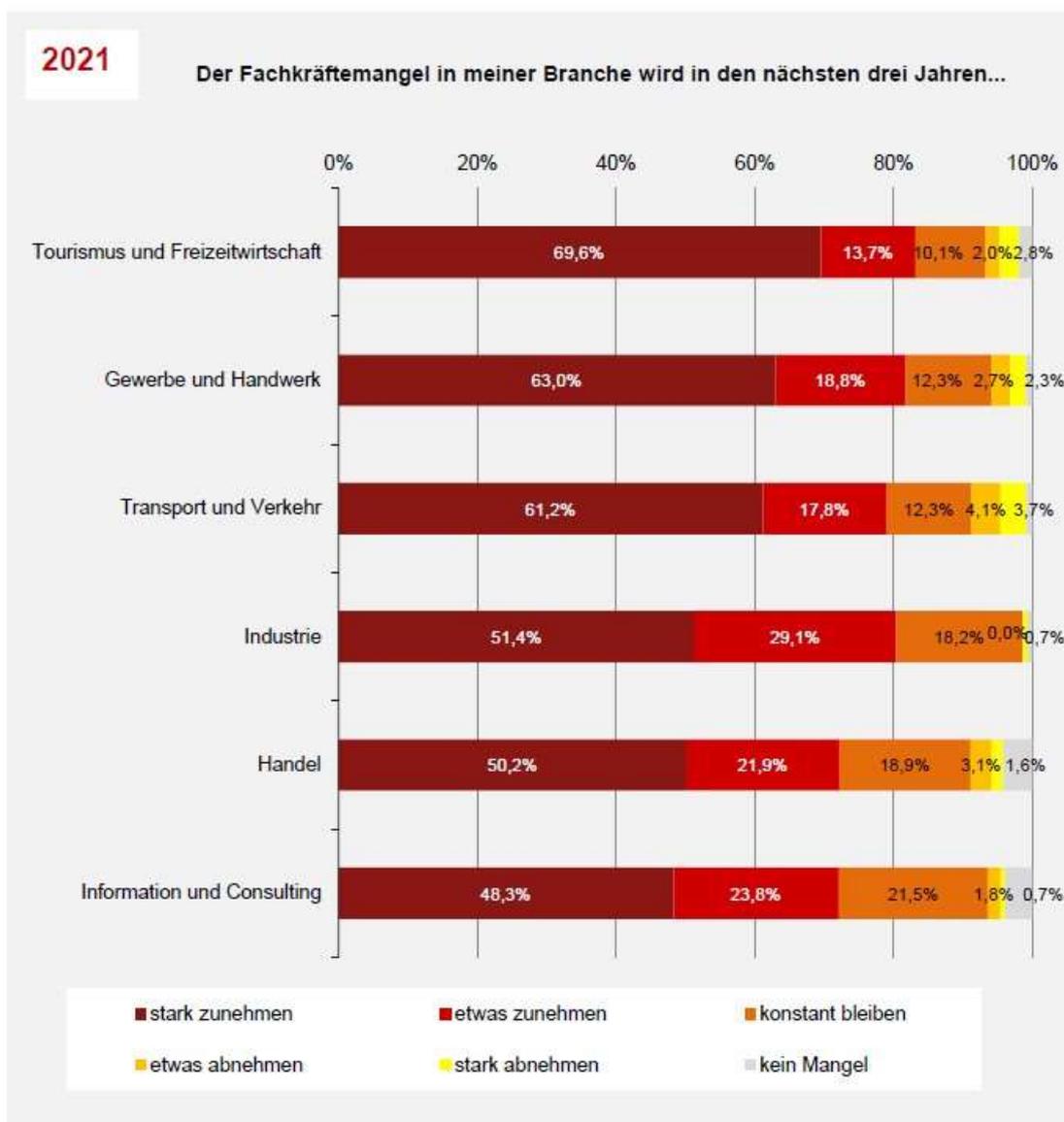
Wie die Grafik 4-18 zeigt, war es 2021 – wie bereits in den Befragungen der Vorjahre – mit der Tätigkeit „Koch/Köchin (inkl. Küchenpersonal)“ ein Gastronomieberuf, der als jener mit den größten Rekrutierungs-/Besetzungsschwierigkeiten genannt wird. Bemerkenswert ist die starke Ausprägung der

Rekrutierungsschwierigkeiten bei diesem Beruf. Die Herausforderungen diesen Beruf zu besetzen sind, laut Einschätzungen der Unternehmen, damit wesentlich stärker (273 Nennungen) als beispielsweise jene bei IT-Fachkräften (175 Nennungen; bei etwa gleicher Anzahl an befragten Unternehmen), eine sehr breite Berufsgruppe, in die viele verschiedene Einzelberufe fallen. Mit den Berufen Restaurantfachmann/-frau, Gastronomiefachmann/-frau und Hotel- und GastgewerbeassistentIn finden sich drei weitere Gastronomieberufe (Hotelberufe) in dieser Liste.

Die Zahl der Nennungen des Mangels verringern sich in den Jahren 2020 und 2021 in der Coronakrise gegenüber den Vorjahren (2018: 354 Nennungen) zwar, bleibt aber weiterhin dominant.

Befragt nach den Erwartungen zur Entwicklung des Fachkräftemangels in den kommenden drei Jahren erwarten fast 70 % der Betriebe in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, dass der Fachkräftemangel stark zunehmen wird, mehr als in jeder anderen Sparte (vgl. Grafik 4-18).

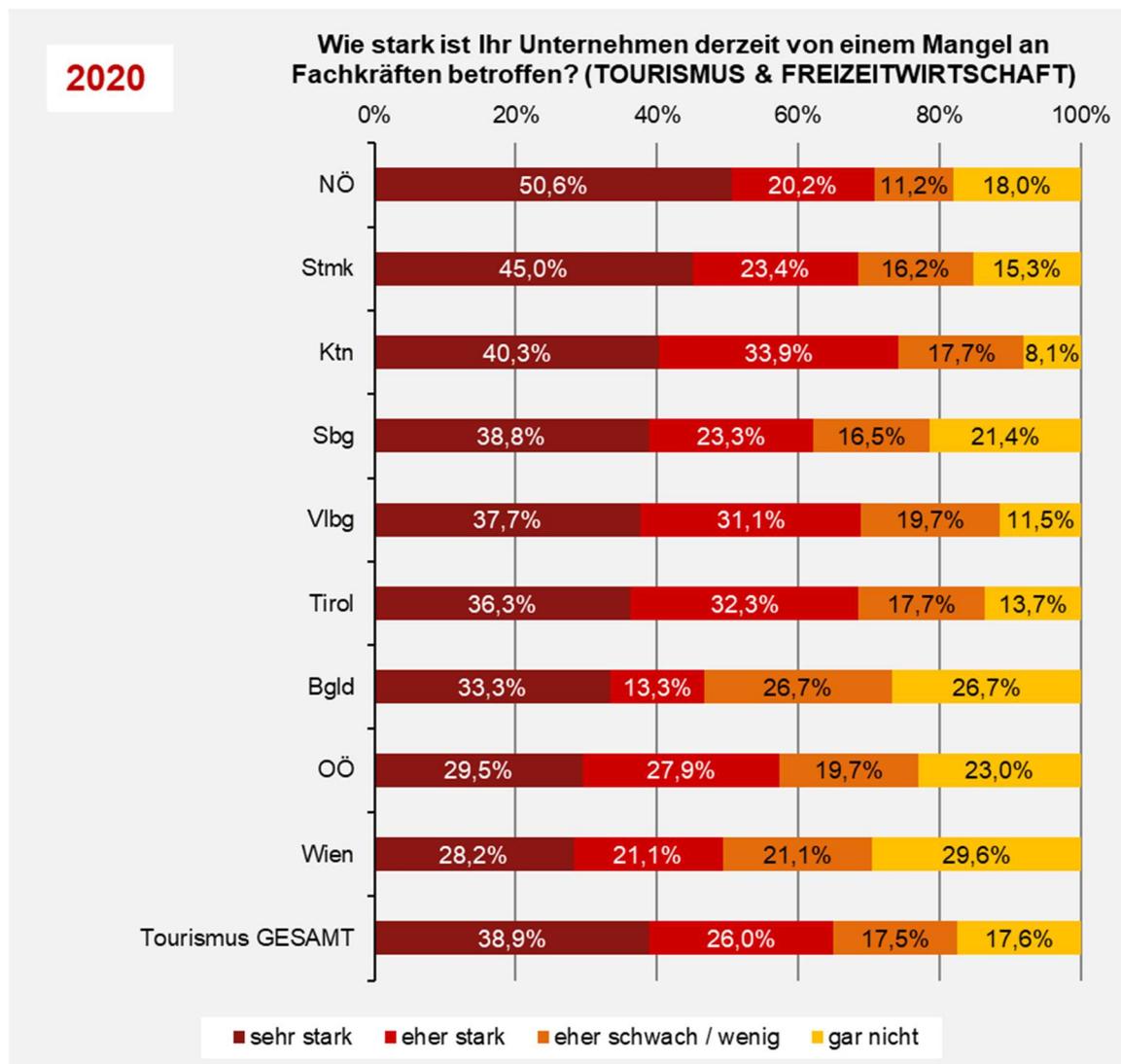
Grafik 4-19: Einschätzung der Entwicklung des Fachkräftemangels in den nächsten drei Jahren



Quelle: Dornmayr, H. / Riepl, M. (2021): ibw-Fachkräftesradar 2021; ibw-Unternehmensbefragung zu Fachkräftebedarf/-mangel (n = 4.272 Unternehmen; Durchführung: Mai/Juni 2021)

Für das Jahr 2020 liegt außerdem eine Auswertung für die Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* nach Bundesländern vor (vgl. Grafik 4-20). Es zeigt sich, dass nicht nur die Betriebe in tourismusstarken Bundesländern wie Salzburg und Tirol unter dem Fachkräftemangel leiden, sondern besonders Betriebe in Niederösterreich und der Steiermark haben Schwierigkeiten, offene Stellen entsprechend zu besetzen. Am wenigsten stark wird das Problem in Wien, Oberösterreich und im Burgenland wahrgenommen. Ein Grund könnte in der größeren Saisonunabhängigkeit dieser Regionen liegen (vgl. Grafiken 4-10 und 4-11) und zumindest in Wien im deutlich höheren Arbeitskräftepotenzial.

Grafik 4-20: Einschätzung der aktuellen Stärke des Fachkräftemangels in den befragten Unternehmen nach Bundesländern (Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*) im Fachkräfte radar 2020



Quelle: Fachkräfte radar 2020: ibw-Unternehmensbefragung zu Fachkräftebedarf/-mangel 2020 (n = 4.431 Unternehmen; Durchführung: September 2020)

4.4.3 Potenzielle Einflussfaktoren

Die Gründe des Fachkräftemangels sind so vielfältig wie seine Auswirkungen. Bereits 2015 hat eine Studie des Instituts für Höhere Studien (IHS) den Fachkräftemangel in Österreich untersucht (Beobachtungszeitraum 2005-2010) und verschiedene Faktoren für einen Fachkräftemangel erkennen können. Die ForscherInnen weisen darauf hin, dass die durchaus komplexe Frage des Fachkräftemangels am österreichischen Arbeitsmarkt „in der Regel durch eine Gegenüberstellung von offenen Stellen und gemeldeten Arbeitslosen (Stellenandrang) sowie anhand von

*Unternehmensbefragungen (Rekrutierungsprobleme)*¹³⁶ zu beantworten versucht wird. Diese vereinfachte Ableitung aus Arbeitsmarktdaten und Unternehmensbefragung ermögliche, so kritisieren die ExpertInnen des IHS, jedoch nur eine eingeschränkte Sicht auf diese Frage, da „*die damit erzielten Ergebnisse sich jeweils auf Teilbereiche der Nachfrage-Angebots-Relation [beziehen] und insofern nicht einen objektiven Tatbestand wieder [geben] (z. B.: „es besteht ein Mangel an Köch/inn/en“) sondern vielmehr eine bestimmte Problemsicht ab [bilden].*“¹³⁷ In Ihrer Analyse weisen die AutorInnen dann auf verschiedene Einflussfaktoren auf den Fachkräftemangel hin. Dies können u. a. „*unzureichende Qualifikationen der Arbeitslosen sowie veraltete Kompetenzen*“ sein. Diesen Einflussfaktor stellen sie bereits für den beobachteten Zeitraum 2005-2010 für den Tourismusbereich „*Dienstleistungsberufe im hauswirtschaftl. Bereich und im Gaststättengewerbe*“¹³⁸ fest und somit einen deutlichen Mismatch, also „*große Diskrepanzen in der Passung zwischen Angebot und Nachfrage*“ zwischen den gesuchten Arbeitskräften und jenen die am Arbeitsmarkt verfügbar sind.¹³⁹

Für eine umfassende Analyse der Problemlage scheint eine Kombination unterschiedlicher Herangehensweisen ihre Berechtigung zu haben. Während der quantitativ orientierte Zugang des Angebots- und Nachfragevergleichs eine wesentliche statistische Basis für die Beurteilung des Problems liefert, sind für eine tiefere Ursachenforschung jedenfalls qualitative Zugänge erforderlich, die aber wiederum ohne quantitative Basis wiederum nur bedingt Aussagen über den Umfang der Problemlage liefern können. Befragungen von Unternehmen oder Beschäftigten können ihrerseits wieder wichtige Aufschlüsse über die unterschiedlichen Problemsichten verschiedener Gruppen liefern, die in eine Gesamtanalysen jedenfalls berücksichtigt werden müssen.

Ein weiterer Faktor, der den Fachkräftemangel befördert, könnte in den Veränderungen im Arbeitskräftebedarf an sich liegen, wenn das Angebot von Dienstleistungen erweitert wird und somit der Arbeitskräftebedarf stark steigt. Auf diese Entwicklung weisen auch verschiedenen Expertinnen und Experten hin und sie zeigt sich unter anderem in den hier bereits präsentierten Auswertungen zur Beschäftigungsstruktur und Entwicklung des Arbeitsmarktes (vgl. Grafik 4-1, Kapitel 4.1. Beschäftigungsstruktur und Entwicklung). Klar erkennbar ist dabei, dass der Arbeitsmarkt in den Bereichen Beherbergung und Gastronomie in den letzten Jahren stark gewachsen ist. Expertinnen und Experten kritisieren, dass in dieser Zeit zwar viele Ressourcen in die Erweiterung von Gastronomie und Beherbergungsangeboten investiert wurden (Bau von neuen Hotels, Erschließung neuer touristischer Zonen usw.), aber wenig in die nachhaltige Arbeitskräftegewinnung.

Zusätzlich wirken jene demografischen Faktoren, die bereits in Kapitel 4.1.6. Demografie und Ausbildungsniveaus der Beschäftigten dargestellt wurden. Es zeigt sich ein stetiger Rückgang jüngerer Arbeitskräfte und ein Anstieg älterer Arbeitskräfte in der Branche. Dies ist besonders problematisch, da sich zugleich ein deutlicher Rückgang an Lehrlingen und somit an zukünftigen Fachkräften in der Branche zeigt (vgl. Kapitel 5). Auch der Bundesrechnungshof weist in seinem Bericht zum Fachkräftemangel im Tourismus auf diese ungünstige Entwicklung hin, wen er festhält: „*Nach Ansicht des RH zeichnete sich im Tourismus seit 2015 eine Tendenz zur Überalterung der unselbstständig Beschäftigten ab.*“¹⁴⁰. Diese Entwicklung, kombiniert mit der „*geringe[n] Anziehungskraft des Tourismus*

¹³⁶ Fink, M. et.al (2015): Gibt es in Österreich einen Fachkräftemangel? Analyse anhand von ökonomischen Knappheitsindikatoren. Studie im Auftrag des Sozialministeriums. Institut für Höhere Studien (IHS), Wien, S. 99. Download: https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/3891/1/IHS_Fachkr%C3%A4ftemangel_Endbericht_09122015_final.pdf, zuletzt abgefragt: 22.05.2022

¹³⁷ ebda.

¹³⁸ Nach ISCO-88 512 (5121 Hauswirtschaftler und verwandte Berufe, 5122 Köche, 5123 Kellner und Barkeeper)

¹³⁹ Fink, M. et.al (2015), S. 103

¹⁴⁰ Rechnungshof Österreich (2020), S. 99

für Lehrlinge bedeuteten ein zunehmendes Spannungsverhältnis zu dem u. a. vom WIFO bis 2023 prognostizierten stark steigenden Bedarf an Arbeitskräften in dieser Branche.“¹⁴¹

Weiters haben sich branchenspezifische Faktoren als wesentlich herausgestellt, sowohl für die Berufswahl als auch für die Rekrutierung. Bereits erwähnt wurden die branchenspezifischen Arbeitszeiten und das vergleichsweise niedrige Lohnniveau (siehe oben),¹⁴² das vor allem von VertreterInnen der ArbeitnehmerInnenseite als Hauptgründe für einen Fachkräftemangel in Bereich Tourismus und Beherbergung angeführt wird. In der Analyse des IHS werden diese Faktoren als für den Fachkräftemangel förderlich eingeschätzt, wenn sie schreiben „Die medial und in Unternehmensbefragungen regelmäßig kolportierten Rekrutierungsprobleme der Unternehmen sind damit eher auf strukturelle Probleme, etwa auf die schwierigen Arbeitsbedingungen und das geringe Lohnniveau, zurückzuführen.“¹⁴³

4.5 Auswirkungen der Coronakrise auf den Arbeitsmarkt

Die Coronakrise und die damit verbundenen Einschränkungen des wirtschaftlichen Lebens haben vor allem die Tourismusbranche, allen voran die Betriebe der Gastronomie und Beherbergung, stark getroffen. Wie in Grafik 4-13 gezeigt wurde, ist die Arbeitslosigkeit in diesem Bereich besonders stark gestiegen und hat sich im April 2020 kurzfristig sogar mehr als verdoppelt.¹⁴⁴ Das AMS berichtet, dass in diesem Monat „insbesondere Dienstverhältnisse von Beschäftigten im Tourismus in Tirol, Salzburg und Kärnten, von jungen Menschen und nicht-österreichischen Staatsangehörigen“ verloren gingen.¹⁴⁵ Mit dem Instrument der Kurzarbeit konnten viele Arbeitsplätze gesichert werden. Im Mai 2020 war die Arbeitslosigkeit im Tourismus immer noch um rund 86 % höher als im Mai 2019.¹⁴⁶

In den darauffolgenden Monaten entspannte sich die Situation im Tourismus leicht und die Arbeitslosigkeit ging in den Monaten Juli bis September 2020 zurück, stieg ab Oktober jedoch wieder an. Mit erneutem Inkrafttreten von weiteren Beschränkungen für die Gastronomie und die Beherbergung sank die Beschäftigung und stieg die Arbeitslosigkeit in der darauffolgenden Wintersaison 2020/21 im Vergleich zu den Sommermonaten, was eine untypische Entwicklung für diesen Bereich darstellt. Vor allem in den westlichen Bundesländern Tirol und Salzburg würde durch den Saisonbetrieb spätestens ab Dezember üblicherweise genau der gegenteilige Effekt eintreten (vgl. Kapitel 4.2. Faktor Saisonarbeit). Die Entwicklung ist im Bereich der Beherbergung, der in dieser Zeit umfassender von Einschränkungen betroffen war, stärker als in der Gastronomie. Dort konnten viele Betriebe nach einer anfänglichen Schockstarre durch zusätzliche Angebote die Arbeitsplätze sichern (vgl. Grafik 4-13). So stellt beispielsweise AMS-Vorstand Johannes Kopf fest: „Ende März 2021 zeigt sich, dass es der

¹⁴¹ ebda. Das WIFO prognostizierte im Jahr 2017 einen zusätzlichen Arbeitskräftebedarf für die Bereiche Beherbergung und Gastronomie für das Jahr 2023 in der Höhe von 36.000 Arbeitskräften (davon 19.100 Frauen und 16.800 Männer). vgl. Fink, M. et al. (2017): Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich und die Bundesländer. Band 2: Hauptbericht. Berufliche und sektorale Veränderungen 2016 bis 2023. Wien. Download: https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=60948&mime_type=application/pdf, zuletzt abgefragt 22.05.2022

¹⁴² Auch diese Faktoren spielen bereits in der Analyse von Fink, M. (2015) eine Rolle, wenn sie schreiben „Die medial und in Unternehmensbefragungen regelmäßig kolportierten Rekrutierungsprobleme der Unternehmen sind damit eher auf strukturelle Probleme, etwa auf die schwierigen Arbeitsbedingungen und das geringe Lohnniveau, zurückzuführen.“ S. 75

¹⁴³ Fink, M. et al. (2017), S. 75

¹⁴⁴ AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2020a). S. 3

¹⁴⁵ ebda., S. 1

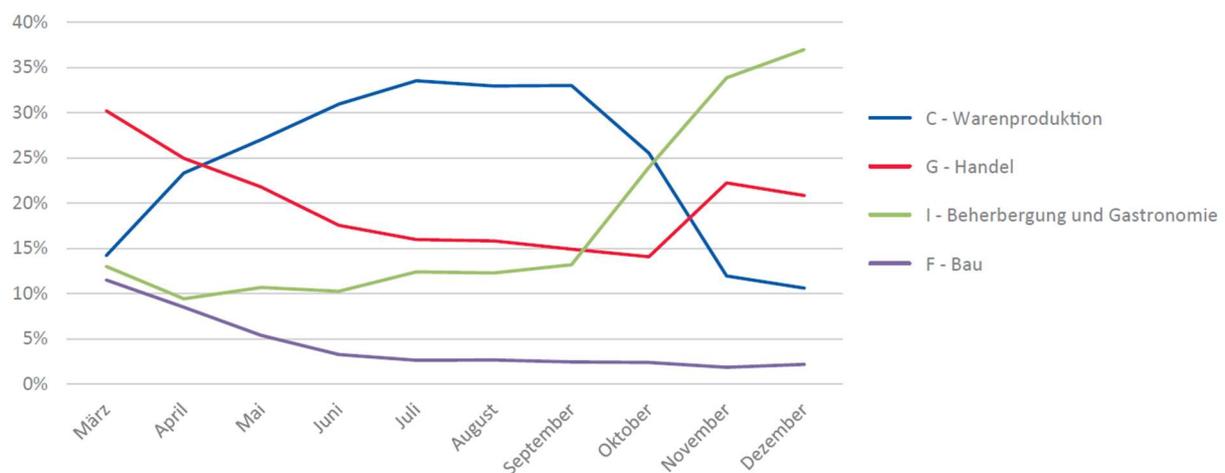
¹⁴⁶ AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2020b): Die Arbeitsmarktentwicklung von März bis Juli 2020. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt Juli 2020. Wien, S. 2. Download: https://ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS-spezialthema_07-20-corona.pdf, 11.06.2021

*Gastronomie gelungen ist, mit Take Away und Zustellung eine deutliche Reduktion der Arbeitslosigkeit zu erreichen.*¹⁴⁷

Im gesamten Jahr 2020 waren im Durchschnitt „23.466 ArbeitnehmerInnen aus Beherbergungsbetrieben und 42.556 aus der Gastronomie arbeitslos“, das sind „80,8% mehr als im Jahresdurchschnitt 2019.“¹⁴⁸ Mit dem Wegfall der Wintersaison 2020/2021 waren vor allem die Arbeitsmärkte in den westlichen Bundesländern Tirol und Salzburg von einem starken Beschäftigungseinbruch betroffen. Er betrug in diesen beiden Bundesländern über 50 % (Tirol 77,4 % und Salzburg 58,2 %).¹⁴⁹ Darüber hinaus waren ArbeitnehmerInnen mit nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft 2020 überdurchschnittlich stark von Arbeitslosigkeit betroffen.¹⁵⁰ Durch den Angebotseinbruch im Tourismus sank naturgemäß auch die Zahl der gemeldeten verfügbaren Stellen in diesem Zeitraum erheblich. In der Beherbergung und Gastronomie standen im Jahr 2020 um 37,4 % weniger offene Stellen zur Verfügung als noch im Vorjahr.¹⁵¹

Im ersten Jahr der Coronakrise (März 2020-März 2021) erhielten 38 % der Beschäftigten im Tourismus Kurzarbeitshilfe, das sind rund 145.000 Personen in rund 19.500 Betrieben. Der Anteil war in den Bundesländern unterschiedlich verteilt: „von 23 % in Kärnten bis zu 49 % in Wien. Der Anteil in Beherbergungsbetrieben lag mit 40 % höher als in Gastronomieunternehmen (37 %).“¹⁵² Wie die Grafik 4-21 verdeutlicht entwickelte sich die Zahl der Personen in Kurzarbeit im Jahr 2020 je nach Branche unterschiedlich.

Grafik 4-21: Anteil ausgewählter Branchen nach Wirtschaftsabschnitten am Bestand der Personen in Kurzarbeit im Jahr 2020



Quelle¹⁵³: AMS – Stand der Daten für Dezember 31.01.2021

Während etwa im Handel der Anteil der Beschäftigten in Kurzarbeit von März weg kontinuierlich sank (bis zum zweiten harten Lockdown im November 2020), reagiert der Arbeitsmarkt im Bereich der

¹⁴⁷ AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2021): Der Tourismus in der Krise. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt März 2021. Wien, S. 1. Download: https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_spezialthema_0321.pdf

¹⁴⁸ ebda., S. 1

¹⁴⁹ AMS Österreich (2020), S. 15

¹⁵⁰ ebda., S. 20

¹⁵¹ ebda., S. 27

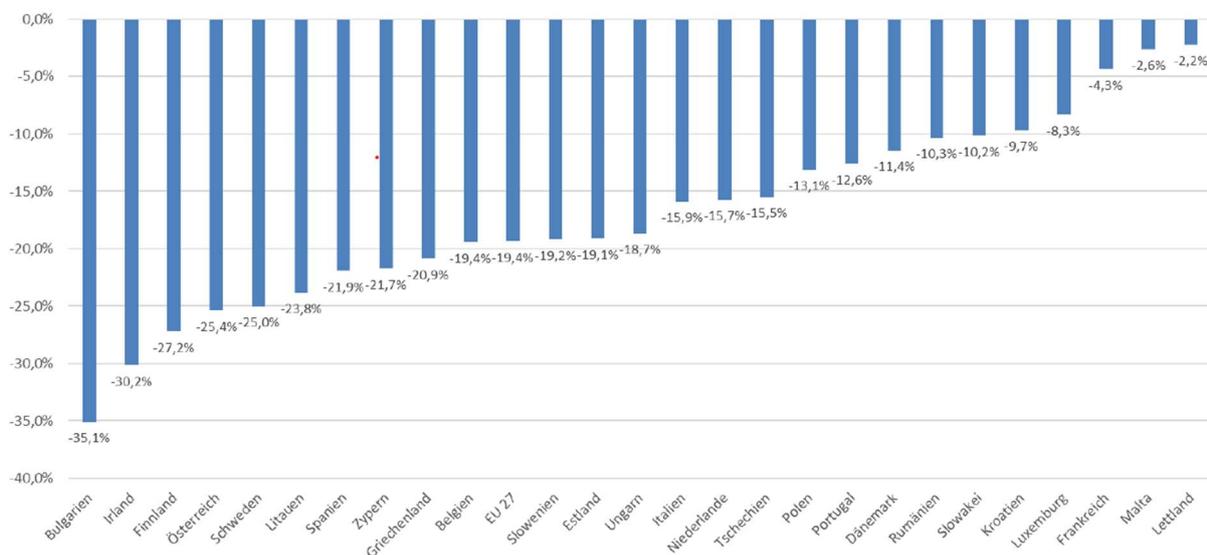
¹⁵² AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2021), S. 3

¹⁵³ AMS Österreich (2020), S. 13

Beherbergung und Gastronomie mit einem kontinuierlichen leichten Anstieg in den Monaten Mai bis September. Anschließend stiegen die Zahlen der Beschäftigten in Kurzarbeit ungleich stärker an, entsprechend den verordneten Maßnahmen und der korrespondierenden Schließung von Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben im November 2020.

In anderen europäischen Ländern zeigt sich der drastische Rückgang der Beschäftigten in der Tourismusbranche ebenfalls. Im zweiten Quartal 2020 brachen in allen europäischen Ländern die Beschäftigungszahlen ein, „insgesamt gingen rund 1,8 Mio. (-19,4 %) Jobs im Vergleich zum Vorjahr verloren“.¹⁵⁴ Besonders hoch war der Rückgang in Bulgarien, Irland und Finnland. Aber auch Österreich, Schweden, Litauen, Spanien, Zypern und Griechenland waren mit einem Rückgang von über 20 % stark betroffen (vgl. Grafik 4-22).

Grafik 4-22: Rückgang der Beschäftigung in Beherbergung und Gastronomie in den EU Mitgliedsstaaten im 2. Quartal 2020: Vergleich zum Vorjahr in %



Quelle¹⁵⁵: EUROSTAT, Datenstand 23.3.2021; keine Daten für Deutschland

¹⁵⁴ AMS Österreich, Abteilung Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI) (2021), S. 3

¹⁵⁵ ebd., S. 4

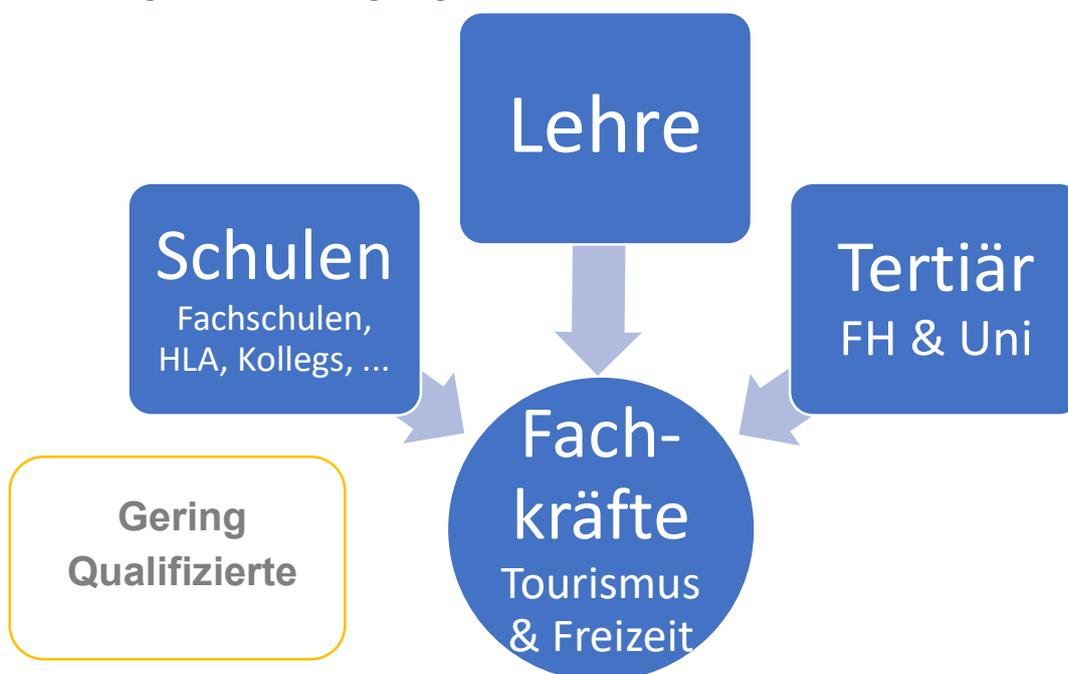
5 Qualifikationsentwicklung, Aus- und Weiterbildung in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

Dieses Kapitel beschreibt die Ausbildungslandschaft in der Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft*. Nach einem Überblick über Ausbildungen, die für Tourismus, Gastgewerbe und Freizeitwirtschaft wichtig sind, widmet sich ein Unterkapitel dem Thema Lehrlingsausbildung in der Branche und in einem weiteren Unterkapitel werden die branchenspezifischen Ausbildungen an höheren Schulen und im hochschulischen Bereich behandelt. Weiterbildungen runden den Überblick ab, bevor abschließend die Entwicklung und Veränderung der Anforderungen an Qualifikationen und Kompetenzen untersucht wird.

5.1 Ausbildungstypen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* im Überblick

Nachfolgend wird dargestellt, welche Ausbildungswege zu Qualifikationen führen, die im Beherbergungs- und Gastgewerbe, in der Reisebranche und in der Freizeitwirtschaft einen guten Anschluss an den Arbeitsmarkt bieten und wie diese Aus- und Weiterbildung strukturiert und organisiert sind. Abbildung 5-1 bietet dazu einen ersten Überblick.

Abbildung 5-1: Ausbildungswege in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*



Quelle: eigene Darstellung

Grundsätzlich sind in Tourismus und Freizeitwirtschaft alle Qualifikationsniveaus vertreten. Zur Entwicklung und Verteilung der Beschäftigten in Gastronomie und Beherbergung nach Qualifikationsniveau vergleiche Kapitel 4.1.6, insbesondere Tabelle 4-1. Die Arbeitsplätze sind vielfältig und benötigen ganz unterschiedliche Kompetenzen und Qualifikationen. Die Bandbreite der Beschäftigten reicht von Arbeitskräften ohne Ausbildung oder sogar ohne Schulabschluss über das mittlere Qualifikationsniveau (Lehre, BMS), Abschlüsse höherer Schulen (BHS) und postsekundärer Ausbildungen (Kollegs) bis hin zu Abschlüssen auf universitärem Niveau (Fachhochschulen, Universitäten).

Neben schulischen Ausbildungsformen spielt die duale Ausbildung mit zahlreichen touristischen Lehrberufen eine große Rolle, bei der das Lernen direkt am Arbeitsplatz im Vordergrund steht. Bei den schulischen Ausbildungen, die sowohl in berufsbildenden mittleren Schulen (Fachschulen) wie auch an

höheren Schulen (Höhere Lehranstalten) zu finden sind, haben naturgemäß Tourismus- und Gastronomieschulen vorrangige Bedeutung. Aber auch berufsbildende Schulen aus anderen Bereichen bieten einen Anschluss an den touristischen Arbeitsmarkt, so vermitteln z. B. sowohl Fachschulen und Höhere Lehranstalten für wirtschaftliche Berufe, Handelsakademien oder landwirtschaftliche Schulen Kompetenzen, die im Tourismus anschlussfähig sind. Viele dieser Schulen führen eigene touristische Schwerpunkte.

Bei sogenannten Sonderausbildungen verschwimmt zum Teil die Grenze zwischen Ausbildung und Weiterbildung. Diese häufig kürzeren Ausbildungen in Form von Lehrgängen an Erwachsenenbildungseinrichtungen können zu einer Spezialisierung im Beruf beitragen (z. B. Patisserie-Ausbildung für Köchinnen und Köche), sie können fallweise aber auch in Form von non-formalem Lernen zu einer Berufsausbildung hinführen. Sonderausbildungen existieren für sämtliche Qualifikationsniveaus und in allen touristischen Bereichen. Besonders häufig werden Qualifikationen im Fitness- und Wellnessbereich über Sonderausbildungen vermittelt.

Der Fokus dieses Überblicks liegt in weiterer Folge auf formalen Ausbildungen, jedoch nehmen gerade in Tourismus und Freizeitwirtschaft informelles und non-formales Lernen einen bedeutenden Platz ein. Ungelernte und angelernte Arbeitskräfte finden in vielen Teilbereichen des Tourismus und der Freizeitwirtschaft Beschäftigungsmöglichkeiten und spielen quantitativ eine große Rolle. Gastronomie und Beherbergung sind Bereiche, die Arbeitskräften ohne Ausbildung, evt. auch ohne abgeschlossene Schulbildung, gute Einstiegsmöglichkeiten in den Arbeitsmarkt bieten. Gleichzeitig erwerben viele un- und angelernte MitarbeiterInnen in der Gastronomie und Beherbergung wertvolle Kompetenzen, die in Hinblick auf einen wachsenden Fachkräftemangel in weiterer Folge eine Grundlage für einen formalen Berufsabschluss bilden können, beispielsweise über einen außerordentlichen Lehrabschluss.

Weitere Ausbildungswege, die einen Zugang zur Beschäftigung im Tourismus bieten, sind Fernstudien (z. B. auch über nicht-österreichische Hochschulen) und generell Ausbildungen im Ausland. Dies trifft jedenfalls auf ausländische Arbeitskräfte zu, die für einzelne Saisonen oder für einen längeren Zeitraum Arbeitsstellen in der österreichischen Gastronomie und Beherbergung übernehmen, die anders schwer zu besetzen wären.

Tabelle 5-1: Ausbildungstypen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* im Überblick

Ausbildungstyp	Ausbildungsbeispiele	Bildungsstufe
Lehre	Lehrberufe wie Systemgastronomiefachmann/-frau, Koch/Köchin, ReisebüroassistentIn, Hotel- und GastgewerbeassistentIn, Hotel- und Restaurantfachmann/-frau, FitnessbetreuerIn, ...	Sekundarstufe II
BMS, branchenspezifisch	Fachschulen für Tourismus, Hotelfachschulen, Gastgewerbefachschulen	Sekundarstufe II
BHS, branchenspezifisch	Höhere Lehranstalten für Tourismus; Hotelfachschulen, Gastgewerbefachschulen und Fachschulen für Tourismus mit Aufbaulehrgang	Sekundarstufe II und postsekundär (Aufbaulehrgänge, Kollegs)
BMS + BHS, nicht branchenspezifisch	... v. a. mit touristischen Schwerpunkten: Höhere Lehranstalten für wirtschaftliche Berufe, Fachschulen für wirtschaftliche Berufe, Fachschulen für Land- und Forstwirtschaft, Handelsschulen und Handelsakademien	Sekundarstufe II und postsekundär (Aufbaulehrgänge, Kollegs)

Fachhochschulen	... v. a. mit touristischen Schwerpunkten: Tourismusmanagement, Hotelmanagement, Hotel- und Tourismusmarketing, ...	Tertiär
Universitäten	Modul University; UMIT Private Universität für Gesundheitswissenschaften, Medizinische Informatik und Technik; Tourismusschwerpunkte in betriebswirtschaftlichen Studienangeboten	Tertiär
<i>Übergang zu Weiterbildung und Berufsspezialisierungen:</i>		
Sonderausbildungen	Unterschiedliche Anbieter, z. B. WIFI, BFI, Flexifit, Vitalakademie, Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV), etc.; Inhalte: Küche, Wellness, Fitness, Organisation und Management, ...	Unterschiedlich
Weiterbildungen	WIFI, BFI, branchenspezifische Anbieter wie ÖHV; Universitätslehrgänge: z. B. Donau-Universität Krems, M/O/T School of Management (Universität Klagenfurt), Wirtschaftsuniversität Wien; Fachhochschullehrgänge: z. B. FH Burgenland, FH Salzburg, FH der Wiener Wirtschaft, MCI Management Center Innsbruck	Unterschiedlich

Quelle: eigene Darstellung

Von diesen Ausbildungswegen ist die Lehre am stärksten vertreten (7.876 Lehrlinge im Jahr 2020), gefolgt von Höheren Lehranstalten für Tourismus (5.955 SchülerInnen im selben Jahr). Deutlich weniger Personen sind an Fachhochschulen (1.918) und an einschlägigen Berufsbildenden Mittleren Schulen (1.052) in Ausbildung. Weitere Ausbildungstypen wie Kollegs oder Aufbaulehrgänge spielen eine geringere Rolle für die Berufsbildung im Tourismus- und Freizeitsektor. Tabelle 5-2 veranschaulicht in einem Mehrjahresvergleich die Entwicklung dieser Ausbildungswege zwischen 2010 und 2020 (2021), wobei mit Ausnahme der FH-Studien durchwegs ein deutlicher Rückgang der Zahlen festzustellen ist. Der Rückgang der Lehrlingszahlen in den Jahren 2020 und 2021 ist dabei wesentlich durch die coronabedingten Einschränkungen im Tourismus beeinflusst.

Tabelle 5-2: Ausbildungsangebot im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft

Ausbildungsweg	2010	2015	2019	2020	2021
Lehre (rund 15 Lehrberufe)	12.552	9.075	8.910	7.876	6.914
BMS: Hotelfachschulen, Gastgewerbe(fach)schulen	2.252	1.525	1.105	1.052	-
Höher Lehranstalten für Tourismus	7.089	6.357	5.895	5.955	-
Kollegs	573	565	397	349	-
Aufbaulehrgänge	507	614	365	348	-
FH-Studium (mit Tourismusbezug)	1.725	1.871	1.954	1.918	1.836
Lehre (rund 15 Lehrberufe)	12.552	9.075	8.910	7.876	6.914
Universitätsstudium im Bereich Tourismus*	Keine Daten verfügbar				
Sonderausbildungen	Keine Daten verfügbar				

Quellen: WKÖ: Lehrlingsstatistik / Statistik Austria: Schulstatistik / Uni:data, eigene Darstellung
Die Daten der Schulstatistik für 2021 waren zum Zeitpunkt der Berichtslegung noch nicht verfügbar.
* Modul Universität, UMIT Tirol (Privatuniversitäten)

Zu den Lehrberufen im Tourismus vergleiche Kapitel 5.2.

Nachfolgend wird die Ausbildungslandschaft insbesondere in Hinblick auf regionale Unterschiede in der Verteilung der Angebote betrachtet.

Die duale Ausbildung findet direkt vor Ort in den Betrieben der Tourismuswirtschaft statt. Das legt den Schluss nahe, dass in Bundesländern mit starker Tourismuswirtschaft viele Lehrausbildungen angeboten werden, eben dort, wo ausgebildete Fachkräfte gebraucht werden. Tatsächlich wurden gemäß der Systematik der WKO (in der Bundessparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*) per 31.12.2021¹⁵⁶ die meisten Lehrlinge in Tourismusbetrieben in Wien ausgebildet (1.226), gefolgt von Tirol (978), Oberösterreich (948), Niederösterreich (917) und der Steiermark (884) (Top 5 im Jahr 2021). Tourismusintensive Bundesländer wie Salzburg und Vorarlberg finden sich nicht unter den Top 5. Zu beobachten ist im längerfristigen Vergleich (seit 2010) eine tendenzielle Verschiebung der Ausbildung von West nach Ost. 2010 lag noch Oberösterreich im Ranking voran, gefolgt von Tirol, der Steiermark, Wien und Niederösterreich. Bei dieser Betrachtung müssen selbstverständlich sowohl die Größen- und Bevölkerungsstrukturen der Bundesländer als auch der Tourismusbetriebe in den Bundesländern sowie pandemiebedingte Einflüsse in der Beurteilung berücksichtigt werden.¹⁵⁷

Bei Betrachtung des schulischen Ausbildungsangebotes zeigt sich, dass österreichweit 28 Schulen für Tourismus bestehen, die sich wie folgt auf die Bundesländer verteilen.¹⁵⁸

1. Burgenland:	2
2. Kärnten:	2
3. Niederösterreich:	5
4. Oberösterreich:	3
5. Salzburg	4
6. Steiermark	1
7. Tirol	4
8. Vorarlberg	2
9. Wien	5

Regional gesehen gibt es Häufungen zum einen im Osten (je fünf in Niederösterreich und in Wien) und zum anderen im Westen (Tirol und Vorarlberg zusammen sechs). Die Info-Website der Tourismusschulen Österreichs stellt die regionale Verteilung grafisch anschaulich dar (vgl. Abbildung 5-2). Auffällig ist insbesondere, dass die Steiermark als großflächiges Bundesland nur einen Standort einer expliziten Tourismusschule aufweist, während sich beispielsweise in Salzburg 4 Standorte finden:¹⁵⁹

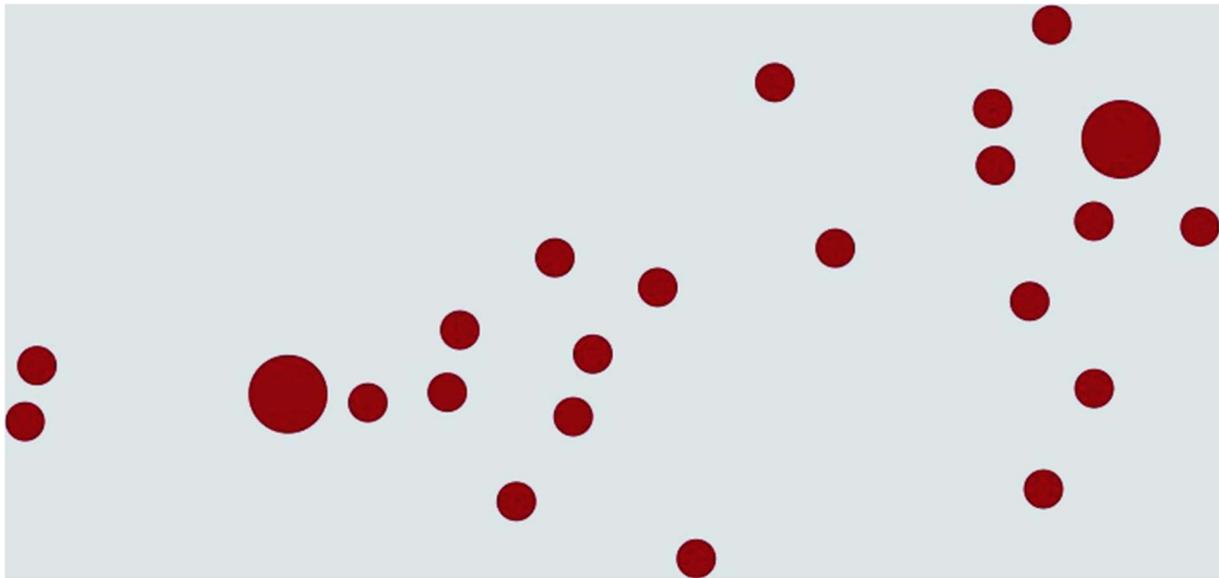
¹⁵⁶ WKO (2022a): Lehrlingsstatistik des jeweiligen Jahres. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/daten-lehrlingsstatistik.html>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022 bzw. WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022)

¹⁵⁷ Zu berücksichtigen ist außerdem, dass in den Zahlen alle Lehrberufe enthalten sind, die in Betrieben der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ausgebildet werden, damit auch Nicht-Tourismusberufe, beispielsweise aus kaufmännischen oder technischen Berufen, so wie zum Teil touristische Berufe (z. B. Koch/Köchin) vereinzelt auch in Nicht-Tourismusbetrieben ausgebildet werden.

¹⁵⁸ Stand Mai 2022, <https://www.abc.berufsbildendeschulen.at/schulen-fuer-tourismus/standorte/?region=10>

¹⁵⁹ Die Website listet 28 Tourismusschulen; vgl. <http://www.tourismusschulen-oesterreich.at/meta/schulen.html>. Die ehemalige Hotelfachschule an der HLW Lienz – HBLA für wirtschaftliche Berufe wird jedoch aktuell nicht mehr geführt; s. <http://www.hlw-lienz.at/ausbildung.htm>.

Abbildung 5-2: Regionale Verteilung der Tourismusschulen in Österreich

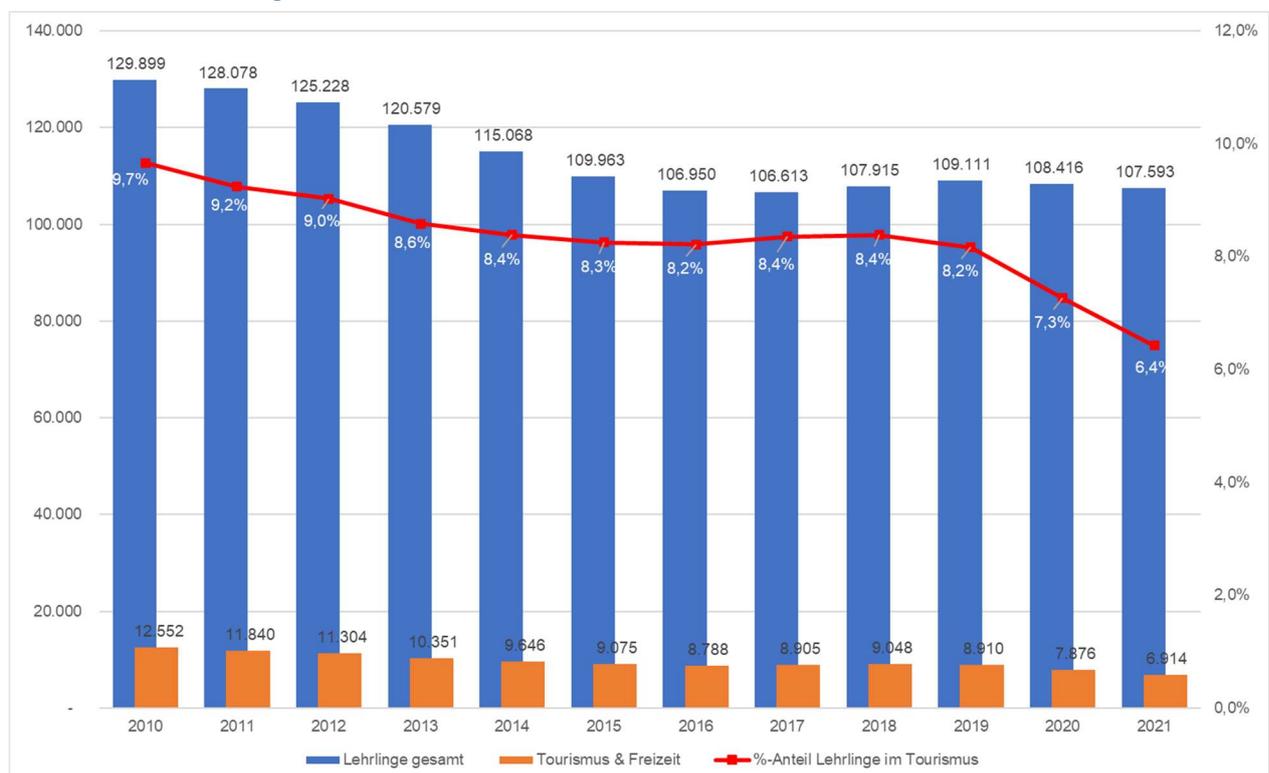


Quelle: <http://www.tourismusschulen-oesterreich.at/home.html>

Wie haben sich die Zahlen der Lehrlinge und SchülerInnen im Zeitverlauf entwickelt, und welche Relationen zwischen dualer Ausbildung und Schulen sind erkennbar? Bestätigt sich die häufig kolportierte Annahme von Schulen und Lehre als kommunizierende Gefäße, dass also die SchülerInnen-Zahlen steigen, wenn die Lehrlingszahlen abnehmen?

Was bereits aus Tabelle 5-2 oben erkennbar ist, wird durch einen Blick auf die Entwicklung der Lehrlingszahlen bestätigt (vgl. Grafik 5-1):

Grafik 5-1: Lehrlinge in Österreich 2010 – 2021 und in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*



Quelle: WKÖ Lehrlingsstatistik

Im Zeitraum 2010 bis 2017 ist eine stetige Abnahme der Lehrlingszahlen sowohl insgesamt wie auch in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* zu beobachten. Ab 2018 (im Tourismus bereits ab 2017) ist für die Gesamtzahlen und für die Tourismuslehrlinge eine Stabilisierung festzustellen. Erst mit Beginn der Coronapandemie ist bei den Tourismuslehrlingen ein deutlicher Einbruch festzustellen. Der Anteil der Lehrlinge im Tourismus an den Gesamtlehrlingen ist in diesen Zeitraum von 9,7 % auf 6,4 % gefallen. Besonders deutlich ist der pandemiebedingte Rückgang von 1,8 Prozentpunkten von 2019 auf 2021 – einem Zeitraum, in dem die Gesamtzahl der Lehrlinge nur leicht gesunken ist.

Tabelle 5-2 zeigt, dass auch die Zahl der SchülerInnen an den Höheren Lehranstalten für Tourismus im Vergleichszeitraum rückläufig war (mit Ausnahme des Jahres 2020), ebenso wie an den Hotelfachschulen und Gastgewerbe(fach)schulen, in letzteren sogar stärker als in der dualen Ausbildung (2010 bis 2020 -53 %). Damit bestätigt sich zumindest bei statistischer Betrachtung nicht, dass sich schulische Ausbildungen und duale Ausbildung gegenseitig Jugendliche „wegnehmen“ würden. Neben der demographischen Entwicklung (Rückgang in den entsprechenden Alterskohorten) dürfte bei der dargestellten Entwicklung ein Branchenfaktor eine zusätzliche Rolle spielen. Über alle Branchen hinweg geht beispielsweise Dornmayr davon aus, dass die Lehre stärker als andere Bildungswege vom demographischen Rückgang betroffen war und ist.¹⁶⁰ Für eine Untersuchung der spezifischen Ausprägungen in der Ausbildungslandschaft für *Tourismus und Freizeitwirtschaft* fehlen aber entsprechend detaillierte Daten.

Qualifikationen auf tertiärer Ebene spielen am Tourismus-Arbeitsmarkt traditionell eine eher untergeordnete Rolle. Von den Beschäftigten in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* hatten 2019 nur gute neun Prozent eine tertiäre Ausbildung. Mit der Etablierung einschlägiger Fachhochschulstudien und den Angeboten der Privatuniversitäten Modul Universität und UMIT ist ihre Bedeutung aber über die letzten Jahre kontinuierlich gestiegen: 2010 betrug er noch 4,3 %, 2015 bereits 7,4 %. Auch von BranchenvertreterInnen wird die steigende Bedeutung tertiäre Ausbildungen im Tourismus immer wieder hervorgehoben.

Explizit touristische Studienrichtungen werden in Österreich an den beiden Privatuniversitäten Modul Universität Wien und UMIT Tirol in Innsbruck sowie an einer Reihe von Fachhochschulen angeboten. Tabelle 5-3 gibt einen Überblick über Studienangebote mit engem Tourismusbezug (Stand Mai 2022). Ähnlich wie für den schulischen Bereich gilt für tertiäre Angebote, dass zahlreiche Studienrichtungen beispielsweise aus dem betriebswirtschaftlichen Bereich eine gute Anschlussfähigkeit für den Tourismus-Arbeitsmarkt bieten.

Tabelle 5-3: Auswahl an Tourismus-Studien an Universitäten und Fachhochschulen

Studienrichtung	Hochschultyp
Bachelorstudium Wirtschaft, Gesundheits- und Sporttourismus	Universität
Bachelor of Business Administration in Tourism and Hospitality Management	Universität
MBA-Professional Master of Business Administration in Tourism Management	Universität
MSc in International Tourism Management	Universität
BBA in Tourism, Hotel Management and Operations	Universität
Tourismus-Management	Fachhochschule
Leadership im Tourismus	Fachhochschule
Tourismusmanagement und Freizeitwirtschaft	Fachhochschule
Tourism and Leisure Management	Fachhochschule
eTourismus Management	Fachhochschule

¹⁶⁰ Dornmayr (2021), S. 27 und 102.

Gesundheitsmanagement im Tourismus	Fachhochschule
Gesundheits-, Tourismus- und Sportmanagement	Fachhochschule
Entwicklung und Management touristischer Angebote	Fachhochschule
Innovation und Management im Tourismus	Fachhochschule
Innovation and Management in Tourism	Fachhochschule
FHS Diploma als akademischer Experte im Tourismusmanagement	Fachhochschule
Unternehmensführung, Tourismus und Freizeitwirtschaft	Fachhochschule
Entrepreneurship und Tourismus	Fachhochschule
Tourismus- und Freizeitmanagement	Fachhochschule
Tourismusmanagement und Führung	Fachhochschule
Tourismusmarketing und Innovation	Fachhochschule
Sport-, Kultur- und Veranstaltungsmanagement	Fachhochschule

Quelle: AMS-Ausbildungskompass (www.ausbildungskompass.at), Stand Mai 2022

Darüber hinaus wird eine Reihe einschlägiger Universitäts- und Fachhochschullehrgänge angeboten.

5.2 Ausbildungsform Lehre

Wie im Überblick ausgeführt, hat die Lehre, quantitativ betrachtet, im Vergleich mit anderen Ausbildungswegen die größte Bedeutung in der Ausbildung von Fachkräften für *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, und das seit Jahren. Laut Lehrlingsstatistik der WKÖ wurden 2019 8.910 Lehrlinge in einem Tourismus- oder Freizeitwirtschaft-Lehrberuf ausgebildet, 2020 waren es 7.876 und 2021 6.914 (vgl. Tabelle 5-2). Von den 15 Lehrberufen, die in diese Sparte fallen, sind vier in den Top 10 der beliebtesten Lehrberufe bei jungen Frauen (Köchin, Restaurantfachfrau, Hotel- und Gastgewerbeassistentin, Konditorin), und der Beruf *Koch* auch bei den männlichen Lehrlingen.

Tabelle 5-4: Lehrberufe in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

Lehrberuf*	Lehrlinge per 31.12.2021			Kommentar
	Gesamt	männlich	weiblich	
Koch/Köchin	2.964	1.967	997	Top 10 der häufigsten Lehrberufe bei Mädchen und Burschen
Hotel- und GastgewerbeassistentIn	1.119	265	854	Top 10 der häufigsten Lehrberufe bei Mädchen
Konditorei	1.178	174	1.004	Top 10 der häufigsten Lehrberufe bei Mädchen; seit 2021 in den Schwerpunkten Allgemeine Konditorei und Patisserie
Restaurantfachmann/frau	1.424	630	794	Top 10 der häufigsten Lehrberufe bei Mädchen
BetriebsdienstleisterIn	45	12	33	
Eventkaufmann/frau	5	2	3	neu seit 2021
Fitnessbetreuung	188	93	95	
Gastronomiefachmann/frau	1.041	579	462	
Hotel- und Restaurantfachmann/frau	67	13	54	neu seit 2020

Hotelkaufmann/frau	111 / 23 / 88	seit 2015
Mobilitätsservice	104 / 45 / 59	
ReisebüroassistentIn	61 / 11 / 50	
Sportadministration	59 / 43 / 16	
Systemgastronomiefachkraft	399 / 183 / 216	
Veranstaltungstechnik	125 / 102 / 23	

Quelle: Lehrberufsliste Online (<https://lehrberufsliste.bic.at>) und WKÖ, Lehrlingsstatistik per 31.12.2021

* Bezeichnung gemäß Lehrberufsliste

5.2.1 Entwicklung der Lehrlingszahlen

Wie in Grafik 5-1 dargestellt, sind die Lehrlingszahlen in Österreich bis zum Jahr 2017 kontinuierlich zurückgegangen (-18 % von 2010 bis 2017). Eine Trendumkehr ab dem Jahr 2018 wurden 2020 durch die Coronapandemie beendet. Ob sich der positive Trend der Jahre 2018 und 2019 nach Normalisierung der Coronasituation wieder fortsetzt, wird sich erst in den nächsten Jahren zeigen. Diese allgemeine Entwicklung ist in der Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* noch deutlicher ausgeprägt: Zwischen 2010 und 2021 sank die Zahl der Lehrlinge hier insgesamt um 45 %, und der Anteil der Lehrlinge in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* an den Gesamtlehrlingen reduzierte sich in diesem Zeitraum um 4 Prozentpunkte. Die zwischenzeitliche Trendumkehr bei den Gesamtzahlen wirkte sich in der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ebenfalls positiv aus, bevor die Zahlen mit Beginn der Pandemie einbrachen (vgl. WKÖ Lehrlingsstatistik).

Bei einer Betrachtung nach Lehrberufsgruppen zeigt sich dieser Rückgang ebenfalls: Lehrlinge der Lehrberufsgruppe *Tourismus/Gastgewerbe/Hotellerie* verzeichnen zwischen 2010 und 2020 einen Rückgang um -39 %:¹⁶¹

*„Die stärksten Rückgänge in absoluten Zahlen erfolgten in den Berufsgruppen „Büro/Handel/Finanzen“ (-6.855 Lehrlinge), Tourismus/Gastgewerbe/Hotellerie“ (-5.248 Lehrlinge), „Maschinen/Fahrzeug/Metall“ (-4.008 Lehrlinge), sowie „Elektrotechnik/Elektronik“ (-3.009 Lehrlinge). Anteilsmäßig bedeutet dies für den Bereich der **Gastronomie** innerhalb der letzten 10 Jahre den **stärksten Rückgang der Lehrlinge** (bzw. besetzten Lehrstellen) – nämlich um **deutlich mehr als ein Drittel (-39 %)**.“*

Wie Grafik 5-2 verdeutlicht, betraf der Rückgang der Lehrlinge in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* im Zeitraum 2010 bis 2021 alle Bundesländer. Am geringsten war dieser Rückgang in Wien (-28 %), am stärksten in den Bundesländern Oberösterreich (-51 %) sowie Burgenland und Steiermark mit jeweils -50 %. Aber auch in den übrigen Bundesländern waren Rückgänge zwischen -43 % und -48 % zu verzeichnen.

Während in Wien die Zahl der Lehrlinge zwischen 2010 und 2019 sogar konstant geblieben ist, war der Rückgang in der Zeit der Corona-Pandemie relativ deutlich: 2019 wurden 1.700 Lehrlinge im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft ausgebildet, 2021 waren es noch 1.226 (-28 %). Anders in den restlichen Bundesländern¹⁶²: Hier sanken die Zahlen der Lehrlinge bereits zwischen 2010 und 2019 kontinuierlich und deutlicher als in Wien, im Pandemiejahr jedoch etwas weniger als in Wien. Die Zunahme des Städtetourismus und Wiens Bedeutung als Festival- und Kongressdestination könnten ein Grund für die stabilere Entwicklung Wiens (vor den Corona-Lockdowns) sein. Ein weiterer Grund könnte in der demografischen Entwicklung liegen, die in Wien zu höheren Zahlen an Jugendlichen und damit zu

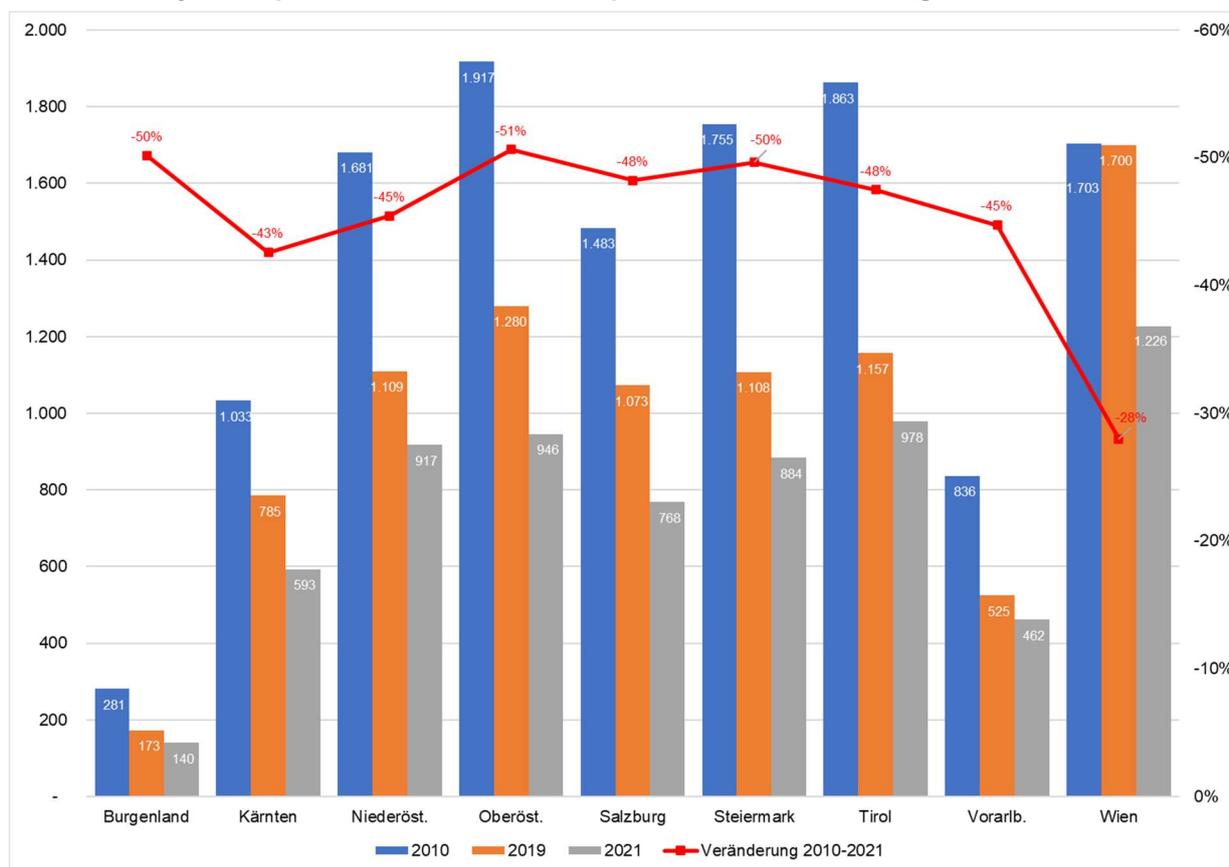
¹⁶¹ Dornmayr 2021, S. 22; Hervorhebungen durch die AutorInnen

¹⁶² pauschal betrachtet; natürlich bestehen Unterschiede zwischen den Bundesländern

einem größeren Lehrlingspotenzial führt, während andere Bundesländer durchwegs mit sinkenden Jugendlichenzahlen zu kämpfen haben.

Zu berücksichtigen ist, dass in den dargestellten Zahlen die Lehrlinge in überbetrieblicher Ausbildung nicht enthalten sind. Die stabilere Entwicklung in Wien ist daher in diesem Fall nicht auf die überbetriebliche Ausbildung zurückzuführen (siehe zum Vergleich Kapitel 5.2.2, Lehrlinge im ersten Lehrjahr), die in Wien traditionell eine größere Bedeutung hat als in anderen Bundesländern.¹⁶³

Grafik 5-2: Lehrlinge in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* in den Jahren 2010, 2019 und 2021, jeweils per 31.12. des Jahres und prozentuelle Entwicklung zw. 2010 und 2021



Quelle: WKÖ Lehrlingsstatistik

5.2.2 Lehrlinge im ersten Lehrjahr

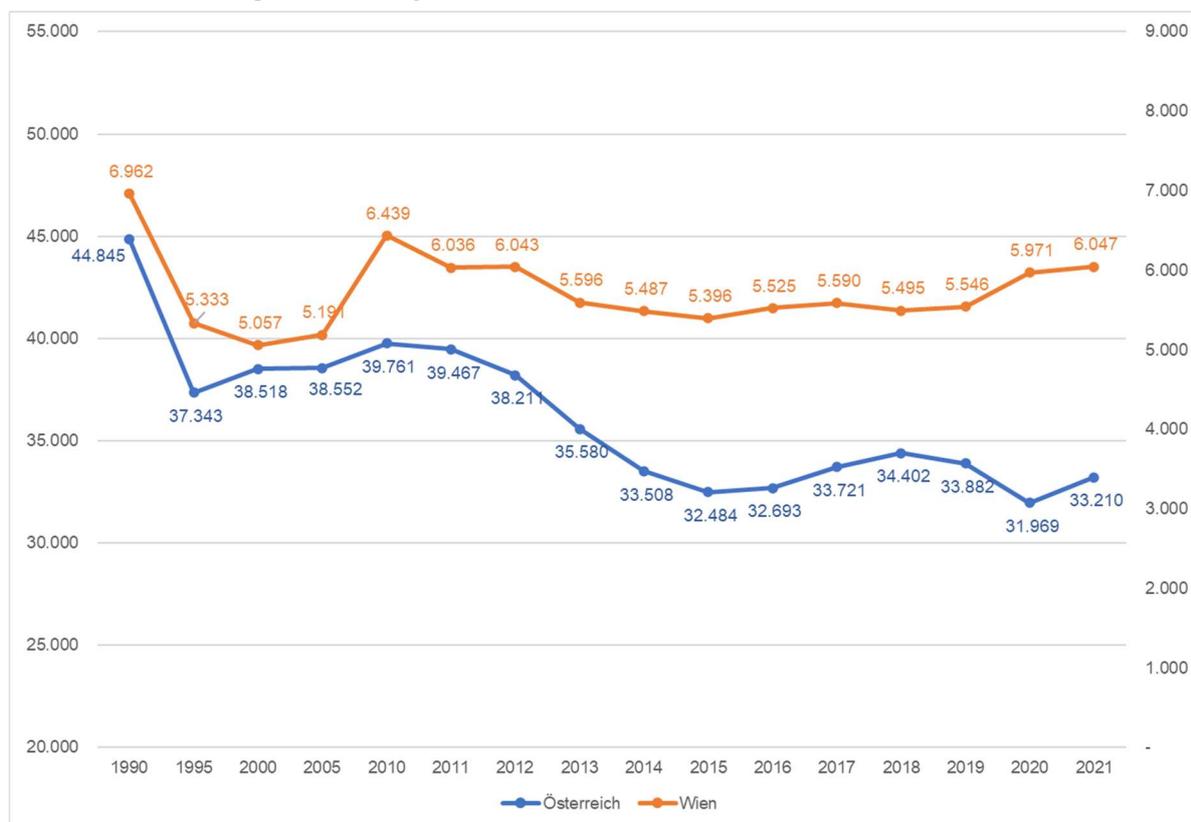
Die Zahl der Lehrlinge im ersten Lehrjahr (alle Sparten) ging im Verlauf der letzten 30 Jahren immer wieder zurück. Zwischen 1990 und 1995 gab es einen deutlichen Rückgang von 44.845 auf 37.343, gefolgt von moderaten Steigerungen bis 2006. Anschließend sanken die Zahlen bis 2015 wieder kontinuierlich ab, um in der Folge bis 2018 wieder zu steigen (vgl. Grafik 5-3). Im ersten Coronajahr 2020 brach die Zahl der Lehrlinge deutlich ein, erholte sich allerdings bereits 2021 wieder etwas.

Während grundsätzlich die regionalen Entwicklungen ähnlich verlaufen, zeigen sich einzelne Unterschiede. In Grafik 5-3 wird beispielhaft zur Entwicklung der Österreichzahlen auch die Entwicklung der Lehrlinge in Wien dargestellt. Diese weichen zum Teil deutlich vom allgemeinen Bild ab, was auf die bereits oben angesprochenen strukturellen Unterschiede der Bundeshauptstadt zu anderen Bundesländern zurückgeführt werden könnte. Während z. B. die österreichweiten Zahlen von 1995 bis

¹⁶³ alle Daten WKÖ Lehrlingsstatistik

2007 anstieg, begann in Wien der Anstieg zeitverzögert, hielt aber bis 2010 an. Und während die Österreichwerte der LehranfängerInnen etwa ab 2012 deutlich zu sinken begannen, blieb der Rückgang in Wien moderat. Den stärksten Unterschied sieht man jedoch in der Zeit der Corona-Pandemie: Während österreichweit die Gesamtzahl der Lehrlinge im ersten Lehrjahr von 2019 auf 2020 sanken, stiegen sie in Wien in diesen beiden Jahren sogar weiter an. Einen Teil der Erklärung bildet die Überbetriebliche Lehrlingsausbildung (ÜBA), die in Wien eine deutlich größere Bedeutung hat als in anderen Bundesländern und in diesem Fall in den Werten in Grafik 5-3 enthalten ist. Während 2019 im Vorcoronajahr in Wien 1.184 Lehrlinge im ersten Lehrjahr in einer überbetrieblichen Ausbildung aufgenommen wurden, waren es im Jahr 2020 1.936 und 2021 mit 2.026 um rund 70 % mehr als im Vergleichsjahr 2019.¹⁶⁴

Grafik 5-3: Lehrlinge im 1. Lehrjahr in Österreich und in Wien, 1990 bis 2021



Quelle: WKÖ Lehrlingsstatistik, Werte jeweils per 31.12. des Jahres

Betrachtet man den Anteil der Lehrlinge im 1. Lehrjahr an den 15-Jährigen als Referenzalter für den Beginn der Lehrlingsausbildung („LehnanfängerInnenquote“), so zeigen sich deutliche Unterschiede in den Bundesländern: „Vergleichsweise niedrig sind diese Anteile in den östlichen Bundesländern (vor allem in Burgenland und Niederösterreich), in welchen im Jahr 2020 in einer Durchschnittsbetrachtung nur rund 29 % der 15-Jährigen eine Lehrausbildung begonnen haben.¹⁶⁵ Dahingegen betrug dieser Anteil (d. h. genau genommen der Anteil der Lehrlinge im 1. Lehrjahr an der 15-jährigen

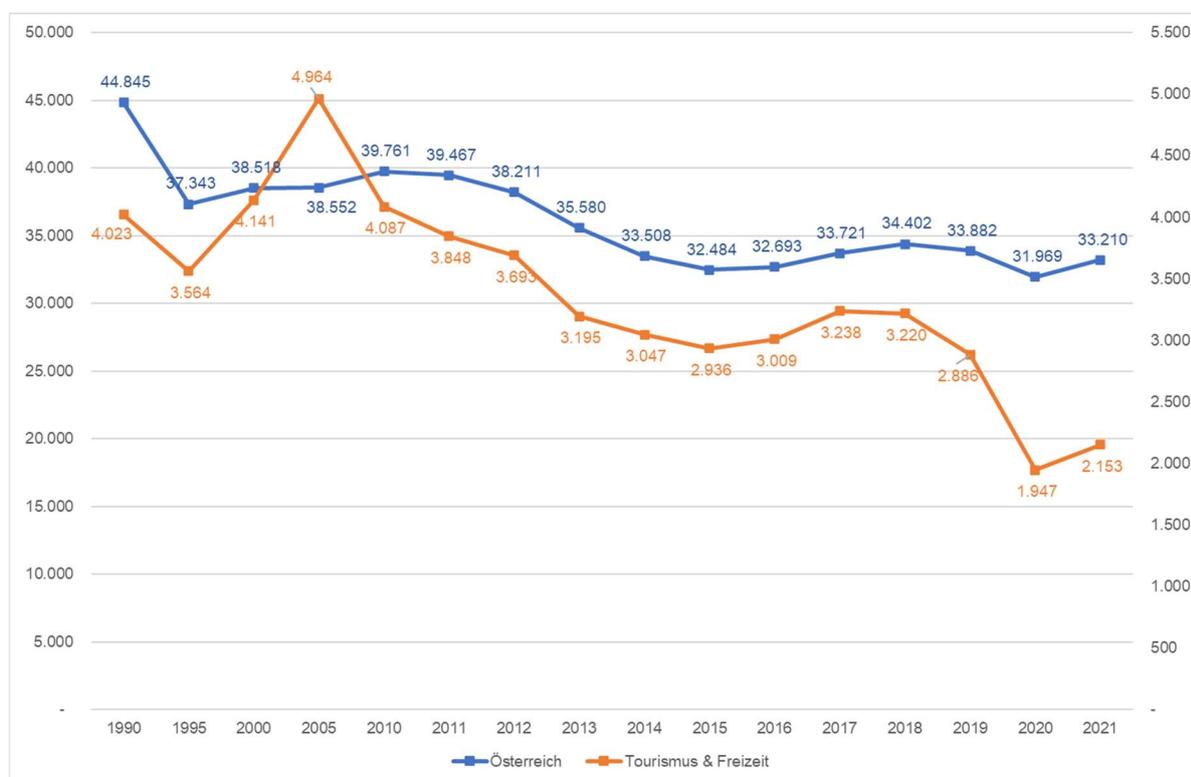
¹⁶⁴ Wirtschaftskammer Wien (2021): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2020. Download: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/BQM-Kurzstatistik-Folder-2020-final.pdf> und Wirtschaftskammer Wien (2022): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2021. Download: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/2021-Lehrlingsstatistik-Kurzfassung.pdf> und Wirtschaftskammer Wien (2020): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2019. Download: https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/Kurzstatistik-Lehrlinge-und-BP_Folder-2019.pdf, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

¹⁶⁵ Bei dieser Betrachtung handelt es sich ausschließlich um eine Näherungsbetrachtung zur Bestimmung der Bedeutung der Ausbildung für Abgänger aus der Schulpflicht im Bundesländervergleich. Tatsächlich liegt das durchschnittliche Einstiegsalter der Lehrlinge inzwischen bei 16,8 Jahren im Jahr 2020. vgl. Dornmayr (2020)

Wohnbevölkerung) in Vorarlberg rund 44 %.¹⁶⁶ Während die Quote in Wien 2020 bei rund 34 % lag betrug sie in den übrigen Bundesländern jeweils knapp unter oder über 40 %.

Im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft entwickelten sich die Zahlen der LehranfängerInnen nicht immer parallel zu den Gesamtquoten der LehranfängerInnen (vgl. Grafik 5-4). Während sich zwischen 1990 und 1995 der allgemeine Rückgang auch in dieser Sparte deutlich bemerkbar machte (von 4.023 1990 auf 3.564 1995), folgte bis 2005 ein starker Anstieg. So war im Zeitraum 1995 bis 2005 ein erheblicher Teil der insgesamt steigenden Zahlen bei LehranfängerInnen auf Anstiege in der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft zurückzuführen. Zwischen 2005 und 2010 folgte ein ebenso deutlicher, neuerlicher Einbruch, während die Gesamtzahlen tendenziell weiter stiegen. Der weitere Verlauf bis 2017 war relativ parallel zur Entwicklung der Gesamtzahlen, bevor mit der Coronakrise die Zahl der LehranfängerInnen im Tourismus wesentlich stärker zurückgingen als die Gesamtzahlen.

Grafik 5-4: Lehrlinge im 1. Lehrjahr in Österreich und in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, 1990 bis 2021



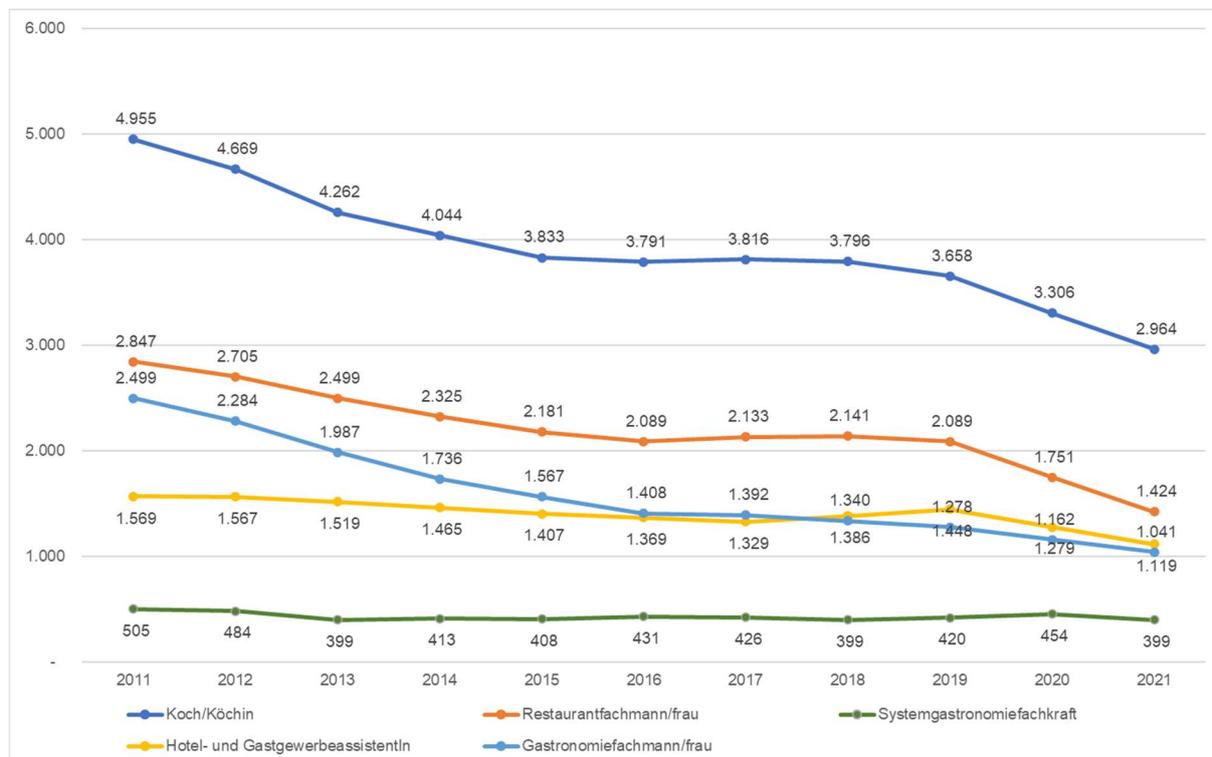
Quelle: WKÖ Lehrlingsstatistik, Daten jeweils per 31.12. des Jahres

Dabei haben sich nicht alle Lehrberufe im Tourismus gleich entwickelt. Wie Grafik 5-5 zeigt, ist die Zahl der Personen, die den Lehrberuf *Koch/Köchin* erlernen, zwischen 2011 und 2021 von knapp 5.000 auf unter 3.000 gefallen (-40 %), in den Lehrberufen *Gastronomiefachmann/frau* (-58%) und *Restaurantfachmann/frau* (-50 %) waren die Rückgänge sogar noch stärker. Der Lehrberuf *Systemgastronomiefachkraft* zeigt eine wesentlich stabilere Entwicklung, wenn auch auf deutlich niedrigerem Niveau. Er ging im Betrachtungszeitraum lediglich um 20 % zurück und lag damit nur etwas über dem Rückgang der Gesamtheit aller Lehrlinge (-18% von 2009 auf 2021). Etwas stabiler entwickelte sich außerdem der *Beruf Hotel- und GastgewerbeassistentIn*. Bei allen Werten muss allerdings berücksichtigt werden, dass besonders in den Tourismusausbildungen ein wesentlicher Anteil

¹⁶⁶ Dornmayr 2021, S. 28

der Rückgänge auf die beiden Pandemiejahre 2020 und 2021 entfiel, wie die grafische Darstellung verdeutlicht.

Grafik 5-5: Lehrlinge in ausgewählten Lehrberufen



Quelle: WKÖ Lehrlingsstatistik

Die Ursachen für derartige Unterschiede sind nicht ohne weiteres zu klären. Neben den offensichtlichen Auswirkungen der Pandemie in den Jahren 2020 und 2021, demografischen Entwicklungen und einem häufig als Argument angeführten längerfristigen Attraktivitätsverlust,¹⁶⁷ kann auch die Einführung neuer Lehrberufe im Tourismus zusätzlich zu gewissen Umschichtungseffekten führen, die zwar in Summe keine negativen Auswirkungen haben, aber die Relationen zwischen den Berufen verändern. Die Einführung der Berufe *Hotelkaufmann/-frau* im Jahr 2015 und *Hotel- und Restaurantfachmann/-frau* 2020 könnte beispielsweise dem Lehrberuf *Hotel- und GastgewerbeassistentIn* Lehrlinge entzogen haben. Die tatsächliche Erklärung für diese Entwicklungen dürfte in einer Kombination verschiedener Trends und Ursachen zu suchen sein und lässt sich wohl kaum auf einen Faktor reduzieren.

Betrachtung nach Sparten

Bei einer Betrachtung der Lehrlingszahlen nach Sparten – wie in Tabelle 5-5 – zeigen sich für die Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* die mit Abstand größten durch Corona bedingten Rückgänge an Lehrlingen. Sowohl die Gesamtzahl an Lehrlingen (-13,6 % von 2020 auf 2021 und nochmals -7,0 % von 2021 auf 2022) als auch die Lehrlinge im ersten Lehrjahr (-27,9 % von 2020 auf 2021) sinken im Branchenvergleich per 30.05.2021 gegenüber dem Vorjahr überdurchschnittlich. Bei den Lehrlingen im ersten Lehrjahr zeigt sich im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 aber bereits ein deutlicher Aufholeffekt (+31,2 %), im Spartenvergleich bei insgesamt steigenden Zahlen der mit Abstand höchste Wert.¹⁶⁸ Wie

¹⁶⁷ Dieses Argument wird oft für die Lehrlingsausbildung insgesamt verwendet, dürfte aber für den Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft eine zusätzliche Bedeutung haben.

¹⁶⁸ WKÖ (2021): Lehrlingsstatistik April 2021 und WKÖ (2022): Lehrlingsstatistik April 2022

im Kapitel 5.2.4 gezeigt wird, erfolgt dieser Anstieg vor dem Hintergrund stark sinkender Zahlen an Lehrstellensuchenden bei gleichzeitig steigenden Zahlen offener Lehrstellen.

Die Tabelle veranschaulicht außerdem, dass sowohl der Gesamtrückgang an Lehrlingen im Zeitraum 2020 bis 2021 quer über die Sparten wie auch der Rückgang an Lehrlingen im ersten Lehrjahr durch einen deutlichen Anstieg der überbetrieblichen Ausbildungen (ÜBA) und der Ausbildungen durch „sonstige Lehrberechtigte“ (beispielsweise die öffentliche Hand) ausgeglichen wurde. Bereits im Beobachtungszeitraum bis Mai 2022 kehrte sich dieser Trend wieder um.¹⁶⁹

Tabelle 5-5: Lehrlinge nach Sparten, gesamt und im ersten Lehrjahr, 2019 bis 2022, per Stichtag 31. Mai des Jahres

Sparte - GESAMT	Stichtag 31.05.2019	Stichtag 31.05.2020	Veränd. in % 2019 - 2020	Stichtag 31.05.2021	Veränd. in % 2020 - 2021	Stichtag 31.05.2022	Veränd. in % 2021 - 2022	Veränd. in % 2019 - 2022
Gewerbe & Handwerk	42.375	42.920	1,3%	43.314	0,9%	43.467	0,4%	2,6%
Industrie	13.430	14.184	5,6%	13.983	-1,4%	13.697	-2,0%	2,0%
Handel	14.641	14.726	0,6%	14.778	0,4%	14.824	0,3%	1,2%
Bank & Versicherung	1.074	1.193	11,1%	1.211	1,5%	1.177	-2,8%	9,6%
Transport & Verkehr	2.580	2.605	1,0%	2.504	-3,9%	2.535	1,2%	-1,7%
Tourismus & Freizeitwirtschaft	8.772	8.407	-4,2%	7.266	-13,6%	6.756	-7,0%	-23,0%
Information & Consulting	2.184	2.233	2,2%	2.263	1,3%	2.384	5,3%	9,2%
Sonstige Lehrberechtigte	7.441	7.645	2,7%	8.130	6,3%	8.687	6,9%	16,7%
Ausbildungsbetriebe	92.497	93.913	1,5%	93.449	-0,5%	93.527	0,1%	1,1%
Überbetriebliche Lehrausbildung	8.201	7.135	-13,0%	7.794	9,2%	6.864	-11,9%	-16,3%
Gesamt	100.698	101.048	0,3%	101.243	0,2%	100.391	-0,8%	-0,3%

Sparte - 1. Lehrjahr	Stichtag 31.05.2019	Stichtag 31.05.2020	Veränd. in % 2019 - 2020	Stichtag 31.05.2021	Veränd. in % 2020 - 2021	Stichtag 31.05.2022	Veränd. in % 2021 - 2022	Veränd. in % 2019 - 2022
Gewerbe & Handwerk	13.589	12.923	-4,9%	13.060	1,1%	13.534	3,6%	-0,4%
Industrie	4.433	4.381	-1,2%	3.932	-10,2%	4.023	2,3%	-9,2%
Handel	5.022	4.791	-4,6%	4.962	3,6%	5.127	3,3%	2,1%
Bank & Versicherung	354	360	1,7%	315	-12,5%	299	-5,1%	-15,5%
Transport & Verkehr	766	800	4,4%	719	-10,1%	805	12,0%	5,1%
Tourismus & Freizeitwirtschaft	2.982	2.474	-17,0%	1.783	-27,9%	2.339	31,2%	-21,6%
Information & Consulting	702	648	-7,7%	634	-2,2%	717	13,1%	2,1%
Sonstige Lehrberechtigte	2.267	2.320	2,3%	2.746	18,4%	2.777	1,1%	22,5%
Ausbildungsbetriebe	30.115	28.697	-4,7%	28.151	-1,9%	29.621	5,2%	-1,6%
Überbetriebliche Lehrausbildung	3.340	2.924	-12,5%	4.615	57,8%	3.615	-21,7%	8,2%
Gesamt	33.455	31.621	-5,5%	32.766	3,6%	33.236	1,4%	-0,7%

Quelle: WKO, Lehrlingsstatistik Mai 2020 & Mai 2022

Bei einer Gesamtbetrachtung des Zeitraums Mai 2019 (im Jahr vor Beginn der Coronapandemie) und Mai 2022 (letztverfügbare Daten) sind die Ausbildungszahlen insgesamt und die Zahlen für das 1. Lehrjahr relativ stabil. Große Veränderungen bzw. Verschiebungen zeigen sich hier nur bei einem detaillierten Blick auf die einzelnen Sparten sowie die ÜBA. Für die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ergibt sich für diesen Gesamtzeitraum der Coronapandemie trotz des deutlichen Aufholleffektes bei den Lehrlingen im 1. Lehrjahr 2022 insgesamt ein deutlicher Rückgang.

Da sich das Lehrstellenangebot, wie nachfolgend im Kapitel 5.2.4 beschrieben, bereits 2021, relativ rasch erholte, während die Zahl der Lehrstellensuchenden nach einzelnen Spitzen in der Folge niedrig blieb, lassen sich keine einfachen, monokausalen Begründungen für die Rückgänge in der

¹⁶⁹ WKO Lehrlingsstatistik April 2021

Lehrausbildungen im Tourismus (wie auch allgemein), finden. Die anhaltend geringe Zahl an Lehrstellensuchenden (vgl. 5.2.4) legt die Annahme nahe, dass das ohnehin schon eher geringe Interesse an Lehrstellen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* unter dem Eindruck der pandemiebedingten Betriebsschließungen weiter gesunken ist. Zieht man in Betracht, dass zahlreiche Jugendstudien der letzten Jahre und insbesondere im Zuge der Pandemie den hohen Stellenwert eines sicheren Jobs/eines sicheren Arbeitsplatzes bei Jugendlichen hervorstreichen¹⁷⁰, kann die Wahrnehmung einer durch die Krise schwer getroffenen Branche deren Attraktivität weiter verringern.

Überdies könnten pandemiebedingte Maßnahmen in den Schulen, wie beispielsweise die erleichterten Aufstiegsregeln in weiterführenden Schulen, eine Rolle spielen oder die Tatsache, dass Berufsorientierung in Betrieben nicht oder nur sehr reduziert möglich war. Das wachsende Angebot alternativer Ausbildungsberufe innerhalb der Lehre kann hier ebenso zum Tragen kommen. Zum anderen sind Tätigkeiten im Gastgewerbe und in der Beherbergung, ähnlich wie im Handel, natürlich nicht ohne ein gewisses Ausmaß an Kontakt mit KundInnen möglich – mag sein, dass dies in Zeiten einer Pandemie zu Bedenken führt, die die Berufswahl beeinflussen und letztlich den Ausschlag für eine Entscheidung für einen Beruf mit weniger Kontaktmöglichkeiten geben.¹⁷¹ Nachdem aber andere Branchen, für die diese Bedingungen weniger stark zutreffen, ebenfalls von Nachwuchssorgen geplagt werden, greifen diese Erklärungen zu kurz und können höchstens Teil einer umfangreicheren Ursachenforschung sein, die die Rolle eines allgemeinen gesellschaftlichen Wandels, demografischer Entwicklungen, zunehmender Urbanisierung usw. mit einschließt (vgl. die nachfolgenden Kapitel).

Gleichzeitig muss hervorgehoben werden, dass insbesondere in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* die Lehrlinge im ersten Lehrjahr im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 trotz geringer Zahlen an Lehrstellensuchenden wieder deutlich gestiegen sind. Angesichts des hohen Fachkräftebedarfs (vgl. Kapitel 4.2) dürfte es hier den Betrieben bei stark steigendem Lehrstellenangebot gelingen, das Potential an BewerberInnen besser auszuschöpfen.

5.2.3 Geschlechtersegregation

In diesem Unterkapitel soll beleuchtet werden, wie sich die Zahlen der Lehrlinge nach Geschlecht unterscheiden. Dass sowohl Mädchen/Frauen als auch Burschen/Männer in der Lehrberufswahl zu einer relativ konstant genderstereotypen Berufswahl neigen, zeigt ein Blick auf die Top 10 Lehrberufe nach Geschlecht sehr deutlich und wird immer wieder breit diskutiert.

Vier Tourismusberufe sind in den 10 von jungen Frauen am häufigsten gewählten Lehrberufen vertreten (Stand 31.12.2021): *Köchin* (3,2 % aller weiblichen Lehrlinge), *Restaurantfachfrau* (2,6 %), *Hotel- und Gastgewerbeassistentin* (2,6 %) und *Konditorin* (2,6 %), Gemeinsam machen diese vier Berufe somit rund 10 % aller weiblichen Lehrlinge aus. Zum Vergleich kommt der Einzelhandel als Top-Lehrberuf bei Mädchen auf 22,2 % aller Lehrverhältnisse. *Metalltechnik* als einziger technischer Lehrberuf unter den Top 10 bei Mädchen erreicht 3,1 % aller Lehrverhältnisse. Damit bestätigt sich, dass Tourismuslehren bei der Berufswahl von Mädchen und Frauen eine bedeutende Rolle spielen.¹⁷²

Insgesamt ist die Wahl eines Lehrberufs bei Burschen/Männern wesentlich häufiger als bei Mädchen/Frauen. So sind rund 2/3 aller Lehrlinge männlich. Anders im Bereich Tourismus und Freizeitwirtschaft, in dem die Lehrlinge je zur Hälfte männlich und weiblich sind (Daten 2021). Über die

¹⁷⁰ vgl. beispielsweise Jugendforschung Pädagogische Hochschulen Österreich (Hrsg.) (2021): Lebenswelten 2020. Werthaltungen junger Menschen in Österreich. Eine Jugendstudie der 14 österreichischen Pädagogischen Hochschulen. Zentrale Ergebnisse. S. 5. Download: https://jugendstudie-lebenswelten.weebly.com/uploads/5/9/1/0/59105493/lw_%C3%96sterreich_2020_zentrale_ergebnisse_end.pdf, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

¹⁷¹ vgl. Dornmayr 2021, S. 25f

¹⁷² WKO (2022a)

letzten 20 Jahre hat sich der Anteil männlicher und weiblicher Lehrlinge im Tourismus von einer leichten Dominanz weiblicher Lehrlinge (z. B. 2010 noch 46 % weibliche Lehrlinge) zu einem ausgeglichenen Verhältnis entwickelt.¹⁷³ Bei einer differenzierten Betrachtung nach Berufen zeigen sich allerdings wieder erheblich traditionell geprägte Geschlechtsunterschiede. Während im Beruf Koch/Köchin weiterhin männliche Lehrlinge mit 66 % dominieren, sind im Beruf Hotel- und GastgewerbeassistentIn zu 76 % Mädchen in Ausbildung, und auch im Beruf Restaurantfachmann/-frau bilden Mädchen mit 56 % die Mehrheit. Dies verdeutlicht, dass eine aggregierte Gruppenbetrachtung mitunter erhebliche Ungleichheiten auf der Detailebene verdecken kann.

Ein Blick auf anderen Sparten der Wirtschaftskammer zeigt (jeweils 2021), dass junge Frauen bei den Lehrlingen in drei Sparten die Mehrheit bilden, die alle durch kaufmännische Tätigkeiten geprägt sind: Handel (60,3 % weibliche), Sonstige Lehrberechtigte¹⁷⁴ (50,8 %), Bank und Versicherung (55,9 %). Besonders eklatant ist die Dominanz männlicher Lehrlinge mit 71,4 % in der größten Sparte Handwerk und Gewerbe sowie mit 72 % in der Industrie, die jeweils von handwerklichen und technischen Lehrberufen geprägt werden. Wenn man alternativ zur Spartenstruktur die Lehrberufe nach Lehrberufsgruppen betrachtet, bestätigt sich, dass Lehrausbildungen in Tourismus, Gastgewerbe und Hotellerie für Mädchen/Frauen attraktiv sind. Die Segregation ist mit 47,7 % weiblicher Lehrlinge im Jahr 2020 gering, auch bei dieser Einteilung bildeten sie 2015 noch die Mehrheit (51,6 %).^{175 176}

5.2.4 Lehrlingsausbildung in der Corona-Pandemie

Wie aus den Daten der Kapitel 2 und 4 hervorgeht, hat die Corona-Pandemie die österreichische Tourismuswirtschaft insgesamt hart getroffen. Sowohl Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe wie auch die Freizeitwirtschaft, Kultur- und Sportbetriebe waren von temporären Betriebsschließungen während der Lockdowns betroffen. Neben den vielfältigen Auswirkungen auf die Beschäftigung in diesen Bereichen, stellt sich in diesem Zusammenhang überdies die Frage der Auswirkung auf die Ausbildung, insbesondere Lehrlingsausbildung in den Betrieben sowie auf die Lehrstellensuche durch Jugendliche bzw. Lehrlingssuche der Betriebe. Damit verbunden ist überdies die Frage, ob vollzeitschulische Ausbildungsangebote durch die Pandemie gegenüber der Lehrlingsausbildung an Attraktivität gewinnen konnten, weil sie von den Betriebsschließungen in ihren Ausbildungsaktivitäten weniger stark tangiert wurden. Dazu ist einleitend festzuhalten, dass die Berufsausbildung in vollzeitschulischen Angeboten durch Homeschooling und eingeschränkte Möglichkeiten von Betriebspraktika natürlich ebenso vor großen Herausforderungen gestellt war.

Einige Entwicklungen in Zusammenhang mit der Coronapandemie wurden bereits in den Kapiteln 5.2.1 und 5.2.2 verdeutlicht. In diesem Kapitel wird nun besonders auf die Entwicklungen am Lehrstellenmarkt näher eingegangen.

Mit Blick auf die Grafik 5-6 zeigt sich in einem Vergleich des Lehrstellenangebotes mit den Lehrstellensuchenden im Zeitraum September 2019 bis Mai 2022 insgesamt (über alle Sparten

¹⁷³ Die Daten zu Lehrlingen wurden bisher für zwei Geschlechter erfasst. In Zukunft sind Daten für mehrere Geschlechter zu erwarten, z. B. nicht-binär, queer usw. In diesem Bericht wird – der Datenlage folgend – ein binäres Geschlechtermodell angewandt, auch wenn dies nicht dem Stand der Forschung entspricht.

¹⁷⁴ Unter „Sonstige Lehrberechtigte“ werden Betriebe zusammengefasst, die nicht in der Wirtschaftskammer organisiert sind, z. B. Apotheken, Rechtsanwaltskanzleien und öffentliche Verwaltung.

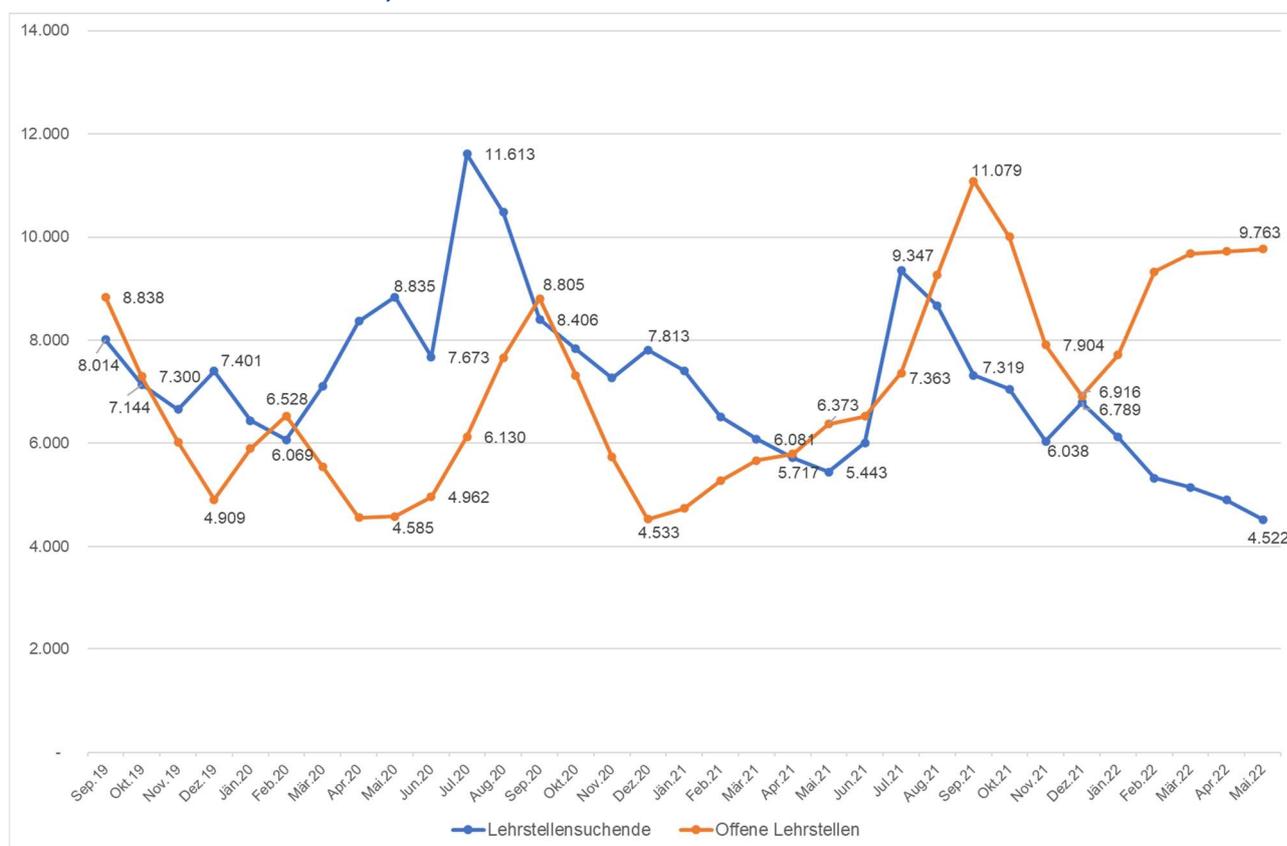
¹⁷⁵ WKO (2022a)

¹⁷⁶ Dornmayr 2021, S. 35; Grafik 3-18 Anteil weiblicher Lehrlinge nach Lehrberufsgruppen (Ende Dezember 2020 und 2015). Anmerkung: der Unterschied bei einer Betrachtung nach Spartenstruktur und Lehrberufsgruppen besteht darin, dass in der Spartenbetrachtung alle Lehrberufe einbezogen werden, die von den der Sparte zugeordneten Betrieben ausgebildet werden, somit z. B. auch Nicht-Tourismusberufe. Bei Verwendung der Lehrberufsgruppen, werden ausschließlich Tourismusberufe einbezogen.

betrachtet) eine deutliche Reaktion auf die geänderten Bedingungen während der Pandemie.¹⁷⁷ Das Auseinanderklaffen von Lehrstellenangebot und -nachfrage ist dabei kein Spezifikum der Pandemie, sondern war ebenfalls davor immer wieder zu beobachten. Dies deutet unabhängig von Lockdownphasen auf eine strukturelle Herausforderung hinsichtlich der zeitlichen Abstimmung des Lehrstellenangebots der Betriebe und die Nachfrage durch die Lehrstellensuchenden.

Wie die Darstellung außerdem verdeutlicht, hat sich dieses Auseinanderklaffen in der Coronakrise nochmals verstärkt. So zeigt sich in der ersten Lockdownphase ab März 2020 ein massiver Überhang an Lehrstellensuchenden gegenüber dem Lehrstellenangebot mit einer neuerlichen großen Lücke in der zweiten Lockdownphase im Herbst 2020/Winter 2021, bei allerdings tendenziell sinkenden Zahlen an Lehrstellensuchenden. Eine weitere Spitze der Lehrstellensuchenden bei gleichzeitig stark steigendem Lehrstellenangebot ist im Sommer 2021 zu beobachten.

Grafik 5-6: Offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende 2019 bis 2022 (Bestand; September 2019 bis Mai 2022)*



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung

* im Sinne der Lesbarkeit werden nicht alle Monatswerte beschriftet

Ab Dezember 2020 beginnt das Lehrstellenangebot nachhaltig und kontinuierlich zu steigen und übersteigt ab April 2021 die Nachfrage nicht nur zunehmend, sondern überdies dauerhaft (mit

¹⁷⁷ In dieser Betrachtung des Lehrstellenmarktes werden ausschließlich sofort verfügbare, beim AMS gemeldete Lehrstellen und Lehrstellensuchende gegenübergestellt. Diese Daten sind mit Vorsicht zu interpretieren, weil sie primär das Meldeverhalten der Lehrstellenanbieter und Lehrstellensuchenden widerspiegeln. Die Erfahrung zeigt, dass einerseits nicht alle offenen Lehrstellen über das AMS angeboten werden und längst nicht alle Lehrstellensuchenden beim AMS gemeldet sind und andererseits in einer längerfristigen Betrachtung zahlreiche Lehrstellen und Lehrstellensuchenden nicht „sofort verfügbar“ sind. Dennoch ermöglicht diese vereinfachte Datenlage aber eine gute Momentaufnahme des Gesamtbildes der Relationen zwischen Lehrstellenangebot und -nachfrage und deren Entwicklung.

Ausnahme Juli 2021). Seit Dezember 2021 entwickeln sich Angebot von und Nachfrage nach Lehrstellen in einem bisher nicht gekannten Ausmaß auseinander.

Während – wie oben angeführt – solche Schwankungen auch außerhalb der Pandemie zu beobachten sind, hat dabei in der Vergangenheit die Nachfrage nach Lehrstellen das Angebot meist überstiegen.¹⁷⁸ In der Coronapandemie wurden diese Schwankungen vorerst nochmals verstärkt und haben sich zuletzt in einen deutlichen und dauerhaften Angebotsüberhang gedreht. Wie Grafik 5-7 in einem Mehrjahresvergleich zeigt, ist bereits seit 2018 (Werte jeweils für den Monat Mai) ein tendenzieller Überhang offener Lehrstellen festzustellen: ein Trend, der durch die Pandemie im Jahr 2020 unterbrochen, aber nicht gebrochen wurde.¹⁷⁹

Das extreme Auseinanderklaffen zwischen Lehrstellensuchenden und Lehrstellenangebot während der ersten Lockdownphase ab März 2020 könnte auf eine gewisse Schockstarre der Betriebe zurückzuführen sein, die in dieser Phase der Betriebsschließungen und Kurzarbeit erst einen Weg finden mussten, wie sie in der Lehrlingsausbildung und -rekrutierung mit dieser neuen Situation umgehen. Das Lehrstellenangebot in diesem Zeitraum sank zwar unter das Niveau im Vergleichszeitraum der Vorjahre, das starke Auseinanderklaffen ist aber primär auf den deutlichen Anstieg der Lehrstellensuchenden zurückzuführen. Ein Grund für diesen sprunghaften Anstieg in dieser Phase der Pandemie könnte darin liegen, dass viele Jugendliche nach der ersten Erfahrung des Homeschoolings, lieber eine betriebliche Ausbildung ergreifen wollten, um dem Homeschooling zu entgehen. Aufgrund fehlender Belege dazu bleibt das allerdings Spekulation.

Durch die Erfahrungswerte aus dem bisherigen Verlauf der Pandemie, die Möglichkeit zur Kurzarbeit für Lehrlinge, Förderungen wie den Lehrlingsbonus,¹⁸⁰ Unterstützungsmaßnahmen wie den Ausbildungsverbund Corona Wien¹⁸¹ sowie zahlreiche kreative Ausbildungsstrategien, hat sich die Situation in der betrieblichen Ausbildung so weit normalisiert, dass die Lehrbetriebe wieder verstärkt nach Lehrlingen suchen. Getrieben durch die Wahrnehmung eines zunehmenden Fachkräftemangels, verstärkte sich die Lehrlingssuche seit Mitte 2021 weiter.

Dem stehen gegenläufige Erfahrungen der Lehrstellensuchenden gegenüber, die in und rund um die Lockdownphasen offenbar nur ein sehr eingeschränktes Lehrstellenangebot vorfanden, während die Zahl der Lehrstellensuchenden weit über den Vergleichswerten der Vorjahre lag. Auch die Möglichkeiten der Praxiserkundung im Rahmen der Berufsorientierung (z. B. Berufspraktische Tage, Messebesuche, Betriebsbesuche) waren sehr begrenzt. Überdies wurde medial das Bild vermittelt, dass die betriebliche Ausbildung aufgrund von Betriebsschließungen und Kurzarbeit praktisch zum Erliegen kam. Diese Gesamtsituation könnte bei vielen Jugendlichen und ihren Eltern zur Einschätzung geführt haben, dass sich die Chancen am Lehrstellenmarkt verschlechtern, die betriebliche Ausbildung von der

¹⁷⁸ vgl. Dornmayr, H. (2021), S. 45

¹⁷⁹ Bundesministerium für Arbeit (2022a): amis – Arbeitsmarktinformationssystem: Lehrstellenmarkt. Online unter: https://www.dnet.at/amis/Datenbank/DB_Stellenmarkt.aspx, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

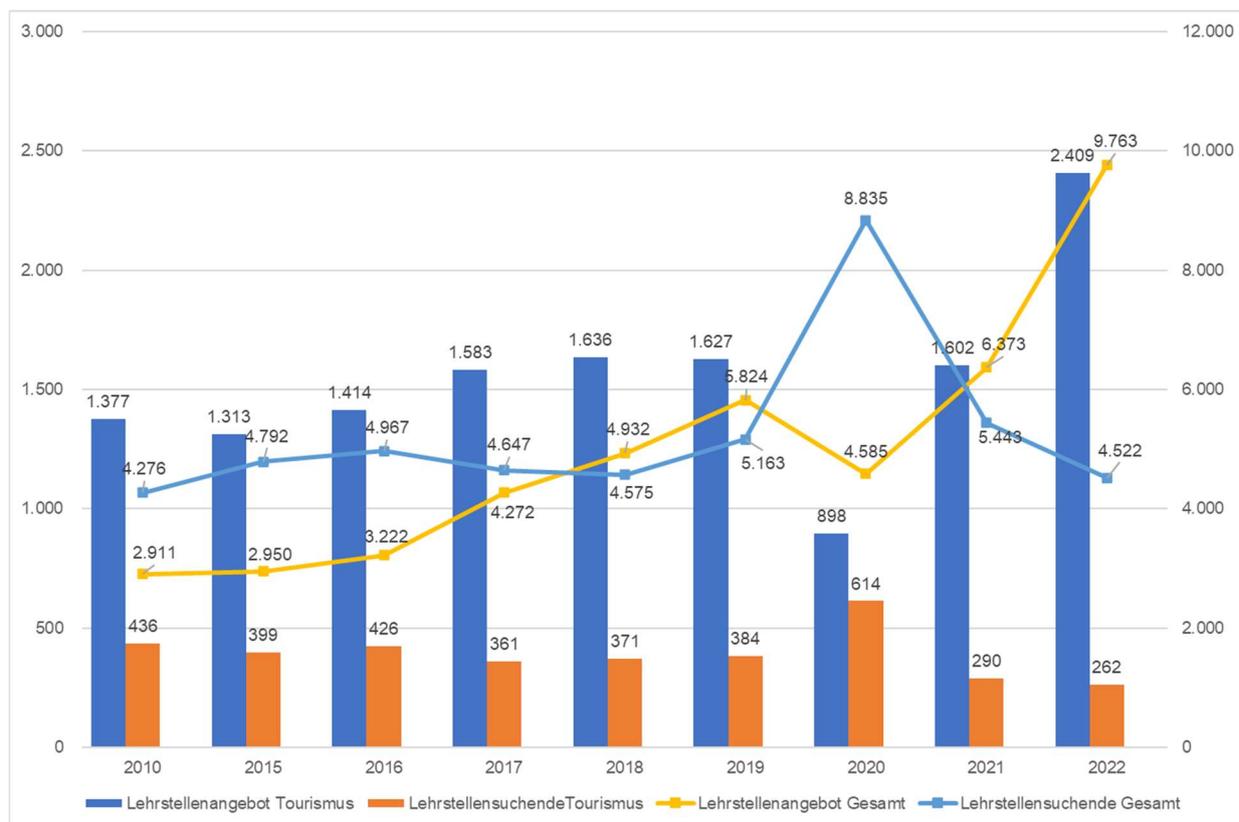
¹⁸⁰ Mit dem Lehrlingsbonus wurden Betriebe mit bis zu 3.000 Euro pro Lehrstelle unterstützt, die im Zeitraum 16. März bis 31. Oktober 2020 neue Lehrlinge eingestellt haben. Vgl. Dornmayr, H. (2021a): Evaluierung Lehrlingsbonus. Inanspruchnahme und Wirkungsabschätzung. ibw-Forschungsbericht Nr. 205. Hrsg. ibw, Wien. Download: <https://ibw.at/resource/download/2185/ibw-forschungsbericht-205.pdf>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

¹⁸¹ Der Ausbildungsverbund Corona Wien ist ein von den Sozialpartnern gemeinsam mit dem WAFF und dem AMS umgesetztes Modell eines überbetrieblichen Ausbildungsverbundes für die Wiener Hotellerie und Gastronomie. Unter bestimmten Voraussetzungen (z. B. temporäre Betriebsschließungen) können Lehrbetrieben eine flexible überbetriebliche Ausbildung für ihre Lehrlinge in Anspruch nehmen, ohne dass dafür eine Lehrvertragsänderung notwendig wäre. Dieses Pilotmodell ist bis Ende 2022 befristet. Details dazu unter: Wirtschaftskammer Wien (2021): Lehrlingsausbildungsverbände für die Wiener Hotellerie- und Gastronomiebranche. Online unter: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/lehrausbildungsverbuende-hotellerie-gastronomie.html>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

Coronakrise besonders stark betroffen ist und die Wahl einer schulischen (Aus)Bildung möglicherweise die krisensicherere und leichter zugängliche Option bildet. Ob daraus ein nachhaltiger Imageschaden für die duale Ausbildung entstanden ist, kann sich erst in einer mittelfristigen Betrachtung zeigen. Wobei die derzeit anhaltend niedrigen Zahlen an Lehrstellensuchenden diese These stützen würden (vgl. Grafik 5-6). In jedem Fall dürfte eine wesentliche Herausforderung für die Betriebe in den nächsten Monaten und Jahren darin bestehen, dass Vertrauen in die Ausbildungsbereitschaft und in ein krisensicheres duales Ausbildungsangebot wieder herzustellen.

Abweichend vom Lehrstellenmarkt insgesamt sind die Entwicklungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* bereits seit Jahren durch einen starken Überhang des Lehrstellenangebots gegenüber der Nachfrage gekennzeichnet (vgl. Grafik 5-7). In den letzten elf Jahren überstieg das Lehrstellenangebot im Tourismus die Zahl der Lehrstellensuchenden durchgehend um mehr als das Doppelte, zeitweise um ein Vielfaches. Eine Ausnahme bildet lediglich 2020, das erste Jahr der Pandemie. Während im Mai 2019 384 Lehrstellensuchenden 1.627 offenen Lehrstellen gegenüberstanden, waren im Jahr Mai 2020 „nur“ knapp 900 Lehrstellen für etwas über 600 junge Menschen verfügbar, aber selbst in dieser Phase geschlossener Tourismusbetriebe überstieg das Angebot die Nachfrage. Im Mai 2021 lag das Lehrstellenangebot bereits wieder annähernd auf dem Niveau vor Beginn der Corona-Pandemie, während die Zahl der Ausbildungsinteressierten wieder deutlich sank. Ein Trend, der sich 2022 fortsetzte.

Grafik 5-7: Offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende, Gesamt und Tourismus, (Bestand; 31. Mai des jeweiligen Jahres, 2010 bis 2022)¹⁸²



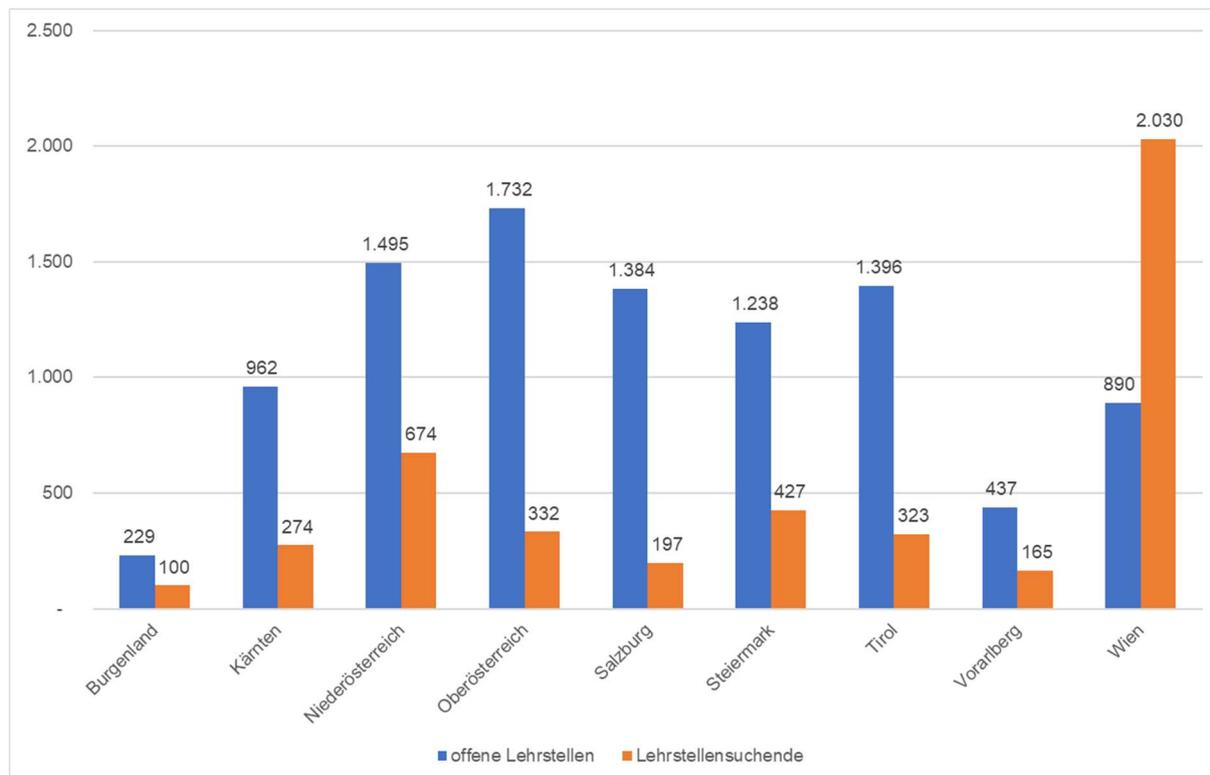
Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung, Stand Mai des jeweiligen Jahres

Eine Betrachtung der Situation nach Bundesländern auf Basis offener Lehrstellen und Lehrstellensuchender per Mai 2022 (alle Sparten, vgl. Grafik 5-8) bestätigt den geschilderten Trend

¹⁸² Anmerkung: (nur) sofort verfügbare Lehrstellensuchende und offene Lehrstellen

auch auf Bundeslandebene und zeigt im Detail vor allem einen wesentlichen Unterschied zwischen den Bundesländern: Während in allen Bundesländern im Vergleichsmonat die angebotenen Lehrstellen deutlich über der Anzahl an Lehrstellensuchenden liegen, ist in Wien die Relation umgekehrt. Hier kommen im Mai 2022 auf eine offene Lehrstelle 2,3 Lehrstellensuchende. In allen anderen Bundesländern liegen die Relationen zwischen 2,2 offenen Lehrstellen pro Lehrstellensuchenden in Niederösterreich und 7,0 in Salzburg.

Grafik 5-8: Sofort verfügbare offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende nach Bundesland, insgesamt (Bestand, Ende Mai 2022)



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung, Stand Mai 2022

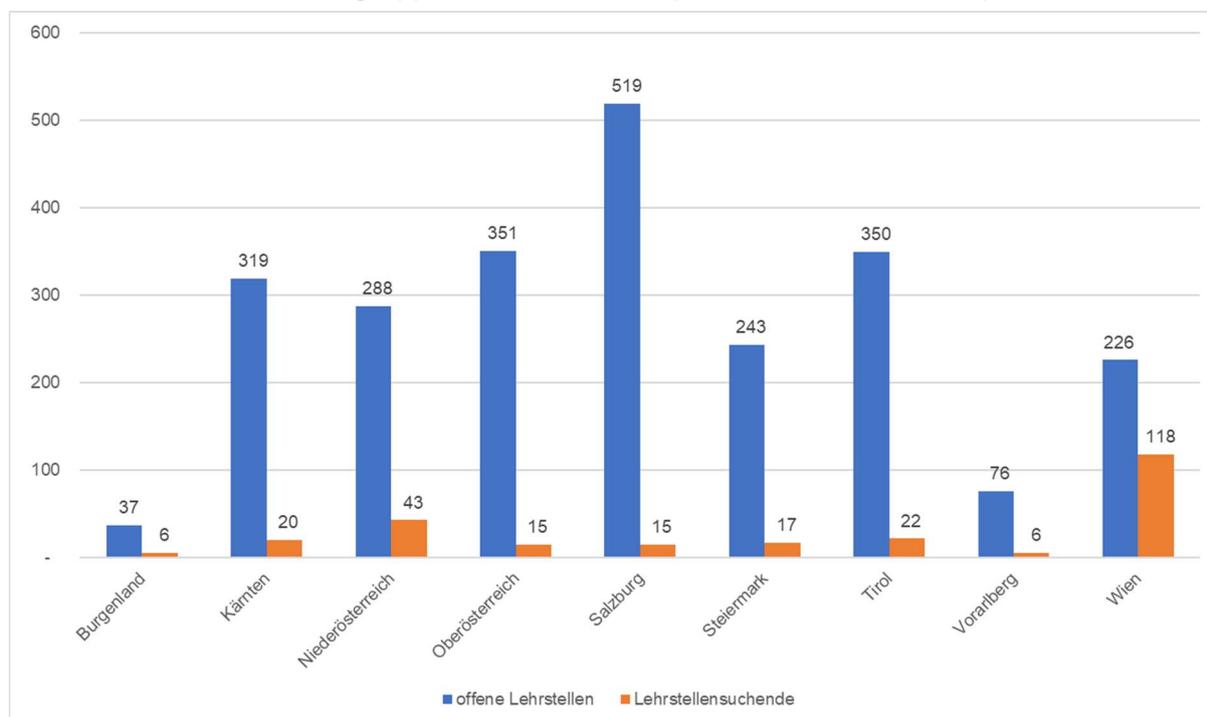
In Grafik 5-9 wird das Angebot von und die Nachfrage nach Lehrstellen im Mai 2022 nach Bundesländern auf die Berufsobergruppe Fremdenverkehr heruntergebrochen. Wie bereits aus Grafik 5-7 bekannt, besteht im Tourismus auch im mehrjährigen Vergleich ein eklatantes Missverhältnis zwischen Lehrstellenangebot der Betriebe und Nachfrage der Lehrstellensuchenden. Diese Mismatch hat sich zuletzt weiter verschärft und besteht in allen Bundesländern. Selbst in Wien kommen im Tourismus auf eine/n Lehrstellensuchende/n fast zwei offene Lehrstellen (1,9). In allen Bundesländern außer dem Burgenland (6,2 offene Lehrstellen pro Lehrstellensuchende/r) und Niederösterreich (6,7) liegen die Relationen deutlich jenseits von 10, in Salzburg mit 34,6 und Oberösterreich mit 23,4 ist die Situation besonders dramatisch. Damit bestätigt sich, dass bei einer insgesamt großen Herausforderung in der Lehrstellenbesetzung quer über alle Bundesländer und Branchen die Situation im Tourismus nochmals deutlich schwieriger ist. Das liegt sowohl an der im Vergleich mit anderen Berufsgruppen hohen Zahl offener Lehrstellen – in keiner anderen Berufsgruppen wurden im Mai 2022 so viele offene Lehrstellen registriert – als auch an der im Vergleich mit anderen Berufsgruppen ausgesprochen geringen Zahl an Interessierten.

Hierzu muss nochmals betont werden (vgl. Fußnote 177), dass die Betrachtung sofort verfügbarer Lehrstellen und gemeldeter Lehrstellensuchender mit aller Vorsicht zu interpretieren ist und lediglich eine Momentaufnahme darstellt, die nicht den gesamten Lehrstellenmarkt abbildet. Dennoch zeigen die

Zahlen, und eine Betrachtung anderer Monate bestätigt das im Wesentlichen, wie herausfordernd die Situation am Lehrstellenmarkt im Allgemeine und im Bereich Tourismus im Besonderen ist.

Gleichzeitig sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass der dargestellte Überhang an offenen Lehrstellen für die Lehrstellensuchenden längst keine Garantie auf einen Ausbildungsplatz bedeutet. Durch das Auseinanderklaffen der Anforderungen der Betriebe und der Kompetenzen der Lehrstellensuchenden sowie anderer Vermittlungshemmnisse, wird die Gesamtsituation zusätzlich verschärft. Aus Sicht beider betroffener Gruppen sind hier dringend weitere Maßnahmen zu setzen, die eine bestmögliche Integration des begrenzten Potenzials an Lehrstellensuchenden in die verfügbaren Ausbildungsangebote ermöglichen.

Grafik 5-9: Sofort verfügbare offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende nach Bundesland in der Berufsbergruppe Fremdenverkehr (Bestand, Ende Mai 2022)



Quelle: amis – Arbeitsmarktinformationssystem des Bundesministeriums für Arbeit / Hauptverband der Sozialversicherungsträger Österreich (HVS), eigene Berechnung und Darstellung, Stand Mai 2022

5.2.5 Welche Betriebe bilden (nicht) aus?

Von der speziellen Situation durch die Coronapandemie abgesehen, stellt sich die Frage, ob aus den bisherigen Darstellungen Hinweise auf die Ausbildungsbereitschaft von Unternehmen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* abgeleitet werden können. Damit ist eine Reihe an Fragen verknüpft, die sich auf Basis vorhandener Daten nur bedingt beantworten lassen: Was sind günstige bzw. ungünstige Bedingungen für die Ausschreibung und Besetzung von Lehrstellen in den Betrieben? Was begünstigt, was erschwert oder verhindert, dass Betriebe junge Menschen ausbilden, die sie als Fachkräfte brauchen? Wie schaffen es Saisonbetriebe, trotz saisonaler Abhängigkeiten Fachkräfte auszubilden, oder schließt diese saisonale Abhängigkeit die Möglichkeit zur Ausbildung aus?

Einen ersten Hinweis kann ein Blick auf die Entwicklung der Betriebe im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft geben, die (einen oder mehrere) Lehrlinge ausbilden. Die Zahl der Lehrbetriebe sank von gut 4.400 im Jahr 2010 auf etwas mehr als 2.900 im Jahr 2020 (entspricht -33,7 %). Im gleichen Zeitraum sank die Zahl der Lehrlinge pro Betrieb ebenfalls etwas, auf zuletzt 2,58 Lehrlinge pro Betrieb im Jahr 2021 (vgl. Tabelle 5-6).

Tabelle 5-6: Lehrbetriebe und Lehrlinge je Lehrbetrieb, Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

GESAMT	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Lehrbetriebe	4.200	3.949	3.735	3.486	3.326	3.130	3.156	3.192	3.150	2.925	2.685
Lehrlinge	11.840	11.304	10.351	9.646	9.075	8.788	8.905	9.048	8.910	7.876	6.914
Lehrlinge/ Betrieb	2,82	2,86	2,77	2,77	2,73	2,81	2,82	2,83	2,83	2,69	2,58

Quelle: Lehrlingsstatistik der Wirtschaftskammer Österreich; Werte per 31.12. des jeweiligen Jahres

Auch die Absolutzahl der Lehrlinge nahm bis 2016 kontinuierlich ab. In den Jahren 2017 bis 2019 blieb der Wert weitgehend konstant, bevor er in der Pandemie 2020 und 2021 deutlich einbrach. Insgesamt sank die Zahl der Lehrlinge in der Branche zwischen 2010 und 2020 um 37,3 % und ging zwischen 2020 und 2021 nochmals um 8,2 % zurück.

Lehrlingsquote

Neben der (durchschnittlichen) Zahl der Lehrlinge in den Betrieben gibt die sog. Lehrlingsquote (Anteil der Lehrlinge an den Beschäftigten im Betrieb) Aufschluss über die Ausbildungsbereitschaft von Unternehmen: Ein höherer Anteil von Lehrlingen an den Beschäftigten insgesamt weist darauf hin, dass die Unternehmensführung mehr Gewicht auf die selbstgesteuerte Ausbildung von Fachkräften legt.

Die Lehrlingsquote sank im Durchschnitt aller Betriebe zwischen 2010 und 2019 kontinuierlich von 4,4 % auf 2,7 %, um im Jahr 2020 sprunghaft auf 3,4 % anzusteigen, was dem Niveau von 2014 entspricht (vgl. Tabelle 5-7). Als Gründe kommen einerseits sinkende Bereitschaft, (mehrere) Lehrlinge auszubilden, in Frage. Es kann aber auch das Angebot an (geeigneten) BewerberInnen so gering sein, dass weniger als gewünscht aufgenommen werden können. Der Anstieg im Jahr 2020 fällt dabei aus dem Rahmen. Bei einer Detailbetrachtung nach Größenklassen zeigt sich, dass der Anstieg vor allem auf eine deutlich erhöhte Quote bei kleinen und mittleren Betrieben zurückzuführen ist. Eine Interpretation dieser Entwicklung im ersten Coronajahr ist auf Basis der vorhandenen Informationen schwierig. Möglicherweise hatten speziell kleinere und mittlere Betriebe einen Nachhochbedarf, den sie vor dem Hintergrund der coronabedingten Einschränkungen leichter decken konnten (temporäre Betriebsschließungen, unterschiedliche Betroffenheit verschiedener Branchen).

Aus der Betrachtung nach Betriebsgrößen ergibt sich insgesamt ein etwas differenzierteres Bild: Der Anteil der Lehrlinge an den Beschäftigten war 2019 (vor Corona) in Betrieben mit 50 bis 249 Beschäftigten am höchsten, in Betrieben mit 10 bis 49 Beschäftigten am zweithöchsten. Davor (2010 bis 2015) und im Jahr 2020 war es allerdings umgekehrt – hier hatten die kleineren Betriebe (10-49 Beschäftigte) die höchste Lehrlingsquote, gefolgt von mittleren und größeren Betrieben mit 50 bis 249 Beschäftigten. Großbetriebe (mehr als 250 Beschäftigte) und Kleinstbetriebe (1-9 Beschäftigte) bilden, gemessen an der Lehrlingsquote im Mehrjahresvergleich, weniger Lehrlinge aus.

Tabelle 5-7: Lehrlingsquote im Mehrjahresvergleich nach Beschäftigungsgrößenklassen, Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft*.

Beschäftigten- Größenklassen	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1-9	3,7 %	3,3 %	3,0 %	2,7 %	2,4 %	2,1 %	1,9 %	1,7 %	1,8%	1,6 %	2,6 %
10-49	5,9 %	5,4 %	4,9 %	4,4 %	4,0 %	3,7 %	3,4 %	3,3 %	3,3 %	3,1 %	4,6 %
50-249	4,6 %	4,4 %	4,5 %	4,0 %	4,0 %	3,8%	4,0 %	3,6 %	3,4 %	3,4 %	3,6 %
250+	2,3 %	1,2 %	1,8%	3,2 %	2,9 %	2,9 %	2,8%	2,5 %	2,5 %	2,5 %	2,0 %
GESAMT	4,4 %	4,0 %	3,8%	3,7 %	3,4 %	3,2 %	3,1 %	2,9 %	2,8%	2,7 %	3,4 %

Quelle: ibw, Lehrlingsausbildung im Überblick, 2010-2020

Wesentlich für die Beurteilung der Ausbildungsbereitschaft (bzw. Ausbildungsmöglichkeit?) der Betriebe in Tourismus und Freizeitwirtschaft ist eine Analyse der Anteile, wie viele bzw. welche Betriebe (nach Größenklassen unterteilt) überhaupt ausbilden. Hier zeigt Tabelle 5-8, dass die Ausbildungsbeteiligung 2019 ganz klar mit steigender Betriebsgröße zunimmt. Während nur 3,7 % der Kleinstbetriebe überhaupt Lehrlinge ausbilden, sind es bei den großen Betrieben 72,3 %.

Tabelle 5-8: Ausbildungsaktive Unternehmen in der *Tourismus- und Freizeitwirtschaft* 2019

Beschäftigten-Größenklassen	Anzahl der Unternehmen	Anzahl der U. mit Lehrlingen	%-Anteil Unternehmen mit Lehrlingen
1-9	23.416	875	3,7 %
10-49	5.724	1.442	25,2 %
50-249	857	473	55,2 %
250+	83	60	72,3 %
GESAMT	30.080	2.850	9,5 %

Quelle: ibw, Lehrlingsausbildung im Überblick, 2019

Um das grundsätzliche Potenzial an Ausbildungsbetrieben beurteilen zu können, muss überdies die absolute Zahl der Betriebe in den jeweiligen Größenklassen berücksichtigt werden. Da Kleinstbetriebe in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* aufgrund struktureller Gegebenheiten oft keine Ausbildungsmöglichkeit haben, besteht vor allem bei kleineren Mittelbetrieben (10-49) ein hohes Potenzial an zusätzlichen Ausbildungsmöglichkeiten.

Stellt man diese Beobachtung in Relation zu den oben dargestellten Entwicklungen des Lehrstellenangebotes und der Lehrstellennachfrage, muss allerdings hinterfragt werden, ob ein zusätzliches Lehrstellenangebot durch weitere Ausbildungsbetriebe dazu geeignet ist, die Nachfrage nach Ausbildungen anzukurbeln oder nicht einfach nur die Lücke zwischen Angebot und Nachfrage weiter vergrößern würde. Zu prüfen wäre in diesem Zusammenhang, ob unter den bisher nicht ausbildenden Unternehmen welche zu finden wären, die, beispielsweise aufgrund ihrer Angebotsstruktur oder regionalen Anbindung, das Potenzial haben, neue Zielgruppen zu erschließen, um auf diesem Weg dem Fachkräfteengpass entgegenzuwirken.

Regionale Unterschiede

Regionale Unterschiede müssen bei der Frage der Qualifizierung im Tourismus generell viel stärker in den Blick genommen werden. Die Bandbreite zwischen den Bundesländern ist relativ groß. Während in Bundesländern wie Vorarlberg und Oberösterreich der Anteil der ausbildungsaktiven Unternehmen im zweistelligen Bereich liegt, sind es in Wien und im Burgenland durchschnittlich unter 7 % der Unternehmen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, die Lehrlinge ausbilden. Da diese Daten nur einer ersten Orientierung dienen, kann daraus kein weitergehender Rückschluss auf strukturelle regionale Unterschiede gezogen werden: Tourismusbetriebe im Burgenland und in Wien, die hier ähnliche Werte aufweisen, agieren trotz ihrer regionalen Nähe unter sehr unterschiedlichen Bedingungen. Für ein besseres Verständnis müssten eigene Daten erhoben werden, evt. könnte auch ein Vergleich statistischer Zwillinge oder eine Zusammenfassung von Bundesländern in Regionen hilfreich sein.

Ein möglicher Zusammenhang zwischen saisonalen Schließungen und der Bereitschaft (oder der Möglichkeit), Lehrlinge auszubilden, kann ebenfalls aufgrund fehlender Daten nicht eingehender analysiert werden.

Eine weitergehende qualitative Untersuchung könnte außerdem Aufschluss geben, ob es regional unterschiedliche Zugänge bzw. Haltungen zur Lehrlingsausbildung gibt, also so etwas wie unterschiedliche „Kulturen“. Könnte z. B. der hohe Anteil von Unternehmen mit Lehrlingen in Vorarlberg,

der etwa doppelt so hoch wie in Wien ausfällt, auf eine traditionell größere Wertschätzung der UnternehmerInnen gegenüber der Lehrausbildung und eine positive Haltung gegenüber Lehrlingen hinweisen? Und geht damit eine positivere Haltung von Jugendlichen (und ihren Eltern) zum System der dualen Ausbildung und damit ein größeres Interesse an dieser Ausbildungsform einher? Interessant wäre es dabei zu analysieren, ob bzw. inwieweit sich etwaige „kulturelle“ Unterschiede durch das tendenzielle Zusammenwachsen der Regionen und die fortschreitende Urbanisierung möglicherweise auflösen, oder welche Bedeutung die regionale Nähe westlicher Bundesländer zu Deutschland und der Schweiz als Länder mit traditionell starker Lehrlingsausbildung haben.

Aufschlussreich wäre in der weitergehenden Analyse zudem eine Aufschlüsselung nach unterschiedlichen Typen von Tourismus- und Freizeitbetrieben. Zeigen sich z. B. Unterschiede in der Ausbildungsaktivität bzw. der Anzahl der Lehrlinge pro Betrieb zwischen Gastronomiebetrieben und Hotels? Oder bilden Betriebe der höheren Hotelkategorien und Restaurants mehr oder weniger aus als einfachere Beherbergungsbetriebe und Gasthäuser und Pensionen? Welche Auswirkungen haben beispielsweise Trends zum Selbstversorger-Urlaub (Appartements statt Hotelzimmer), zu Kurzaufenthalten usw. auf die Ausbildungsbereitschaft und Notwendigkeit? Antworten auf diese und ähnliche Fragen könnten nur durch tiefere Untersuchungen gefunden werden, die den Rahmen dieser Branchenanalyse sprengen, aber eine wichtige Grundlage für die Entwicklung gezielter Förderungsmaßnahmen für die Lehrlingsausbildung im Tourismus bilden würden.

Überbetriebliche Ausbildung

Für Jugendliche, die keine betriebliche Lehrstelle finden, gibt es seit Ende der 1990er-Jahre die Möglichkeit, eine Überbetriebliche Lehrausbildung (ÜBA) zu absolvieren. Da es sich dabei um eine Art Auffangnetz handelt, liegt die Annahme nahe, dass die Zahlen der ÜBA-TeilnehmerInnen steigen, wenn nicht genügend Lehrstellen in betrieblicher Ausbildung zur Verfügung stehen. Im Umkehrschluss könnte eine höhere Zahl von Jugendlichen in ÜBA auf fehlende Lehrstellen hinweisen. Dieser Zusammenhang scheint sich zu bestätigen, betrachtet man den in Tabelle 5-9 dargestellte Anstieg der ÜBA-TeilnehmerInnen im Vergleichszeitraum 2019/2020 bis 2020/2021, also in den Coronajahren, in denen die betrieblichen Ausbildungen zurückgegangen sind. Auch Tabelle 5-5 bestätigt im Vergleich der Stichtagswerte per 30.05. der Jahr 2019 bis 2022 diese Grundannahme. So steigen die ÜBA-Zahlen insgesamt und im ersten Lehrjahr im Vergleich Mai 2020 mit Mai 2021 deutlich an, während die betrieblichen Ausbildungen sinken. Im Vergleichszeitraum 2021 bis 2022 sinken die ÜBA-Zahlen insgesamt und im ersten Lehrjahr wieder, bei steigenden Zahlen der betrieblichen Ausbildungen im ersten Lehrjahr. Wie aber die dargestellten Zahlen für die offenen Lehrstellen zeigen, scheint dieser Zusammenhang nicht die einzige Erklärungskomponente zu sein, da es nach dieser Logik bei der stark steigenden Zahl offener Lehrstellen seit 2021 eigentlich – selbst bei Berücksichtigung regionaler Unterschiede – überhaupt keinen Bedarf an überbetrieblichen Ausbildungen geben dürfte. Auch ein Rückgang der ÜBA im Vergleich Mai 2019 und Mai 2020 bei gleichzeitigem Rückgang der Lehrlinge im ersten Lehrjahr widerspricht dieser Logik. Die Ursachen für den Bedarf und die phasenweise Zunahme überbetrieblicher Ausbildungen scheinen wesentlich komplexer zu sein als ein linearer Zusammenhang mit dem betrieblichen Lehrstellenangebot.

Vielmehr dürften Jugendliche aus unterschiedlichsten Vermittlungshemmnissen, Differenzen zwischen Ausbildungswunsch (Interesse) und Lehrstellenangeboten, regionalen Mismatches usw. keine betrieblichen Lehrstellen finden und in eine ÜBA aufgenommen werden. Auch eine zeitverzögerte Reaktion des Auffangnetzes könnte eine Rolle spielen, also eine zeitliche Lücke zwischen der erfolglosen Suche einer betrieblichen Ausbildung und der Zuweisung in eine geeignete ÜBA. Eine gewisse Blackbox ist überdies, wie sich die Relation zwischen realem Lehrstellenangebot und realer Lehrstellennachfrage, über die in den Statistiken registrierten Lehrstellen und Lehrstellensuchenden hinaus, entwickelt.

Eine detaillierte Betrachtung der ÜBA-Zahlen zeigt (vgl. Tabelle 5-9), dass 2020/21 insgesamt 11.447 Personen an einer ÜBA teilgenommen haben, davon waren 8.011 „reguläre“ TeilnehmerInnen gemäß § 30b BAG im Auftrag des AMS (bei den übrigen handelt es sich um Lehrzeitverlängerung bzw. Teilqualifizierung gem. § 8c BAG). Die Gesamtzahl ist gegenüber der Vergleichsperiode 2019/20 um 600 Personen gestiegen, in der Vergleichsperiode 2018/19 war die Zahl an Ausbildungen in ÜBA hingegen rückläufig.¹⁸³ Das lässt insgesamt auf einen direkten Einfluss der Coronakrise bzw. auf einen direkten Zusammenhang mit einem Rückgang der betrieblichen Lehrstellen schließen.¹⁸⁴

Tabelle 5-9: TeilnehmerInnen an überbetrieblichen Ausbildungen im Auftrag des AMS

Jahr	TN an ÜBA gem. § 30b	TN an ÜBA gesamt (inkl. § 8c)
2018/19	8.760	12.531
2019/20	7.509	10.842
2020/21	8.011	11.447

Quelle: AMS (Datenstichtag: 30.9.2021) bzw. Dornmayr 2021, S. 79

Eine Analyse ausgewählter Tourismusberufe (Koch/Köchin, Restaurantfachmann/-frau, Hotel- und GastgewerbeassistentIn, Gastronomiefachmann/-frau sowie Systemgastronomiefachkraft) auf Basis der Daten der WKO Lehrlingsstatistik jeweils zum Stichtag 31.12. (damit eine andere Datenbasis als in Tabelle 5-9) zeigt für den Zeitraum 2019 bis 2020 keinen relevanten Anstieg von ÜBA in den Tourismusberufen, bei einem Anteil von 7,2 % (2019) bzw. 7,4 % (2020) dieser Berufe an allen ÜBA. Unterschiede in der Entwicklung bestehen allerdings zwischen den angeführten Berufen. So gingen bei Köchinnen und Köchen (-10,6 % auf 305) und Restaurantfachleuten (-4,8 % auf 120) die ÜBA sogar zurück, während sie bei den anderen Berufen zum Teil deutlich anstiegen, allerdings ausgehend von sehr niedrigem Niveau (z. B. Hotel- und Gastronomiefachleute von +59,4 % von 32 auf 51 Ausbildungen). Von 2020 auf 2021 sanken die Teilnahmezahlen in allen angeführten Berufen um durchschnittlich 11,5 % und damit deutlich unter das Niveau von 2019 vor der Coronapandemie. Eine Interpretation dieser Zahlen könnte lauten, dass sich das geringe Interesse an Tourismuslehrberufen in der überbetrieblichen Ausbildung ebenfalls niederschlägt, aber auch, dass aufgrund der großen Anzahl offener Lehrstellen im Tourismus es für Lehrstellensuchende mit tendenziellen Vermittlungshemmnissen einfacher geworden ist, einen betrieblichen Ausbildungsplatz zu finden. Darauf lässt ein Vergleich der Zahlen aus Tabelle 5-5 mit den Lehrstellensuchenden im Tourismus in den Grafiken 5-7 und 5-9 schließen, der einen doch recht deutlichen Anstieg der Tourismuslehrlinge im ersten Lehrjahr im Mai 2022 gegenüber dem Vorjahr trotz der extrem geringen Zahl an Lehrstellensuchenden im Tourismus zeigt.

2019 entfiel mehr als die Hälfte (51,5 %) der überbetrieblichen Ausbildungen in den genannten Tourismusberufen auf Wien. Dieser Wert stieg Ende 2021 auf 57,1 %. Eine Gesamtbetrachtung der ÜBA-Zahlen unterstreicht die große Bedeutung der ÜBA für Wien: bei Betrachtung des Ausbildungsjahres (September bis August) stieg die Zahl von 4.965 im Jahre 2019/20 auf 5.716 im Jahr

¹⁸³ Bei dieser Betrachtung handelt es sich nicht um eine Stichtagsbetrachtung wie in der Lehrlingsstatistik. Es wird vielmehr der gesamte Ausbildungszeitraum (September des Jahres bis August des Folgejahres) eingerechnet, damit sind alle ÜBA Lehrlinge in diesen Daten erfasst, die im Betrachtungszeitraum im Auftrag des AMS ausgebildet wurden. Die Daten der Lehrlingsstatistik sind auf den Stichtag 31.12 bezogen (oder einen anderen ausgewerteten Stichtag) und damit regelmäßig deutlich geringer. In diesen Daten sind überdies auch etwaige überbetrieblichen Lehrlinge enthalten, die nicht im Auftrag des AMS überbetrieblich ausgebildet werden. Vgl. Dornmayr (2021), S. 78

¹⁸⁴ vgl. Dornmayr (2021), S. 78

2020/21.¹⁸⁵ Damit entfiel praktisch der gesamte Anstieg der ÜBA-Lehrlinge in diesem Zeitraum auf Wien.

5.3 Schulische und hochschulische Ausbildungen

Am Beginn dieses Abschnitts wird die Rolle der schulischen Ausbildungen (sekundär und postsekundär) für die Branche beschrieben, der zweite Teil geht auf die tertiären (hochschulischen) Ausbildungen ein.

5.3.1 Schulische Ausbildungen

Schulische Ausbildungen haben neben der Lehre eine große Bedeutung für die Deckung des Qualifikationsbedarfs im Tourismus. 2019 wurden allein an Höheren Lehranstalten für Tourismus 5.895 SchülerInnen ausgebildet (zum Vergleich: 8.910 Lehrlinge im selben Jahr).

Das Angebot an Tourismus- und Gastgewerbeschulen ist breit gefächert. Die Angebotspalette gliedert sich, nach Schultypen betrachtet, in *Fachschulen des Ausbildungsbereiches Tourismus* (BMS-Niveau) und – auf BHS-Niveau – *Höhere Lehranstalten des Ausbildungsbereiches Tourismus* sowie Kollegs und Aufbaulehrgänge, die als *technisch-gewerbliche höhere Schulen (TGHS)* mit dem Schwerpunkt Tourismus definiert sind.¹⁸⁶

Wie bereits im Kapitel 5.1 gezeigt wurde, verteilen sich die Standorte über ganz Österreich, mit einer Häufung im Osten (Niederösterreich und Wien je fünf, Burgenland zwei weitere Schulstandorte) und einem deutlich niedrigeren Angebot im Süden (Kärnten und Steiermark nur je einen Schulstandort)¹⁸⁷; vgl. Abbildung 5-2 Regionale Verteilung der Tourismusschulen in Österreich.

Wie Tabelle 5-11 verdeutlicht sinkt die Zahl der an diesen Schulen Ausgebildeten seit 2010 kontinuierlich. Waren es im Jahr 2010 noch 10.421, so gab es 2015 nur mehr 9.061 SchülerInnen, und bis 2019 sank die Zahl weiter auf 7.762 (2010 bis 2019: -25,5 %); davon 4.935 Schülerinnen und 2.827 Schüler. Die Verteilung der Geschlechter ist über die Jahre ziemlich konstant geblieben: Der Anteil der Schüler stieg zwischen 2010 und 2012 jährlich um je einen Prozentpunkt¹⁸⁸ und liegt seit 2013 konstant bei 36 % (absolut 2013: 3.533 Schüler, 6.242 Schülerinnen). Die Tabelle 5-11 schlüsselt die Details nach unterschiedlichen Ausbildungstypen im Mehrjahresvergleich auf.

In den meisten Bundesländern verlief die Entwicklung trotz einiger regionaler Besonderheiten annähernd gleich oder ähnlich wie im Bundesschnitt. Da, nach Bundesland betrachtet, die Gesamtzahl oft schon recht niedrig ist, sollten diese nicht überbewertet werden. Zwei Bundesländer stechen jedoch hervor, auf die hier exemplarisch eingegangen wird:

Vorarlberg: In Vorarlberg sank die Zahl der SchülerInnen zwischen 2010 und 2019 von 671 auf 399, das ist ein Rückgang um 40,5 % (Österreichdurchschnitt: -25,5 %). Die Abnahme war jedoch nicht kontinuierlich: 2010 und 2011 blieb die Zahl gleich, erst danach ging sie zurück. 2016 und 2017 stieg die Zahl wieder; 2018 und 2019 nahm sie jedoch deutlich ab. Warum gerade in diesem Bundesland solche Schwankungen auftreten, ist nicht leicht zu erkennen. Da die Zahlen insgesamt niedrig sind, können schon Einzelereignisse wie Schulöffnungen/-erweiterungen, Schulschließungen oder

¹⁸⁵ ebda., S. 81

¹⁸⁶ Als weitere TGHS nennt die Schulstatistik der Statistik Austria noch Höhere Lehranstalten für Berufstätige (Tourismus) und Speziallehrgänge (Tourismus), weist jedoch für diese zwischen 2010 und 2020 keine SchülerInnen aus.

¹⁸⁷ BMBWF (2022): ABC der berufsbildenden Schulen - Schoolfinder. Online unter: <https://www.abc.berufsbildendeschulen.at/schoolfinder>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

¹⁸⁸ 35 % männlich im Jahr 2010, 2011: 36 %, 2012: 37 %; Quelle: Statistik Austria, Schulstatistik; Schüler ab 2006.

Auflassung eines touristischen Schwerpunkts, sowie Auswirkungen bestimmter Maßnahmen in anderen Ausbildungsbereichen wie in der Lehre den Ausschlag geben.

Wien: Im Zeitraum von 2010 auf 2019 stieg hier die Anzahl der SchülerInnen in Tourismusschulen um annähernd 10 %, während sie in den anderen Bundesländern (und in Gesamtösterreich) sank. Eine sinkende Zahl im Jahresvergleich gab es nur im Zeitraum 2013-2015 sowie von 2017 auf 2018. Im Jahr 2019 nahm die Zahl wieder zu. Insgesamt wurden 2019 mit 2.033 SchülerInnen in Tourismusschulen um 182 mehr ausgebildet als 2010 (1.851 SchülerInnen).

Eine genaue Bundesland-Analyse würde den Rahmen sprengen, doch zeigen diese Phänomene, dass die Untersuchung regionaler Entwicklungen und Spezifika interessante Ergebnisse bringen kann, die für eine etwaige Maßnahmenplanung zur Deckung eines künftigen Qualifikationsbedarfs relevant sein können.

Tabelle 5-10: SchülerInnen in Tourismusschulen in Österreich und in zwei ausgewählten Bundesländern, 2011 bis 2020, Absolutzahlen

Schultyp, Ausbildungsbereich Tourismus	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Vorarlberg										
Fachschulen	219	216	184	169	147	152	178	46	0	0
Höhere Lehranstalten	418	408	416	402	404	413	423	401	399	376
Kollegs	34	14	26	15	0	0	0	0	0	0
Aufbaulehrgänge	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zusammen	671	638	626	586	551	565	601	447	399	376
Wien										
Fachschulen	227	248	262	267	291	306	297	300	327	333
Höhere Lehranstalten	1.514	1.547	1.519	1.455	1.457	1.488	1.512	1.450	1.507	1.544
Kollegs	68	71	68	70	67	53	59	62	49	52
Aufbaulehrgänge	146	194	152	157	166	162	169	142	150	149
Zusammen	1.955	2.060	2.001	1.949	1.981	2.009	2.037	1.954	2.033	2.078
Österreich										
Fachschulen	2.120	2.001	1.834	1.657	1.525	1.445	1.354	1.175	1.105	1.052
Höhere Lehranstalten	7.022	6.806	6.656	6.440	6.357	6.156	6.087	5.920	5.895	5.955
Kollegs	584	545	625	603	565	489	424	415	397	349
Aufbaulehrgänge	628	640	660	633	614	540	464	347	365	348
Zusammen	10.354	9.992	9.775	9.333	9.061	8.630	8.329	7.857	7.762	7.704

Quelle: Statistik Austria, Schulstatistik

Den größten Anteil der SchülerInnen an Tourismus-Schulen haben Höhere Lehranstalten. Auch wenn die Zahl im Beobachtungszeitraum ebenfalls sinkt (von 7.089 im Jahr 2010 auf 5.895 im Jahr 2019), so stieg der Anteil innerhalb aller Tourismus-Schulen ab 2012 an (68,1 %), etwas deutlicher ab 2017 (73,1 bzw. 75,3 % 2018) und blieb dann stabil mit einem leichten Anstieg 2019 (75,9 %).

Im Gegenzug sank der Anteil der SchülerInnen an Fachschulen im selben Zeitraum von 21,6 % auf 14,2 %. Man kann also von einer Verschiebung aus den Fachschulen zu den Höheren Lehranstalten ausgehen, was den generellen Trend zu höheren Qualifikationen unterstreicht. Der Anteil der Kollegs pendelt zwischen 5,1 % (2017 und 2019) und 6,5 % (2014). Bei den Aufbaulehrgängen betrug der Anteil 2019 4,7 % (2010: 4,9 %); den höchsten Anteil erreichten diese mit 6,8% in den Jahren 2013 bis 2015, den niedrigstes 2018 mit 4,4 %.

Um andere als demographische Gründe für die sinkende Zahl an SchülerInnen in schulischen Tourismusausbildungen zu finden, bietet sich ein Vergleich mit anderen Schulformen an. Möglich wären branchenspezifische Effekte, die Jugendliche zur Wahl schulischer Ausbildungen in anderen Fachbereichen animieren. Eine Verschiebung zur Lehrausbildung kann bei sinkenden Lehrlingszahlen zumindest in einer pauschalen Betrachtung eher ausgeschlossen werden. Ein Blick auf die SchülerInnenzahlen an Schultypen wie Handelsschule, Fachschule für wirtschaftliche Berufe, Handelsakademie und Höhere Lehranstalten für wirtschaftliche Berufe zeigt jedoch, dass auch hier die Zahlen im Vergleichszeitraum sinken.¹⁸⁹ Ein (direktes) Abfließen von InteressentInnen an diese Schulformen zu Lasten der SchülerInnenzahlen an Tourismusschulen kann somit eher ausgeschlossen werden. Dass andererseits AbsolventInnen dieser Schulformen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* Beschäftigung finden, steht außer Frage.

Ob Schulen insgesamt durch die Coronakrise InteressentInnen zu Lasten der Lehrausbildung gewinnen bzw. potenzielle AusbildungswechslerInnen halten, wie mitunter beispielsweise aufgrund der sogenannten Corona-Aufstiegsklausel kritisiert wurde, kann noch nicht abschließend beurteilt werden.¹⁹⁰ ¹⁹¹ Es ist zumindest nicht auszuschließen, dass in der öffentlichen Wahrnehmung und insbesondere bei Jugendlichen der Eindruck entstanden sein könnte, dass es vollzeitschulische Angebote in Lockdownphasen noch eher gelingt einen geregelten Ausbildungsbetrieb aufrechtzuerhalten, als Lehrbetrieben im Tourismus, die im Lockdown völlig schließen müssen und darüber hinaus, aufgrund eingeschränkter Leistungen, ihrer Ausbildungsaufgabe vielleicht nicht vollständig erfüllen können. Die in Tabelle 5-11 ersichtlichen Zahlen für 2020 können diese Vermutung jedenfalls nicht bestätigen.

5.3.2 Hochschulische Ausbildungen

Arbeitskräfte mit einer tertiären Ausbildung machen am Tourismus- und Freizeitmarkt einen vergleichsweise geringen, aber stetig wachsenden Anteil aus. Betrug der Anteil an den Beschäftigten mit akademischer Ausbildung im Jahr 2010 in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* noch 4,3 %, stieg er im Jahr 2015 bereits auf 7,4 % und erreichte 2020 9,3 %. Auch wenn Personen mit tertiärer Ausbildung damit weiterhin den niedrigsten Anteil bei den Beschäftigten nach Qualifikationsniveau ausmachen, hat sich der Anteil über die letzten zehn Jahre mehr als verdoppelt.¹⁹² Dementsprechend sind die Ausbildungszahlen an den Fachhochschulen und (Privat-)Universitäten, die Studiengänge mit einem Tourismusschwerpunkt anbieten, im Vergleich niedrig.

Eine Auswertung der fünf genuin tourismusspezifischen Studienrichtungen, die in Österreich von zwei Privatuniversitäten angeboten werden,¹⁹³ zeigt in den letzten zehn Jahren mit Ausnahme von zwei Jahren (2018/19 und 2020/21) einen jährlichen Anstieg der Studierendenzahlen. Im Studienjahr 2010/2011 hatten 204 Personen ein tourismusspezifisches Studium als Hauptfach belegt, 2015/2016 waren es 519, und im Jahr 2020/2021 waren es 661.

Auf Fachhochschulebene ist die Bandbreite der Ausbildungen im Tourismusbereich mit sechs Studienrichtungen für Bachelor- und sechs für Masterstudien größer. Hier stiegen die

¹⁸⁹ Statistik Austria, Schulstatistik

¹⁹⁰ Die sogenannte Corona-Aufstiegsklausel ermöglichte es SchülerInnen in der Coronapandemie auch mit negativer Beurteilung im Jahresabschlusszeugnis in den nächsten Jahrgang aufzusteigen.

¹⁹¹ vgl. Zukunft Lehr Österreich (01.06.2022): z.l.ö. begrüßt Ende der Aufstiegsklausel. Presseaussendung. Online unter: https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20220601_OTS0227/zloe-begruesst-ende-der-aufstiegsklausel, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

¹⁹² Statistik Austria, Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung Jahresdaten, STATCube-Auswertung

¹⁹³ Modul University, Wien; UMIT – Private Universität für Gesundheitswissenschaften, Medizinische Informatik und Technik, Innsbruck.

Studierendenzahlen seit 2010 ebenfalls beständig, von 1.726 im Wintersemester 2010/2011 auf 1.918 im Wintersemester 2020/2021, wobei die höchste Zahl mit 1.957 Studierenden im Studienjahr 2018/19 erreicht wurde. Während das Verhältnis nach Geschlecht an den beiden Universitäten – grob betrachtet – rund 1:2 beträgt (2020/21: 237 männliche und 424 weibliche Studierende), beträgt der Anteil der männlichen Tourismus-Studierenden an den Fachhochschulen nur ungefähr ein Viertel (2020/21: 22,31 % Männer, 2010: 25,03 %).¹⁹⁴

Es ist anzunehmen, dass auch AbsolventInnen nicht tourismusspezifischer Studienrichtungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* tätig sind. Deren Anteil an den Beschäftigten im Tourismus kann aber auf Basis der vorhandenen Daten nicht abgeschätzt werden.

Österreichische Tourismusausbildungen gelten allgemein als qualitativ hochwertig, sodass der Anschluss an internationale Arbeitsmärkte mit ihnen gesichert ist. Umgekehrt spielen ausländische Arbeitskräfte im österreichischen Tourismus eine große Rolle (vgl. dazu Kapitel 4.1.3). Wie eine genauere Analyse der Mikrozensusdaten der Statistik Austria zeigt, werden in der Beherbergung und Gastronomie in Österreich überdurchschnittlich viele MitarbeiterInnen mit Nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft beschäftigt, die über eine tertiäre Ausbildung verfügen. Während 2020 6,1 % der Beschäftigten mit österreichischer Staatsbürgerschaft über einen Tertiärabschluss verfügten, waren es unter den MitarbeiterInnen mit nicht-österreichischer Staatsbürgerschaft 15,1 % (insgesamt 9,3 %).¹⁹⁵ Selbst, wenn daraus keine Informationen hinsichtlich des ausbildungsadäquaten Einsatzes von MitarbeiterInnen abgeleitet werden können, zeigt sich doch die grundsätzlich hohe Durchlässigkeit am touristischen Arbeitsmarkt für gehobene ausländische Qualifikationen.

Für eine detailliertere Beurteilung, wie gut Arbeitskräfte mit Ausbildungen aus den Nachbarländern – z. B. aus Deutschland, Ungarn, Slowakei, Slowenien usw. – die Anforderungen in österreichischen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben erfüllen können, welche Erfahrungen ArbeitgeberInnen mit Qualifikationen aus unterschiedlichen Ländern gemacht haben, und welche ausländischen Ausbildungen als hochwertig gelten, wären weitergehende qualitative Forschungsarbeiten erforderlich, die aber interessante Informationen für die Unterstützung einer erfolgreichen Integration in den Tourismusarbeitsmarkt liefern könnten.

5.4 Weiterbildung

Immer wieder wird in Tourismus, insbesondere in der Beherbergung und Gastronomie der Ruf nach Fachkräften laut, die schwer zu finden seien (vgl. Kapitel 4.4). Eine gute Erstausbildung ist dabei ein wichtiger Faktor für die Deckung des Fachkräftebedarfs, aber auch die Weiterbildung und insbesondere Qualifizierung von gering oder schlecht qualifizierten Arbeitskräften kann einen Beitrag leisten, den Kompetenzbedarf im Tourismus zu decken. Wie aber steht es um die Weiterbildungsaktivitäten in der Branche?

Die Beteiligung an betrieblicher Weiterbildung ist mit 78 % der Unternehmen in Beherbergung und Gastronomie (in der Publikation und daher in diesem Kapitel auf Gastgewerbe verkürzt) laut CVTS 5¹⁹⁶ unterdurchschnittlich. Lediglich ein weiterer Wirtschaftsbereich (Verkehr) hat eine ebenso niedrige Weiterbildungsbeteiligung wie das Gastgewerbe. Über alle Branchen hinweg liegt die durchschnittliche Weiterbildungsbeteiligung der Unternehmen bei 88 %. Nach Größenkategorien ist die Beteiligung bei

¹⁹⁴ Statistik Austria, Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung Jahresdaten, STATCube-Auswertung

¹⁹⁵ ebda.

¹⁹⁶ Continuing Vocational Training Survey ist eine regelmäßige europaweise Erhebung der Weiterbildungsaktivitäten von Unternehmen auf Basis einer Unternehmensbefragung. In Österreich wird die Befragung durch die Statistik Austria durchgeführt. CVTS 5 wurde 2015 durchgeführt und ist die aktuell letzte Befragung, zu der Ergebnisse veröffentlicht wurden.

Unternehmen mit mehr als 250 Beschäftigten mit 99 % am höchsten und bei Unternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten am geringsten (87 % quer über alle Branchen).¹⁹⁷

Quer über alle Branchen betrachtet nahmen im Jahr 2015 insgesamt 49 % aller Beschäftigten der weiterbildungsaktiven Unternehmen an Weiterbildungskursen teil, im Gastgewerbe lag der Wert bei 29 % und ist der zweitniedrigste aller Wirtschaftsbereiche (Textilgewerbe 21 %). Bei einer Betrachtung der Teilnahmequote nach Geschlecht zeigen sich im Gastgewerbe nur geringe Geschlechtsunterschiede. Während die Teilnahmequote bei weiblichen Beschäftigten (Anteil der Teilnehmerinnen an den weiblichen Beschäftigten der kurs anbietenden Unternehmen 2015) 37 % betrug, lag sie bei männlichen Beschäftigten bei 39 % und entspricht im Verhältnis in etwa der Verteilung im Durchschnitt aller Branchen mit 47 % bei Frauen und 50 % bei Männern.¹⁹⁸ Die Dauer von Weiterbildung liegt im Gastgewerbe mit 26 Kursstunden in bezahlter Arbeitszeit je teilnehmende Person etwas über dem Durchschnitt aller Branchen (23 Stunden). Besonders hoch ist im Gastgewerbe der Anteil interner Kursstunden. 71 % aller Kursstunden werden betriebsintern absolviert. Das ist der höchste Wert aller Branchen und liegt deutlich über den Durchschnitt von 50 %.¹⁹⁹

Wie in anderen Branchen, nimmt auch in den Betrieben der Gastronomie und Beherbergung die Weiterbildung fachlicher Inhalte (Kategorie: „Technische, praktische oder arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten“ sowie „Büro- und Verwaltungsfertigkeiten“) einen großen Stellenwert ein. Bei einer Auswahlmöglichkeit unter 12 Themenkategorien, wobei jeweils drei gewählt werden konnten, entfallen 41,2 % auf „Technische, praktische oder arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten“ sowie 26,2 % auf „Büro- und Verwaltungsfertigkeiten“. Dieser Wert liegt deutlich über den Branchendurchschnitt von 19,1 % im Dienstleistungsbereich und zeigt einen offenbar erhöhten Bedarf in diesem Bereich, während das Themenfeld „Technische, praktische oder arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten“ weit unter dem Durchschnitt des Dienstleistungsbereichs mit 57,9 % liegt. Besonders auffällig ist jedoch, dass die Bereiche der sozialen und methodischen Kompetenzen meist weit über dem Durchschnitt im Dienstleistungsbereich liegen (in Klammer jeweils die Durchschnittswerte). So wurden in der Gastronomie und Beherbergung von 37 % der weiterbildungsaktiven Unternehmen Führungskompetenzen geschult (21,4%), Teamfähigkeit von 42,8 % (21,9 %), Kundenbetreuung von 36,4 % (34,7 %) sowie Problemlösungsfähigkeit von 29,4 % (19,1 %).²⁰⁰

Die hohe Bedeutung dieser Kompetenzbereiche zeigt sich insbesondere in der Beurteilung der Frage, welche Fähigkeiten in Zukunft wichtiger werden. Tabelle 5-12 gibt dazu einen Überblick über die %-Anteil in der Beherbergung und Gastronomie im Vergleich mit dem gesamten Dienstleistungsbereich und dem Durchschnitt über alle Branchen.

¹⁹⁷ Statistik Austria (Hrsg.) (2018): Betriebliche Weiterbildung 2015. Wien. S. 20. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Betriebliche_Weiterbildung_2015.pdf, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

¹⁹⁸ ebda., S. 22f

¹⁹⁹ ebda., S. 24

²⁰⁰ ebda., S. 50

Tabelle 5-11: Wichtige Fähigkeiten für die Zukunft, 2015

Wirtschaftszweige (ÖNACE 2008), Beschäftigten- größenklassen	Anzahl aller Unter- nehmen	Darunter sahen als wichtige Fähigkeiten für ihre Zukunft ...											
		Allgemeine IT-Kompetenz	Professionelle IT-Kompetenz	Führungskompetenz	Teamfähigkeit	Kundenbetreuung	Problemlösefähigkeit	Büro- und Verwaltungsfertigkeiten	Fremdsprachenkenntnisse	Technische, praktische oder arbeitsplatzspezifische Fähigk.	Kommunikationsfähigkeit	Mathematische und/oder Lese- /Schreibkompetenz	Andere Fähigkeiten
		Zeilenprozent (Bis zu drei Fähigkeiten waren anzukreuzen)											
Insgesamt	39.535	18,8	7,9	15,9	61,1	55,1	29,0	9,2	11,2	46,0	17,5	1,9	7,4
Wirtschaftszweige													
Dienstleistungen (Abschnitte G-N, R, S)	28.398	20,0	8,1	14,7	64,6	60,1	27,4	8,4	14,1	37,6	20,9	1,9	7,9
Beherbergung u. Gastronomie (I)	6.893	8,3	0,1	25,0	88,6	59,5	17,4	4,1	35,5	15,0	17,7	4,0	14,3

Quelle: Statistik Austria, Erhebung über betriebliche Bildung (CVTS5). Erstellt am 24.10.2017.²⁰¹

Unter den Anbietern für Weiterbildung in den Tourismus- und Gastronomiebetrieben sind WIFI,²⁰² BFI²⁰³ und branchenspezifische Anbieter wie die Österreichische Hotelierversammlung (ÖHV)²⁰⁴ von besonderer Bedeutung. Sie bieten Weiterbildungen mit einem breiten Themengebiet, sowohl für Fachkräfte als auch für QuereinsteigerInnen oder Arbeitskräfte ohne Fachausbildung an, von Küche über Wellness bis zu Organisation und Management.

Auf hochschulischer Ebene finden sich einschlägige Universitätslehrgänge z. B. an der Donau-Universität Krems, an der M/O/T School of Management der Universität Klagenfurt und an der Wirtschaftsuniversität Wien. Fachhochschullehrgänge im Bereich Tourismus bieten z. B. die Fachhochschule (FH) Burgenland, die FH Salzburg, die FH der Wiener Wirtschaft und das MCI Management Center Innsbruck an. Hier liegen die inhaltlichen Schwerpunkte häufig auf Management und Organisation, und eine Grenze zwischen Aus- und Weiterbildung ist nicht leicht zu ziehen. Ein FH-Lehrgang kann z. B. für eine Arbeitskraft, die bereits Erfahrung im Tourismus hat, eine Weiterbildung darstellen, während sie für SchulabgängerInnen eine Berufsausbildung ist.

Das AMS unterstützt Arbeitssuchende bei der Aus- und Weiterbildung, z. B. mit AQUA – *Arbeitsplatznahe Qualifizierung*, KmS – *Kompetenz mit System*, dem *Fachkräftestipendium* oder dem Programm FiT – *Frauen in Handwerk und Technik*, um nur einige Maßnahmen zu nennen. Mit Ausnahme des Programms FiT spielen alle Programme in der Qualifizierung im Tourismus eine wesentliche Rolle. Gleichzeitig können sie aber für Weiterbildung und Höherqualifizierung genutzt werden, um die Branche zu verlassen, eine Diskussion, die zuletzt im Kontext der Abwanderung von Tourismuskraften in andere Branchen im Zuge der Coronapandemie vereinzelt aufgebrochen ist.

²⁰¹ ebda., S. 59

²⁰² Eine Suchabfrage in der Kurssuche des WIFI mit dem Suchbegriff >tourismus< ergab 434 Ergebnisse (abgefragt am 14.12.2021); vgl. <https://www.wifi.at/kursbuch/wifi-kurssuche/wifi-kurssuche>

²⁰³ vgl. <https://www.bfi.at/kurse/kurssuche/>

²⁰⁴ vgl. <https://www.oehv.at/campus/termine/>

Speziell in Reaktion auf die Coronakrise wurde 2020 von der Bundesregierung die *Corona-Joboffensive* ins Leben gerufen, mit der Qualifizierungsmaßnahmen gefördert werden, die bis 31. Dezember 2021 angetreten wurden. Konkret sollen beispielsweise die professionelle Beratung und Begleitung für eine passende Bildungs- und Karriereplanung, die Forcierung arbeitsmarktnaher und praktisch ausgerichteter Aus- und Weiterbildungsaktivitäten in zukunftsträchtigen Qualifizierungsfeldern (Digitalisierung, MINT, Internationalisierung, Umwelt, Pflege, Bildung und Soziales), das Nachholen von Lehrabschlüssen, die Erhöhung von Vermittlungs- und Beschäftigungschancen sowie die Abdeckung des bestehenden und künftigen Arbeitskräftebedarfes gefördert werden.²⁰⁵ Die konkreten Maßnahmen werden vom AMS umgesetzt und unterscheiden sich von Bundesland zu Bundesland. Auch wenn Qualifizierungen im Tourismus in den Zielsetzungen nicht explizit genannt werden, finden sie zumindest vereinzelt in den Maßnahmen Eingang, wie eine Ausbildungsinitiative im Tourismus in Tirol oder die Tourismusakademie Ennstal zeigen.²⁰⁶

Dass *Tourismus und Freizeitwirtschaft* in der Joboffensive nur eine untergeordnete Rolle spielen, mag angesichts der coronabedingten Kurzarbeit und Freisetzung von MitarbeiterInnen in den beiden vergangenen Jahren nicht weiter verwundern. Angesichts der gleichzeitig wachsenden Sorge vieler Betriebe offene Stellen nicht besetzen zu können und nicht ausreichend Nachwuchs für die Ausbildung zu finden, zeigt sich aber, dass Weiterbildungen und Höherqualifizierungen gerade in dieser Branche sinnvoll und notwendig sind. Gleichzeitig scheint die Frage berechtigt, ob nicht die Phasen der betrieblichen Unterauslastung (außerhalb der Lockdowns) viel stärker für genau solche Aktivitäten hätten genutzt werden können. Damit könnte die Branche nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur MitarbeiterInnenbindung leisten, sondern sich gegenüber künftigen MitarbeiterInnen als zukunftsgerichtet, anpassungsfähig und damit krisenresistent präsentieren.

5.5 Ausblick

Dieses Kapitel beleuchtete die Ausbildungslandschaft in bzw. für *Tourismus und Freizeitwirtschaft*. Der Schwerpunkt lag dabei auf dem Zusammenspiel der Ausbildungsformen, vor allem der schulischen und der dualen Ausbildung, auf der Entwicklung der SchülerInnen- und Lehrlingszahlen und auf regionalen Besonderheiten. Die besondere Situation der Ausbildung in der Coronapandemie wurde mit Blick auf die Lehrlingsausbildung beleuchtet. Die Frage, warum Tourismus- und Freizeitbetrieben Lehrlinge ausbilden oder nicht ausbilden ist besonders in Hinblick auf den wachsenden Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftebedarf bei sinkenden Ausbildungs- und Jugendlichenzahlen zentral und sollte künftig arbeitsmarkt- und bildungspolitisch stärker in den Fokus genommen werden. Die vordergründig einfache Antwort, dass sich Betriebe aufgrund BewerberInnenmangels aus der Ausbildung verabschieden, mag bei einzelbetrieblicher Betrachtung stimmen und nachvollziehbar sein, bietet aber keine zufriedenstellende Antwort auf Systemebene. Diese Fragestellung wird im abschließenden Kapitel 7 nochmals aufgegriffen.

Aus wissenschaftlicher Perspektive fehlen zur zufriedenstellenden Klärung von Fragen in Zusammenhang mit dem Fachkräftebedarf/-mangel vielfach geeignete Daten. Um hier stärker in eine qualitative Analyse zu kommen, scheinen weitergehende sowohl quantitative als auch qualitative Untersuchungen und Auswertungen erforderlich, die im Umfang dieser Branchenanalyse nicht geleistet

²⁰⁵ vgl. Bundesministerium für Arbeit (2022): <https://www.bma.gv.at/Services/News/Coronavirus/Corona-Joboffensive.html>, zuletzt abgefragt: 03.06.2022

²⁰⁶ vgl. AMS Steiermark (22.02.2021): Corona Joboffensive und Tourismakademie Ennstal. Pressemeldung. Online unter: <https://www.ams.at/regionen/steiermark/news/2021/02/liezen-corona-joboffensive-und-tourismusakademie-ennstal>, und AMS Tirol (02.07.2021): Neue Tourismusfachkräfte durch Gastro-Ausbildungsinitiative. Pressemeldung. Online unter: <https://www.ams.at/regionen/tirol/news/2021/07/neue-tourismusfachkraefte--durch-gastro-ausbildungsinitiative>, zuletzt geprüft: 03.06.2022

werden können. Neben branchenspezifischen und regionalisierten Unternehmensworkshops könnten dazu beispielsweise folgende Ansätze und Fragestellungen beitragen:

- *Erhebung bzw. Auswertung detaillierter regionaler Daten zu Lehre und Schulen:* Damit könnte geklärt werden, wie gut das Ausbildungsangebot und die Nachfrage am touristischen Arbeitsmarkt in einer Region zusammenpassen.
- *Erhebung bzw. Auswertung detaillierter Daten zu einzelnen Lehrberufen,* insbesondere mit qualitativen Methoden: Was unterscheidet stabile oder steigende Lehrberufe von jenen, deren Zahlen sinken, auch in einer branchenübergreifenden Analyse?
- *Befragung zum Verbleib im Tourismus:* Was sind die Gründe dafür, dass Fachkräfte die Branche verlassen, und was müsste sich ändern, damit sie bleiben? Oder positiv gewendet: Welche Gründe halten Arbeitskräfte in der Branche?
- *Qualifikationen aus den Nachbarländern:* Wie gut können Arbeitskräfte mit Ausbildungen aus den Nachbarländern – z. B. aus Deutschland, Ungarn, Slowakei, Tschechien, Slowenien usw. – die Anforderungen in österreichischen Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben erfüllen? Welche Erfahrungen haben ArbeitgeberInnen mit Qualifikationen aus unterschiedlichen Ländern gemacht, und welche ausländischen Ausbildungen gelten als hochwertig? Damit verbunden außerdem die Frage: Wieweit schwächt ein Abziehen von qualifizierten Kräften aus den Nachbarländern die Wirtschaftsstruktur dieser Länder, mit möglicherweise negativen Rückwirkungen auf Österreich.
- *Ausschlaggebende Faktoren für die Lehrlingsausbildung:* Warum bilden Betriebe Lehrlinge aus? Warum bilden Betriebe keine Lehrlinge aus?
- *Systemische Betrachtungen der Lehrlingsausbildung:* Unter welchen Rahmenbedingungen kann es klassischen Saisonbetrieben ermöglicht werden, Lehrlinge auszubilden?
- *Welche Betriebe im Tourismus bilden überhaupt aus?* Welche Unterschiede bestehen zwischen Betrieben, die ausbilden und solchen, die nicht ausbilden? Welche Rolle spielt dabei die Unternehmenskultur (positive Haltung gegenüber Lehrlingen und Ausbildung)? Können Unternehmenstypen identifiziert werden, die tendenziell eher Lehrlinge ausbilden? Können regionale Unterschiede festgestellt werden, oder spielt die Unternehmensgröße die größte Rolle?

6 Megatrends im Tourismus und der Freizeitwirtschaft

Alles wird anders, oder doch nicht? – Abseits von Werbung und Marketingstrategien geht dieses Kapitel der Frage nach, welche Trends *Tourismus und Freizeitwirtschaft* nachhaltig prägen, bisher schon verändert haben und künftig weiter verändern werden, und welche Rolle dabei die Corona-Pandemie spielt. Grundlage für die Analyse bilden neben einschlägigen Studien und Berichten, Interviews aus der Serie der AMS New-Skills-Gespräche mit dem Schwerpunkt Tourismus sowie zusätzliche Tiefeninterviews mit Expertinnen und Experten der Tourismus- und Zukunftsforschung und von Interessenvertretungen der ArbeitnehmerInnen wie auch der Unternehmen.

Die Struktur dieses Berichtsteils weicht etwas von den bisherigen Kapiteln ab, die stark statistisch geprägt waren.

6.1 Trends und Megatrends

6.1.1 Trends

Viel ist in den letzten Monaten und Jahren über neue Trends wie Nachhaltigkeit, Individualismus und Entschleunigung berichtet worden, die den Tourismus gegenwärtig und zukünftig stark verändern würden. Dabei fällt immer wieder der Begriff einflussreicher Megatrends, die langanhaltende Auswirkungen auf die Beschaffenheit und den Fortbestand des Tourismus hätten. Was ist überhaupt unter diesen Trends und Megatrends zu verstehen und wie nachhaltig werden sie die Arbeitswelt des Tourismus tatsächlich verändern?

Trends beschreiben Veränderungen, die sich in der Gesellschaft, auf dem Arbeitsmarkt, in der Kultur usw. vollziehen, oder in Teilbereichen davon, wie der Politik, der Mode oder in Tourismus und Freizeitwirtschaft. Sie können sich somit sowohl auf einen kleineren Teilbereich beschränken (Mikrotrends) oder größeren gesellschaftlichen Bereiche umfassen (Makrotrends), deren Dauer unterschiedlich sein kann und sowohl lang-, mittel- und kurzfristig wirken. Bei aller Unterscheidung scheint wesentlich, dass sich Trends üblicherweise wechselseitig beeinflussen und damit in der Regel zumindest indirekt über ihre Teilbereiche hinauswirken.

Für die Wissenschaft und die Trendforschung sind diese Trends aufgrund bestimmter Parameter erkennbar. So könnte der verstärkte Konsum eines biologischen Produkts im Handel als Indiz für einen Trend zu nachhaltigem Konsum gedeutet werden. Empirisch sind Trends allerdings nur schwer belegbar und zugänglich, wie aus dem Trendreport zu entnehmen ist: *„Trends sind beobachtbar, im soziologischen Kontext aber nur schwer messbar. Ihr weiterer Verlauf lässt sich meistens genähert abschätzen, aber nur teilweise beeinflussen.“*²⁰⁷

6.1.2 Megatrends

Worin unterscheiden sich nun dazu Megatrends? Der Begriff Megatrends geht auf John Naisbitt zurück, der als Begründer der so genannten Zukunftsforschung verstanden werden kann.²⁰⁸ 1982 schrieb er in seinem Werk *„Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives“* wie Megatrends als so genannte „Blockbuster“ des Wandels weite Teile der Gesellschaft und ihre verschiedenen Teilbereiche wie Politik, Wirtschaft, Kultur und damit auch den Tourismus verändern: *„Sie beeinflussen ein breites Spektrum an verschiedenen Bereichen, das von Gesellschaft über Politik, Wirtschaft, Kultur bis hin zum Konsum reicht. Dabei schaffen es ihre Veränderungskräfte sogar ganze Gesellschaften umzuformen,*

²⁰⁷ Trendreport.de (2022): Megatrends. Online unter: <https://www.trendreport.de/megatrends/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁰⁸ ebda.

*denn sie verändern und durchdringen Zivilisationsformen, Technologien, Ökonomie und Wertesysteme. Da ein Megatrend meistens eine Vielzahl verschiedener Einzeltrends vereint, können sie oft nicht scharf voneinander abgegrenzt werden, sondern vermischen sich miteinander.*²⁰⁹

Drei Bedingungen müssen nach Naisbitt vorherrschen, damit wir von einem Megatrend sprechen können:

- *„Megatrends haben eine Halbwertszeit von mindestens 25 bis 30 Jahren.*
- *Sie müssen in allen möglichen Lebensbereichen auftauchen und dort Auswirkungen zeigen (nicht nur im Konsum, sondern auch in der Politik, Ökonomie etc.).*
- *Megatrends haben prinzipiell einen globalen Charakter, auch wenn sie nicht überall gleichzeitig stark ausgeprägt sind.*²¹⁰

Das heißt kurzgefasst: Megatrends wirken grundsätzlich langfristig, auf alle Lebensbereiche und global.

Das Zukunftsinstitut, das sich eingehend mit der Erforschung von Megatrends beschäftigt, beschreibt Megatrends wie folgt: *„Megatrends benennen und beschreiben extrem komplexe Veränderungsdynamiken und sind ein Modell für den Wandel der Welt: eine Methode, die hilft, die hochkomplexen und vielfältigen Veränderungsdynamiken der Gesellschaft im 21. Jahrhundert verständlich und greifbar zu machen. Indem sie Komplexität auf ein begreifbares Level reduzieren, erweisen sich Megatrends als wertvolle Navigationshilfen durch den Dschungel gegenwärtiger und künftiger Wandlungsdynamiken.*²¹¹

Damit fügt das Zukunftsinstitut den Bedingungen für Megatrends, die Naisbitt definiert hat, noch die der Komplexität hinzu: *„Megatrends sind vielschichtige und mehrdimensionale Trends. Sie erzeugen ihre Dynamik und ihren evolutionären Druck auch und gerade durch ihre Wechselwirkungen.*²¹² Die Wechselwirkungen, also wechselseitige Beeinflussung, sowie die darin enthaltenen Widersprüchlichkeiten zwischen den Megatrends sind zentrale Merkmale und wichtig für das Verständnis dieser globalen Entwicklungen. Außerdem bestehen Megatrends aus einer größeren Zahl ein Einzeltrends, die helfen, Megatrends zu beschreiben, zu verstehen und in die Praxis zu transferieren. Abbildung 6-1 des Zukunftsinstituts gibt auf Basis eines U-Bahn-Netzplanes einen sehr visuellen Eindruck sowohl der Komplexität von Megatrends aufgrund der Vielzahl an Einzeltrends, die sich darunter verbergen, aber auch anhand der hier bildlich dargestellten vielfachen Vernetzung und damit gegenseitigen Beeinflussung. Die darin verwendete Terminologie wurde vom Zukunftsinstitut entwickelt, wobei sich verschiedene Trendbezeichnungen in gleicher oder ähnlicher Form ebenso in anderen Analysen zum Thema Trends und Megatrends finden.²¹³

Aus dieser Perspektive, die die Komplexität und Widersprüchlichkeit von Megatrends berücksichtigt, werden in weiterer Folge verschiedene Entwicklungen im Tourismus beschrieben. Die Abbildung soll dabei als Gesamtbild dienen, um die großen Zusammenhänge im Auge zu behalten. Es kann hier nicht auf jeden Megatrend im Detail eingegangen werden. Der Bericht konzentriert sich auf einige der besonders einflussreichen Entwicklungen.

²⁰⁹ ebda.

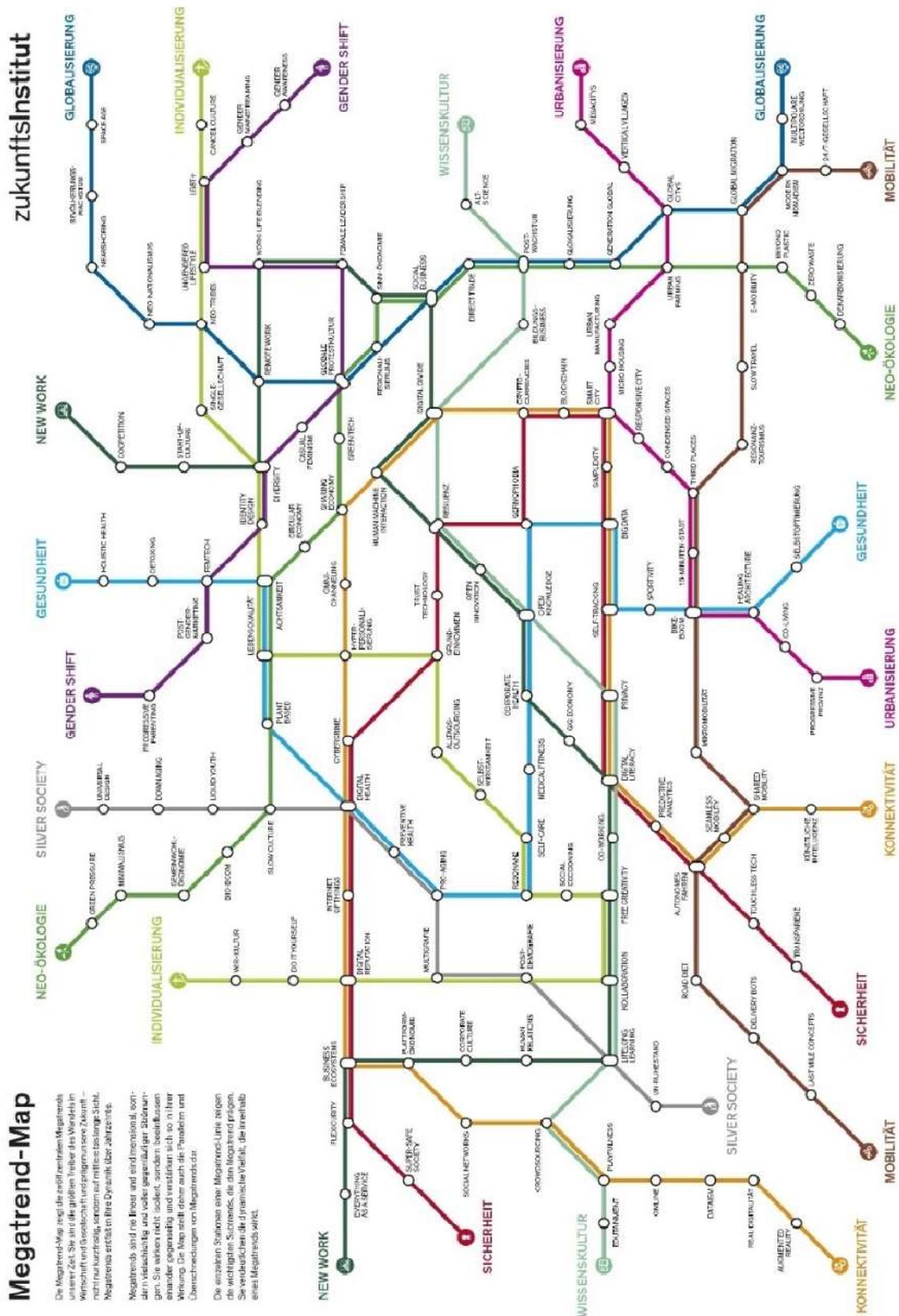
²¹⁰ Naisbitt, J. (1982): Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives. 6., Neuauflage, Verlag Warner Books.

²¹¹ Zukunftsinstitut GmbH (2022a): Was sind Megatrends. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/#was-sind-megatrends>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²¹² ebda.

²¹³ Zukunftsinstitut GmbH (2022b): Die Megatrends. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

Abbildung 6-1: Megatrends



Quelle: Zukunftsinstitut GmbH (2021): Megatrends. <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

6.2 Megatrends in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* - Einleitung

„Megatrends wirken natürlich auch auf den Tourismus“, sagt Anja Kirig, Tourismusexpertin für das Zukunftsinstitut in Deutschland im Expertinneninterview. Sie beschäftigt sich insbesondere mit den Wechselwirkungen von Megatrends, wie dem Gesundheits- oder dem Individualisierungstrend und dem Tourismus.²¹⁴ Wie in anderen gesellschaftlichen Bereichen gehen auch im Tourismus die Auswirkungen von Megatrends häufig mit Gegentrends einher. Anja Kirig merkt dazu an: *„Die Gesellschaft reagiert mit Antitrends. Mit der sich breit machenden Globalisierung ist beispielsweise eine lokale Affinität einhergegangen.“*

Das bedeutet, dass sich Trends und Megatrends nicht linear entwickeln, sondern in ambivalenter und widersprüchlicher Art und Weise manifestieren und sich in ihrer Geschwindigkeit, Variabilität und Transparenz unterscheiden.

Was bedeutet dies nun für die Entwicklungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*? Ausgehend von der Feststellung, dass verschiedene Megatrends Veränderungen im Tourismus bewirken, werden nachfolgend einige Dimensionen dieser Veränderungen näher beleuchtet. Einleitend wird dazu noch die Bedeutung der Corona-Pandemie für diese Entwicklungen skizziert.

6.3 Corona-Pandemie als Turbo

In den letzten Jahren waren eine ganze Reihe an Trends beobachtbar, die sich auf den Tourismus und die Freizeitwirtschaft ausgewirkt haben, etwa die Trends zur Nachhaltigkeit oder Gesundheit. Diese und andere Trends haben, so die Meinung vieler Expertinnen und Experten, seit Beginn der Coronakrise teilweise zusätzlichen Aufwind erfahren, erklärt beispielsweise Peter Zellmann, Leiter des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung in Wien, der sich seit vielen Jahren mit Trends im österreichischen Tourismus beschäftigt: *„Corona und die damit verbundenen Maßnahmen in der Krise haben keine grundsätzlichen Veränderungen im Freizeit- und Reiseverhalten hervorgerufen, aber sie haben viele Entwicklungen als Turbo verstärkt.“*²¹⁵

Welche Entwicklungen davon betroffen sind führt Peter Zellmann beispielhaft aus: *„Das reicht jetzt von ökologischen Aspekten des Reisens oder Freizeitverhaltens bis hin zur Sinnfrage: Was macht mir im Urlaub oder Freizeit eigentlich Spaß? Was brauche ich wirklich? Wofür nehme ich mir Zeit? Dieser neue Umgang mit Zeit, sozialen Bindungen und auch Umweltbewusstsein ist das, was viele sich jetzt als Veränderung erhoffen.“*²¹⁶

Damit fasst Zellmann einige der durch die Coronakrise verstärkten Trends zusammen und spricht dabei gesellschaftliche Hoffnungen und Erwartungen an neue Entwicklungen im Tourismus an, die sich nicht zuletzt in der medialen Berichterstattung und in der Werbung manifestiert. Gleichzeitig warnt er vor überzogenen Erwartungen: *„Diese Entwicklung wird wieder einen Dämpfer erleiden, aber insgesamt bleiben sie mittel- bis langfristige Trends. Solche gesellschaftlich umfassenden Trends brauchen meistens mehr als eine Generation, sich zu manifestieren. Wir stehen in der Mitte dieser Entwicklung.“*²¹⁷

²¹⁴ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview für diese Branchenanalyse. Vgl. auch: Kirig, A. (2021): Die Sehnsucht nach Beziehungsmustern ist stärker geworden. AMS New Skills Gespräch Nr. 54. AMS Info 523. Hrsg. AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_info_523_-_New_Skills_54_-_Kirig_-_Zukunftsinstitut.pdf, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²¹⁵ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²¹⁶ ebda.

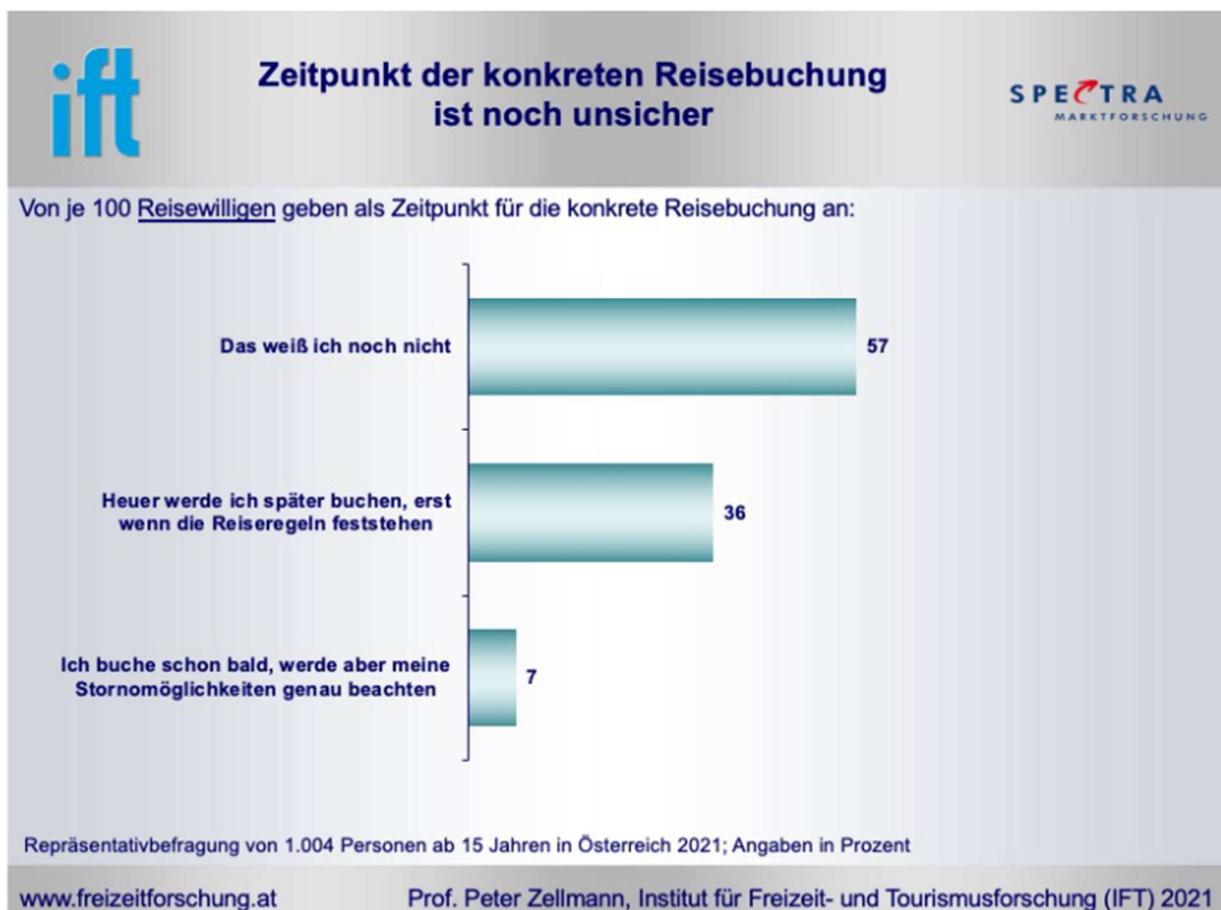
²¹⁷ ebda.

Dass manche Veränderungen durch die Coronapandemie relativ rasch wieder in alte Muster zurückfallen könnten, ist die Erwartung vieler ÖsterreicherInnen, die im Rahmen einer Umfrage des Verkehrsclub Österreich (VCÖ) zum Reiseverhalten befragt wurden (vgl. Kapitel 2.10).

6.3.1 Reiseplanung und Planungssicherheit

Eine zentrale Auswirkung der Coronakrise zeigt sich beim Thema Reiseplanung und einem damit einhergehenden veränderten Bedürfnis nach Planungssicherheit von Reisen. Besonders die Unsicherheit, ob eine Reise aufgrund von möglichen Reiseeinschränkungen tatsächlich realisiert werden kann, hält die Menschen von längerfristigen Planungen ab, wie eine Befragung des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) aus dem März 2021 zur Sommerurlaubsplanung der ÖsterreicherInnen zeigt.²¹⁸ Die Ergebnisse in Grafik 6-1 bestätigen die große Unsicherheit der Reisewilligen beim Buchungsverhalten im Frühjahr:

Grafik 6-1: Zeitpunkt der Reisebuchung



Quelle: Zellmann, P. (2021a)

57 % aller Personen, die eine Reise planten, wussten im März noch nicht, wann sie ihre Reise buchen würden. 36 % der Reisewilligen gaben an, dieses Jahr später buchen zu wollen und erst dann, wenn die Reiseregeln feststünden. Lediglich 7 % der Befragten wollten schon bald buchen, allerdings mit dem klaren Vorhaben, die Stornobedingungen genau zu berücksichtigen. Dieses Zögern im Buchungsverhalten schlägt sich bei den Reiseanbietern und Beherbergungsbetrieben in einer erhöhten

²¹⁸ Zellmann, P. (2021a): Urlaubsplanung 2021: Zwischen Reiselust und Maßnahmenfrust. IFT Forschungstelegramm März 2021 (Nr. 1/21). Hrsg. Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT), Wien. Download: https://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2021/183.%20FT%201-2021_Urteilsplanung.pdf, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

Planungsunsicherheit über die Auslastung nieder. Die steigende Möglichkeit kurzfristiger Stornierungen erhöht diese Unsicherheit zusätzlich. Damit verbunden sind auch Herausforderungen in der Planung des Personalbedarfs, zum Umfang erforderlicher Serviceangebote, Rahmenprogramme und Veranstaltungen usw. Über die hohe Unsicherheit in der Planung von Urlaubsreisen hinaus ist mit der Coronapandemie die Reiseabsicht insgesamt deutlich unter den langjährigen Durchschnitt gesunken, wie Grafik 6-2 zeigt.

Grafik 6-2: Reiseabsichten 2021



Quelle: Zellmann, P. (2021b)

Die Grafik 6-2 aus den Forschungsergebnissen des IFT zur Entwicklung der Reiseabsichten verdeutlicht, dass sich 27 % der ÖsterreicherInnen 2021 eine Reise definitiv vorgenommen hatten und damit deutlich weniger als vor zwei Jahren (2019: 48%) vor der Coronakrise, 37 % der Befragten wussten noch nicht genau, ob ein Urlaub gemacht werde und damit 13 % mehr als 2019. Weitere 37 % äußerten die Absicht, sicher nicht in den Urlaub zu fahren. Auch hier zeigt sich im Vergleich zu den vergangenen Jahren eine große Unsicherheit in der Reiseplanung. Interessant ist allerdings, dass trotzdem nur etwas mehr als ein Drittel der ÖsterreicherInnen angibt, in diesem Jahr sicher nicht verreisen zu wollen. Ein Wert, der im längerfristigen Vergleich der Umfrageergebnisse immer wieder bis zu einem Drittel aller Befragten steigt und 2019 bei 28 % lag.²¹⁹ Damit liegt dieser Wert der „Reiseunwilligen“ im Krisenjahr 2021 nicht so extrem über den mehrjährigen Vergleichswerten, wie man angesichts der Krise erwarten könnte. Im Umkehrschluss lässt sich damit aber zeigen, dass ein erheblicher Anteil der ÖsterreicherInnen auch in Krisensituationen – bei aller geäußerten Unsicherheit – nicht auf ihre Urlaubsreise verzichten möchte. Man könnte natürlich mutmaßen, dass gerade Situationen wie die Coronapandemie mit ihren zahlreichen Einschränkungen den Wunsch nach

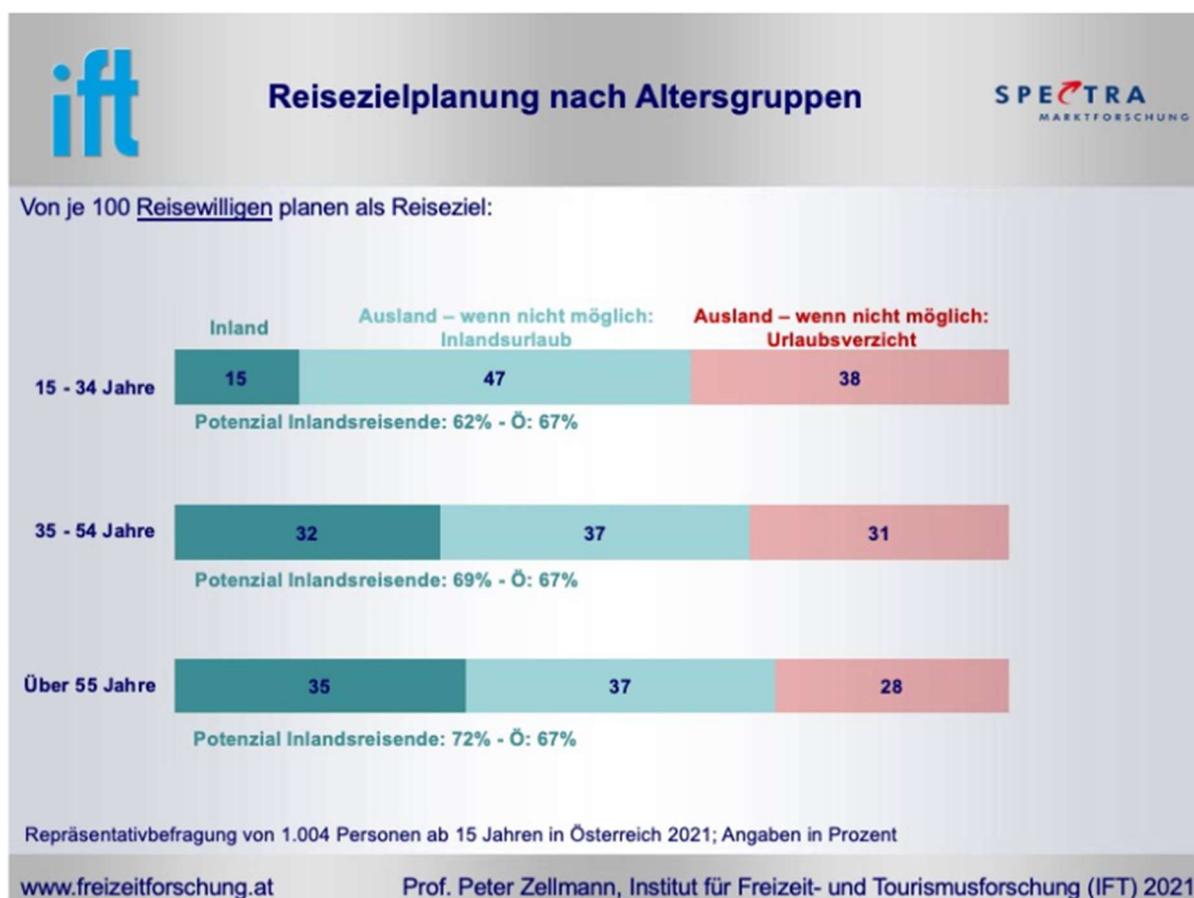
²¹⁹ ebda.

Normalität stärkt und eine Urlaubsreise für viele Menschen Teil dieser Normalität ist, die man sich damit in den Alltag zurückholt.

6.3.2 Reiseplanung nach Alter

Die Planung von Urlaub und Reisen unterscheidet sich bei Reisewilligen laut der Befragung des IFT auch nach dem Alter insgesamt eher wenig (vgl. Grafik 6-3). Größere Unterschiede ergeben sich vor allem zwischen der Altersgruppe der „Jüngeren“ (15 bis 34 Jahre) und allen darüber liegenden Altersgruppen. 85 % der jüngeren Menschen geben an, einen Auslands- anstatt eines Inlandsurlaub (15 %) anzupeilen. Davon würden sogar 38 % gänzlich auf eine Reise verzichten, sollte ein Auslandsaufenthalt nicht möglich sein. Die Gruppen der 35- bis 54-Jährigen und über 55-Jährigen vereinen diesbezüglich ähnliche Vorstellungen: Inlandsreisen favorisieren 32 % bzw. 35 % der Reisewilligen dieser Altersgruppen, einen Auslandsurlaub mit der Alternative eines Inlandsurlaub je 37 % und den alternativlosen Auslandsreise 31 % bzw. 28 %.²²⁰

Grafik 6-3: Reisezielplanung nach Altersgruppen



Quelle: Zellmann, P. (2021b)

Das grundsätzliche Potenzial der Inlandsreisenden liegt damit je nach Altersgruppe zwischen 62 % bei den Jüngeren und 72 % bei der Altersgruppe 55+ bzw. durchschnittlich bei 67 %. Selbst wenn darin ein hoher %-Satz an Personen enthalten ist, für die ein Inlandsurlaub nur die zweite Wahl wäre, gilt es für die österreichische Tourismus- und Freizeitwirtschaft, vorausschauend strategische Maßnahmen zu planen, wie dieses Potenzial bei einer zunehmenden Normalisierung der Reisemöglichkeiten künftig

²²⁰ Zellmann, P. (2021b): Urlaubsplanung 2021: Die Jüngeren noch besonders unsicher. IFT Forschungstelegramm April 2021 (Nr. 2/21). Hrsg. Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT), Wien. Download: https://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2021/184.%20FT%202-2021_Urloabsplanung_Alter.pdf, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

stärker ausgeschöpft werden kann, indem attraktive Alternativen zu Auslandsreisen geschaffen werden. Dabei könnten Megatrends im Bereich Nachhaltigkeit, Individualisierung, Gesundheit oder Demografie eine wichtige Basis für die Entwicklung solcher Angebote bilden.

Die Veränderungen in der Urlaubs- und Reiseplanung, verbunden mit hoher Unsicherheit und im Umkehrschluss mit dem wachsenden Wunsch nach Sicherheit,²²¹ ist natürlich nur eine, wenn auch in der Branche unmittelbar spürbare Auswirkung der Coronasituation. Im Weiteren werden einige der für Tourismus und Freizeitwirtschaft zentralen Megatrends und ihre Entwicklungen und Auswirkungen auf die Branche, Gegentrends sowie weitere Auswirkungen der Pandemie beschrieben.

6.4 Trends und Megatrends und ihre Bedeutung für Entwicklungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

6.4.1 Resonanztourismus als Reaktion auf den Megatrend der Individualisierung

Die Individualisierung als globaler Megatrend trägt im positiven Sinne dazu bei, dass der Mensch stärker als Person wahrgenommen wird, die sich mit ihren Besonderheiten, aber auch mit ihren Bedürfnissen mitunter deutlich von den Gruppen, denen sie aufgrund von Geschlecht, sozialer, demografischer, ökonomischer, kultureller Merkmale usw. zugeordnet wird, unterscheidet. Losgelöst von traditionellen Rollen und Zuordnungen wird Selbstverwirklichung zum Leitmotiv, in dessen Gefolge sich neue Zugehörigkeitsgefühle zu neu definierten Gruppen (Communities) bilden.²²²

In wirtschaftlichen Kontext führt das unter anderem dazu, dass Angebote und Services von Betrieben immer stärker auf das Individuum abgestellt und angepasst werden, was zu einer hohen Ausdifferenzierung, aber auch Flexibilität in den Services und Produkten führt. Der gleichzeitige Trend zur technischen Standardisierung, widerspricht dieser Individualisierung nicht unbedingt, sondern trägt auch zur Qualitätssicherung und Zuverlässigkeit individualisierter Angebote bei. Diese Auswirkung des Trends betrifft unter anderem auch den Arbeitsmarkt und die Aus- und Weiterbildung, die sich zunehmend z. B. durch Flexibilisierung, Modularisierung und Spezialisierung auf die individuellen Bedürfnisse der einzelnen TeilnehmerInnen, MitarbeiterInnen sowie Unternehmen anpassen. Entwicklungen, die auch im Tourismus beobachtet werden können und in der Angebotsgestaltung berücksichtigt werden müssen.

Der Trend zur Individualisierung führt aber bis zu einem gewissen Grad auch zu einer Erwartungshaltung, dass sich alles und jede/r an den persönlichen Ansprüchen oder den Ansprüchen der eigenen Community orientieren muss. Teils überzogenes Anspruchsdenken und zunehmende Egoismen von Personen und Gruppen stellen sowohl die Gesellschaft wie auch die Wirtschaft und den Arbeitsmarkt vor neue Herausforderungen, bis hin zur Infragestellung traditioneller Vorstellungen eines Generationenvertrages oder sozialen Ausgleichs im Sozialsystem. Auf der individuellen Ebene können extreme Ausformungen der Individualisierung bis hin zum Verlust sozialer Kontakte führen.

In *Tourismus und Freizeitwirtschaft* hat sich, unter anderem vor dem Hintergrund dieser Individualisierung, bis zu Beginn der Coronakrise eine geradezu unüberschaubare Fülle an Reise- und Urlaubsangeboten zu einer fast unbegrenzten Auswahl an verschiedenen internationalen Destinationen entwickelt. Dieses Angebot wurde überdies möglichst flexibel an die individuellen Bedürfnisse der

²²¹ Der Wunsch nach Sicherheit zeigt sich ja längst nicht nur im Zusammenhang mit Reisen und Urlaub, sondern beispielsweise auch im wachsenden Wunsch junger Menschen nach einem sicheren Arbeitsplatz, wie im Kapitel 5.2.2 erwähnt.

²²² Für weitere Erklärungen zum Megatrend Individualisierung vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2022c): Megatrend Individualisierung. Dossier. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

Reisenden angepasst oder zunehmend von diesen selbst zusammengestellt. Das Zukunftsinstitut spricht von einem „Überfluss an Angeboten und Optionen“, die Reisende vor die Herausforderung stellte, aus dem breiten Angebot an verschiedenen Urlaubsorten und -typen auszuwählen. Anja Kirig erwartet, dass durch die gegenläufigen Erfahrungen der Covid-Pandemie hier eine Bewusstseinsänderung eintritt: *„Im Vorfeld der Corona-Pandemie gab es ein Überangebot der Reisemöglichkeiten. Die Menschen mussten sich bei der Urlaubsplanung fragen: Was möchte ich eigentlich machen, wohin möchte ich fahren und mit wem. Das hat sich stark geändert. Es lässt sich mittelfristig sagen, dass hier eine neue Bewusstseinskultur in Reiseentscheidungen stattfinden wird.“*²²³

Durch die Reise- und Kontaktbeschränkungen, die im Zuge der Corona-Pandemie österreichweit und weltweit erforderlich wurden, hat sich dieses Überangebot an Urlaubsmöglichkeiten zumindest vorübergehend stark limitiert.²²⁴ Die erwähnte neue Bewusstseinskultur beschreibt Kirig mit dem Begriff des so genannten Resonanztourismus, der die Sehnsucht der Gesellschaft nach Beziehung widerspiegelt. Resonanz bedeutet in diesem Zusammenhang vor allem eine lebendige Kommunikation.²²⁵

Entstanden ist diese verstärkte Sehnsucht nach Beziehungen als Gegenentwicklung zum *Megatrend Individualisierung* und der damit bis zu einem gewissen Grad verbundenen zunehmenden Entfremdung der Gesellschaft, wie Kirig es bezeichnet. Im Tourismus hat sich dieser Trend darin bemerkbar gemacht, in dem viele Menschen ihren Urlaub auf kurzfristige Erlebnisse oder schnelle Besichtigungen vieler Sehenswürdigkeiten auslegten. *„Wir hatten in den letzten Jahren eine sehr starke Tendenz in Richtung Erlebnisurlaub statt Erfahrungsurlaub,“* so Kirig im Interview.

Und das scheint sich durch die Pandemie laut Anja Kirig verändert zu haben: *„Die These des Resonanztourismus besteht darin, dass die Reisenden unterwegs diese Resonanzerfahrung suchen. Diese Resonanz scheint in eine Erfahrung zu münden, die nachhaltigen Effekt hat und dabei über den Urlaub hinausgeht.“*

Das bedeutet also, dass Menschen zunehmend bestrebt sind, im Urlaub nachhaltige Erlebnisse zu schaffen, und das insbesondere über soziale Beziehungen. Das kann zum Beispiel bedeuten, dass am Urlaubsort Kontakt zu Menschen gesucht wird, etwa zu dort wohnhaften Menschen, anderen UrlauberInnen, aber auch verstärkt zu UrlaubsanbieterInnen, GastgeberInnen und MitarbeiterInnen in Tourismusbetrieben. Resonanz kann ebenso über Kontakt zur Natur und Tieren hergestellt werden, denen Urlaubende einen Sinn zuschreiben, etwa das eigene Wohlbefinden oder der Schutz von Natur und Tieren.²²⁶

Die Sinnzuschreibung von Reisen und der Ruf nach Beziehung ist aber kein neues Phänomen. TrendforscherInnen wie Anja Kirig, beobachten allerdings auf großen touristischen Märkten, dass sich der Trend in den letzten Jahren stärker vom so genannten Erlebnis- hin zum Resonanztourismus entwickelt. Entscheidende AkteurInnen sind bei diesem Trend aber nicht nur die nachfragenden Urlaubenden, sondern insbesondere die UrlaubsanbieterInnen, die sich zunehmend auf die neuen Bedürfnisse der Urlaubenden vorbereiten müssen, etwa das hierfür nötige Know-how erwerben müssen. Dazu gehören die entsprechenden Kompetenzen in der Beratung und Kommunikation ebenso wie der Zugang zu erforderlichen Sachinformationen sowie Netzwerken. Vor allem gehört braucht es

²²³ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview für diese Branchenanalyse

²²⁴ Kirig, A. (2020): Tourismus nach Corona. Alles auf Resonanz. Zukunftsinstitut.de. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/tourismus-nach-corona-alles-auf-resonanz/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²²⁵ Der Begriff Resonanztourismus stammt laut Kirig vom Soziologen Hartmut Rosa, der 2016 eine Publikation zur Soziologie der Beziehungen verfasst hat.

²²⁶ Zukunftsinstitut, 2021

aber eine entsprechende Einstellung der MitarbeiterInnen und die Einplanung der zeitlichen Ressourcen, damit den Gästen entsprechende Resonanz gewährt werden kann. Laut Kirig kann sich dieses Umdenken bei UrlaubsanbieterInnen auch darin ausdrücken, dass Hotels künftig eigene ResonanzmanagerInnen beschäftigen, die sich mit diesen Bedürfnissen der Urlaubenden befassen, und damit aus diesem Trend heraus ein neues Tätigkeitsprofil im Tourismus entsteht.

Der Megatrend der Individualisierung wirkt natürlich über den hier beschriebenen Zusammenhang hinaus auf weitere Entwicklungen und Gegenentwicklungen im Tourismus, wie sich weiter unten noch zeigen wird.

6.4.2 Globalisierung versus Regionalisierung

Der Megatrend der Globalisierung prägt seit Jahrzehnten das Wirtschaftsgeschehen in praktisch allen Bereichen. Damit wurden nicht nur neue Absatzmärkte für Produkte und Leistungen erschlossen, sondern überdies Finanzierungsquellen, Rohstoffressourcen bis hin zu MitarbeiterInnenpotenzialen. Deregulierungen im Waren- und Dienstleistungsverkehr oder in der Niederlassungsfreiheit waren nicht nur eine Strategie innerhalb der Europäischen Union, sondern haben lange Zeit die internationalen Beziehungen zwischen einzelnen Ländern und zwischen ganzen Wirtschaftsräumen geprägt. Mit dem globalen Zusammenwachsen sind aber auch Verschiebungen in politischen und gesellschaftlichen Gefügen, in der Bedeutung von Informationsflüssen und Desinformation bis hin zu zahlreichen Konflikten verbunden, die neben Macht und Einfluss immer wieder den Zugang zu Ressourcen in unterschiedlichem Kontext beinhalten.

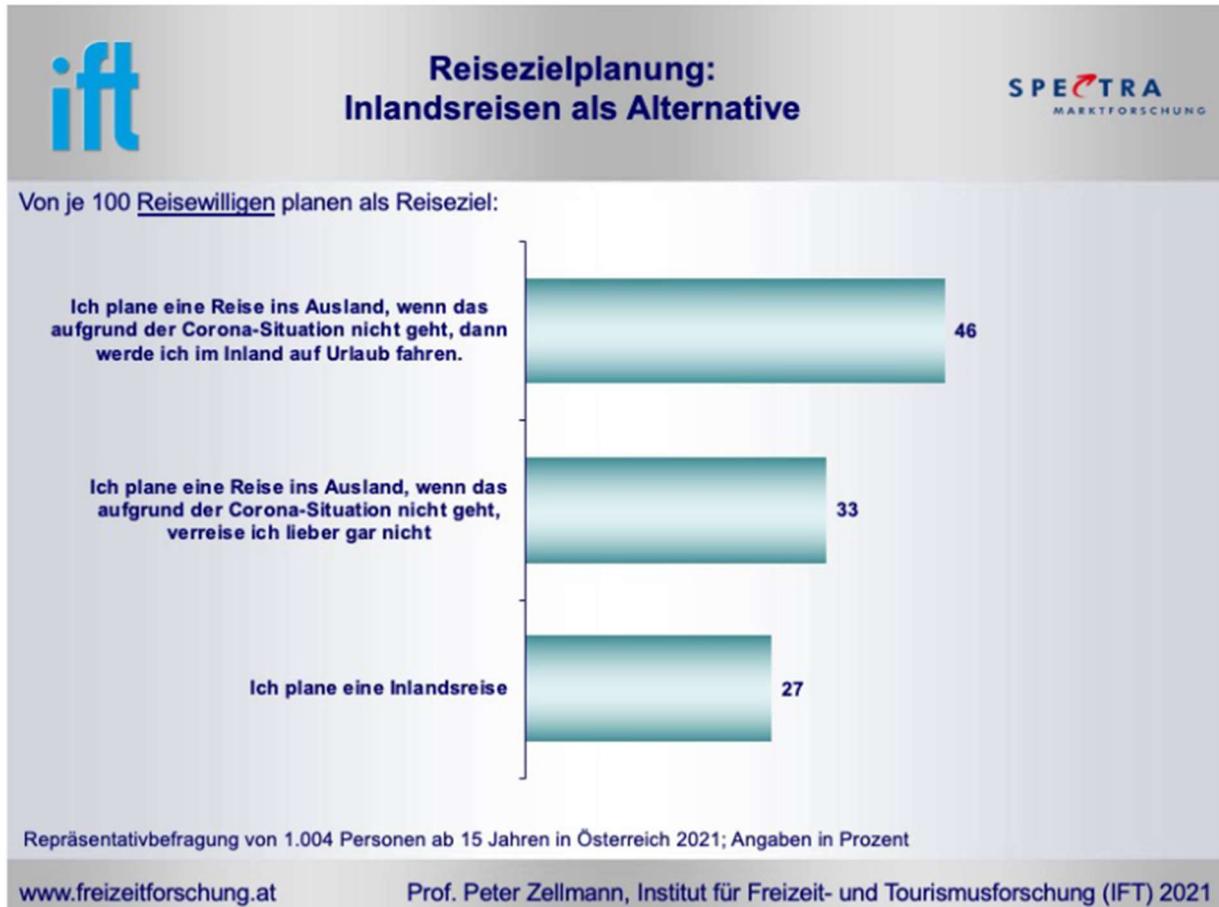
Vor diesem Hintergrund hat sich über Jahrzehnte ein wachsender Trend zur internationalen Mobilität entwickelt, der sich auch und besonders im Reiseverhalten niederschlug. Während für ÖsterreicherInnen eine geradezu grenzenlose Fülle an internationalen Destinationen immer leichter erreichbar und für viele immer leichter finanzierbar wurde, bekamen für den österreichischen Tourismus Gästegruppen aus neuen Herkunftsländern wie etwa dem Fernen Osten oder dem Arabische Raum, bis hin zu östlichen europäischen Nachbarländern eine immer größere Bedeutung (vgl. Kapitel 2.2) – bis im Februar/März 2020 dieser Trend zu einer Vollbremsung gezwungen wurde.

Die Einschränkungen von Reisen, Gastronomie und Beherbergungen im Zuge der Corona-Pandemie haben den Tourismus zwar in unterschiedlichem Ausmaß, jedoch auf dem gesamten Globus phasenweise massiv getroffen. Wie in den Kapiteln zur Branchenstruktur und zum Arbeitsmarkt dargelegt, mussten besonders im für Österreich bedeutsamen Wintertourismus erhebliche Verluste in Kauf genommen werden, aber auch im Sommertourismus wurden in den bisherigen Pandemie Jahren, regional unterschiedlich, Einbußen verzeichnet. Dennoch gab es gemäß Branchendaten und Angaben des Instituts für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT) beispielsweise im Sommer 2020 einzelne Regionen in Österreich mit Nächtigungsrekorden, etwa in Niederösterreich, der Steiermark oder Kärnten.²²⁷ Der im Zuge der Pandemie von der österreichischen Tourismuswerbung verstärkt propagierte Inlandstourismus erfuhr aufgrund der mit Auslandsreisen verbundenen noch stärkeren Unsicherheiten neuen Aufwind. Dieser Aufwind drückt sich in den in Grafik 6-4 dargestellten Ergebnissen einer Befragung des IFT zur Reisezielplanung für den Sommer 2021 aus (für Details nach Altersgruppen vergleiche Grafik 6-3):

46 % der Befragten gaben darin an, dass sie ins Ausland verreisen wollen, aber nun planen, im Inland zu urlauben, wenn eine Auslandsreise aufgrund der Corona-Pandemie nicht möglich wäre. 33 % hatten vor, im Ausland ihren Urlaub zu verbringen, würden jedoch lieber nicht verreisen, wenn dies nicht möglich ist. 27 % der Interviewten planten 2021 alternativlos eine Inlandsreise.

²²⁷ Zellmann, P. (2021)

Grafik 6-4: Reisezielplanung



Quelle: Zellmann, P. (2021a)

Eine in Hinblick auf Inlandsurlaub und damit für eine stärkere Regionalisierung interessante und häufig vernachlässigte Zielgruppe sind jene Personen, die überhaupt keinen Urlaub planen. Obwohl diese Gruppe bereits vor der Coronapandemie gewachsen ist und mit der Pandemie weiter steigt, wird sie bislang wenig als explizite Zielgruppe wahrgenommen. Peter Zellmann schildert, dass das Phänomen der so genannten Nicht-Urlauber im Trend liegt: *„Die unbemerkt größte Wachstumsgruppe, und zwar nicht nur aus finanziellen oder gesundheitlichen Gründen ist jene an Menschen, die sagen: ‚Bei mir zu Hause ist es so schön. Ich kenne so viele kulturelle, kulinarische und sportliche Angebote und jene in der Natur. Für den Urlaub zu Hause war Corona auch ein Turbo. Das ist etwas, das schon seit Jahren langsam wächst und sich bis heute im Vorjahr verstärkt hat.“*²²⁸

Peter Zellmann schätzt die Gruppe der NichturlauberInnen bereits vor der Coronakrise auf 40 bis 50 % der in Österreich lebenden Menschen. Vor den Hintergrund eines „neuen Regionalismus“ als Gegenreaktion zur Globalisierung und verstärkt durch die Erfahrungen in der Coronapandemie und in Hinblick auf den im nächsten Kapitel geschilderten Trend zur Nachhaltigkeit (beim Zukunftsinstitut als Neo-Ökologie bezeichnet), könnte diese potenzielle Zielgruppe stärker in den Blick genommen werden. Dabei könnte beispielsweise genauer untersucht werden, worauf diese Zielgruppe besonders Wert legt. Wenn es doch *zu Hause am schönsten ist*, wie das Zitat oben vermittelt, dann müsste aus Perspektive der Angebotsentwicklung die Frage gestellt werden, welchen Mehrwert ein Urlaubsangebot in regionaler Nähe schaffen kann, das exakt diesen Anspruch erfüllt und drauf aufbauend noch einen Zusatznutzen ermöglicht.

²²⁸ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

Die aktuell (Frühjahr 2022) steigenden Preise für Energie und andere Ressourcen, die insbesondere durch den Ukrainekrieg, wenn nicht ausgelöst, so doch zumindest weiter angetrieben werden, führen derzeit zu massiv steigenden Kosten in allen Lebensbereichen. Davon betroffen sind erwartungsgemäß auch Urlaubsreisen, und zwar grundsätzlich unabhängig von der Form der Reisen und ob Inlands- oder Auslandsreisen. Während die Erwartung sein könnte, dass diese Entwicklung die Tendenz zu regionalen Urlauben fördert, analysiert *Der Standard* in einem Artikel Anfang Juni 2022, dass die ÖsterreicherInnen trotz steigender Preise für Flüge, Mietautos, Hotels usw. nach zwei Jahren Pandemie wieder verstärkt auf Auslandsreisen setzen und dafür bereit sind, extreme Preise in Kauf zu nehmen.²²⁹

Eine Konsequenz daraus könnte sein, dass die heimische Tourismus- und Freizeitwirtschaft noch mehr bestrebt sein muss, möglichst transparent und objektiv zu vermitteln, warum das Preis-Leistungs-Verhältnis eines Urlaubs in Österreich wettbewerbsfähig ist. Dabei spielt der Qualitätsfaktor eine zentrale Rolle, um Gästesegmente zu sichern und neue zu gewinnen. Es wird vermutlich auch künftig keine Lösungsstrategie sein, mit Billigdestinationen, die häufig einen großen Kaufkraftvorteil haben, über einen Preiswettbewerb konkurrieren zu wollen.

6.4.3 Ökologisierung und Nachhaltigkeit

Der Trend der Ökologisierung und Nachhaltigkeit ist in enger Abhängigkeit und Wechselwirkung mit dem Trend der Globalisierung und dem Gegentrend der Regionalisierung im Tourismus zu sehen, etwa aus Perspektive der Reisenden, wie Peter Zellmann ausführt: *„Menschen haben heute viel mehr Verständnis für Ökologie, Umwelt und Gesundheitsfragen als vor einigen Jahren. 70 bis 85 % der Menschen werden allerdings voraussichtlich mit Ende der Coronakrise im Wesentlichen zu ihren Gewohnheiten zurückkehren. Diejenigen, die schon zuvor nachhaltige Aspekte in den Vordergrund des Reisens gestellt haben, werden das selbstverständlich weiterhin tun und die Größe dieser Gruppe wird wachsen.“*²³⁰

Auch die Entwicklung von stärkerem Bewusstsein für Umwelt und Nachhaltigkeit haben im Zuge der Pandemie eine Beschleunigung erfahren, die sich aus Sicht von Zellmann wie andere Trends zwar wieder etwas einbremsen, aber dennoch fortsetzen wird: *„Es wird wachsen, aber nicht so schnell, wie man sich das jetzt aus der Situation heraus vorstellen würde.“*²³¹

Anja Kirig beobachtet einen längerfristigen Trend, den sie nicht zuletzt in Zusammenhang mit politischen Jugendbewegungen wie Fridays for Future und der Klimakrise sieht: *„Man merkt schon, dass das Thema bereits vor Corona eine stärkere Präsenz in den Medien und der öffentlichen Wahrnehmung hatte, als das noch vor 3 Jahren der Fall war. Es hat sicherlich mit der Jugendbewegung, aber auch mit neuer wissenschaftlicher Akzeptanz der Klimaveränderungen zu tun. Hier hat sich die Wahrnehmung verändert.“*²³²

Und diese veränderte Haltung soll schrittweise dazu führen, dass zunehmend Wert darauf gelegt wird, umweltschonender zu agieren, etwa bei der Nutzung von Fahrzeugen, so Kirig: *„Natürlich verändert sich auch hier das Reiseverhalten. „An den Boden gebundene Reisen nahmen auch vor Corona schon zu. Die Menschen sind eher mit dem Zug gefahren, vielleicht auch mit dem Auto, was nicht unbedingt nachhaltiger sein muss. Das Reiseverhalten bei der Mobilität verändert sich schon. Es wird aber nicht so sein, dass die Menschen von 2021 auf 2022 radikal ihre Flugreisen stornieren. Es geht nicht von heute auf morgen, dass sich die Menschen schon bewusster entschieden. Was sich bereits jetzt für die*

²²⁹ Aumüller, S. / Böhm, M. (11./12.06.2022): Für den Urlaub brennen. *Der Standard*, S. 10f., Wien.

²³⁰ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²³¹ ebda.

²³² Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

nächsten Jahren ablesen lässt, ist, dass Menschen kürzere Auszeiten zur Erholung nutzen und dass eher im Nahbereich.“²³³

Expertin Kirig ist außerdem der Ansicht, dass die Luftfahrtbranche zukünftig Angebote für klimafreundlicheres Fliegen entwickeln wird müssen. Der Megatrend zu immer stärkerer Mobilität wird sich nach ihrer Ansicht mit dem zunehmenden Zurücknehmen der Reisebeschränkungen, die im Zuge der Corona-Pandemie eingeführt wurden, jedenfalls wieder fortsetzen. Gleichzeitig könnte mit der Einführung des österreichweiten Klimatickets für öffentliche Verkehrsmittel im Herbst 2021 das klimafreundlichere Reisen per Bahn und Bus einen zusätzlichen Auftrieb bekommen, wie sich im Frühjahr 2022 bereits in deutlich steigender Auslastung der Bahn zeigt, bis hin zu Überlegungen einer Reservierungspflicht.²³⁴ Das könnte wiederum den Trend zu kürzeren Auszeiten, die in regionaler Nähe verbracht werden, zusätzlich stärken. Ein anschauliches Beispiel dafür, wie eng verwoben Megatrends (hier: Globalisierung, Nachhaltigkeit und Mobilität) und Gegentrends (Regionalisierung) sind, und wie sie sich wechselseitig beeinflussen.

Die Frage der Nachhaltigkeit bei Reisen in Verbindung mit Mobilität stellt auch die lokalen Angebote von Tourismusregionen vor die Herausforderung, Lösungen für die Mobilitätsanbindung der einzelnen Betriebe an das öffentliche Verkehrsnetz zu finden bzw. etwaige Lücken in diesen Anbindungen flexibel zu schließen.

Festzustellen war bereits vor der Pandemie, dass eine wachsende Zahl an UrlauberInnen bei ihren Buchungen auf nachhaltige Angebote und Urlaubserlebnisse mit Naturbezug Wert legen. Davon profitieren unter anderem Bauernhöfe, die Zimmer und Ferienwohnungen vermieten und Gästen Einblick in den Alltag am Bauernhof, das Leben am Land und den Kontakt zu Tieren ermöglichen. Auch wenn es sich dabei nicht zwingend um Angebote im Sinne der Nachhaltigkeit handelt, wird von Gästen häufig diese Assoziation und Erwartung hergestellt, was in weiterer Folge zur Weiterentwicklung der Angebote eben in diese Richtung bewirken kann.

Die Plattform Urlaub am Bauernhof vertritt 2.200 Mitgliedsbetriebe und unterstützt entscheidend das touristische Marketing der Bauernhöfe. Diese werben gezielt mit regionalem und nachhaltigem Urlaub und konnten mit dem Argument der Nachhaltigkeit Kooperationen mit großen Buchungsplattformen wie Booking.com eingehen. Aus Sicht von Hans Embacher, Geschäftsführer von Urlaub am Bauernhof, ist Nachhaltigkeit für die meisten Menschen jedoch kein ausreichendes Motiv für die Wahl der Urlaubsdestination. Er ist überzeugt, dass die potenziellen Gäste erst über Tourismusmarketing auf den Nachhaltigkeitsaspekt aufmerksam gemacht werden müssen: *„Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema, aber kein Buchungsargument. Es hilft uns, dass wir als authentische, kleine, regionale, persönliche Urlaubsform gelten, aber letztlich muss man ein Urlaubserlebnis bieten. Wir studieren regelmäßig Erhebungen und Reiseanalysen und lesen heraus, was sich für unsere Betriebe ändern wird. Diese Analysen zeigen aber auch, dass die Reisenden von sich aus nicht auf Nachhaltigkeit achten. Man kann sie aber durch Marketing darauf aufmerksam machen.“²³⁵*

Wie wichtig das Thema Nachhaltigkeit für Tourismus und Freizeitwirtschaft in den nächsten Jahren werden könnte, zeigt eine Presseaussendung des ÖHV, die unter dem Titel „Pflicht statt Kür? Nachhaltigkeit als Gamechanger in der Hotellerie“ unter anderem verdeutlicht, dass ökologische

²³³ ebda.

²³⁴ DerStandard.at (24.05.2022): ÖBB überlegt Reservierungspflicht wegen hoher Anzahl Zugreisender. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000135999913/oebb-ueberlegt-reservierungspflicht-wegen-hoher-anzahl-an-zugreisenden>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²³⁵ Embacher, H. (2021): „Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert“. New-Skills-Gespräche des AMS Nr. 50, AMS Info 414, Hrsg. AMS Österreich, Abteilung ABI. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMSinfo514-New_Skills_50-Embacher-Urlaub_am_Bauernhof.pdf, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

Betriebsführung die Chance bringt, neue Angebote zu entwickeln, die sowohl neue Zielgruppen unter potenziellen Gästen wie auch unter MitarbeiterInnen ansprechen.²³⁶

Ein weiterer Aspekt in Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit ist der Klimawandel, der wesentliche Impulse dafür liefert, dass Nachhaltigkeit ein immer stärkerer Megatrend wird. Neben verändertem Bewusstsein und daran angepassten Angeboten sowie Weiterentwicklungen in Mobilitätskonzepten, stellen sich für den Sektor eine Reihe praktischer Herausforderungen: Mit längeren und heißeren Hitzeperioden im Sommer stehen viele Beherbergungsbetriebe vor der Frage der (klimaschonenden) Klimatisierung ihrer oft älteren Gebäudesubstanz, der Wintertourismus könnte zumindest in tiefen Lagen generell gefährdet sein. Trockenperioden können in manchen Regionen zu Einschränkungen bei der Wasserversorgung führen oder ohne Gegenmaßnahmen Freizeitangebote von Destinationen gefährden (z. B. Neusiedler See)²³⁷. Gleichzeitig könnten andere Urlaubsregionen, wie beispielsweise Alpengebiete, durch ein immer noch gemäßigeres Klima und die Erschließung von höheren Regionen bei „Hitzevlüchtlingen“ punkten.

Neue Exklusivität

Nicht nur für die Urlaubenden, sondern vor allem für die Urlaubsdestinationen spielt der Nachhaltigkeitstrend eine große Rolle, nicht zuletzt, da einige touristische Zielgebiete in den Jahren vor Corona zunehmend unter den Massenzuströmen von Gästen, dem so genannten Overtourism, gelitten haben. Diese Belastung betrifft die Menschen und Kulturräume ebenso wie die Natur und den Lebensraum von Tieren. Für Anja Kirig bietet die gegenwärtige Situation die Möglichkeit eines Regulativs, um solche Andränge künftig zu verringern und Urlaubsorte nachhaltiger gestalten zu können: *„Destinationen können nun die Chance nutzen sich neu zu positionieren. Durch Corona haben viele Regionen feststellen müssen, wie stark sie vom Tourismus abhängig sind, zum anderen auch, wie stark die lokale Bevölkerung darunter leidet, wenn Orte von übermäßigem Tourismus geprägt sind. In manchen Regionen hat das starke ökologische Konsequenzen, wenn so viele Leute an einem Ort sind. Einige Destinationen sind schon im Umdenken und manche müssen das auch dringend.“*²³⁸

Ein solches Umdenken hat auf Hawaii bereits stattgefunden: 2020 wurden für die in der Vergangenheit überlaufenen Nationalparks Regeln eingeführt, um die Besucherströme zu reduzieren: Neben einer Reservierungspflicht stehen seither weniger Parkplätze für die BesucherInnen zur Verfügung. Es steht (Stand April 2021) zur Diskussion, die ursprünglich wegen der Pandemie eingeführten Maßnahmen beizubehalten und sogar noch durch Eintrittspreise zu erweitern, um die Erlebnisqualität zu erhöhen und den Erhalt der Naturparks gewährleisten zu können.²³⁹ Die Exklusivität solcher Naturparks birgt jedoch die Gefahr, soziale Ausgrenzung zu erzeugen, insbesondere für die einheimische Bevölkerung. Ein anderes Beispiel wäre Island, das aufgrund günstigerer Flugreisen vor der Coronakrise erhöhtes Aufkommen ausländischer Reisenden verzeichnete. Der isländische Tourismusverband arbeitet nun an Konzepten, um die Touristenströme umzulenken, etwa um die beliebte Ringstraße, über die viele Sehenswürdigkeiten in Island erreichbar sind, zu entlasten. Um die Massenandränge zur beliebten Blauen Lagune zu verringern, wurde als Alternative für Gäste ein neues Geothermalbad in Reykjavik eröffnet. Weiters sollen Anreize für längere Aufenthalte von TouristInnen geschaffen werden. Eine

²³⁶ ÖHV (2022): Bald Pflicht statt Kür? Nachhaltigkeit als Gamechanger in der Hotellerie. Pressemeldung 08. Juni 2022. Online unter: https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20220608_TPT0004/bald-pflicht-statt-kuer-nachhaltigkeit-als-gamechanger-in-der-hotellerie, zuletzt abgefragt: 08.08.2022

²³⁷ Pekovics, M. (30.07.2021): Neusiedler See trocknet langsam aus, Tourismus stockt trotzdem auf. Kurier.at Online unter: <https://kurier.at/chronik/burgenland/neue-tourismusprojekte-am-see-der-langsam-austrocknet/401459365>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²³⁸ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

²³⁹ ORF.at (04.04.2021): Reiseziele mit guten Vorsätzen. Online unter: <https://orf.at/stories/3207259/>, zuletzt abgefragt 08.06.2022

andere beliebte Touristenhochburg, die Stadt Venedig, lässt seit kurzem Kreuzfahrtschiffe nicht mehr direkt vor dem berühmten Markusplatz anlegen. Diese müssen das bis auf weiteres im Industriehafen tun. Außerdem wurde eine Gebühr (eine Art Eintrittspreis) für Touristinnen und Touristen mit einem erhöhten Betrag für Tagesgäste eingeführt.²⁴⁰

Touristische Destinationen und Attraktionen können die Exklusivität gegebenenfalls anders erzeugen, wie Kirig erklärt: *„Für Hotspots besteht die Möglichkeit, dass sie Zugänge beschränken, möglicherweise, aber eben in anderer Form Touristen ansprechen, wie es gerade Amsterdam versucht. Sie versuchen die guten Touristen zu locken und diejenigen, die als eher störend empfunden werden, abzuhalten. Das ist sicherlich auch eine neue Exklusivität, die die Destinationen in ein neues Licht rücken werden und noch attraktiver machen wird.“*²⁴¹

Um es zu präzisieren: Überlegungen gehen in Amsterdam unter anderem dahin, das Bild betrunkenener und zugehörnter UrlauberInnen zu eliminieren, etwa durch den eingeschränkten Zugang zu Coffeeshops, Nachtlokalen und Lokalen im Rotlichtviertel.²⁴²

6.4.4 Gesundheit, Individualisierung und Hygiene

Das Thema Gesundheit hat lange vor der Corona-Pandemie begonnen, einen hohen Stellenwert im Tourismus einzunehmen und ist historisch seit langem eng mit dem Tourismus verknüpft. Das betrifft zunächst den so genannten Gesundheitstourismus, bei dem Menschen verreisen, um medizinische Behandlungen zu erhalten oder einen expliziten Gesundheitseffekt zu erzielen: Dieser kann in den medizinischen Tourismus, den Wellness-tourismus sowie den Thermalbädertourismus oder Spa-Tourismus unterteilt werden. All diese Formen haben angesichts des gesellschaftlichen Megatrends zur Gesundheit ein enormes Wachstum erfahren.²⁴³ Innerhalb der EU hat dazu die 2014 in Kraft getretene EU-Verordnung zur grenzüberschreitenden Gesundheitsversorgung beigetragen, die einen freien Zugang zu Behandlungen für alle EU-BürgerInnen vorsieht. In den Jahren nach 2014 sind Länder wie Ungarn, Tschechien, Rumänien, Polen und Lettland zu beliebten Destinationen für Gäste im Gesundheitstourismus und damit zu Mitbewerbern für den österreichischen Gesundheitstourismus geworden.²⁴⁴

In Kombination mit dem Megatrend Individualisierung kann, laut Zukunftsinstitut, Tourismus auch unter dem Trend der gesundheitlichen Selbstoptimierung betrachtet werden: *„Neben der beständigen Suche nach der perfekten Ernährung ist es vor allem der Sport, der den Lebensstil vieler Menschen heute selbstverständlich prägt. Das Trainieren des eigenen Körpers ist neben der Zuführung von gesunden Lebensmitteln für viele ein wichtiger Lebensinhalt geworden. Das ständige Streben nach einem noch gesünderen oder fitteren Körper, nach einem immer weiter gesteigerten Wohlbefinden und optimierter Leistungskraft lässt die Themen Gesundheit und Selbstoptimierung immer mehr verschwimmen. Dies geschieht unter anderem durch digitales Self-Tracking, bei dem Schlaf, Bewegung und Ernährung mittels Apps, Schrittzähler oder Tracker-Armbändern festgehalten und ausgewertet werden.“*²⁴⁵

²⁴⁰ ebda.

²⁴¹ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁴² DerStandard.at (30.06.2021): Overtourism: Kehren die Massen in die Städte zurück? Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000127677231/overtourism-kehren-die-massen-in-die-staedte-zurueck>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁴³ Zukunftsinstitut GmbH (2022d): Megatrend Gesundheit. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-gesundheit/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁴⁴ Tsvetkov, T. (2020): Gesundheitstourismus in der EU: Zahlen und Fakten. Blog auf Regiondo.com. Online unter: <https://pro.regiondo.com/de/gesundheits-tourismus-zahlen-fakten/>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁴⁵ Zukunftsinstitut GmbH (2022d)

Dieser Trend zur „Selbstoptimierung“ prägt den Tourismus mit. Wenn UrlauberInnen mehr Wert auf Ernährung, Körpertraining oder gezielte körperliche Erholung legen, muss sich das auch in den entsprechenden Urlaubsangeboten widerspiegeln.

Auch in Österreich spielt der Gesundheitstourismus eine tragende Rolle (vgl. Kapitel 2.8 zur Beschreibung der Branchenstruktur): Laut Health and Wellness Market Report Germany von 2014 kann Österreich neben Deutschland und Frankreich sogar zu den „Großen Drei“ des internationalen Wellness-tourismus gezählt werden. Laut einer Prognose des Global Wellness Institute (GWI) wurde das Wachstum des globalen Wellness-tourismus auf ein Potenzial von 7,5 % für den Zeitraum 2017 bis 2022 geschätzt (vor Ausbruch der Coronapandemie).²⁴⁶ Wie im Kapitel 2.8 verdeutlicht, ist die Bedeutung des Gesundheits- und Wellness-tourismus in Österreich regional sehr unterschiedlich. Während für das Burgenland (Anteil des Gesundheitstourismus an allen Nächtigungen von 46,4 % in der Saison 2018/2019) der Gesundheitstourismus eine geradezu herausragende Bedeutung hat, spielt er in Tirol (6,0 %) und Vorarlberg (2,8 %) vordergründig eine deutlich untergeordnete Rolle. Vordergründig allerdings deshalb, weil in der Wahrnehmung der Gäste Gesundheitstourismus vermutlich weit über den klassischen Thermen- und Kurtourismus hinausgeht und viele Aspekte des Aktiv- und Sporturlaubes bis hin zum Erholungsurlaub inkludiert. In diesem Sinne sind – abseits von statistischen Zuordnungen – Urlaubsdestinationen und Betriebe, die nicht den Kriterien einer Therme oder Kuranstalt entsprechen, gut beraten, den Megatrend des Gesundheitstourismus in der Gestaltung ihrer Angebote zu entsprechen, um bei der wachsenden Zielgruppe der gesundheitsaffinen Menschen wettbewerbsfähig zu bleiben.

Erwartungen von TrendforscherInnen gehen überdies in die Richtung, dass sich der Trend zum Gesundheitstourismus aufgrund der Coronakrise, in deren Mittelpunkt ja nicht zuletzt das Thema Gesundheit stand, weiter verstärken wird.²⁴⁷

Der skizzierte Trend steht überdies eng in Verbindung mit der demografischen Entwicklung (siehe unten), einem weiteren Megatrend. Mit der Kombination der beiden Megatrends Gesundheit und Demografie wird die ohnehin schon große Bedeutung älterer Menschen als Gästegruppen weiterwachsen.

Hygiene und Ernährung

Im Zuge der Corona-Pandemie hat mit Hygiene – ein Gesundheitsaspekt, der im Tourismus auch unabhängig von Pandemien von großer Bedeutung ist – besondere Aufmerksamkeit erhalten und das Verhalten im gesellschaftlichen Alltag und damit auch im Tourismus verändert. Mit der Omnipräsenz von Händedesinfektion und Maskentragen prägt sie aber seit zwei Jahren (Stand Frühjahr 2022) viel stärker den persönlichen Alltag jedes/jeder Einzelnen und ist damit bis zu einem gewissen Grad viel stärker als bisher ins Selbstverständnis vieler Menschen übergegangen. Dieses gesteigerte Hygienebewusstsein erhöht die Ansprüche an Tourismusbetriebe von Seiten der Gäste. Anja Kirig denkt, dass die Hygiene den Tourismus zwar nachhaltig verändern wird, jedoch nicht einem radikalen Ausmaß: „Viele Menschen haben natürlich ein anderes Hygienebewusstsein entwickelt, aber auch nicht jeder, wenn man sich einmal umschaut. Gewisse Hygienemaßnahmen werden sich etablieren, aber nicht in einem derart übertriebenen Ausmaß.“²⁴⁸

²⁴⁶ Fleischhacker, V. (Jänner 2020)

²⁴⁷ Kobernuß, J. (15.05.2020): Jan-F. Kobernuß (ift) zum Gesundheitstourismus in der Corona-Krise: "Wer sich jetzt kommunikativ versteckt, verliert wertvolle Zeit." Destinet.de. Online unter: <https://www.destinet.de/lernkurve/8040-gesundheitstourismus-in-der-corona-krise-wer-sich-jetzt-kommunikativ-versteckt,-verliert>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁴⁸ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

Das Thema Hygiene betrifft grundsätzlich alle Bereiche von *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, im besonderen Ausmaß aber die Beherbergung und Gastronomie, und dabei wiederum vor allem die Ausgabe von Essen. Die Bereitstellung von Essensbuffets, etwa zum Frühstück, gehört in vielen Hotels und anderen Beherbergungsbetrieben zu einem fix etablierten und beliebten Service, das auch während der Corona-Pandemie in den meisten Hotels nicht abgeschafft wurde. Viele AnbieterInnen von Frühstücksbuffets haben ihre Hygienemaßnahmen am Buffet verstärkt, etwa durch abgepackte Portionen. Überdies hat das Konzept der Bedienung an Buffetstationen in der Hotellerie an Zuspruch gewonnen. Der Trend geht hier also dahin, dass sich Gäste an Buffets weniger selbst bedienen und diese Tätigkeit zunehmend von Servicekräften übernommen wird. Es ist aber nicht davon auszugehen, dass aufgrund des Hygienetrends Buffets als solches insgesamt ein Auslaufmodell werden.²⁴⁹

In Bezug auf Ökologie und Nachhaltigkeit bieten die Themen Ernährung und Buffet durchaus ein Spannungsfeld, etwa wegen der Belastung durch Einzelverpackungen, die während der Pandemie tendenziell zugenommen hat, oder wegen dem Wegwerfen von nicht konsumiertem Essen, während der allgemeine Trend eher in Richtung Reduzierung von Verpackungen weist. Kirig sieht an dieser Stelle aber auch hinsichtlich des Trends bei Essensvorlieben Veränderungspotenzial für die Zukunft. Dabei spielt die Tendenz zu vegetarischer und veganer Küche eine entscheidende Rolle, die sich immer stärker im Angebot von Buffets niederschlägt. Neben gesundheitsbewusster Ernährung spielen hier der Nachhaltigkeitsgedanke ebenso eine Rolle wie die Frage des „Tierwohls“ und darüber hinaus allgemeine gesellschaftliche Trends: *„Spannend ist auch die Frage, welche Veränderungen es im Kontext von Gesundheit, Neoökologie, Ernährung – Buffet oder a la carte – geben wird. Das betrifft die Ernährungskultur und Verpflegungskultur. Neben der Hygiene wird auch der Markt an pflanzliche Alternativen sehr rasant wachsen und touristische Angebote verändern.“*²⁵⁰

Damit verbunden sind in der Gastronomie insbesondere Fragen der Aus- und Weiterbildung von MitarbeiterInnen, bis hin zur Diskussion, welche Rolle die Spezialisierung auf vegetarische und vegane Küche in der Erstausbildung zum Koch/zur Köchin und Gastronomiefachmann/-frau spielen kann, soll oder muss.

6.5 Demografischer Wandel

Die demografische Entwicklung – vom Zukunftsinstitut als Megatrend *Silver Society* bezeichnet²⁵¹ – beschreibt den Trend zu einer immer älter werdenden Gesellschaft. Diese Entwicklung steht in enger Verbindung mit dem verstärkten Gesundheitsbewusstsein, mit der Konsequenz, dass ältere Menschen (im Schnitt) länger fit und damit aktiv bleiben. Für *Tourismus und Freizeitwirtschaft* spielt diese Entwicklung in zweierlei Hinsicht eine wichtige Rolle: Zum einen wächst die ohnehin schon große Bedeutung Älterer als Zielgruppe weiter an und die Frage, wie Angebote für diese nicht nur große, sondern immer agilere Gästegruppe gestaltet werden sollen. Zum anderen bilden ältere MitarbeiterInnen angesichts sinkender Zahlen an junglichem Nachwuchs in vielen Regionen ein unverzichtbares Potenzial an Arbeitskräften, das bislang möglicherweise zu wenig berücksichtigt wird.

6.5.1 Beschäftigung und Demografie

Die demografische Entwicklung der Beschäftigten in Gastronomie und Beherbergung wurde im Kapitel 4.1.6 näher betrachtet. Der Anteil an „älteren“ Beschäftigten über 50 Jahre ist im Vergleich der Jahre

²⁴⁹ Desruets, G. (13.09.2020): Österreich und die Frühstücksbuffets: Totgesagte leben länger. DerStandard.at: Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000119861522/oesterreicher-und-fruehstuecksbuffets-totgesagte-leben-laenger>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁵⁰ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁵¹ vgl. Zukunftsinstitut GmbH (2022f): Megatrend Silver Society. Dossier. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-silver-society/>, zuletzt abgefragt 10.06.2022

2010 bis 2021 von rund 14 % auf fast 23 % gestiegen, während im selben Zeitraum der Anteil, der unter 25-Jährigen von knapp 24 % auf rund 18 % gesunken ist. Auch wenn nicht jede Verschiebung ausschließlich auf die demografische Entwicklung zurückzuführen ist, dürfte diese doch einen erheblichen Erklärungsanteil an dieser Verteilung haben (vgl. Grafik 4-8 und Erläuterungen im Kapitel 4.1.6). Besonders stark ist der Rückgang bei den unter 19-Jährigen, die gerade erst ins Berufsleben eingestiegen sind. Dieser Wert hat sich vom Jahr 2010 bis 2019 fast halbiert, ist 2021 allerdings wieder leicht angestiegen.

Es ist zu erwarten, dass sich die Beschäftigtenrelationen angesichts der demografischen Veränderung und der anhaltend niedrigen Ausbildungsraten in Tourismusberufen (vgl. Kapitel 5) weiter in Richtung ältere MitarbeiterInnen verschieben werden. Damit stellt sich die Frage, wie Beschäftigungsverhältnisse und Arbeitsbedingungen gestaltet werden, damit sie für die Bedürfnisse älterer MitarbeiterInnen längerfristig attraktiv bleiben. Dabei spielen Arbeits- und Ruhezeiten ebenso eine Rolle wie der Ausgleich körperliche Belastungen durch unterstützende Technologien oder die Weiterbildung in neuen Technologien und Anwendungen. Ein relevantes Thema könnte zunehmend die generationenübergreifende Zusammenarbeit werden, wo es gilt, das Erfahrungswissen älterer MitarbeiterInnen mit dem Know-how jüngerer und deren möglicherweise größere Leistungsfähigkeit effizient zu kombinieren. Neben der erforderlichen Organisation und Koordination von Dienstplänen durch die leitenden MitarbeiterInnen wird dabei die Schaffung und Sicherstellung eines wertschätzenden Betriebsklimas und Umgangs zwischen den Kolleginnen und Kollegen und den Hierarchieebenen eine immer wichtigere Führungsaufgabe. Dazu gehört die entsprechende Transparenz bei der Diensteinteilung, um die Bedürfnisse der verschiedenen MitarbeiterInnengruppen bestmöglich zu berücksichtigen und wechselseitiges Verständnis unter den Kolleginnen und Kollegen für diese Bedürfnisse zu schaffen. Diese Bedürfnisse reichen von erforderlichen Ruhephasen bzw. alter- und situationsangepassten Arbeitszeiten, über spezielle Tätigkeiten, die besser oder schlechter erfüllt werden, bis hin zur Berücksichtigung von Betreuungspflichten beispielsweise bei Kolleginnen und Kollegen mit kleinen Kindern oder pflegebedürftigen Familienangehörigen.

Eine solche intensive Auseinandersetzung mit Arbeitsbedingungen und kreativen Lösungsansätzen für alternative Zugänge in der Branche kommt letztlich nicht nur der älteren Generation an MitarbeiterInnen zugute, sondern allen TourismusmitarbeiterInnen und damit ebenso dem jungen Nachwuchs. Als positiver Nebeneffekt verbessert sich das Image der Branche, was auf das Buchungsverhalten der Gäste rückwirken kann.

6.5.2 New Work und junge Generation

Eine besondere Herausforderung für die Tourismusbranche ist in der Wechselwirkung der Megatrends *Demografischer Wandel* und *New Work* zu sehen. Wie bereits wiederholt in der vorliegenden Branchenanalyse dargestellt, sieht sich der Bereich *Tourismus und Freizeitwirtschaft* unter anderem aufgrund des demografischen Wandels mit einem zunehmenden Fachkräftemangel bzw. Arbeitskräftemangel konfrontiert. Strategien zur Bewältigung dieser Herausforderung werden häufig in der Veränderung der Arbeitskultur, Arbeitsformen und Arbeitsbedingungen gesehen. So sieht das etwa der Direktor des Pörschacher Parkhotels Christopher Zavodnik im Mai 2022 in den Salzburger Nachrichten: „*Man muss die Infrastruktur schaffen und passende Arbeitszeitmodelle generieren, um heute up-to-date zu sein. Beispielsweise muss es möglich sein, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in unserer Branche auch eine Fünftage-Woche haben und geregelt ihre Freizeit planen können (...)* Das

*Thema Fachkräftemangel kann man nicht einfach wegdiskutieren. Da muss man schon aktiv umdenken.*²⁵²

Unternehmen sind demnach gefordert, auf der Suche nach Fachkräften umzudenken. Ähnlich sieht Tourismusforscher Peter Zellmann die Tourismusbetriebe in der Pflicht, neue Lehr- und Fachkräfte mit Arbeitsbedingungen zu locken (siehe Kapitel 6.7.3 Arbeitsmarkt und Fachkräftemangel),²⁵³ die den Erwartungen und Ansprüchen einer neuen Generation an MitarbeiterInnen besser entsprechen. Dieses Umdenken und die Erwartungen an die Arbeitswelt können unter dem Schlagwort *New Work* zusammengefasst werden und betreffen dabei eine neue Ausgestaltung von Work-Life-Balance, Arbeitszeitmodellen, generelle Flexibilisierung von Arbeit, die Wahl verschiedener Arbeitsorte, aber letztlich auch die Werthaltung zur Arbeit und die Sinnfrage (vgl. Kapitel 6.7.2 *New Work* und Digitale Nomadinnen/Nomadinnen).

6.5.3 Digitalisierung, Arbeitskultur und Beschäftigungsgenerationen

Wie skizziert, ist die Vorstellungen einer neuen Arbeitskultur im Tourismus (ebenso wie in anderen Branchen) zu einem nicht unerheblichen Teil eine Generationenfrage und somit eng verbunden mit dem demografischen Wandel. Gleichzeitig ist sie eng mit dem Digitalisierungstrend verknüpft. Das betrifft beispielsweise den Umgang mit neuen Technologien am Arbeitsplatz. Wie Trendforscherin Anja Kirig erklärt, zeigen jüngere Menschen dafür tendenziell mehr Bereitschaft: *„Wir beobachten, dass sich die Ansprüche und Vorstellungen der jungen Menschen als Arbeitskräfte stark gewandelt haben. Es gibt eine größere Offenheit gegenüber neuen technologischen Möglichkeiten und eine größere Sensibilität gegenüber dem Klimawandel. (...) Natürlich können fünfzig oder sechzig Jahre alte Menschen durchaus ähnliche Bedürfnisse und Anliegen haben wie Zwanzig- oder Dreißigjährige.“*²⁵⁴

Viele Tourismusbetriebe, wie etwa das Hotel Schani am Wiener Hauptbahnhof, nutzen neue Technologien, um Arbeitsabläufe zu automatisieren. Mit der sogenannten „Digital Guest Journey“ sind Buchung, Check-In und Check-Out mit einem digitalen Zimmerschlüssel ohne Interaktion mit dem Hotelpersonal möglich. Dennoch stehen Beschäftigte im Service und an der Rezeption zur Verfügung und nutzen ihre Arbeitszeit stärker für die Kommunikation mit den Hotelgästen als für administrative Aufgaben und sorgen dadurch für die zunehmend geforderte Resonanz im Tourismus (siehe 6.4.1). Damit verschiebt sich das Aufgabenprofil in Tourismusberufen, wie Benedikt Komarek, Geschäftsführer des Hotel Schani im Interview erklärt: *„Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden bei der eintönigen Arbeit der Datenaufnahme entlastet und können sich wieder der eigentlichen Mission widmen, nämlich die Gäste bei allem zu unterstützen, was sie brauchen, etwa beim Bestellen eines Taxis, bei Wegbeschreibungen oder Tipps für Unternehmungen in der Stadt. Sie haben wieder Zeit, sich mit Empathie auf die Gäste einzulassen.“*²⁵⁵

Ein derart verändertes Berufsbild kann die Attraktivität von Berufen im Tourismus erhöhen. Für Benedikt Komarek ist die Veränderung von Arbeitskultur, Tätigkeitsfeldern und der Einsatz von Technologien eng mit dem Zugang der Führungskräfte in den Betrieben und damit mit einem Generationenwechsel verbunden: *„Langfristig gesehen wird der uns bevorstehende Generationenwechsel zu einem gene-*

²⁵² Salzburger Nachrichten (26.05.2022): Experte: Tourismus-Arbeitsuchende orientieren sich oft neu. Online unter: <https://www.sn.at/wirtschaft/oesterreich/experte-tourismus-arbeitssuchende-orientieren-sich-oft-neu-121889944>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁵³ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁵⁴ Kirig, A. (2021)

²⁵⁵ Komarek, B. (2021): „Es ist irre, wozu die künstliche Intelligenz im Stand ist“. New-Skills-Gespräche des AMS Nr. 57, AMS Info 528, Hrsg. AMS Österreich, Abteilung ABI. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_info_528_-_New_Skills_57_-_Komarek_-_Schani.pdf, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

*rellen Umdenken führen und auch traditionelle Betriebe zum Handeln veranlassen. Ich glaube, viele Hotels werden in ihrer nächsten Renovierungsphase aufrüsten.*²⁵⁶

6.5.4 Demografie und Nachfrageverhalten

Wie im Kapitel 6.3.2 erläutert, unterscheidet sich das Reiseverhalten bzw. die Reiseplanung von Altersgruppen zum Teil erheblich. Vor allem jünger Gruppen (15 bis 34 Jahre) bevorzugen zu einem weit überwiegend Teil Auslandsreisen. Daraus und in Hinblick auf die demografische Entwicklung können für die Angebotsgestaltung in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* zweierlei Rückschlüsse gezogen werden. Zum einen gilt es zu überlegen, wie die Zielgruppe der Junge für Inlandsurlaube verstärkt begeistert werden kann, wobei die Lust am Kennenlernen anderer Länder, der Wunsch, „die Welt zu entdecken“ vermutlich schwer zu kompensieren sein wird. Dabei sollte immer im Auge behalten werden, dass diese Zielgruppe der 15 bis 34 keinesfalls homogen ist und aus vielen Untergruppen besteht, von denen einige wiederum sehr affin für Inlandsangebote sein können: Jungfamilien etwa, die mit kleinen Kindern noch keine Fernreisen antreten wollen, Kulturinteressierte, für die die vorhandene Breite der Angebote zielgruppenadäquat kommuniziert und präsentiert werden muss oder Sportbegeisterte, für die im Winter wie im Sommer die Trendsportarten bedient werden müssen.

Zum anderen gilt ähnliches für die wachsende Gruppe an „Älteren“, die grundsätzlich einem Inlandsurlaub näherstehen dürften, gleichzeitig aber ebenso wenig als homogene Gruppe behandelt werden sollten. Auch hier gilt es, nach Untergruppen passende Angebotsstrukturen zu schaffen, die sich möglicherweise in den Grundtendenzen gar nicht so sehr von denen für „Jüngere“ unterscheiden, aber zielgruppengerecht angepasst, entschleunigt und präsentiert werden müssen. Herausforderungen könnten dabei darin bestehen, dass immer fittere und agilere „Ältere“ verstärkt zu Auslandsreisen neigen, weil sie nach ihrem Arbeitsleben die Welt sehen wollen. Dies dürfte zumindest für jene Gruppe gelten, die es sich leisten kann. Daneben zeigt sich aber zugleich die Tendenz, dass eine wachsende Gruppe älterer Menschen unter prekären finanziellen Verhältnissen leben. Diesen Menschen Urlaubs- und Freizeiterlebnisse zu ermöglichen könnte noch einmal eine besondere Aufgabe für kreative Köpfe in der Angebotsentwicklung sein.

Und letztlich sind mit dem demografischen Wandel und den wachsenden Zahlen Älterer genauso jene Zielgruppen anzusprechen, die eben nicht fit und agil bis ins hohe Alter selbstständig urlaube und Freizeitangebote nutzen, sondern auf Unterstützung angewiesen sind und besonders durch Angebote aus dem Gesundheits- und Kurtourismus angesprochen werden können. Hier sind künftig noch stärker hybride Leistungen gefragt, die den Gesundheitstourismus mit vielfältigen anderen touristischen Angeboten verbinden. Ein Teilaspekt wird in dieser Hinsicht auch die Infrastruktur der Tourismusbetriebe betreffen, die neben entsprechender Barrierefreiheit beispielsweise vermehrt auch Monitoringsysteme aus dem Bereich der eHealth einsetzen werden, um den Komfort und die Sicherheit der Gäste zu erhöhen. Außerdem hat diese Entwicklung Konsequenzen für die erforderlichen Fähigkeiten und Kenntnisse der Arbeitskräfte. Die Kombination aus touristischen Kompetenzen und grundlegendem Sozialbetreuungs- und Gesundheits-Know-how schafft nicht nur Flexibilität und neue Beschäftigungsperspektiven für die Mitarbeiterinnen, sondern den Betrieben auch wichtige Wettbewerbsvorteile bei einer wachsenden Zielgruppe.

6.6 Digitalisierung und Technologien

Neue technologische Lösungen im Allgemeinen und die Digitalisierung im Besonderen haben in den letzten Jahren Arbeitsprozesse in allen gesellschaftlichen Bereichen massiv verändert. Dabei ist wichtig zu verstehen, dass technologische Veränderung kein plötzlich auftretender Trend ist, sondern ein langfristiger Prozess, der über Jahrzehnte läuft und dabei unterschiedliche Branchen zu

²⁵⁶ ebda.

unterschiedlichen Zeiten unterschiedlich stark verändert. Auch wenn dabei immer wieder disruptive Umwälzungen zu beobachten sind, verläuft die Transformation in der Regel eher evolutionär als revolutionär.

Auf die Digitalisierung in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* und ihre Bedeutung für die touristische Arbeitswelt wurde bereits im Kapitel 3 kurz eingegangen. An dieser Stelle soll das Thema eher aus der Perspektive der Veränderungen in und Auswirkungen auf touristische Leistungen und Angeboten betrachtet werden, bevor im abschließenden Kapitel nochmals auf die Konsequenzen für den Qualifikationsbedarf eingegangen wird.

Die umfassende Rolle von einschlägigen Softwarelösungen für administrative und kaufmännische Abläufe und Online-Plattformen für Buchungen, Reservierungen und Onlinebewertungen ist im Tourismus und insbesondere in Gastgewerbe und Beherbergung kein neuer Trend, nimmt in ihrer Bedeutung aber laufend zu. Gerade für kleinere Betriebe wird die Präsenz auf Plattformen immer wichtiger, um von potenziellen Gästen gefunden zu werden. Die Herausforderung besteht dabei häufig – neben einer funktionalen und nutzerfreundlichen Aufbereitung der Daten – in der ständigen Präsenz, die von den AnbieterInnen erwartet wird. Erfolgt auf Anfragen und Reservierungen keine zeitnahe Reaktion, ist der Kunde/die Kundin rasch verloren und kommt auch nicht wieder. Diese Situation stellt besonders kleinere, traditionelle Betriebe immer noch vor erhebliche Herausforderungen. In der Gastronomie wird diese Ausformung der Plattformökonomie seit mehreren Jahren durch Lieferservices wie Lieferando oder Mjam – und zunehmend auf durch regionale und lokalen Alternativangebote – erweitert, die den Trend zu Bestellservices vorantreiben. Wie bereits im Kapitel 2.5 ausgeführt, haben diese Plattformen in der Coronapandemie zusätzliche Bedeutung gewonnen und bilden besonders bei einem jüngeren Zielpublikum mittlerweile einen fixen Bestandteil im Konsumverhalten. Viele Restaurants kommen damit kaum noch an entsprechenden Kooperationen vorbei und werden damit Teil der digitalen Plattformökonomie.

Auch in touristischen Nischenbereichen werden Online-Plattformen zur Buchung, Erfassung und Bewertung seit Jahren genutzt. Der österreichische Verband *Urlaub am Bauernhof* stellt eine solche zur Verfügung und erleichtert damit gastgebenden Bauernhöfen das Anbieten von Zimmern im Internet mittels Suchmaschine und Präsenz über die Plattform.²⁵⁷ Damit wird insbesondere kleineren AnbieterInnen der Zugang zu qualitätsgesicherten Plattformangeboten erleichtert.

Bewertungen über Buchungs- und Bewertungsplattformen wie Booking.com, TripAdvisor und HolidayCheck haben im Tourismus enorm an Bedeutung gewonnen. Daher gilt es für AnbieterInnen, sich laufend mit den Bewertungen für ihr Angebot auseinanderzusetzen und darauf zu reagieren. Größere Hotelbetriebe setzen für diese Agenden oft eigene Social Media Expertinnen und Experten im Marketing ein. Das gilt aber ebenso für UrlauberInnen, für die Bewertungen mittlerweile eine wichtige Entscheidungsgrundlage für die Wahl des Urlaubs, des Restaurants, der Sehenswürdigkeit darstellt.²⁵⁸ So empfiehlt die Plattform Urlaub am Bauernhof, wie Embacher erklärt, den Mitgliederbetrieben, ihren Gästen Bewertungen bei Aufenthaltsende nahe zu legen: „*Wir empfehlen unseren Höfen, die Gäste darum zu bitten, direkt dort ihr Feedback zu hinterlassen.*“²⁵⁹

²⁵⁷ Embacher, H. (2021)

²⁵⁸ Gögele, 2019 Gögele, A. (Mai 2019): Die Relevanz von Online-Bewertungen für die Hotelbranche. Additive+. Online unter: <https://www.additive.eu/beitraege/die-relevanz-von-online-bewertungen-fuer-die-hotelbranche.html#online-marketing-2>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁵⁹ Embacher, H. (2021)

Weitere durch die Digitalisierung geförderte Trends in der Angebotsgestaltung im Tourismus sind beispielsweise virtuelles Sightseeing²⁶⁰ oder virtuelle Museumstouren,²⁶¹ die besonders aufgrund der Schließungen während der Lockdowns einen zusätzlichen Zuspruch erfahren haben. Freibäder testen vereinzelt auch in Österreich digitale Scanner für Handvenen anstatt Eintrittskarten zu Zutrittserfassung,²⁶² eine digitale Lösung, die bislang hierzulande eher über Berichte aus Skandinavien bekannt war,²⁶³ für die zumindest theoretisch im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft aber viele Anwendungsmöglichkeiten vorstellbar wären (Zutrittskontrollen bei Liften, öffentlichen Verkehrsmitteln, Theater, Konzerten, alle Formen von Freizeiteinrichtungen usw.). Viele, vor allem größere Tourismus- und Freizeitunternehmen nutzen seit Jahren Bewegungsdaten von Menschen, um ihre Angebote entsprechend platzieren zu können. Im Zuge der Corona-Pandemie haben diese Bewegungsdaten aufgrund des Social Distancing und der Ausgangsbeschränkungen enorm an Bedeutung gewonnen. Ziel dieser Maßnahmen ist es, Ströme von UrlauberInnen/BesucherInnen an beliebten Plätzen oder bei Veranstaltungen so zu lenken, dass sich keine großen Ansammlungen bilden. Mittels der Information über den aktuellen BesucherInnenantrag beispielsweise bei Sehenswürdigkeiten, wie sie bereits über jedes Smartphone zugänglich ist, hat prinzipiell jede/r SmartphonebesitzerIn die Möglichkeit das eigene Besuchsverhalten danach ausrichten. Damit können solche Anwendungen und Konzepte eine Unterstützung für Exklusionsmodelle werden, wie sie die oben erwähnten Tourismusdestinationen Hawaii, Island oder Venedig bereits umsetzen.^{264 265}

Mit diesen Tracking- und der Datenanalysetechnologien entstehen aber nicht nur neue Möglichkeiten der kundInnenorientierten Angebotsentwicklung und Lenkung von Gästeströmen, sondern außerdem vielfältige Fragen der Datensicherung, des Datenschutzes und der Privacy bis hin zu Fragen der digitalen Ethik, was Digitalisierung und Datenanalyse überhaupt darf und wo die Grenzen sind bzw. gesetzt werden.

Die genannten Trends auf Grundlage der Digitalisierung haben mit dem immer kurzfristigeren Buchungsverhalten von UrlauberInnen eine weitere Entwicklung verstärkt, die in den letzten Jahren Einzug gehalten hat, sagt Peter Zellmann: *„Im Zeitalter der Digitalisierung ist es ohnedies eine Entwicklung gewesen, dass man relativ spät bucht. Die Zahl der Frühbucher, um sich Kosten zu ersparen, hat schon in den letzten Jahren abgenommen, weil die Möglichkeiten sich einen Urlaub online zu buchen, so dass es finanziell und zeitlich gut passt, enorm gewachsen sind. Diese klassischen Früh- und Spätbucher und Schnäppchen haben sich nicht aufgelöst, aber doch deutlich abgenommen.“*²⁶⁶

Auch bei diesem Trend hat die Coronakrise als Turbo gewirkt, so dass viele Urlaubende darauf spekuliert haben, sehr kurzfristig zu buchen, weil dann die Wahrscheinlichkeit am größten erschien, über die Reisebedingungen und möglichen Einschränkungen am besten Bescheid zu wissen. Dadurch

²⁶⁰ Free Tours by Foot. Online unter: <https://www.youtube.com/c/FreeToursbyFootHQ/featured>, zuletzt abgefragt: 06.08.2022

²⁶¹ Beispielsweise im Belvedere in Wien; mehr Info unter <https://www.belvedere.at/virtuelle-museumsfuehrungen-erreichen-mehr-als-100000-menschen>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶² Pekovics, M. / Koglbauer-Schöll, C. (17.07.2019): Seebad: Wer Saisonkarten will, muss Handvenen registrieren. Kurier.at, Online unter: <https://kurier.at/chronik/burgenland/seebad-wer-saisonkarte-will-muss-handvenen-registrieren/400553195>, zuletzt abgefragt: 08.06.2022

²⁶³ KleineZeitung.at (22.12.2021): Tausende Schweden mit implantierten Mikrochips: Jetzt auch mit Covid-19-Pass. Online unter: https://www.kleinezeitung.at/wirtschaft/6077642/Unter-der-Haut_Tausende-Schweden-mit-implantierten-Mikrochips_, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶⁴ Invenium Data Insights GmbH (o.J.): Tourism insights: Atemberaubende Ausblicke. Online unter: <https://www.invenium.io/products/tourism-insights/>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶⁵ ehrenamt24 Benefits GmbH (o.J.): Digitalisierung bei Sportveranstaltungen. Online unter: <https://www.ehrenamt24.de/wissen-fuer-vereine/vereinswiki/digitalisierung-bei-sportveranstaltungen/>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶⁶ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

sind einige Tourismusbetriebe unter Druck geraten: Mit der Erwartung einer Auslastung im Sommer, mussten sich, wie Zellmann anmerkt, viele darauf vorbereiten, erst kurz vor dem Sommer viele Buchungen entgegenzunehmen und dafür einen Plan für die Organisation des Personals zu entwickeln, mit dem Risiko, dass der erwartete Zustrom an Urlaubenden aus verschiedenen Gründen doch ausbleibt.

Eine weitere Ausprägung der Digitalisierung könnte in den nächsten Jahren durch eine andere Entwicklung einen Pusch erfahren. Der zunehmende Fachkräfte- oder mittlerweile vielmehr Arbeitskräftemangel im Tourismus könnte der Automatisierung und Robotisierung einen Auftrieb verleihen, wie es die Coronakrise im Bereich der digitalen Kommunikation und Zusammenarbeit als Ausprägungen des Homeoffice und Homeschooling getan hat. Viel früher als möglicherweise erwartet könnte der bisher vor allem aus dem asiatischen Raum bekannte und vielfach belächelte Einsatz von Servicerobotern Alltag werden. Und dies weniger aus Effizienz-, Kosten- oder gar Praktikabilitätsüberlegungen heraus, sondern vielmehr notgedrungen, weil menschliche MitarbeiterInnen in manchen Bereichen nicht mehr im ausreichenden Maße verfügbar sind.²⁶⁷

6.6.1 Megatrend Konnektivität

Für das Zukunftsinstitut ist allerdings nicht die Digitalisierung der Megatrend, sondern die Konnektivität, die durch die Digitalisierung als Technik ermöglicht wird. Anja Kirig, Expertin des Zukunftsinstituts, erläutert, dass mit Konnektivität die umfassende gesellschaftliche Vernetzung der Menschen auf Grundlage digitaler Technologien gemeint ist. Dieser Megatrend geht mit einem Wandel von Werten, Arbeitswelten und anderen gesellschaftlichen Bereichen einher.²⁶⁸ Diesen Drang nach Konnektivität hat Kirig in der Corona-Pandemie verstärkt beobachtet: „*Wir haben in den letzten Monaten bemerkt, wie wichtig Digitalisierung als Technik ist, um Konnektivität zu ermöglichen, gleichzeitig aber auch zu fragen, welchen sozialen Mehrwert die Digitalisierung hat. Es geht nicht darum, Dinge zu ersetzen, sondern sozusagen etwas zu erleichtern.*“²⁶⁹

Kirig beschreibt hier ein Umdenken in der Debatte zur Digitalisierung: weg von einem *„Wir müssen unbedingt alles digitalisieren“* hin zu einem bewussteren Einsatz von Technologien nur dort, wo sie tatsächlich Mehrwert bringen.

Während der Megatrend der Konnektivität einerseits eine Reihe an Herausforderungen für Tourismusbetriebe, wie beispielsweise die weiter oben beschriebene Tendenz der ständigen Onlinepräsenz, mit sich bringt, bietet er genauso Chancen für die Bereiche von *Tourismus und Freizeitwirtschaft*, die in den letzten Jahren durch Digitalisierungsentwicklungen unter Druck geraten sind. So könnten sich beispielsweise für die touristische Institution des Reisebüros neue strategische Ausrichtungen bieten, wenn sie die Konnektivität gewährleisten und mit Technologien und Anwendungen Mehrwerte schaffen, indem sie Kundinnen und Kunden beispielsweise durch Virtual Reality und Augmented Reality Anwendungen visuelle Einblicke in Tourismusziele bieten, die sonst (noch) nicht zugänglich sind. Konnektivität biete Reisebüros außerdem die Möglichkeit, den UrlauberInnen Tätigkeiten abzunehmen, die im Zuge der Digitalisierung immer stärker an die UrlauberInnen ausgelagert wurden, etwa durch Online-Buchungen oder den Selbstcheck-In an Flughäfen: „*Es wird ganz viel online gemacht und viel im real-digitalen Bereich. Das ist etwas, wovon die Reisebüros in Zukunft profitieren können. Diese zwischenmenschliche Komponente mit einer hohen*

²⁶⁷ Österreich Werbung (o. J.): Roboter – Neue Helfer im Tourismus. Blog, Online unter: <https://www.austriatourism.com/blog/oesterreichische-tourismustage/roboter-neue-helfer-im-tourismus/>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶⁸ Zukunftsinstitut GmbH (2022e): Megatrend Konnektivität. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁶⁹ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

*technologischen Möglichkeit verbinden, darauf müssen sich Reisebüros einstellen. Gleichzeitig können Reisebüros auch denjenigen, die einen Urlaub buchen möchten, viel Arbeit abnehmen.*²⁷⁰

6.7 Arbeitswelt und Tourismus

Die touristische Arbeitswelt wird massiv von den beschriebenen Trends und Entwicklungen geprägt und zunehmend verändert. Das bringt Herausforderungen für die Aus- und Weiterbildung zur Deckung des Qualifikationsbedarf auf allen Qualifikationsniveaus, aber auch Chancen zur Steigerung der Attraktivität als Ausbildungsbetrieb und Arbeitgeber. Einige ausgewählte Entwicklungen für die Arbeitswelt im Tourismus werden nachfolgend skizziert.

6.7.1 Automatisierung und personenbezogene Dienstleistungen

Die Digitalisierung der Arbeitswelt in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* bildet die Grundlage dafür, dass gewisse Tätigkeiten von Computern übernommen oder unterstützt werden. Dieser Automatisierungstrend, der sich in der gesamten Arbeitswelt manifestiert hat, führt zu Verschiebungen der Aufgaben, weil für die Beschäftigten dadurch vorwiegend von Routinen geprägte Tätigkeitsbereiche zunehmend entfallen (können).²⁷¹ Tourismusforscher Zellmann sieht darin eine Chance, dass sich Aufgaben der im Tourismus Beschäftigten stärker auf den Kontakt mit den Urlaubenden und BesucherInnen fokussieren könnten: *„Die Digitalisierung ist nicht die Zukunft, sondern sie ist ein Werkzeug, die Zukunft zu gestalten. All das, was online möglich ist, ist natürlich sinnvoll auszuwählen. Dieses Auswählen möglicher digitaler Wege kann aber nur dann zielführend sein, wenn das Personal nicht gekürzt wird und die dafür gewonnene Zeit für den Gast genutzt wird.*“²⁷² Dies würde überdies den oben beschriebenen Trend zum Resonanztourismus entgegenkommen.

Zellmann nimmt an dieser Stelle Ausbildungseinrichtungen für den Tourismus in die Pflicht, verstärkt kommunikative Kompetenzen zu vermitteln, um zukünftige Beschäftigte auf diese Verschiebung vorzubereiten: *„Die Ausbildungen müssen sich in eine neue Richtung bewegen, um diese personenbezogenen Dienstleistungen in den Vordergrund zu rücken. Dafür braucht es empathische Fähigkeiten, Freundlichkeit, Extrovertiertheit und rhetorische Fertigkeiten. Man muss auf die Menschen zugehen und freundlich sein. Das sollte mit mehr Hingabe und weniger Stress möglich sein, weil im Hintergrund im Backoffice digital sehr vieles erledigt wird.*“²⁷³

Die Berufsbilder im Tourismus sollten sich aus Sicht von Zellmann nicht nur auf der Leitungs- und Managementebene, sondern ganz besonders auf der Fachkräfteebene stärker am Interesse und an den Bedürfnissen der Gäste orientieren. Rekrutierungskriterium für die Betriebe wären dann die Kommunikations- und Beratungskompetenz der MitarbeiterInnen, ebenso wie das Know-how über und der Zugang zu den Sachinformationen, um Gästen Vorschläge für Aktivitäten und Informationen über Sehenswürdigkeiten und Infrastruktur geben zu können, wie Zellmann anmerkt: *„Aber das wäre natürlich ein Paradigmenwechsel in der Ausbildung und im Berufsbild.*“²⁷⁴ Gleichzeitig könnte ein solcher Paradigmenwechsel die Chance bergen, Berufsbilder und Tätigkeitsfelder neu zu definieren und damit ihre Attraktivität zu steigern.

²⁷⁰ ebda.

²⁷¹ Zur Veränderung im Kompetenzbedarf aufgrund der Digitalisierung vergleiche auch Kapitel 3.4.

²⁷² Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁷³ ebda.

²⁷⁴ ebda.

6.7.2 New Work und Digitale Nomadinnen/Nomaden

In der Arbeitswelt vollzieht sich seit längerem ein Paradigmenwechsel: Der Begriff *New Work* geht auf den österreichisch-amerikanischen Philosophen Frithjof H. Bergmann zurück, der darunter einen Zugang verstand, der die persönliche Entwicklung des Menschen in den Mittelpunkt der Arbeit stellt. Viele Themen wie Work-Life-Balance bzw. Work-Life-Blending, neue Arbeitszeitmodelle (flexibles Arbeiten, 4-Tage-Woche, 6-Stunden-Tage), hybrides Arbeiten, Homeoffice, Crowdworking, Job-Sharing oder die Arbeit in Co-Working-Spaces stehen im Zusammenhang mit veränderten Bedürfnissen, dem Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit und einer gewissen Neudefinition von Arbeit, die natürlich auch vor dem Tourismus nicht halt machen.²⁷⁵ Immer öfter wird dabei von Menschen der Sinn ihrer Arbeit hinterfragt und traditionelle Arbeitszeitmodelle in Frage gestellt. Wie für andere Megatrends gilt ebenso für *New Work*, dass die verschiedenen Ausprägungen und Untertrends nicht überall gleich stark und gleichzeitig wirken. Nur wenn aber ein Trend bzw. eine Entwicklung in Österreich (noch) keine große Bedeutung hat, heißt das nicht, dass es sich nicht um Veränderungen handelt, die früher oder später auch hierzulande ihren Niederschlag finden.²⁷⁶

Besondere Herausforderung dabei scheint zu sein, dass ein zunehmend vom *New Work* Gedanken geprägtes Arbeitskräftenachwuchspotenzial auf weitgehend traditionell geprägte Branchen und Betriebe trifft, die ihre Erfahrungen mit *New Work* erst machen müssen oder aufgrund der Leistungsstrukturen tatsächlich wenige Möglichkeiten haben, flexibel auf diese Anforderungen einer vorwiegend jungen Generation zu reagieren. Dies betrifft grundsätzlich alle Branchen, die Tourismus- und Freizeitwirtschaft allerdings in manchen *New Work* Ausformungen nochmals besonders.

Ein Thema, das in diesem Zusammenhang durch die Coronapandemie besonders befeuert wurde, ist das Homeoffice, das in Büroberufen zur notwendigen Normalität wurde, in vielen Branchen, wie dem Tourismus und der Freizeitwirtschaft, aber kein taugliches Mittel für ihre Leistungserbringung war. Mit der Präsenz des Themas und der gewonnenen Erfahrung steigt bei vielen insbesondere jüngeren Menschen der Wunsch bzw. die Erwartung nach möglichst flexiblen Homeofficeregelungen.²⁷⁷ Diese Ansprüche von MitarbeiterInnen und BewerberInnen mit den eigenen betrieblichen Möglichkeiten, der Unternehmensphilosophie oder Schlicht der Einstellung des Managements in Einklang zu bringen, wird für viele Betriebe zunehmend zur Herausforderung. Branchen wie der Tourismus sollten dabei nicht nur vermitteln, warum Homeoffice, hybrides Arbeiten, „remote work“ oder ähnliche Lösungen meist keine Option sind, sondern auch, welche Vorteile mit Präsenzarbeit verbunden sind.

Daneben zeigt sich eine Tendenz, dass die Sinnfrage, das Hinterfragen der Wertigkeit der eigenen Tätigkeit in Relation zum Einsatz, der dafür erbracht werden muss, stark zunimmt. Besonders in den USA zu beobachtende Kündigungswellen werden in diesem Zusammenhang unter den Schlagwörtern

²⁷⁵ ibw (Hrsg.) (2020): N – New Work. NEWSletter Bildungs-ABC. Teil 84, NEWSletter Berufsinformation Nr. 5/2020. Download: https://bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/new_work.pdf, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁷⁶ Auf die einzelnen New Work Begrifflichkeiten und Konzepte kann im Rahmen dieser Arbeit nicht im Detail eingegangen werden. Überblicke dazu finden sich beispielsweise unter Avantgarde Experts (o.J.): New Work: Definition, Konzept, Beispiele der neuen Arbeitsformen. Online unter: <https://www.avantgarde-experts.de/de/magazin/new-work/>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁷⁷ Je nach Studie wünschen sich zwischen 50 und 90 % der Beschäftigten, die in der Pandemie im Homeoffice gearbeitet haben, auch künftig zumindest teilweise von zu Haus zu arbeiten. Vgl. dazu Flüter-Hoffmann, Ch. / Stettes, O. (2022): Homeoffice nach fast zwei Jahren Pandemie. IW-Report 2/2022, Hrsg. Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V., S. 17, Download: https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Report/PDF/2022/IW-Report_2022-Homeoffice-nach-Pandemie.pdf, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

„Great Resignation“ und „Big Quit“ diskutiert.²⁷⁸ Obwohl Entwicklungen im amerikanischen Ausmaß in Europa und Österreich bislang nicht zu beobachten sind, nehmen hierzulande Kündigungen aus Frustration ebenfalls zu und Betriebe sind angesichts eines wachsenden Arbeitskräftemangels nicht nur gefordert, ihre Attraktivität im Sinne des *New Work* Gedankens für BewerberInnen zu steigern, sondern auch die eigenen MitarbeiterInnen zu halten.

Für *Tourismus und Freizeitwirtschaft* birgt der Megatrend *New Work* aber nicht nur zusätzliche Herausforderungen insbesondere auf der Seite des Arbeitsmarkts, er bringt genauso Chancen, sich als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, etwa durch die Entwicklung innovativer Arbeitszeitmodelle oder durch die aktive und positive Vermittlung der Wertigkeit von Arbeit mit Menschen, wie sie im Tourismus Alltag ist. Im Kontext dieser Veränderung der Arbeitswelt durch *New Work* entstehen darüber hinaus Möglichkeiten für die Erschließung einer neuen potenziellen KundInnengruppe: die *Digitalen Nomadinnen und Nomaden*.

Unter dem Begriff *Digitale Nomadinnen und Nomaden* wird ein Phänomen in der Arbeitswelt beschrieben, das weltweit auftritt: Aufgrund der technologischen Entwicklungen rund um die Digitalisierung der Arbeitswelt wird zunehmend ein orts- und zeitunabhängiges Arbeiten, zumindest in Teilbereichen, möglich und kann beispielsweise mit Reisen verbunden werden. Diese ortsunabhängige Arbeitsform ermöglicht es, beliebte Urlaubsdestinationen mit dem Arbeitsalltag zu verknüpfen und gewinnt besonders unter meist höher qualifizierten, selbstständig tätigen und tendenziell jüngeren Menschen an Beliebtheit. Obwohl es sich dabei bislang um kein großes Gästesegment handelt, könnte es für manche Beherbergungsbetriebe eine interessante Strategie werden, dieses Potenzial gezielt mit maßgeschneiderten Angeboten anzusprechen. Dazu gehört beispielsweise eine leistungsstarke, komfortable Infrastruktur in Hotels, die als Arbeitsplatz genutzt werden kann. Das hauptsächliche Motiv für das digitale Nomadentum – die Sehnsucht nach Reisen – überschneidet sich häufig mit jenem von UrlauberInnen. Viele Menschen nutzen das ortsunabhängige Arbeiten außerdem für gezieltes Netzwerken und das Kennenlernen verschiedener kultureller Lebens- und Arbeitsweisen. Das hat zur Folge, dass die Urlaubsdestination insgesamt ein soziokulturell spannendes Image aufbauen muss, um bei dieser Zielgruppe überhaupt für einen Urlaubs-Arbeits-Aufenthalt in Betracht zu kommen.²⁷⁹

Das digitale Nomadentum könnte bis zu einem gewissen Grad als Weiterentwicklung der traditionellen Geschäftsreisen gesehen werden, bei denen allerdings der unmittelbare geschäftliche Anlass den Reisezweck bestimmt und ein etwaiger Urlaubszweck bestenfalls ein gelegentlicher Nebeneffekt ist. In der Corona-Pandemie waren Geschäftsreisen ein Bereich des Tourismus, der aufgrund der internationalen Reisebeschränkungen am stärksten eingebrochen ist. Gemessen an den Nächtigungen sind die Geschäftsreisen von ÖsterreicherInnen im In- und Ausland von 2019 auf 2020 um 55,7 % gesunken (die Urlaubsreisen zum Vergleich um 43,3 %).²⁸⁰ Auch wenn Geschäftsreisen künftig wieder vermehrt stattfinden werden, rechnet etwa Anja Kirig vom Zukunftsinstitut mit keiner vollständigen Erholung.²⁸¹ Die Erfahrungen aus der Pandemie, dass viele Themen und Meetings sehr gut online abgewickelt werden können, könnten hier längerfristig zu einer zumindest leichten Reduktion dieser Reiseanlässe führen.

²⁷⁸ Bauer, K. (06.11.2021): Great Resignation. So wollen sie nicht mehr arbeiten. DerStandard.at. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000130940556/so-wollen-sie-nicht-mehr-arbeiten>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁷⁹ ibw (Hrsg.) (2021): D – Digitale Nomad*innen. NEWSletter Bildungs-ABC. Teil 87, NEWSletter Berufsinformation Nr. 02/2021. Download: https://www.bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/digitale_nomaden_nomadinnen.pdfhttps://www.bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/crowdworking.pdfhttps://bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/new_work.pdf, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁸⁰ WKO, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022), S. 13

²⁸¹ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

6.7.3 Arbeitsmarkt und Fachkräftemangel

Eine Entwicklung im Tourismus, die seit Jahren von einer intensiv geführten medialen Debatte begleitet wird, ist das Mismatch von Angebot und Nachfrage am Arbeitsmarkt, das im Tourismus im Vergleich mit anderen Branchen besonders stark ausgeprägt ist (vgl. dazu die Kapitel 4 und 5 zur Beschäftigungsstruktur und Aus- und Weiterbildung). Dabei geht die Herausforderung zunehmend über den Fachkräftemangel, also die qualifizierten MitarbeiterInnen, hinaus und wird mehr und mehr zu einem Arbeitskräftemangel.

Peter Zellmann sieht in dieser Problematik insbesondere die Tourismusbetriebe in der Pflicht, für einladende Bedingungen zu sorgen, um Ausbildungsinteressierte und Fachkräfte gewinnen zu können: *„Die vordergründige und schnellste Erklärung ist die, dass im Tourismus die Arbeitsbedingungen und die Bezahlung nicht den Bedürfnissen und Vorstellungen der Mitarbeiter entspricht.“*²⁸² Der Tourismusexperte sieht an dieser Stelle allerdings, dass viele Betriebe sehr wohl diesen Bedürfnissen und Vorstellungen der Beschäftigten gerecht werden: *„Man muss sagen, das ist sehr generalisiert, weil mittlerweile etwa ein Drittel der Betriebe das Wohl der Mitarbeiter in den Vordergrund stellt. Die Mitarbeiterzufriedenheit ist entscheidend für die Qualität des Tourismusangebots. Es gibt ein weiteres Drittel, das durchaus aus ArbeitgeberInnen besteht, die um das Wohl der MitarbeiterInnen einigermaßen bemüht ist und dessen Mangel nicht so dramatisch ist, dem jedoch im Verdrängungswettbewerb die Spitzenkräfte abgeworben werden. Für das letzte Drittel gilt all das nicht, diese Betriebe nehmen keine Rücksicht auf die Mitarbeiterzufriedenheit und haben dementsprechend Probleme, ausreichend adäquates Personal zu finden. Darunter sind auch Betriebe, die etwa Praktikanten aus Tourismusschulen für Hilfsarbeiten ausnutzen.“*²⁸³

Mit zunehmendem Fachkräfte-/Arbeitskräftemangel in Verbindung mit den oben skizzierten Veränderungen in den Erwartungen und Einstellungen von MitarbeiterInnen und BewerberInnen wächst allerdings der Druck auf die gesamte Branche, und selbst eine Minderheit an Betrieben, die keinen Wert auf MitarbeiterInnenzufriedenheit legt, kann das Image der Branche nachhaltig beschädigen.

Auch Anja Kirig sieht in der Branche Handlungsbedarf zur Verbesserung des Arbeitsklimas und höherer Wertschätzung für die MitarbeiterInnen im Arbeitsalltag, auch weil viele Beschäftigte deshalb bereits die Branche gewechselt haben: *„Es war vorher schon ein starkes Problem und es hat sich während der Pandemie, zumindest in Deutschland, gerade im Bereich Tourismus und in der Gastwirtschaft eher verschlechtert. Viele Menschen haben nun Jobs in anderen Bereichen gefunden, wo sie ein besseres Arbeitsklima vorfinden. Es ist sicher etwas, was sich stark ändern muss, also die Wertschätzung der Mitarbeiter ganz anders aufbereitet werden muss. Aber eben auch, welche Möglichkeiten die Mitarbeiter haben. Es ist sicherlich eine Herausforderung, die auf die Branche in allen Bereichen zukommen wird und das nicht nur bei den Saisonarbeitskräfte, sondern in allen Bereichen und dann natürlich auch unterschiedliche Skills und unterschiedliche Formate angesprochen werden müssen. Es ist ein Bereich, der ganz viel Arbeit erfordern wird.“*²⁸⁴

Peter Zellmann sieht ein weiteres strukturelles Problem in der rechtlichen Regelung der Saisonarbeit insgesamt, die in manchen Regionen immer noch große Bedeutung hat. Die Folgen sind prekäre und unregelmäßige Beschäftigungsverhältnisse, wodurch viele Tätigkeitsbereiche und Betriebe an Attraktivität einbüßen. Er schlägt daher den Rahmen eines Jahresarbeitszeitmodells vor, das an verschiedene Arbeitsverhältnisse und Betriebe angepasst werden kann und kollektivvertraglich geregelt wird: *„Das Jahresarbeitszeitmodell wäre ein Lösungsansatz. Dabei wäre die Flexibilisierung das Wichtigste. Das*

²⁸² Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁸³ ebda.

²⁸⁴ Anja Kirig (Zukunftsinstitut, 2021) im Expertinneninterview zu dieser Branchenanalyse

ist kollektivvertraglich sehr schwer lösbar. Also müsste es einen Rahmen geben, von dem man verschiedene Regelungen für verschiedene Tätigkeiten, Positionen und Betriebe ableiten kann. Solche Regelungen müssen ArbeitnehmerInnen und ArbeitgeberInnen dienen, wenn sie wirklich nachhaltig sein sollen. Ob die Arbeitszeit auf eine Jahresarbeitszeit von 10, 20 oder 40 Stunden Woche festgesetzt wird, ist nebensächlich. Wichtig ist, dass man mit 10 Stunden Jahresarbeitszeit ein Viertel der Möglichkeiten hat, wie jemand der 40 Stunden arbeitet, alle jedoch rechtlich abgesichert sind. Und das ist gerade für so einen Saisonwirtschaftszweig wie dem Tourismus ideal. In Wirklichkeit ist so etwas von Betrieb zu Betrieb sehr schwierig umzusetzen. Aber wir sollten damit beginnen, uns mit diesen Modellen der Flexibilisierung auseinanderzusetzen.“²⁸⁵

Für die zukünftige Entwicklung der Arbeitswelt im Tourismus lohnt sich auch ein Blick auf die unterschiedlichen Bedürfnisse von jüngeren und älteren Beschäftigten, die auch im Zeichen verschiedener Trends wie *New Work* zu betrachten sind: „Dabei spielen unterschiedliche Perspektiven eine Rolle: Zum einem natürlich auch von jungen Leuten, die andere Ansprüche haben und die ältere Generation am Arbeitsmarkt ablösen und dadurch ein anderes Betriebsklima in Unternehmen schaffen. Viele, aber nicht alle, Mitglieder der jüngeren Generation besitzen eine neue Sensibilität, neue Offenheit gegenüber neuen technologischen Möglichkeiten, aber auch gegenüber dem Thema des Klimawandels und der Idee, wie man eben auch kollaborativ arbeiten kann. Es ist etwas, was man bei der jüngeren Generation stark merkt. Weg vom Egoismus, der durch die Individualisierung verstärkt wurde, hin zu eher kollaborativem Denken. Diese Chance für mehr kooperatives Denken besteht auch innerhalb der Tourismusbranche. Die zwar immer sagen, dass sie alle so kooperativ handeln würden, aber was ich bis jetzt beobachten kann, doch eher stark von Konkurrenz geprägt sind, abhängig natürlich auch von der Gästezusammensetzung.“²⁸⁶

Angesichts des zugespitzten Fachkräfte-/Arbeitskräftemangels, des Wertewandels in der Arbeitswelt und des Generationenwechsels scheint jedenfalls rasches Handeln im Tourismus erforderlich, um die Rahmenbedingungen für strukturelle Änderungen zu schaffen, die über reine Imagepflege und einzelne Vorzeigebetriebe hinausgehen.

6.8 Ausblick

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich *Tourismus und Freizeitwirtschaft* angesichts der vielen Megatrends und Trends, wie Nachhaltigkeit/Neo-Ökologie, Gesundheit, Demografie, Individualisierung, Globalisierung bei gleichzeitiger Regionalisierung, *New Work* und Digitalisierung, in einem ständigen Wandel befindet. Dieser Wandel ist allerdings weder neu noch plötzlich und schon gar nicht unbeherrschbar, er wurde allerdings durch die Corona-Pandemie zum Teil nochmals verstärkt und mitunter – zumindest vorübergehend – in eine andere Richtung gelenkt, wie etwa die Einschränkungen des globalen Tourismus zeigen.

Damit hat die Coronakrise aufgrund der erhöhten Planungsunsicherheit etwa zu einer Veränderung von Reiseformaten und Buchungsverhalten geführt. In der Folge ziehen UrlauberInnen verstärkt Nachhaltigkeit, Resonanz oder Gesundheit in die Wahlentscheidung ihrer Reisen mit ein, während eine zunehmende Zahl an Menschen nahe gelegene Reiseziele favorisieren oder gar keinen klassischen Urlaub planen. Auch die Perspektiven und Haltungen der UrlaubsanbieterInnen haben sich gewandelt. Ihr Fokus wird zukünftig stärker darauf gerichtet sein, UrlauberInnen die Möglichkeit zu bieten, statt kurzer, oberflächlicher Erlebnisse Beziehungen zu Mensch und Natur aufzubauen. Auch der Massentourismus wird an manchen Orten teilweise eingeschränkt werden, aussterben wird er aufgrund

²⁸⁵ Peter Zellmann (IFT, 2021) im Experteninterview zu dieser Branchenanalyse

²⁸⁶ ebda.

des großen Interesses und der enormen wirtschaftlichen Bedeutung für touristische Regionen mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit nicht.

All diese Entwicklungen sind, wie bereits angesprochen, nicht vollkommen neu und vollziehen sich erstens langsam und zweitens äußerst widersprüchlich: Trends folgen Gegentrends, und so wird das Reisen nicht von heute auf morgen plötzlich umweltschonend gestaltet werden und auch die UrlaubsanbieterInnen werden ihre Leistungen nicht flächendeckend am Bedürfnis nach Nachhaltigkeit und Resonanz ausrichten. Der Reiz des Exotischen wird uns weiterhin in die Ferne treiben und der nächste Flug für einen kurzen Städtetrip ist schon gebucht. Immer öfter wird für den Städtetrip aber auch die Anreise mit der Bahn die erste Wahl werden und damit die Anreise selbst integrativer Teil des Urlaubserlebnisses. Die intensivere Begegnung mit Menschen bereits auf dieser Anreise könnte zunehmend das Resonanzbedürfnis stillen und die Einsicht, dass zumindest die so wichtige kurze Auszeit zur Erholung nicht weit vor der Haustür liegt, den Regionalismus fördern, ohne in Provinzialismus zu verfallen.

Neue Technologien ermöglichen Betrieben der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, zunehmend Dienstleistungen noch stärker zu individualisieren und gleichzeitig durch Automatisierung gewisser routinemäßiger Abläufe sowohl MitarbeiterInnen zu entlasten als auch mehr Zeit für den persönlichen Kontakt mit den Gästen zu schaffen. Diese Beziehung zum Gast/zum Kunden/zur Kundin scheint der Schlüssel für den künftigen Erfolg von Dienstleistungen in allen Bereichen von *Tourismus und Freizeitwirtschaft* zu sein. Die Ausrichtung der Tätigkeiten und Berufsbilder im Tourismus an der Beziehungsarbeit, an den kommunikativen und beratenden Kompetenzen ist es möglicherweise auch, die Berufe und Tätigkeiten im Tourismus attraktiv machen und einen Wettbewerbsvorteil auf einem knappen Arbeitsmarkt verschaffen könnte.

7 Resümee und Schlussfolgerungen

In diesem Branchenreport wurde unter verschiedenen Blickwinkeln – Branchenstruktur, Arbeitsmarkt, Aus- und Weiterbildung sowie Trends und Megatrends – eine Reihe wichtiger Entwicklungen in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* dargestellt und analysiert. Dabei konnten, wie einleitend angemerkt, aufgrund der Vielzahl an und Komplexität von Einfluss- und Wirkfaktoren, regionaler Unterschiede und branchenspezifischer Entwicklungen nur ausgewählte Ergebnisse dargestellt werden.

Auch wenn die Coronapandemie mit ihren Einschränkungen die Branche *Tourismus und Freizeitwirtschaft* ohne Zweifel massiv getroffen und sowohl am touristischen Arbeitsmarkt und in den Betrieben wie auch bei den Reisenden und Gästen tiefe Spuren hinterlassen hat, ist dieser Branchenreport bestrebt, die Strukturen und Entwicklungen in der Branche über die Einflüsse der Coronasituation hinaus zu betrachten. Besonders in Hinblick auf den Arbeitsmarkt, den Qualifikations- und Kompetenzbedarf, aber auch in der Angebots- und Leistungsgestaltung gilt es im Auge zu behalten, dass Themen wie Digitalisierung, Nachhaltigkeit oder Demografie und damit eng verbundene Fragen der Mobilität, Gesundheit usw. die eigentlichen Herausforderungen und Chancen für Tourismus und Freizeitwirtschaft der Zukunft bilden.

Die in diesem abschließenden Kapitel dargestellten Schlussfolgerungen sind ausdrücklich auch vor diesem Hintergrund zu betrachten und umfassen daher jeweils auch Vorschläge, wie verschiedene Thema weiter vertieft werden könnten. Der Fokus des Resümees und der Schlussfolgerungen ziehen sich über die Themenbereiche Fachkräftebedarf und Attraktivität der Branche, Megatrends und ihre Auswirkungen auf *Tourismus und Freizeitwirtschaft* sowie Hypothesen zur Entwicklung des Kompetenzbedarfs vor dem Hintergrund der Megatrends und der Coronapandemie.

7.1.1 Attraktivität als Arbeitgeber und Ausbildungsbetrieb

Wie in diesem Branchenreport an unterschiedlichen Stellen herausgearbeitet und durch verschiedene Studien bestätigt wird, bildet der weiterwachsende Fachkräftebedarf bzw. -mangel eine zentrale Herausforderung für die gesamte Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber und Ausbildungsbereich ist sowohl auf einzelbetrieblicher Ebene wie für die gesamte Branchen ein Gebot der Stunde.

Die Ursachen für die häufig konstatierte mangelnde Attraktivität sind vielfältig und werden zum Teil sehr kontrovers diskutiert. Eine Grundproblematik der Kontroverse könnte dabei darin bestehen, dass einzelbetriebliche Wahrnehmungen und Probleme stark pauschaliert und mitunter als branchentypisch dargestellt werden. Das gleiche gilt für positive Entwicklungen, die in einzelnen Betrieben oder in Teilen der Branche beobachtet werden. Für jedes Argument lässt sich leicht ein Gegenargument finden und oft ist es schwierig, beispielhafte Entwicklungen von strukturellen Problemen bzw. Fortschritten auseinander zu halten.

Eine zusammenfassende Auflistung verschiedener Strukturmerkmale, die in diesem Bericht zumindest ansatzweise, ohne Anspruch auf Vollständigkeit thematisiert wurden, soll die Komplexität der Attraktivitätsthematik veranschaulichen:

- Mismatch am Arbeitsmarkt:
 - quantitativ mit deutlichem regionalen West-Ost-Gefälle, wobei der Bedarf im Osten zuletzt ebenfalls steigt;
 - qualitativ im Verhältnis der erforderlichen Kompetenzen zu den vorhandenen Kompetenzen;
 - unter dem Eindruck der demografischen Entwicklung mit steigenden Zahlen älterer MitarbeiterInnen und Rückgang jüngerer;

- branchenübergreifend, d. h., die Entwicklungen von Tourismus und Freizeitwirtschaft können nicht losgelöst von anderen Branchen betrachtet werden.
- Arbeitszeiten, inkl. Abend- und Wochenendarbeit, mit den Themen
 - Flexibilisierung
 - Ruhephasen
 - Anpassung an die Erfordernisse spezifischer MitarbeiterInnengruppen, etwa Ältere oder Personen mit Betreuungspflichten
- Arbeitsbedingungen (über die Arbeitszeiten hinausgehend), mit den Themen
 - Betriebsklima, d. h. Kommunikation und Umgang der Kolleginnen und Kollegen miteinander sowie der Führungskräfte mit den MitarbeiterInnen;
 - Druck und Anspruchsdenken von Gästen;
 - erhöhter Stress zu Stoßzeiten und Hochsaisonsen;
- Bezahlung:
 - durchschnittliches Einkommen in der Branche unter dem in anderen auch vergleichbaren Branchen;
 - hoher Anteil geringqualifizierter Beschäftigter;
 - hoher Anteil an geringfügig Beschäftigten;
 - Trinkgeld als kalkulatorischer Einkommensbestandteil;
- weiterhin ein regional unterschiedlicher, aber hoher Anteil an Saisonbetrieben, die eine durchgehende Beschäftigung nicht gewährleisten können;
- Wahrnehmung von Krisenanfälligkeit in Zeiten der Pandemie;
- unsichere Entwicklung des Wintersports in Kontext des Klimawandels, zumindest regional (tiefer gelegene Schigebiete);
- regionale Konzentration mit Rückwirkungen auf die Verfügbarkeit von Arbeitskräften;
- kleinbetriebliche Struktur;
- hoher Anteil geringqualifizierter MitarbeiterInnen;
- hoher Anteil von Saisonkräften
 - traditionell hohe Fluktuation im Personal auch branchenübergreifend;²⁸⁷
- hoher Anteil von MitarbeiterInnen mit nicht österreichischer Staatsbürgerschaft und nicht deutscher Muttersprache;
- dynamische Entwicklung der Tourismusbranche unter dem Einfluss vielfältiger Trends und Megatrends, denen Einzelbetriebe nicht immer ausreichend schnell folgen können;
- usw.

Während viele dieser Merkmale strukturelle Herausforderungen der Branchen sind und nicht wediskutiert werden können, sind andere durchaus gestaltbar und können mit kreativen Lösungen auch positiv als Argument für eine Tätigkeit im Tourismus gewendet werde (siehe unten).

Die Debatte über den Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftebedarf im Tourismus kann dabei nicht losgelöst von der allgemeinen Arbeitsmarktlage geführt werden. Nahezu alle Branchen klagen, mit regionalen Unterschieden, über steigenden Fachkräftemangel.²⁸⁸ Dieser führt bereits zu einem wachsenden Wettbewerb zwischen Betrieben innerhalb von Branchen um Fachkräfte und Auszubildende und darüber hinaus zwischen Branchen, speziell um Arbeitskräfte, die nicht fachspezifisch qualifiziert oder

²⁸⁷ Strobl, G. (31.07.2021): Nur sechs von zehn Tourismus-Beschäftigten bleiben in der Branche. DerStandard.at, Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000128589507/nur-sechs-von-zehn-beschaefigten-im-tourismus-bleiben-in-der>, zuletzt abgefragt: 10.06.2022

²⁸⁸ vgl. dazu beispielsweise Dornmayr (2021)

breit genug qualifiziert sind, um einen variablen Einsatz zu erlauben bzw. neu qualifiziert werden können.

Für den Bereich der dualen Berufsbildung (Lehrlingsausbildung) muss in diesem Zusammenhang festgehalten werden, dass die subjektive Wahrnehmung vieler Betriebe und Branchen eines allgemeinen Lehrlingsschwundes auf Basis der im Kapitel 5 dargestellten Zahlen der Lehrlingsstatistik der WKÖ (vgl. z. B. Grafik 5-1) zumindest für die letzten Jahre nicht pauschal bestätigt werden kann. Auch eine Verschiebung zu vollzeitschulischen Ausbildungen zu Lasten der dualen Ausbildung lässt sich für die letzten Jahre nicht bestätigen. Entsprechende Entwicklungen liegen überwiegend schon einige Jahre zurück. Diese subjektive Wahrnehmung und Betroffenheit könnten zu einem gewissen Teil aus der „historischen“ Erfahrung sinkender Lehrlingszahlen resultieren, aber auch den verstärkten Wettbewerb um Lehrlinge und SchulabgängerInnen zwischen Betrieben innerhalb der Branchen und mit Betrieben anderer Branchen widerspiegeln. Bei einer solchen österreichweiten Einschätzung dürfen außerdem große regionale Unterschiede in der Verfügbarkeit jugendlicher BewerberInnen nicht außer Acht gelassen werden, bei der sich sowohl die demografische Entwicklung regional sehr unterschiedlich auf den wahrgenommenen wie auch den realen Nachwuchsmangel auswirkt. Unterschiedliche regionale Ausbildungsstrukturen (Angebote an alternativen Lehrbetrieben oder vollzeitschulischer Berufsbildung) tragen ebenfalls zu den unterschiedlichen Wahrnehmungen und Erfahrungen bei.

Im Branchenvergleich zählt die Sparte *Tourismus und Freizeitwirtschaft* dabei insgesamt zu den Verlierern (vgl. Kapitel 5.2), was auf eine geringere Attraktivität der Branche schließen lässt. Ob und wie sich die in der Pandemie wahrgenommene Krisenanfälligkeit des Tourismus längerfristig auswirken wird, lässt sich angesichts des Wunsches junger Menschen nach sicheren Arbeitsplätzen derzeit nicht beurteilen.

Eine relevante Beobachtung ist dabei, dass es immer wieder Betriebe gibt, die von diesem Mangel an Fachkräften und Arbeitskräften nicht, oder zumindest nicht in diesem Ausmaß betroffen sind. Dies gilt generell für alle Branchen und somit auch für den Tourismus und die Freizeitwirtschaft.²⁸⁹ Naheliegender wäre eine intensive Untersuchung der Erfolgsfaktoren, warum zumindest einzelne Betriebe weniger vom Fachkräftemangel betroffen sind, und der Gelingensbedingungen für die Übertragung dieser Erfolgsrezepte auf andere Betriebe und Branchen. Neben günstigen Umfeldbedingungen und Betriebsstrukturen (z. B. Betriebsgrößen), die schwer zu transferieren sind, ist zu vermuten, dass hier eine positive Ausgestaltung der oben angeführten Einflussfaktoren eine Rolle spielen dürfte.²⁹⁰

Bei allen Überlegungen muss im Auge behalten werden, dass das Arbeitskräftepotenzial aufgrund der demografischen Entwicklung insgesamt, also branchenunabhängig, nicht steigt²⁹¹ und die optimale Nutzung des vorhandenen Potenzials immer wichtiger wird. Das betrifft einerseits die Entwicklung von Kompetenzen und Entfaltung der Fähigkeiten der Einzelnen und andererseits die Erschließung weiterer, bislang nicht ausreichend erschlossener MitarbeiterInnenpotenziale und Potenziale für die Ausbildung. Dazu zählen unter anderem:

- Absolventinnen und Absolventen höherer Schulen (insb. AHS)
- SchulabbrecherInnen / AusbildungswechslerInnen
- WiedereinsteigerInnen

²⁸⁹ ebda., S. 29

²⁹⁰ Für die Impulsberatung für Betriebe (IBB) des AMS wurde bereits 2017 eine Analyse durchgeführt, in der auch solche Erfolgsfaktoren analysiert wurden. Solche Analysen können als Basis für Strategieentwicklungen dienen, um der vorherrschenden Defizitorientierung in der Frage der Fachkräftesicherung einen positiven Zugang entgegenzusetzen. Vgl. AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (Jänner 2019)

²⁹¹ Lässt man Bemühungen zur Fachkräfterekrutierung im Ausland außer Betracht.

- Ältere
- Menschen, die bislang nicht in Beschäftigung sind
- ZuwandererInnen
- Menschen mit Einschränkungen
- Gering Qualifizierte

Um solche Zielgruppen noch besser in Ausbildung und Beschäftigung zu bringen, bedarf es aber gezielter Programme zur Rekrutierung sowie Aus- und Weiterbildung, die gut auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmt sind. Die Sicherung des Lebensunterhaltes bei Erwachsenen während Aus- und Weiterbildungsphasen, insbesondere, wenn diese eine Familie erhalten müssen, spielen dabei ebenso eine Rolle, wie die oben bereits angesprochene flexible Anpassung von Arbeits- und Ausbildungszeiten an Betreuungspflichten, altersgerechte Gestaltung von Arbeitsplätzen und Tätigkeiten, Sprachlernen, die Anerkennung vorhandener Kompetenzen oder beispielsweise auch Konzepten zur Erhöhung der arbeits- und ausbildungsbezogenen überregionalen Mobilität.

Für viele dieser Herausforderungen gibt es Lösungsansätze und Modelle einschließlich Förderstrukturen durch das AMS (vgl. Kapitel 5.4). Zu prüfen wäre, wo bzw. bei welchen potenziellen Zielgruppen größere Angebotslücken bestehen, wie die Informiertheit der betroffenen Betriebe und die Beteiligung der Betriebe an solchen Programmen erhöht werden kann und natürlich an welchen Schrauben gedreht werden muss, um die Tourismus- und Freizeitwirtschaft für die angeführten Zielgruppen attraktiv zu machen.

Generell muss es der Branche dazu besser gelingen, die positiven Seiten einer Beschäftigung im Tourismus bei den Zielgruppen und in der Öffentlichkeit herauszuarbeiten. Einige Argumente können dabei sein (beispielhaft):

- grundsätzlich vielfältige Möglichkeiten der flexiblen Arbeitszeitplanung und -gestaltung, die gut an individuelle Bedarfe angepasst werden kann;
- in vielen Berufen abwechslungsreiche Aufgabenbereiche;
- arbeiten für und mit Menschen;
 - kommunikative, soziale Tätigkeiten
 - und gleichzeitig ProblemlöserIn in einem positiven Sinn
- damit ist die Sinnstiftung der Arbeit angesprochen:
 - Arbeit in einem Umfeld, das einen wertvollen Beitrag für das Wohlbefinden und Glück vieler Menschen leistet;
 - aber auch das Thema Nachhaltigkeit, das vielen Menschen wichtig ist, könnte ein Attraktivitätsmerkmal für den Tourismus werden, wenn es gelingt Betriebe und Angebote entsprechend aufzustellen;
- obwohl grundsätzlich im Tourismus vielfältige Automatisierungsmöglichkeiten bestehen, sind viele Berufe und Tätigkeiten sehr menschenzentriert und gelten damit als gut geschützt vor Automatisierung;
- Beschäftigungsmöglichkeiten auf allen Qualifikationsniveaus mit der Möglichkeit sich höher zu qualifizieren;
- Tätigkeit / Ausbildung in einem internationalen Umfeld, das einerseits die Chance auf internationale Kontakte bietet und andererseits die Möglichkeit international Berufserfahrung zu sammeln;
- usw.

Das darf sich natürlich nicht in Werbebotschaften erschöpfen, sondern muss sich in realen Angeboten und Entwicklungen zeigen.

Im Anhang 1 ist eine Liste an Fragen gesammelt, die sich Betriebe auf der Suche nach MitarbeiterInnen bzw. Auszubildenden stellen können, um die eigene Situation am touristischen Arbeitsmarkt und ihre Rekrutierungsstrategien zu reflektieren. Diese Liste ist ausschließlich als Nachdenkhilfe zu verstehen und erhebt weder einen Lösungs- noch einen Vollständigkeitsanspruch. Diese Fragesammlung kann überdies einen Ausgangspunkt für ein weitergehendes qualitatives Forschungsdesign zur Untersuchung des regionalen Fachkräftebedarfs in Tourismus und Freizeitwirtschaft sein.

7.2 Auswirkungen von Megatrends auf *Tourismus und Freizeitwirtschaft*

Im Kapitel 3.4 wurde unter dem Stichwort „Digitalisierung“ als Exkurs bereits kurz auf den Wandel der Anforderungen und im Qualifikations- und Kompetenzbedarf im Tourismus eingegangen. Hier soll nochmals in einer erweiterten Betrachtung auf Basis verschiedener Megatrends (vgl. auch Kapitel 6) reflektiert werden, welche Kompetenzen und Fähigkeiten von Arbeitskräften in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* erwartet werden und wie sich diese Anforderungen entwickeln und verändern.

Vier für den touristischen Arbeitsmarkt besonders prägende Megatrends lassen sich ausmachen: Globalisierung, Digitalisierung, Nachhaltigkeit und demografischer Wandel. Mit dem Fokus auf *Tourismus und Freizeitwirtschaft* wird deutlich, dass die *Globalisierung* z. B. das Reise- und Konsumverhalten in der Vergangenheit massiv beeinflusst hat: Destinationen, die früher nur für eine Elite erreichbar waren, sind heute für die breite Masse greifbar geworden, und Waren aus der ganzen Welt sind eine Selbstverständlichkeit, im Gastgewerbe z. B. erkennbar an der Verwendung (ehemals) exotischer Lebensmittel und an ethnischen Kochstilen aus aller Welt.

Die fortschreitende *Digitalisierung* wirkt und wirkt auf alle Arbeitsmarktbereiche. In der Beherbergung und in der Gastronomie wie auch den Bereichen der Freizeitwirtschaft laufen viele Prozesse inzwischen auf digitalem Wege bzw. mit digitaler Unterstützung ab. Die Digitalisierung ist in vielen Betrieben weit fortgeschritten, während andere – wie auch in anderen Branchen – hinterherhinken. Gleiches gilt für die Arbeitskräfte. Während sich viele über Altersgrenzen hinweg an die Veränderungen längst gut angepasst haben, bereiten sie anderen große Schwierigkeiten. Zu den Entwicklungen und Anforderungen im Kontext der Digitalisierung vergleiche auch den Exkurs in Kapitel 3.4.

Der Trend zur *Nachhaltigkeit* spielt ebenfalls in viele Bereiche des Tourismus und der Freizeitwirtschaft hinein. Da Gäste beim Konsum – sei es im Restaurant, sei es im Urlaub – vermehrt auf Nachhaltigkeit Wert legen, wird z. B. in Hotels und Restaurants auf die Verwendung saisonaler, biologischer und regionaler Produkte geachtet. Die Corona-Pandemie hat zudem das Bewusstsein für nicht nachhaltiges, umweltschädigendes Verhalten geschärft. Flugreisen und Fernreisen werden von KonsumentInnen zunehmend hinterfragt, und die Reise- und Freizeitwirtschaft muss darauf reagieren. Wieweit dieser Bewusstseinswandel nach der Coronapandemie ohne regulierende Eingriffe anhalten wird, ist Gegenstand von Untersuchungen und Diskussionen (vgl. auch Kapitel 2.10). Urlaub im Inland wurde während der Coronakrise wieder beliebter, auch weil sich dabei naturnahe Erholung am Land gut verwirklichen lässt.

Die *Demografische Entwicklung* stellt nicht nur den touristischen Arbeitsmarkt und die Ausbildung vor große Herausforderungen, auch die Entwicklung von geeigneten touristischen Angeboten für eine älter werdende, dabei aber zumindest tendenziell aktivere und gesundheitsbewusstere Zielgruppe rückt immer stärker in den Fokus.

Wie sich die Pandemie auf diese (und andere) Trends mittelfristig auswirkt, wird sich erst in den nächsten Monaten und Jahren zeigen. Denkbar ist sowohl eine Verstärkung als auch eine Umkehr bestehender Trends und Megatrends, aber ebenso wie die Entstehung neuer Trends.

Zusammenfassend lassen sich folgende Entwicklungen beobachten (vgl. Kapitel 6):

- *Individualisierung*: Das Bedürfnis nach mehr persönlichem Service und nach individuellen Lösungen für den eigenen Urlaub kann auch in Verbindung mit dem Trend zu mehr Exklusivität gesehen werden; Massentourismus verliert an Beliebtheit, auch weil er als nicht nachhaltig erkannt wird.
- *Regionalisierung*: Einerseits ist ein Trend zur Regionalisierung beobachtbar – man denke an die Bedeutung regionaler Speisen auch auf den Karten von Gourmet-Restaurants, oder an die vermehrten Österreichurlaube; andererseits kann die Pandemie mit ihren Reisebeschränkungen auch zu einer steigenden Sehnsucht nach der Ferne beitragen.
- *Nachhaltigkeit*: Der ökologische Fußabdruck wird bei der Planung von Reisen vermehrt mitbedacht, und Reisen mit Naturbezug sind zunehmend gefragt. Aus ähnlichen Gründen müssten länger/ausgedehnte Aufenthalte ebenfalls zunehmen, um den ökologischen Fußabdruck der Anreise in Relation zu minimieren. Ob dies auch eintritt, wird sich erst zeigen, denn vor der Corona-Pandemie ging der Trend ganz klar zu immer kürzeren, aber häufigeren Urlauben, oft in Form kurzer Städtetrips. Ähnlich offen ist eine mögliche Änderung des Verkehrsverhaltens: Mit der Bahn zu fahren, statt das Auto oder ein Flugzeug zu benutzen, schont die Umwelt, wird immer günstiger (Stichwort Klimaticket) und regional auch immer schneller. Ob sich dieser Trend und der Bewusstseinswandel auch bei mittleren oder längeren Entfernungen (beispielsweise europäische Städtereisen mit dem Nachzug) in eine nachhaltige Verhaltensänderung überträgt, scheint noch offen.
- *Digitalisierung*: Auch hier hat die Corona-Pandemie den Trend noch einmal beschleunigt, denn digitale Lösungen wie Online-Meetings ermöglichten es, alltägliche Arbeitsabläufe weiterhin durchzuführen, die aufgrund der Corona-Beschränkungen in analoger nicht Form möglich waren. Die Vermittlung virtueller Reiseerlebnisse stellt zudem eine Chance für Reisebüros und Veranstalter dar, den KundInnen auch in Zeiten, in denen Reisen nicht möglich ist, einen Vorgeschmack zu bieten.
- *Kurzfristigkeit*: In den Jahren vor der Corona-Pandemie war bereits ein Trend zu kurzfristigeren Buchungen zu beobachten. Durch die Lockdowns nahm die Planungssicherheit zusätzlich ab, sodass sich die Frage stellt, ob sich die Gäste nicht durch diese Erfahrung inzwischen an spontane, kurzfristige Reiseplanungen gewöhnt haben und diese beibehalten.
- *Qualitätsbewusstsein*: Die Wünsche der Gäste und ihre Anforderungen an Qualität und Service sind seit längerem stetig gestiegen, und dies erhöht die Anforderungen an die Arbeitskräfte, die diesen Ansprüchen entsprechen müssen. Auf der anderen Seite wurde vielen durch die Pandemie die Krisenanfälligkeit bewusst, und dies könnte auch dazu führen, dass KonsumentInnen längerfristig vorsichtiger in ihren Konsumausgaben bleiben. Dadurch könnte das Berücksichtigen des Kostenbewusstseins von Gästen wieder wichtiger werden, und MitarbeiterInnen müssen die Kompetenzen für das Konzipieren, Organisieren und Umsetzen günstiger Reiseformen, Gastronomieerlebnisse und Freizeitformen haben.

7.3 Auswirkungen von Megatrends und der Coronapandemie auf die Kompetenzentwicklung im Tourismus

Was wird sich, abgesehen von notwendigen Anpassungen für die Gesundheit und Sicherheit der Gäste und der Erfüllung der aktuell geltenden Coronavorschriften, mittel- oder längerfristig durch die Coronapandemie ändern? Wie beeinflussen die dargestellten Megatrends die Anforderungen an Arbeitskräfte? Für eine fundierte Antwort fehlen die Erfahrungswerte, dazu ist die Zeit noch zu kurz, in der die Auswirkungen der Krise beobachtet werden konnten. Doch einige Annahmen können, basierend auf den bisherigen Erfahrungen und Beobachtungen, bereits getroffen werden.

Hypothese 1: Die Digitalisierung ist gekommen, um zu bleiben, und in *Tourismus und Freizeitwirtschaft* ist sie auch in weiten Teilen schon alltägliche Wirklichkeit. Sie wird an den Kompetenzanforderungen nichts mehr grundlegend ändern, die Anpassung ist größtenteils bereits erfolgt. Aber natürlich ist damit zu rechnen, dass neue Technologien und neue Tools eine ständige Erweiterung und Anpassung der Kompetenzen notwendig machen. Gleichzeitig könnte zunehmende Automatisierung Beratungsressourcen der TourismusmitarbeiterInnen frei machen und den Kontakt zum Gast intensivieren. Kommunikations- und Beratungskompetenzen werden dadurch wichtiger.

Hypothese 2: Nachhaltigkeit ist ebenfalls ein Trend, dessen Ende nicht absehbar ist. Anders als bei der Digitalisierung ist aber viel unklarer, ob, wieweit und in welchen Bereichen konkrete Auswirkungen auf Kompetenzanforderungen entstehen werden. Das Bewusstsein für umwelt- und klimaschädliches Verhalten ist vorhanden, aber wird das Verhalten der KonsumentInnen wirklich nachhaltiger werden? Und werden sie darauf achten, dass umweltfreundliches Verhalten von Reiseveranstaltern, Tourismusbetrieben und Gaststätten mehr ist als ein Teil des Marketings? Vorläufig sieht es so aus, als ob Arbeitskräfte im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft ihre Kompetenzen diesbezüglich nur etwas erweitern müssen; die Fachkenntnisse (z. B. zu biologischen Lebensmitteln, gesundheitsbewusster Küche oder umweltschonendem Tourismus) sind wahrscheinlich in vielen Fällen schon vorhanden bzw. werden in der Ausbildung verstärkt berücksichtigt.

Geht man nach der Einschätzung der Unternehmen in Beherbergung und Gastgewerbe (siehe Kapitel 5.4), so scheint die Sorge um die fachlichen Fähigkeiten ihrer MitarbeiterInnen gering. Nur 15,0 % der befragten Unternehmen – deutlich weniger als im Durchschnitt aller Branchen – nannten „technische, praktische oder arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten“ bei der Frage nach wichtigen Kompetenzen für die Zukunft. Gleichzeitig ist es in einer Branche, die durch den laufenden Kontakt mit Gästen und KundInnen und durch die enge Zusammenarbeit mit KollegInnen geprägt ist, schlüssig, dass KundInnenbetreuung (59,5 %) und Teamfähigkeit besonders häufig als zentrale Zukunftskompetenzen genannt werden, wobei Teamfähigkeit mit 88,6 % den ohnehin hohen Wert noch übertraf, der über alle Branchen hinweg erzielt wurde (61,1 %).²⁹² Diese Ergebnisse werden im Wesentlichen auch durch die Ergebnisse des AMS New Digital Skills Projektes²⁹³ gestützt.

Unter der Annahme, dass arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten in jedem Betrieb auch in Zukunft ganz sicher wichtige Kompetenzen sein werden, so scheint es, dass die befragten Gastgewerbe- und Beherbergungsbetriebe gute fachliche Kompetenzen ihrer MitarbeiterInnen auch in der Zukunft als gesichert voraussetzen. Vielleicht werden auch Soft Skills wie Teamfähigkeit in einem Unternehmen, dessen Erfolg von beständig freundlichem Service ihrer MitarbeiterInnen abhängt, gleichsam als arbeitsplatzspezifische Fähigkeiten aufgefasst, denen größte Bedeutung zukommt.

²⁹² vgl. Tab. 5-12: Wichtige Fähigkeiten für die Zukunft, 2015. Quelle: Statistik Austria, Erhebung über betriebliche Bildung (CVTS5). Erstellt am 24.10.2017.

²⁹³ vgl. Bröckl, A. / Bliem, W. (2020), S. 85ff

Hypothese 3: Der Fachkräftemangel spitzt sich zu und wird zum Arbeitskräftemangel, der nur durch die Erschließung neuer Zielgruppen gemindert werden kann. Auch wenn die Coronapandemie weder Ursache noch Auslöser des Fachkräftemangels in der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ist, so dürfte sie aufgrund der Betriebsschließungen und Kurzarbeit in den Lockdowns und der damit verbundenen mutmaßlichen Abwanderung von TourismusmitarbeiterInnen in andere Branchen die Situation weiter verschärft haben. Wie die im Kapitel 5.2.4 dargestellten Zahlen der Lehrstellensuchenden und offenen Lehrstellen zeigen, war die Lücke zwischen Bedarf der Betriebe und Nachfrage der (vorwiegend) Jugendlichen selten so groß und so anhaltend wie im Frühjahr 2022. Die Bundesländerzahlen (Grafik 5-9) zeigen das Auseinanderklaffen von Angebot und Nachfrage nochmals deutlicher. Konsequenzen aus dieser Situation müssen einerseits die optimalere Ausschöpfung des bestehenden Potenzials an Interessierten bei gleichzeitiger Erhöhung des Interesses an Tourismusausbildungen sein, andererseits, wie oben dargestellt, aber vor allem die Erschließung neuer und zusätzlicher Zielgruppen. Dazu gehören unter anderem Erwachsene, wie auch Menschen, die aus anderen Ländern zuwandern. In beiden Fällen spielt die Anerkennung bereits erworbener Kompetenzen (in und außerhalb des Tourismus) eine wesentliche Rolle, um eine rasche Integration in touristische Tätigkeitsbereiche zu gewährleisten.

Hypothese 4: Schaffung von dauerhaften österreichweiten Strukturen für die betriebsübergreifende Zusammenarbeit in der Aus- und Weiterbildung. Lockdowns und Kurzarbeit in der Coronapandemie haben gezeigt, wie relativ anfällig die Branche für äußere Einflüsse ist und wie rasch die betriebliche Ausbildung in einzelnen Betrieben oder der ganzen Branche darunter leiden kann. Gleichzeitig hat sich gezeigt, dass Betriebe auch sehr kreativ im Finden von Lösungen und Ausbildungsalternativen sind. In Wien wurde mit dem *Ausbildungsverbund Corona Wien* (vgl. Fußnote 181)²⁹⁴ ein flexibles Modell zur überbetrieblichen Zusammenarbeit und Fortführung der Ausbildung in Phasen von Betriebsschließung und Unterauslastungen eingerichtet.

Solche Zugänge und Modelle könnten unabhängig von der Coronapandemie die Fortführung von Ausbildungen innerhalb der Branche gewährleisten, wenn Betriebe in Schwierigkeiten geraten und die Ausbildung nicht fortsetzen können. Damit kann auch ein System verbunden werden, in dem Lehrlinge (lokal/regional) in neue Betriebe innerhalb der Branche vermittelt werden können und damit dem Tourismus erhalten bleiben. Damit kann nicht nur die Ausbildung sichergestellt, sondern überdies das Image von *Tourismus und Freizeitwirtschaft* als krisensicherer Ausbildungssektor gefördert werden.

²⁹⁴ Wirtschaftskammer Wien (2021)

8 Literaturverzeichnis

Downloadlinks zuletzt geprüft am 16.08.2022

AMS Österreich (Hrsg.) (2020): Arbeitsmarktlage 2019, Wien. Download:

https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_JB-2019.pdf

AMS Österreich (Hrsg.) (2021): Arbeitsmarktlage 2020, Wien. Download:

https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_JB-2020.pdf

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2017a): Berufe Tourismus & Freizeitwirtschaft. Wien.

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2017b): Tourismus: typische Saisonspitze der Beschäftigung im Sommer. AMS Spezialthema Juli 2017, Wien.

Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/001_spezialthema_07-2017.pdf

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2015): Tourismus: typische Saisonspitze der Arbeitslosigkeit im April. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt April 2015. Wien. Download:

https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/spezialthema_aktuell_Tourismus_typische_Saisonspitze_der_Arbeitslosigkeit-April-2015.pdf

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (Jänner 2019): Jobmotor Tourismus: größtes Angebot an offenen Stellen im Dezember. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt Jänner 2019. Wien. Download:

https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/001_spezialthema_0119.pdf

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2020a): Die Covid-19-Krise und ihre Auswirkungen auf den österreichischen Arbeitsmarkt im April 2020. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt April 2020. Wien. Download:

https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_spezialthema_0420.pdf

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2020b): Die Arbeitsmarktentwicklung von März bis Juli 2020. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt Juli 2020. Wien. Download:

https://ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS-spezialthema_07-20-corona.pdf, 11.06.2021

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (Hrsg.) (2021): Der Tourismus in der Krise. AMS Spezialthema zum Arbeitsmarkt März 2021. Wien. Download:

https://www.ams.at/content/dam/download/arbeitsmarktdaten/%C3%B6sterreich/berichte-auswertungen/001_spezialthema_0321.pdf

Aumüller, S. / Böhm, M. (11./12.06.2022): Für den Urlaub brennen. Der Standard, S. 10f., Wien.

Bahl, A. / Ebbinghaus, M. / Gruber, Th. (2017): Halten oder ziehen lassen? Veränderungen im traditionellen Karrieremodell der Gastronomie am Beispiel der Restaurantfachleute. In: BWP Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis. Zeitschrift des Bundesinstituts für Berufsbildung, 46. Jahrgang, 5/2017. Download:

<https://www.bwp-zeitschrift.de/de/bwp.php/de/bwp/show/8436>

Bliem, W. / Weiß, S. / Grün, G. (2011): AMS Standing Committee on New Skills. AMS report 80, Hrsg.: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI), Wien. Download:

https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_report_80.pdf

Bliem, W. / Weiß, S. / Grün, G. (2012): Standing Committee on New Skills 2010/2011. AMS report 84, Hrsg.: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (ABI), Wien. Download:

https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_report_105.pdf

- Bröckl, A., Bliem W.: New Digital Skills (2020): Eine Projektinitiative des AMS. Hrsg.: AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, Wien. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_report_147_-_New_Digital_Skills.pdf
- Bundeministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (Hrsg.) (2020): Tourismus Österreich 2019. Mai 2020. Online unter: https://info.bmlrt.gv.at/dam/jcr:124f45aa-dc53-4ab0-b7d5-7f5950b43cf8/TOURISMUSBERICHT%202019_final_barrierefrei.pdf, abgefragt 15.05.2022
- Bundeministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (Hrsg.) (2021): Tourismus Österreich 2020. Juni 2021. Online unter: <https://info.bmlrt.gv.at/dam/jcr:71e64073-3d6a-49cd-9ff6-0c4dc49203cd/Tourismusbericht%202020.pdf>
- Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (Hrsg.) (2019): Daten, Zahlen und Fakten 2019/2020. Wien.
- Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft / Wirtschaftskammer Österreich / Österreich Werbung (Hrsg.) (2017): Digitalisierungsstrategie für den Österreichischen Tourismus. Wien 2017. Download: https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/OEW_Allgemein/Allgemein/DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE_barrierefrei.pdf
- Defregger, M. (): Lieferdienste erobern das Homeoffice, in: Volle Fahrt. Das Magazin der steirischen Frächter, Vol.1/2021, Ausgabe 57, Graz. Download: https://www.wko.at/branchen/stmk/transport-verkehr/queterbefoerderungsgewerbe/FZ_VF_21_1_magazin_web.pdf
- Dornmayr, H. / Riepl, M. (2021): Unternehmensbefragung zum Fachkräftebedarf und -mangel 2021. ibw-Forschungsbericht Nr. 207, Wien. Download: <https://ibw.at/resource/download/2320/ibw-forschungsbericht-207.pdf>
- Dornmayr, H. (2021). Lehrlingsausbildung im Überblick 2021. Strukturdaten, Trends und Perspektiven. ibw-Forschungsbericht Nr. 208. Wien. Download: <https://ibw.at/resource/download/2249/ibw-forschungsbericht-208.pdf>
- Dornmayr, H. (2021a): Evaluierung Lehrlingsbonus. Inanspruchnahme und Wirkungsabschätzung. ibw-Forschungsbericht Nr. 205, Wien. Download: <https://ibw.at/resource/download/2185/ibw-forschungsbericht-205.pdf>
- EcoAustria – Institut für Wirtschaftsforschung (Hrsg.) (2019): Konsumausgaben der auf Airbnb buchenden Gäste: Wertschöpfung und Beschäftigung in Österreich. Studie im Auftrag von Airbnb. Wien. Download: https://ecoaustria.ac.at/wp-content/uploads/2019/05/EcoAustria-2019-Konsumausgaben-der-auf-Airbnb-buchenden-G%C3%A4ste_Wertsch%C3%B6pfung-und-Besch%C3%A4ftigung-in-%C3%96sterreich.pdf
- Embacher, H. (2021): „Die Marketingstrategie hat sich dramatisch verändert“. New-Skills-Gespräche des AMS Nr. 50, AMS Info 414, Hrsg. AMS Österreich, Abteilung ABI. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMSinfo514-New_Skills_50-Embacher-Urlaub_am_Bauernhof.pdf
- Fink, M. et al. (2017): Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich und die Bundesländer. Band 2: Hauptbericht. Berufliche und sektorale Veränderungen 2016 bis 2023. Wien. Download: https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikation_sid=60948&mime_type=application/pdf
- Fink, M. et.al (2015): Gibt es in Österreich einen Fachkräftemangel? Analyse anhand von ökonomischen Knappheitsindikatoren. Studie im Auftrag des Sozialministeriums. Institut für Höhere Studien (IHS), Wien. Download: https://irihs.ihs.ac.at/id/eprint/3891/1/IHS_Fachkr%C3%A4ftemangel_Endbericht_09122015_final.pdf
- Flüter-Hoffmann, Ch. / Stettes, O. (2022): Homeoffice nach fast zwei Jahren Pandemie. IW-Report 2/2022, Hrsg. Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V., S. 17, Download:

https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Report/PDF/2022/IW-Report_2022-Homeoffice-nach-Pandemie.pdf

ibw (Hrsg.) (2021): D – Digitale Nomad*innen. NEWSletter Bildungs-ABC. Teil 87, NEWSletter Berufsinformation Nr. 02/2021. Download:

https://www.bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/digitale_nomaden_nomadinnen.pdf

ibw (Hrsg.) (2020): N – New Work. NEWSletter Bildungs-ABC. Teil 84, NEWSletter Berufsinformation Nr. 5/2020. Download: https://bic.at/downloads/de/archiv/bildungs_abc/new_work.pdf

Jugendforschung Pädagogische Hochschulen Österreich (Hrsg.) (2021): Lebenswelten 2020. Werthaltungen junger Menschen in Österreich. Eine Jugendstudie der 14 österreichischen Pädagogischen Hochschulen. Zentrale Ergebnisse. Download: https://jugendstudie-lebenswelten.weebly.com/uploads/5/9/1/0/59105493/lw_%C3%96sterreich_2020_zentrale_ergebnisse_end.pdf

Kammer für Arbeiter und Angestellte für Oberösterreich (2017a): Arbeitsklimaindex, Newsletter 03/2017. Download:

https://ooe.arbeiterkammer.at/service/broschuerenundratgeber/arbeitsklimaindex/aki2017/AKI_2017_03_September.pdf

Kammer für Arbeiter und Angestellte für Oberösterreich (2017b): Der Österreichische Arbeitsklima Index: Weniger als die Hälfte der Frauen kommt mit dem Einkommen aus. September 2017. Download:

https://ooe.arbeiterkammer.at/beratung/arbeitundgesundheit/arbeitsklima/arbeitsklima_index/AKI_2017_03_September_Charts.pdf

Kirig, A. (2021): „Die Sehnsucht nach Beziehungsmustern ist stärker geworden.“ AMS New Skills Gespräch Nr. 54, AMS Info 523, Hrsg. AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_info_523_-_New_Skills_54_-_Kirig_-_Zukunftsinstitut.pdf

Komarek, B. (2021): „Es ist irre, wozu die künstliche Intelligenz im Stand ist“. New-Skills-Gespräche des AMS Nr. 57, AMS Info 528, Hrsg. AMS Österreich, Abteilung ABI. Download: https://www.ams-forschungsnetzwerk.at/downloadpub/AMS_info_528_-_New_Skills_57_-_Komarek_-_Schani.pdf

Michenthaler, G. (2018): Beschäftigung im Tourismus. Ergebnisse einer Sonderauswertung des Arbeitsklima Index-Tourismus 2018 im Auftrag der AK-Wien. IFES - Institut für empirische Sozialforschung GmbH. Wien. Download: https://www.vida.at/cs/Satellite?blobkey=id&blobwhere=1342663566198&blobheadername2=content-disposition&blobheadername1=content-type&blobheadervalue2=inline%3B+filename%3D604%2F332%2FFPK_AI_2018.pdf&blobheadervalue1=application%2Fpdf&blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs&site=S03

Michenthaler, G. (2021): Hotellerie-Beschäftigte in Wien in Auftrag der Arbeiterkammer Wien. Wien. Download:

https://www.ifes.at/sites/default/files/downloads/21917127_hotelleriebeschaeftigte_pk_24.06.2021.pdf

Österreichische Hotelierversammlung (2018): Leitfaden Arbeitsrecht. Rechtsgrundlagen für die Hotellerie. Wien. Download:

https://www.oehv.at/fileadmin/user_upload/MediaLibrary/Downloads/Rechtsinfos/Leitfaden_Arbeitsrecht_2019.pdf

Österreichischer Reiseverband (o.J.): Fakten und Zahlen. Österreichischer Reisemarkt 2018. Eine Übersicht des Österreichischen ReiseVerbands (OERV). Wien. Download: https://www.oerv.at/wp-content/uploads/OERVZahlenFakten_2018.pdf

- Österreich Werbung (o.J.): Urlauber in Österreich/Gesundheitsurlauber. T-MONA Urlauberbefragung 2018/19. T-MONA Kurzinfo.
- Österreich Werbung (o.J.): Urlauber in Österreich/Wellness-/Schönheitsurlauber. T-MONA Urlauberbefragung 2018/19. T-MONA Kurzinfo.
- Rechnungshof Österreich (Hrsg.) (2020): Bedarf an Fachkräften im Tourismus. Bericht des Rechnungshofes. Anhang 2. Wien, Dezember 2020. Download: https://www.rechnungshof.gv.at/rh/home/home_1/home_2/Anhang_2_Bedarf_an_Fachkraeften_im_Tourismus.pdf
- Saupe, B. / Stadler, B. (2016): Flexible Arbeitszeiten – die Perspektive der ArbeitnehmerInnen. Forschungs- und Beratungsstelle Arbeitswelt, Endbericht im Auftrag der Arbeiterkammern Wien, Niederösterreich und Oberösterreich, Wien. Download: https://www.forba.at/wp-content/uploads/2018/11/1228-FB_11_2016.pdf
- Sozialministerium (2019): Mangelberufsliste 2019. Download: https://www.migration.gv.at/fileadmin/user_upload/Liste_der_Mangelberufe_2019.pdf
- Pesendorfer, Konrad / Radinger, Regina (2018). Pressegespräch Bildung in Zahlen 2016/17. Struktur des österreichischen Bildungswesens. Statistik Austria. https://www.statistik.at/web_de/statistiken/menschen_und_gesellschaft/bildung/erwachsenenbildung_g_weiterbildung_lebenslanges_lernen/betriebliche_weiterbildung/index.html
- Schnabl, A. et al. (2017): Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich. Hrsg.: Institut für Höhere Studien (IHS), Wien. Download: <https://www.wko.at/site/eventnet/studie-oekonomische-effekte.pdf>
- Signatur Group GmbH (2020): Branchen Tracking Veranstaltungs- und Messedienstleister, KW 16/17, Online unter: https://ohne-uns.at/wp-content/uploads/2020/04/BranchenTracking_VAMD-2020_2.pdf und KW 21/22, online: ohne-uns, URL: https://ohne-uns.at/wp-content/uploads/2020/06/BranchenTracking_Studiensteckbrief-KW21_22-PhCe.pdf
- Statistik Austria (2022): Tourismus in Österreich. Ergebnisse der Beherbergungsstatistik. Wien. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Tourismus_2021_Barr.pdf
- Statistik Austria (2021): Verkehrsstatistik 2020. Wien. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Verkehrsstatistik_2020.pdf
- Statistik Austria (Hrsg.) (2021): Verbrauchsausgaben 2019/20. Hauptergebnisse der Konsumerhebung. Austria, Wien. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Verbrauchsausgaben_-_Hauptergebnisse_der_Konsumerhebung_2019_2020.pdf
- Statistik Austria (Hrsg.) (2018). Betriebliche Weiterbildung 2015. Wien. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/publications/Betriebliche_Weiterbildung_2015.pdf
- Statistik Austria (Hrsg.) (2014): Standard-Dokumentation Metainformationen (Definitionen, Erläuterungen, Methoden, Qualität) zur Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Download: https://www.statistik.at/fileadmin/shared/QM/Standarddokumentationen/RW/std_r_tsa_2013.pdf
- UniCredit Bank Austria AG (Hrsg.) (Jänner 2020): Economics & Market Analysis Austria. Branchen Bericht. Reisebüros und Reiseveranstalter. Download: <https://www.bankaustria.at/files/Reisebueros%20u%20Reiseveranstalter.pdf>
- UniCredit Bank Austria AG (Hrsg.) (Dezember 2019): Economics & Market Analysis Austria. Branchen Bericht. Tourismus. Download: <https://www.bankaustria.at/files/Tourismus.pdf>
- WIFO, Statistik Austria (Hrsg.) (2020): Bericht über die Bedeutung, Entwicklung und Struktur der österreichischen Tourismuswirtschaft im Jahr 2019. Hrsg.: WIFO, Wien. Download: https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikation_sid=66095&mime_type=application/pdf

WKO (2021): Lehrlingsstatistik April 2021

WKO (2022): Lehrlingsstatistik April 2022

Wirtschaftskammer Wien (2021): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2020. Download: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/BQM-Kurzstatistik-Folder-2020-final.pdf>

Wirtschaftskammer Wien (2022): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2021. Download: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/2021-Lehrlingsstatistik-Kurzfassung.pdf>

Wirtschaftskammer Wien (2020): Kurzstatistik. Lehrlinge und Befähigungsprüfungen Wien für die Jahr 2019. Download: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/Kurzstatistik-Lehrlinge-und-BP-Folder-2019.pdf>, zuletzt abgerufen: 03.06.2022

WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (Hrsg.) (2022): Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten, 58. Ausgabe, April 2022. Download: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/tourismus-freizeitwirtschaft-in-zahlen-2022.pdf>

WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (Hrsg.) (2021): TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT IN ZAHLEN. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten, 57. Ausgabe, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, Mai 2021. Download: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/tourismus-freizeitwirtschaft-in-zahlen-2021.pdf>

WKO, Fachverband Seilbahnen (2022): Seilbahnen Österreichs. Download: <https://www.wko.at/branchen/transport-verkehr/seilbahnen/bergbahn-seilbahn-oesterreich.html>

Zellmann, P. (2021a): Urlaubsplanung 2021: Zwischen Reiselust und Maßnahmenfrust. IFT Forschungstelegramm März 2021 (Nr. 1/21). Hrsg. Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT), Wien. Download: <https://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2021/183.%20FT%201-2021%20Urlaubsplanung.pdf>

Zellmann, P. (2021b): Urlaubsplanung 2021: Die Jüngeren noch besonders unsicher. IFT Forschungstelegramm April 2021 (Nr. 2/21). Hrsg. Institut für Freizeit- und Tourismusforschung (IFT), Wien. Download: <https://www.freizeitforschung.at/data/forschungsarchiv/2021/184.%20FT%202-2021%20Urlaubsplanung%20Alter.pdf>

Internetquellen

Links zuletzt geprüft 10.06.2022

AMS Österreich (2022): Berufswörterbuch.at, Bereich „Tourismus, Gastgewerbe, Freizeit“:

<https://www.berufsworterbuch.at/bereiche-branchen/>

AMS Österreich (2022): AMS Ausbildungskompass: <https://www.ausbildungskompass.at/>

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (2020): Arbeitsmarktlage 2019. Wien. Online unter: <https://www.ams.at/arbeitsmarktdaten-und-medien/arbeitsmarkt-daten-und-arbeitsmarkt-forschung/berichte-und-auswertungen>

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation (2021): Arbeitsmarktlage 2020. Wien 2021. Online unter: <https://www.ams.at/arbeitsmarktdaten-und-medien/arbeitsmarkt-daten-und-arbeitsmarkt-forschung/berichte-und-auswertungen>, 11.06.2021

AMS Steiermark (22.02.2021): Corona Joboffensive und Tourismusakademie Ennstal. Pressemeldung. Online unter: <https://www.ams.at/regionen/steiermark/news/2021/02/liezen-corona-joboffensive-und-tourismusakademie-ennstal>

AMS Tirol (02.07.2021): Neue Tourismusfachkräfte durch Gastro-Ausbildungsoffensive. Pressemeldung. Online unter: <https://www.ams.at/regionen/tirol/news/2021/07/neue-tourismusfachkraefte--durch-gastro-ausbildungsoffensive>

Avantgarde Experts (o.J.): New Work: Definition, Konzept, Beispiele der neuen Arbeitsformen. Online unter: <https://www.avantgarde-experts.de/de//magazin/new-work/>

Bauer, K. (06.11.2021): Great Resignation. So wollen sie nicht mehr arbeiten. DerStandard.at. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000130940556/so-wollen-sie-nicht-mehr-arbeiten>

Bruckner, R. (11.07.2021): Köche und Kellner wieder händeringend gesucht. DerStandard.at. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000127302161/wieder-lautes-wehklagen-ueber-mangel-an-koechen-und-kellnern?ref=rec>

BMBWF (2022): ABC der berufsbildenden Schulen - Schoolfinder. Online unter: <https://www.abc.berufsbildendeschulen.at/schoolfinder>

Bundesministerium für Arbeit (2022): Corona-Joboffensive. Online unter: <https://www.bma.gv.at/Services/News/Coronavirus/Corona-Joboffensive.html>

Bundesministerium für Arbeit (2022a): amis – Arbeitsmarktinformationssystem: Lehrstellenmarkt. Online unter: https://www.dnet.at/amis/Datenbank/DB_Stellenmarkt.aspx,

Bundeministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus (2019): Plan T – Masterplan für Tourismus. Online unter: <https://info.bmlrt.gv.at/themen/tourismus/masterplan-tourismus-plan-t.html>

DerStandard.at (01.12.2020): Profiteur der Krise: Lieferando wächst stark und will digitale Kantine werden. Lieferdienste erobern das Homeoffice. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000122118061/profiteur-der-krise-lieferando-waechst-stark-und-will-digitale-kantine>

Der Standard.at (30.06.2021): Overtourism: Kehren die Massen in die Städte zurück? Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000127677231/overtourism-kehren-die-massen-in-die-staedte-zurueck>

DerStandard.at (24.05.2022): ÖBB überlegt Reservierungspflicht wegen hoher Anzahl Zugreisender, online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000135999913/oebb-ueberlegt-reservierungspflicht-wegen-hoher-anzahl-an-zugreisenden>

Desrues, G. (13.09.2020): Österreich und die Frühstücksbuffets: Totgesagte leben länger. DerStandard.at: Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000119861522/oesterreicher-und-fruehstuecksbuffets-totgesagte-leben-laenger>

- Diepresse.at (16.01.2017): "Tourismus darf sich nicht wundern, wenn Mitarbeiter davonlaufen" Online unter: <https://www.diepresse.com/5155104/tourismus-darf-sich-nicht-wundern-wenn-mitarbeiter-davonlaufen>
- Diepresse.at (22.12.2017): Vom Dachdecker zum Krankenpfleger: Ministerium fixiert 27 Mangelberufe. Online unter: <https://www.diepresse.com/5343053/vom-dachdecker-zum-krankenpfleger-ministerium-fixiert-27-mangelberufe>
- ehrenamt24 Benefits GmbH (o.J.): Digitalisierung bei Sportveranstaltungen. Online unter: <https://www.ehrenamt24.de/wissen-fuer-vereine/vereinswiki/digitalisierung-bei-sportveranstaltungen/>
- Embacher, A. (2021): Interview Tusch: „Das Strukturproblem sind die Arbeitsbedingungen.“ Falstaff.at, 21.07.2021. Online unter: <https://www.falstaff.at/nd/tusch-das-strukturproblem-sind-die-arbeitsbedingungen/>
- Eventfex (07.07.2020): Covid-19 trifft die Kongress- und Tagungsbranche mitten ins Gastgeberherz. Online unter: <https://www.eventfex.com/covid-19-kongress-tagungsbranche/>
- Fleischhacker, V. (Jänner 2020): Zukunftsmarkt Gesundheitstourismus, Der Gesundheitstourismus in Österreich 2009-2019. Stellenwert, Strukturen, Tendenzen, ökonomische Effekte. Online unter: Tourismusforschung Austria, URL: <http://www.tourismusforschungaustria.at/443273056>
- Gögele, A. (Mai 2019): Die Relevanz von Online-Bewertungen für die Hotelbranche. Additive+. Online unter: <https://www.additive.eu/beitraege/die-relevanz-von-online-bewertungen-fuer-die-hotelbranche.html#online-marketing-2>
- Hoepke, S. (23.03.2018): Sporturlaub: In Österreich läuft es am besten. Kurier.at. Online unter: <https://kurier.at/wirtschaft/beim-sporturlaub-ist-oesterreich-europameister/400010304>
- Invenium Data Insights GmbH (o.J.): Tourism insights: Atemberaubende Ausblicke. Online unter: <https://www.invenium.io/products/tourism-insights/>
- Karner, N. (2020): Klimaverträgliche Reisen ermöglichen... und neue Gäste gewinnen, Gespräch mit Michael Schwendinger, Blog vom 09.11.2020. Online unter: Zimmerstunde: <https://zimmerstunde.at/klimavertraegliche-reisen-ermoeglichenund-neue-gaeste-gewinnen/>
- Kirig, A. (2020): Tourismus nach Corona. Alles auf Resonanz. Zukunftsinstitut.de. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/tourismus-nach-corona-alles-auf-resonanz/>
- KleineZeitung.at (22.12.2021): Tausende Schweden mit implantierten Mikrochips: Jetzt auch mit Covid-19-Pass. Online unter: <https://www.kleinezeitung.at/wirtschaft/6077642/Unter-der-Haut-Tausende-Schweden-mit-implantierten-Mikrochips>
- Kobernuß, J. (15.05.2020): Jan-F. Kobernuß (ift) zum Gesundheitstourismus in der Corona-Krise: "Wer sich jetzt kommunikativ versteckt, verliert wertvolle Zeit." Destinet.de. Online unter: <https://www.destinet.de/lernkurve/8040-gesundheitstourismus-in-der-corona-krise-wer-sich-jetzt-kommunikativ-versteckt,-verliert>
- Kreulitsch, J. (04.02.2021): Gastronomietrends in Zeiten von Corona. in: Gast.at. Online unter: <https://www.gast.at/gast/gastronomietrends-zeiten-von-corona-192120>
- Naisbitt, J. (1982): Megatrends: Ten New Directions Transforming Our Lives. 6., Neuauflage, Verlag Warner Books.
- Nutz, D. (2021): Warum es im Tourismus an Fachkräften mangelt. Gast.at, 05.08.2021. Online unter: <https://www.gast.at/gast/warum-es-im-tourismus-fachkraeften-mangelt-206832>
- ÖBB Infrastruktur AG (2011): Zielnetz 2025+. Online unter: <https://infrastruktur.oebb.at/de/unternehmen/fuer-oesterreich/zukunft-bahn-zielnetz/dokument?datei=Zielnetz+2025+Ergebnisbericht.pdf>

- ÖHT (2022): Bilanzvergleich. Online unter: <https://www.oehrt.at/die-tourismusbank/know-how-und-kennzahlen/>
- ÖHV (2022): Bald Pflicht statt Kür? Nachhaltigkeit als Gamechanger in der Hotellerie. Pressemeldung 08. Juni 2022. Online unter: https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20220608_TPT0004/bald-pflicht-statt-kuer-nachhaltigkeit-als-gamechanger-in-der-hotellerie
- ORF.at (04.04.2021): Reiseziele mit guten Vorsätzen. Online unter: <https://orf.at/stories/3207259/>
- Österreich Werbung (2022): Blogbeitrag: Auf dem Weg zu einem nachhaltigen Tourismus. Online unter: <https://www.austriatourism.com/blog/2019/bulletin-texte-2019/heft-zwei-2019/auf-dem-weg-zu-einem-nachhaltigen-tourismus/>
- Österreich Werbung (o. J.): Roboter – Neue Helfer im Tourismus. Blog, Online unter: <https://www.austriatourism.com/blog/oesterreichische-tourismustage/roboter-neue-helfer-im-tourismus/>
- Pekovics, M. (30.07.2021): Neusiedler See trocknet langsam aus, Tourismus stockt trotzdem auf. Kurier.at, Online unter: <https://kurier.at/chronik/burgenland/neue-tourismusprojekte-am-see-der-langsam-austrocknet/401459365>
- Pekovics, M. / Koglbauer-Schöll, C. (17.07.2019): Seebad: Wer Saisonkarten will, muss Handvenen registrieren. Kurier.at, Online unter: <https://kurier.at/chronik/burgenland/seebad-wer-saisonkarte-will-muss-handvenen-registrieren/400553195>
- Salzburger Nachrichten (26.05.2022): Experte: Tourismus-Arbeitsuchende orientieren sich oft neu. Online unter: <https://www.sn.at/wirtschaft/oesterreich/experte-tourismus-arbeitssuchende-orientieren-sich-oft-neu-121889944>
- Sport Austria (o.J.): Studie "aktives Sportverhalten und passiver Sportkonsum". Online unter: <https://www.sportaustria.at/de/sport-in-oesterreich-und-europa/sport-in-oesterreich/studie-aktives-sportverhalten-und-passiver-sportkonsum/>
- Sport Leading Company (08.05.2020): Coronakrise: So wichtig ist der Sport für die Wirtschaft, Online unter: <https://sport-leading.com/coronakrise-so-wichtig-ist-der-sport-fuer-die-wirtschaft/>
- Statistik Austria (2020): Deutsche und einheimische Gäste prägen zwei Drittel des Sommertourismus in Österreich. Pressemitteilung 12.235-075/20. Online unter: https://www.statistik.at/web_de/presse/123054.html
- Statistik Austria (2022): Ankünfte, Nächtigungen. Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/ankuenfte-naechtigungen>
- Statistik Austria (2022): Anzahl der Betriebe und Betten nach Bundesländern und Unterkunftsarten 2021
Veränderungen der Betten im Vergleich zum Berichtszeitraum 2019/20, zur Wintersaison 2019/20 und zur Sommersaison 2020 (in %). Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/beherbergung/betriebe-betten>
- Statistik Austria (2022): Weniger Betriebe und Betten im Tourismusjahr 2020/21. Pressemitteilung. Online unter: <https://www.statistik.at/fileadmin/announcement/2022/05/20220121TourismusBettenBetriebe202021.pdf>
- Statistik Austria (2022): Auslastung der Betten für die Wintersaison 2020/21 und die Sommersaison 2021. Online unter: https://www.statistik.at/fileadmin/pages/71/Auslastung_Betten_WS_SS_2021.ods
- Statistik Austria (2022): Reisegewohnheiten. Online unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus/reiseverhalten>

- Statistik Austria (2022): Schulstatistik. <https://www.statistik.at/statistiken/bevoelkerung-und-soziales/bildung/schulbesuch>
- Stefan, L. (06.09.2020): Wie Fremdenführer mit neuen Angeboten Einheimische anlocken, 06.09.2020, online: Der Standard.at. Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000119795231/wie-fremdenfuehrer-mit-neuen-angeboten-einheimische-anlocken>
- Strobl, G. (31.07.2021): Nur sechs von zehn Tourismus-Beschäftigten bleiben in der Branche. DerStandard.at, Online unter: <https://www.derstandard.at/story/2000128589507/nur-sechs-von-zehn-beschaeftigten-im-tourismus-bleiben-in-der>
- T.A.I. Tourist Austria (o.J.): Coronakrise als Chance für Reisebüros! Social Media, Storytelling und neue Schwerpunkte. Online unter: <https://www.tai.at/touristik/reisebueros-veranstalter/Coronakrise-als-chance-fuer-reisebueros-social-media-storytelling-und-neue-schwerpunkte>
- T.A.I. Tourist Austria (o.J.): Absturz der großen Reise-Domains in Österreich! Visits derzeit im Keller. Online unter: <https://www.tai.at/touristik/reisebueros-veranstalter/absturz-der-grossen-reise-domains-in-oesterreich-visits-derzeit-im-keller>
- Tourismus Forum Incoming (2022): Incoming Tourisms. Online unter: <https://www.tourismus-forum.at/de/facts-figures/incoming-tourismus>
- Tourismusschulen Österreich – Austria <http://www.tourismusschulen-oesterreich.at/home.htm>
- Trendreport.de (2022): Megatrends. Online unter: <https://www.trendreport.de/megatrends/>
- Tsvetkov, T. (2020): Gesundheitstourismus in der EU: Zahlen und Fakten. Blog auf Regiondo.com. Online unter: <https://pro.regiondo.com/de/gesundheitstourismus-zahlen-fakten/>,
- Vienna Online (08.07.2021): Coronakrise brachte Gastro Umsatzverlust von rund 9 Milliarden Euro. Online unter: <https://www.vienna.at/coronakrise-brachte-gastro-umsatzverlust-von-rund-9-milliarden-euro/7049208>
- Wirtschaftskammer Wien (2021): Lehrlingsausbildungsverbände für die Wiener Hotellerie- und Gastronomiebranche. Online unter: <https://www.wko.at/service/w/bildung-lehre/lehrausbildungsverbuende-hotellerie-gastronomie.html>
- WKO (2022a): Lehrlingsstatistik des jeweiligen Jahres. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/daten-lehrlingsstatistik.html>
- WKO (2022b): Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/beschaefigungsstatistik-kammersystematik.html#Besch%C3%96>
- WKO (2020): Hotels nach Betriebsarten per 31.12.2020. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/hotellerie/hotels-nach-betriebsarten-2020.html>
- WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2019): Merkblätter für Arbeitgeber und Arbeitnehmer mit den wichtigsten Fakten zu den Arbeitszeitregelungen. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/arbeitszeitgesetz-hotellerie-gastronomie-freizeitbetrieben.html>
- WKO, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft (2022): Kollektivverträge für die Tourismus-, Freizeit-, Kultur- und Gesundheitswirtschaft. Online unter: <https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/kollektivvertraege.html>, zuletzt abgefragt 22.05.2022
- WKO (o.J.): Klein- und Mittelbetriebe in Österreich. Online unter: <https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/KMU-definition.html>
- Zukunftsinstitut GmbH (2022a): Was sind Megatrends. Online unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/#was-sind-megatrends>

Zukunftsinstitut GmbH (2022b): Die Megatrends. Online unter:

<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

Zukunftsinstitut GmbH (2022c): Megatrend Individualisierung. Dossier. Online unter:

<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-individualisierung/>

Zukunftsinstitut GmbH (2022d): Megatrend Gesundheit. Online unter:

<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-gesundheit/>

Zukunftsinstitut GmbH (2022e): Megatrend Konnektivität. Online unter:

<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-konnektivitaet/>

Zukunftsinstitut GmbH (2022f): Megatrend Silver Society. Dossier. Online unter:

<https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrend-silver-society/>

InterviewpartnerInnen

Tiefeninterviews mit:

- Andreas Gollner, vda, Fachbereich Tourismus und Dienstleistungen
- Brigitta Brunner, Österreichische Hotelierversammlung, Leitung ÖHV Campus
- Peter Zellmann, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung
- Anja Kirig, Deutsches Zukunftsinstitut

Darüber hinaus wurden Interviews aus der Reihe der AMS New Skills Gespräche in die Analysen einbezogen, die 2021 mit einem besonderen Schwerpunkt auf die Branche Tourismus und Freizeitwirtschaft durchgeführt wurden.

9 Verzeichnisse

9.1 Abkürzungsverzeichnis

AHS	Allgemeinbildende Höhere Schulen
AMS	Arbeitsmarktservice Österreich
AQUA	Arbeitsplatznahe Qualifizierung
BFI	Berufsförderungsinstitut
BGLD	Burgenland
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BMBWF	Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung
BMLRT	Bundesministerium für Landwirtschaft, Regionen und Tourismus
BMNT	Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (bis Jänner 2020)
BHS	Berufsbildende Höhere Schulen
BMS	Berufsbildende Mittlere Schulen
CEE	Central and Eastern Europe
FH	Fachhochschule
FIT	Frauen in Handwerk und Technik
IHS	Institut für Höhere Studien
KmS	Kompetenzen mit System
KMU	Klein- und Mittelbetriebe
NÖ	Niederösterreich
ÖBB	Österreichische Bundesbahn
ÖHT	Österreichische Hotel- und Tourismusbank
ÖHV	Österreichische Hoteliervereinigung
TGHS	Technisch-gewerbliche Höhere Schulen
TSA	Tourismus-Satellitenkonto
ÜBA	Überbetriebliche Ausbildung
UNWTO	World Tourism Organization
VCÖ	Verkehrsclub Österreich
vgl.	vergleiche
WIFI	Wirtschaftsförderungsinstitut
WIFO	Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung
WKO	Wirtschaftskammer Österreich

9.2 Abbildungen

Abbildung 2-1: Tourismusintensität nach Gemeinden, Sommerjahr 2019.....	10
Abbildung 2-2: <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> und ihre Abhängigkeiten im Überblick	13
Abbildung 5-1: Ausbildungswege in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	60
Abbildung 5-2: Regionale Verteilung der Tourismusschulen in Österreich.....	64
Abbildung 6-1: Megatrends	94

9.3 Grafiken

Grafik 2-1: Beschäftigungsgrößenklassen nach Sparten	16
Grafik 4-1: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021	32
Grafik 4-2: Beschäftigte Frauen und Männer in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021.....	33
Grafik 4-3: Beschäftigte aus dem Ausland in Beherbergung und Gastronomie 2010-2021	35
Grafik 4-4: Beschäftigte aus dem Ausland in Beherbergung und Gastronomie, nach Herkunftsländern 2019.....	36
Grafik 4-5: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2019 und 2021 nach Bundesland – Reihung nach den höchsten Beschäftigungszahlen im Jahr 2019.....	37
Grafik 4-6: Beschäftigte in Beherbergung und Gastronomie 2010, 2019 und 2021 nach Bundesland in %-Anteilen an den Gesamtbeschäftigten – Reihung nach den höchsten Beschäftigungszahlen im Jahr 2019	38
Grafik 4-7: Arbeitslosenquote 2010 bis 2021 in der Gesamtwirtschaft sowie in der Beherbergung und Gastronomie in %.....	39
Grafik 4-8: Beschäftigte in der Beherbergung und Gastronomie nach Altersgruppen 2010 und 2019 in Zahlen	40
Grafik 4-9: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten – Gesamt	42
Grafik 4-10: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten – nach Teilbereichen.....	43
Grafik 4-11: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten in Tirol und Oberösterreich	43
Grafik 4-12: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung und Gastronomie 2019 nach Monaten in Wien und Kärnten	44
Grafik 4-13: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung oder Gastronomie 2017-2019 nach Monaten	45
Grafik 4-14: Beschäftigte Inländer und Ausländer in der Beherbergung und Gastronomie 2017-2019 nach Monaten	46
Grafik 4-15: Beschäftigte und Arbeitslosen in der Beherbergung oder Gastronomie Jänner 2020 bis März 2022 nach Monaten	46
Grafik 4-16: Arbeitskräftepotential (Beschäftigte und Arbeitssuchende) in der Beherbergung und Gastronomie 2010-2021 in Zahlen	51
Grafik 4-17: Einschätzung der Stärke des aktuellen Fachkräftemangels nach Branchen	52
Grafik 4-18: Berufe mit den größten Rekrutierungs-/Besetzungsschwierigkeiten im Jahr 2021.....	53
Grafik 4-19: Einschätzung der Entwicklung des Fachkräftemangels in den nächsten drei Jahren.....	54
Grafik 4-20: Einschätzung der aktuellen Stärke des Fachkräftemangels in den befragten Unter- nehmen nach Bundesländern (Sparte <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>) im Fachkräfte radar 2020.....	55
Grafik 4-21: Anteil ausgewählter Branchen nach Wirtschaftsabschnitten am Bestand der Personen in Kurzarbeit im Jahr 2020	58

Grafik 4-22: Rückgang der Beschäftigung in Beherbergung und Gastronomie in den EU Mitgliedsstaaten im 2. Quartal 2020: Vergleich zum Vorjahr in %.....	59
Grafik 5-1: Lehrlinge in Österreich 2010 – 2021 und in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	64
Grafik 5-2: Lehrlinge in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> in den Jahren 2010, 2019 und 2021, jeweils per 31.12. des Jahres und prozentuelle Entwicklung zw. 2010 und 2021	68
Grafik 5-3: Lehrlinge im 1. Lehrjahr in Österreich und in Wien, 1990 bis 2021	69
Grafik 5-4: Lehrlinge im 1. Lehrjahr in Österreich und in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> , 1990 bis 2021	70
Grafik 5-5: Lehrlinge in ausgewählten Lehrberufen.....	71
Grafik 5-6: Offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende 2019 bis 2022 (Bestand; September 2019 bis Mai 2022)*	75
Grafik 5-7: Offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende, Gesamt und Tourismus, (Bestand; 31. Mai des jeweiligen Jahres, 2010 bis 2022).....	77
Grafik 5-8: Sofort verfügbare offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende nach Bundesland, insgesamt (Bestand, Ende Mai 2022).....	78
Grafik 5-9: Sofort verfügbare offene Lehrstellen und Lehrstellensuchende nach Bundesland in der Berufsobergruppe Fremdenverkehr (Bestand, Ende Mai 2022).....	79
Grafik 6-1: Zeitpunkt der Reisebuchung.....	96
Grafik 6-2: Reiseabsichten 2021	97
Grafik 6-3: Reisezielplanung nach Altersgruppen	98
Grafik 6-4: Reisezielplanung.....	102

9.4 Tabellen

Tabelle 2-1: Unselbstständig Beschäftigte nach Fachverbänden der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft sowie ausgewählte verbundene Fachverbände 2010 – 2021	7
Tabelle 2-2: Zusammensetzung der Sparte <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	14
Tabelle 3-1: Berufe in Beherbergung und Gastronomie (alphabetisch).....	30
Tabelle 5-1: Ausbildungstypen in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> im Überblick	61
Tabelle 5-2: Ausbildungsangebot im Tourismus und in der Freizeitwirtschaft.....	62
Tabelle 5-3: Auswahl an Tourismus-Studien an Universitäten und Fachhochschulen	65
Tabelle 5-4: Lehrberufe in <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i>	66
Tabelle 5-5: Lehrlinge nach Sparten, gesamt und im ersten Lehrjahr, 2019 bis 2022, per Stichtag 31. Mai des Jahres	72
Tabelle 5-6: Lehrbetriebe und Lehrlinge je Lehrbetrieb, Sparte <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> ...	80
Tabelle 5-7: Lehrlingsquote im Mehrjahresvergleich nach Beschäftigungsgrößenklassen, Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft.....	80
Tabelle 5-8: Ausbildungsaktive Unternehmen in der <i>Tourismus und Freizeitwirtschaft</i> 2019	81
Tabelle 5-9: TeilnehmerInnen an überbetrieblichen Ausbildungen im Auftrag des AMS	83
Tabelle 5-10: SchülerInnen in Tourismusschulen in Österreich und in zwei ausgewählten Bundesländern, 2011 bis 2020, Absolutzahlen.....	85
Tabelle 5-11: Wichtige Fähigkeiten für die Zukunft, 2015.....	89

ANHANG

ANHANG 1: Fragesammlung zur Analyse der betriebsspezifischen Situation der Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftesicherung

Die nachfolgende Frageliste soll eine Anregung darstellen, sich mit der regionalen und betrieblichen Fachkräfte- bzw. Arbeitskräftestruktur und -bedarfe auseinanderzusetzen, um ein besseres Verständnis für die regionale Situation zu erzeugen. Daraus lassen sich Ansätze für einzelbetriebliche, lokale und regionale Strategien für ein Gegensteuern zu einem möglichen Fachkräftemangel ableiten.

Diese Fragesammlung kann auch einen Ausgangspunkt für ein weitergehendes qualitatives Forschungsdesign zur Untersuchung des regionalen Fachkräftebedarfs in Tourismus und Freizeitwirtschaft sein.

Diese Fragesammlung kann beliebig erweitert und vertieft werden.

- Mit welchen Betrieben/Bereichen konkurriere ich lokal und regional um ein begrenztes Potenzial an Arbeitssuchenden und Auszubildenden?
 - In Hinblick auf potenzielle Lehrlinge überdies: mit welchen alternativen Ausbildungsangeboten?
- Wie sieht die demografische Verteilung der Menschen und die erwartete demografische Entwicklung in meiner Region aus?
- Wie sieht die demografische und qualifikatorische MitarbeiterInnenstruktur in meinem Betrieb und in meiner Tourismusregion aus?
- Wie unterscheidet sich mein Betrieb, meine Branchen von den MitbewerberInnen im positiven, wie auch im negativen?
- Wie sieht die Fluktuation in meinem Betrieb aus?
 - Ist diese saisonal bedingt?
 - Ist diese ein Problem für die Deckung meines Arbeitskräftebedarfs?
 - Unterscheidet sich diese von anderen Betrieben in der Region?
 - Welche Ursachen/Erklärungen können für eine erhöhte Fluktuation gefunden werden?
 - Welche Maßnahmen wurden bisher im Betrieb gesetzt, um die Fluktuation zu reduzieren? – Mit welchem Erfolg?
- Welche Möglichkeiten nutze ich bislang, um Arbeitssuchende und Ausbildungssuchende anzusprechen? Wie erfolgreich bin ich damit und hat sich im Falle der Erfolglosigkeit meine Strategie verändert? – Wenn nein, warum nicht?
- Welche Suchmöglichkeiten/Suchplattformen nutze ich? – Wo ist die Zielgruppe zu finden?
- Welche Zielgruppe will ich ansprechen? Gibt es diese Zielgruppe in meinem Einzugsbereich in ausreichender Menge? Verwende ich für diese Zielgruppe die geeignete Strategie?
- Beschränke ich meine Arbeitskräftesuche, Suche nach Lehrlingen lokal/regional oder suche ich auch überregional?
- Gibt es bestimmte Tätigkeitsbereiche, in denen die Deckung des Personalbedarfs besonders schwierig ist?
- Wen spreche ich bei meiner Rekrutierung konkret an? Gibt es darüber hinaus Zielgruppen, die ich bisher nicht oder nicht ausreichend bearbeite?
- Welche Strategien verfolge ich bei der Beschäftigung älterer MitarbeiterInnen?
- Was sind meine konkreten Erwartungen an Einsteiger? – vor allem auch abgesehen von fachlichen Aspekten?

- Wie wird mein Unternehmen im Internet und insb. auf Social Media dargestellt? Was findet sich über meinen Betrieb im Netz? Insb. auch in Bewertungsplattformen? – Viele junge Menschen legen großen Wert auf Arbeitgeberbewertungen.
- Sind meine Stellenausschreibungen so gestaltet, dass sie einen klaren Eindruck der Position vermitteln.
- Was mache ich in meinem Unternehmen, um den gängigen Klischees entgegenzuwirken?
 - Arbeitszeitgestaltung
 - Entlohnungssystem
 - Umgang im Team
 - Entwicklungs- und Aufstiegschancen
- Welche Antworten biete ich als ArbeitgeberIn / Branche für die Fragen und Anliegen einer jungen Generation?