



## Wertschöpfung durch Tourismus

Der Tourismus zählt weltweit zu den wichtigsten Wirtschaftszweigen (UNWTO, 2024), insbesondere in Berggebieten, wo er Arbeitsplätze schafft und Einkommen generiert. Seine Wertschöpfungseffekte fördern die wirtschaftliche Integration, bremsen Abwanderung und verringern regionale Ungleichheiten. Daher ist eine präzise Messung dieser Effekte essenziell, um die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu erfassen (Tanner & Müller, 2019; Tschurtschenthaler, 1993).

Allerdings ist der Tourismus kein eigenständiger Wirtschaftszweig, da er nicht über ein gemeinsames Angebot definiert wird. Stattdessen ist er ein Nachfragephänomen, das verschiedene Branchen betrifft.

Seine wirtschaftlichen Effekte sind somit in mehreren Sektoren „versteckt“ (Statistik Austria, 2014; Mundt, 2013). Die Berechnung des wirtschaftlichen Anteils des Tourismus erfordert die Erfassung touristischer Transaktionen. Dazu müssen touristische Umsätze aus den Gesamtumsätzen einzelner Wirtschaftszweige herausgerechnet werden, was mit Aufwand und Ungenauigkeiten verbunden ist. Grundsätzlich gibt es zwei Ansätze: Der angebotsorientierte Top-down-Ansatz, der Unternehmenseinnahmen aus touristischen Aktivitäten betrachtet und der nachfrageorientierte Bottom-up-Ansatz, der die Ausgaben der Tourist:innen erfasst (Tanner & Müller, 2019; Mundt, 2013).

## Berechnung und Arten der Wertschöpfung

Um die gesamtökonomischen Effekte des Tourismus erfassen zu können, werden in Österreich seit 2002 nationale und regionale Tourismus-Satellitenkonto (TSA) nach den international empfohlenen Methodik-Grundlagen für nationale TSAs und das Europäische System volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung (ESA 2010) erhoben (Statistik Austria, 2024a; 2024b). Die Berechnung des Österreichischen Tourismus-Satellitenkonto berücksichtigt nur jene direkten Aufwendungen, die von oder für Besucher für Waren und Dienstleistungen vor und während einer Reise getätigt werden. Die direkten und indirekten Effekte des Tourismus auf die Gesamtwirtschaft werden durch die Input-Output-Analyse berechnet (BMFWF, 2014).

### Direkt

Direkt getätigten Ausgaben von Touristen bei Unternehmen nach Dienstleistungen und Güter

### Indirekt

Direkte Wertschöpfung plus Vorleistungen (Sekundäreffekte)

### Induziert

Einkommen von Mitarbeitenden im Tourismus, die regionale Kaufkraft erhöhen

## Touristischer Umsatz vs. Wertschöpfung

Während das MCI Tourismus in Destination Research den Umsatz der touristischen Kernleistungsträger ermittelt, werden für die saisonalen Berechnungen die direkte und indirekte Wertschöpfung herangezogen.

Als touristische Kernleistungsträger für die Umsatzberechnung werden die Beherbergung, Gastronomie, Seilbahnwirtschaft, Schischulen sowie der Sportartikelhandel definiert. Während sich der Umsatz aus den gesamten Einnahmen dieser Tourismusbranchen

zusammensetzt, beschreibt die Wertschöpfung den tatsächlich wirtschaftlichen Beitrag dieser Unternehmen. Hierfür werden von den Umsätzen die Vorleistungen, z.B. für eingekaufte Materialien, Dienstleistungen oder Vorprodukt abgezogen. Somit stellt der Umsatz alle Geldflüsse aus Verkäufen dar, die Wertschöpfung des selbst geschaffenen wirtschaftlichen Beitrags von touristischen Unternehmen.

### Umsatzverteilung nach Kernleistungsträgern

- 🔗 57% Beherbergung
- 🔗 21% Gastronomie
- 🔗 13% Seilbahnen
- 🔗 8% Sportartikelhändler
- 🔗 1% Schischulen

Quelle: MCI Tourismus, Destination Research

### Wertschöpfung Tirol

- 🔗 Die direkte und indirekte Wertschöpfung liegt laut Berechnungen des MCI Tourismus im Winter 2023/24 bei 3,76 Mrd. und im Sommer 2024 bei 2,43 Mrd. Euro.
- 🔗 Damit fallen über 60% der Wertschöpfung in Tirol auf den Wintertourismus.

Quelle: MCI Tourismus

## Zu den Personen



Foto: MCI

**Janosch Untersteiner** und **Birgit Bosio** sind Lehrende und Forschende am MCI | Die Unternehmerische Hochschule®. Sie beschäftigen sich in ihrer Arbeit u.a. mit dem Thema der wirtschaftlichen Effekte des Tourismus. Janosch Untersteiner leitet zudem die Projekte Destination Research und Destination Performance.

## Referenzen

- BMFWF (2014)**. Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich – Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000 bis 2015. Statistik Austria.
- Eurostat (2014)**. Europäisches System Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnungen ESVG 2010. Europäische Union.
- Mundt, J.W. (2013)**. Tourismus. 4., überarbeitete und ergänzte Auflage. Oldenbourg.
- Statistik Austria (2014)**. Standard-Dokumentation Metainformationen (Definitionen, Erläuterungen, Methoden, Qualität) zur Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Statistik Austria.
- Statistik Austria (2024a)**. Nationale Tourismus-Satellitenkonten. Abgerufen unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus-tourismus-satellitenkonto/nationale-tourismus-satellitenkonten>.

- Statistik Austria (2024b)**. Regionale Tourismus-Satellitenkonten. Abgerufen unter: <https://www.statistik.at/statistiken/tourismus-und-verkehr/tourismus-tourismus-satellitenkonto/regionale-tourismus-satellitenkonten>.
- Tanner, M.B. & Müller, H. (2019)**. Grundkenntnisse Tourismus. Universität Bern.
- Tschurtschenthaler P. (1993)**. Methoden zur Berechnung der Wertschöpfung im Tourismus. In: Haedrich, G., Kaspar, C., Klemm, K. & Kreilkamp, E. (Hrsg.). Tourismus-Management. Tourismus-Marketing und Fremdenverkehrsplanung. De Gruyter.
- UN (2010)**. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. United Nations.
- UNWTO (2024)**. Why Tourism? Abgerufen unter: <https://www.unwto.org/why-tourism>.