

Deloitte.



Tourismusbarometer 2020

Eine Studie von
Deloitte Tirol und ÖHV



MAKING AN
IMPACT THAT
MATTERS
since 1845

Vorwort	03
Methode und Sample	04
Tourismusindex	05
Key Findings	06
Detailergebnisse	
Wirtschaftliche Lage des Tourismus	09
Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen	11
Geschäftsentwicklung 2020	14
Prognose für Wintersaison 2020/21	16
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	18
Investition und Finanzierung	20
Hot Topic	
Maßnahmen gegen die Corona-Krise	22
Kurz & bündig	28
Kontakt	29

Impressum

Herausgegeben von Deloitte Tirol Wirtschaftsprüfungs GmbH
AutorInnen: Andreas Kapferer und Birgit Breyner
unter redaktioneller Mitarbeit von Armin Nowshad und Gina Grassmann
Grafik und Layout: Claudia Hussovits

Vorwort

Ein Jahr wie 2020 hat Österreichs Tourismus noch nie erlebt. Die große Ungewissheit über den weiteren Verlauf der Pandemie und die damit einhergehende unsichere wirtschaftliche Zukunft bewegen die Branche. Mit dem Tourismusbarometer 2020 widmen sich Deloitte und die Österreichische Hoteliervereinigung (ÖHV) daher in diesem Jahr der COVID-19-Krise und deren Auswirkungen auf den Tourismus.

Bereits seit 2015 analysieren Deloitte und die ÖHV mit dem Tourismusbarometer die Stimmungslage unter Österreichs Tourismusbetrieben. Während die letzten Jahre von grundsätzlichem Optimismus und Zufriedenheit geprägt waren, hat sich die Situation durch die derzeitige Pandemie schlagartig verändert. Bereits ab Februar 2020 war mit den zunehmenden Meldungen zur Ausbreitung des Coronavirus vielerorts ein deutlicher Nachfragerückgang spürbar, die Entwicklung der Situation ab März ist bekannt. Entsprechend niedrig waren die Erwartungen der Tourismusbetriebe an den Sommer. Die Saison war jedoch von erheblichen regionalen Unterschieden geprägt: Die städtischen Gebiete traf es deutlich härter als ursprünglich gedacht. Betriebe in ländlichen Ferienregionen mussten zwar auch Einbußen hinnehmen,

jedoch geringer als befürchtet. Für die kommende Wintersaison erwartet die Branche allerdings überall starke Rückgänge – und das bereits vor Bekanntwerden des zweiten Lockdowns. COVID-19 hält die Unternehmen weiterhin auf Trab und stellt sie vor enorme Aufgaben.

Wie sehr die Krise die Tourismusunternehmerinnen und -unternehmer beschäftigt, unterstreicht auch die hohe Studienteilnahme in diesem Jahr: Rund 400 Betriebe teilten ihre Einschätzungen zur aktuellen Lage der Branche. Das Umfrageergebnis liefert ein umfassendes Stimmungsbild. Wo die größten Herausforderungen liegen und was der nunmehrige zweite Lockdown für Österreichs Tourismusbetriebe bedeutet, lesen Sie auf den folgenden Seiten.



Andreas Kapferer
Partner | Deloitte Tirol



Markus Gratzner
Generalsekretär | ÖHV

Methode und Sample

Mit dem Tourismusbarometer erheben Deloitte und die ÖHV jährlich die Stimmungslage in Österreichs Tourismusbranche. Im Rahmen der diesjährigen repräsentativen Studie haben im September 2020 rund 400 Unternehmen österreichweit ihre Meinung zur derzeitigen Lage des heimischen Tourismus sowie zu ihrer individuellen betriebswirtschaftlichen Situation geteilt.

Die Befragung umfasst die Kernbereiche:

- Wirtschaftliche Lage des Tourismus
- Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen
- Geschäftsentwicklung
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- Investition und Finanzierung

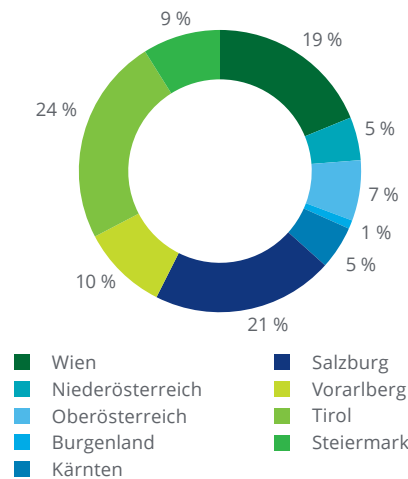
Neben diesen Feldern stehen in der heurigen Umfrage die betrieblichen sowie überbetrieblichen Maßnahmen gegen die Corona-Krise als Hot Topic 2020 im Fokus.

Die Ergebnisse der Befragung liefern wertvolle Einblicke und zeigen Stärken sowie Entwicklungsfelder aus der Perspektive der Tourismusunternehmen auf. Die Erkenntnisse aus der Studie wurden durch die Tourismusexpertinnen und -experten von ÖHV und Deloitte analysiert und interpretiert.

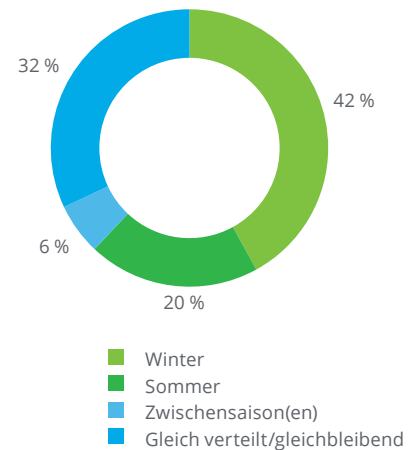
Auch 2020 wurde ein Tourismusindex errechnet, der die aktuelle Gesamtstimmung im österreichischen Tourismus veranschaulicht.

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

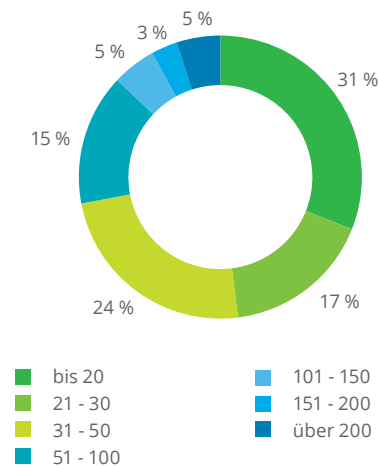
Lage der Tourismusunternehmen



Umsatzstärkste Zeit



Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter



Tourismusindex

Der Tourismusindex gibt die aktuelle Stimmungslage unter Österreichs Tourismusunternehmen wieder.

In den Index fließen folgende Faktoren ein:

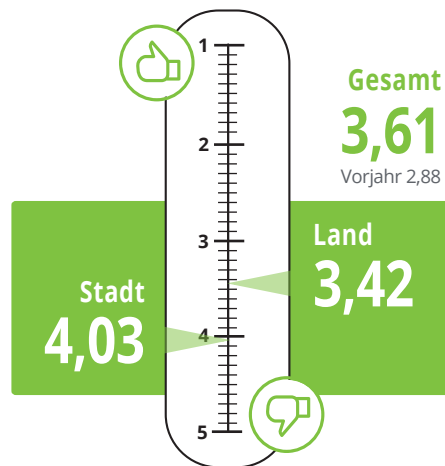
- Die aktuelle wirtschaftliche Lage sowie die Entwicklungschancen des Tourismus
- Die betrieblichen Rahmenbedingungen
- Die individuelle Situation und Entwicklung des jeweiligen Unternehmens

Der Tourismusindex wird gewichtet errechnet und folgt dem Schulnotensystem. Ein Wert von 1 steht damit für eine sehr gute und 5 für eine sehr negative Stimmung.

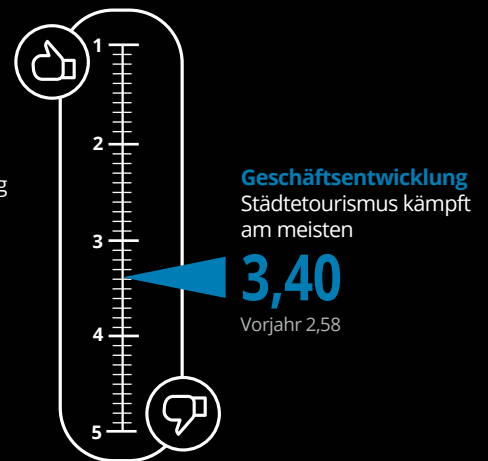
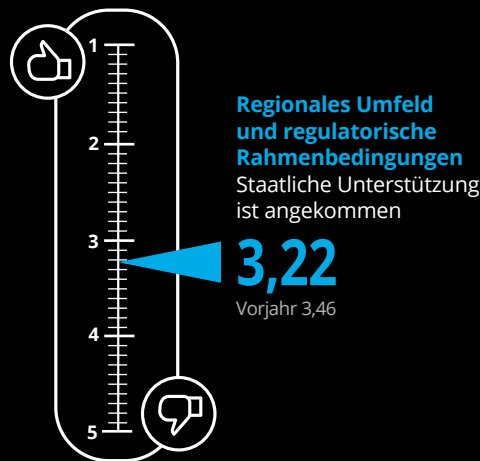
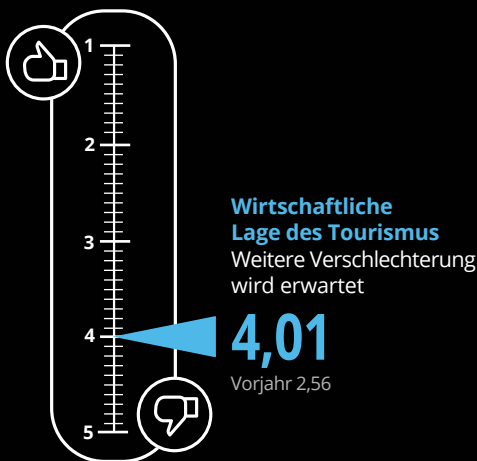
2020 liegt der Tourismusindex bei einem Gesamtwert von 3,61. Dieser Wert spiegelt das abrupte Ende der guten Entwicklung in den vorangehenden Jahren wider. Im Vorjahr lag der Index noch bei 2,88. Anders ausgedrückt: Der Wert hat sich innerhalb eines Jahres um ein Viertel verschlechtert.

Auf Bundesländerebene zeigen sich drei deutliche Ausreißer: Mit Abstand den besten Wert vergeben die Kärntner Betriebe mit 2,84, gefolgt vom Burgenland mit 3,01. Wien bildet mit einem Wert von 4,23 das klare Schlusslicht. Das verdeutlicht: Der Städtetourismus leidet am massivsten unter den Auswirkungen der Pandemie. Der direkte Vergleich von Stadt und Land zeigt, wie getrübt die Stimmung unter den städtischen Touristikerinnen und Touristikern derzeit ist.

Im Folgenden werden die Detailergebnisse, die dem Indexwert zugrunde liegen, betrachtet und analysiert.



Key Findings



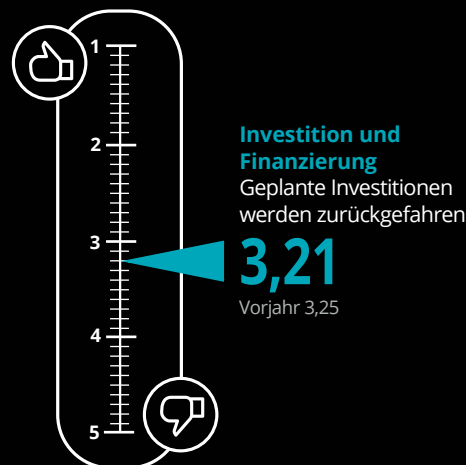
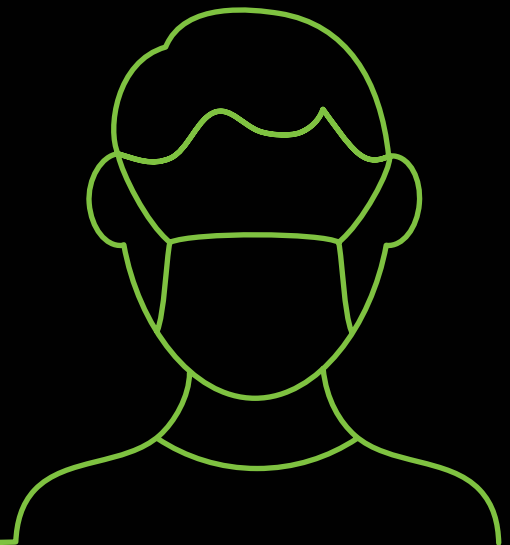
Die Sommersaison ist in Österreichs Bundesländern sehr unterschiedlich verlaufen. Nächtigungsrückgänge gab es zwar überall, Kärnten kam dabei aber mit einem blauen Auge davon. Wien hingegen bekam die Folgen der Pandemie wirtschaftlich voll zu spüren. Insgesamt hat sich für 85 % aller Befragten die wirtschaftliche Lage des Tourismus im eigenen Bundesland verschlechtert. Der Blick in die Zukunft stimmt die Befragten auch nicht optimistischer. Im Gegenteil: Mehr als drei Viertel der österreichischen Touristikerinnen und Touristiker prophezeien der eigenen Branche bis Sommer 2021 eine weitere Verschlechterung.

Die vergangenen Jahre war der Tourismus geprägt von extremem Fachkräftemangel, steigenden Kosten und negativem Einfluss durch Steuern und Abgaben. Heuer hat die aktuelle Steuer- und Abgabensituation die Entwicklung der Betriebe aber erstmals überwiegend positiv beeinflusst. Das ist eine klar positive Antwort der Unternehmerinnen und Unternehmer auf die Hilfspakete der Regierung.

Nach dem ersten Lockdown waren die Erwartungen an die Sommersaison niedrig. Im Rückblick stellen nun 54 % der Tourismusunternehmerinnen und -unternehmer fest, dass der Sommer doch weniger schlecht als erwartet ausgefallen ist. Vor allem die Kärntner und Burgenländer Betriebe wurden positiv überrascht. Im Gegensatz dazu haben jedoch fast drei Viertel der Wiener Tourismusunternehmen mit einem geringeren Einbruch gerechnet. Das verdeutlicht die Unterschiede zwischen Stadt und Land. Für den bevorstehenden Winter erwarten 94 % der städtischen Tourismusbetriebe signifikante Umsatzrückgänge, bei den Unternehmen außerhalb der Städte glauben das nur 53 %. Diese Einschätzungen wurden vor Bekanntwerden des zweiten Lockdowns getroffen.

Hot Topic 2020: Maßnahmen gegen die Corona-Krise

Corona stellt den heimischen Tourismus auf den Kopf. Gerade die Herkunftsmärkte haben sich stark verändert – und werden sich auch weiter verschieben. Österreichische Gäste gewinnen sowohl in den Städten als auch in Feriendestinationen an Bedeutung. Touristinnen und Touristen aus Fernmärkten bleiben hingegen derzeit und wohl auch im Winter aus, Geschäftsreisen sind eingebrochen. 65 % der Betriebe reagieren darauf mit einer Änderung ihres Angebots. Die Corona-Hilfspakete werden begrüßt und größtenteils gut angenommen. Dennoch: Dauert der zweite Lockdown mehr als drei Monate, würde das laut Umfrage das Ende für ein Drittel der befragten Tourismusbetriebe bedeuten.



Die Verfügbarkeit von qualifizierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern war auch im Corona-Sommer weit entfernt von optimal, sie wirkte sich jedoch deutlich weniger negativ auf die Betriebe aus als noch im Vorjahr. Wie in allen Bereichen zeigt sich auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, dass der Städtetourismus stärker unter den Pandemieauswirkungen leidet. Der Markt an verfügbaren Arbeitskräften ist in den Städten derzeit größer. Für den Winter rechnet man im Städtetourismus mit einem deutlich niedrigeren Mitarbeiterbedarf als bisher.

Ursprünglich geplante Investitionen werden in der Corona-Krise in großem Maß zurückgefahren – vor allem in den Städten (84 %). Die an sich attraktive Investitionsprämie, die zum Zeitpunkt der Befragung bereits zu beantragen war, verliert vor dem Hintergrund von Umsatzausfällen, mangelnder Liquidität und unsicheren Aussichten in Richtung Winter für viele ihren Reiz. Angesichts dieser Lage ist eher zurückhaltendes und vorsichtiges unternehmerisches Agieren geboten. Die Möglichkeit, Fremdfinanzierungen bei Banken zu generieren, ist außerdem laut rund 40 % der investitionsbereiten Unternehmen schwieriger geworden.

Detailergebnisse

Wirtschaftliche Lage des Tourismus

In ganz Österreich kam es zu massiven Nächtigungseinbrüchen. Besonders betroffen waren die Städte. Entsprechend nüchtern fallen auch die Prognosen für die kommende Wintersaison aus. Für die Branche heißt das vor allem eines: Es braucht weitere Hilfen.

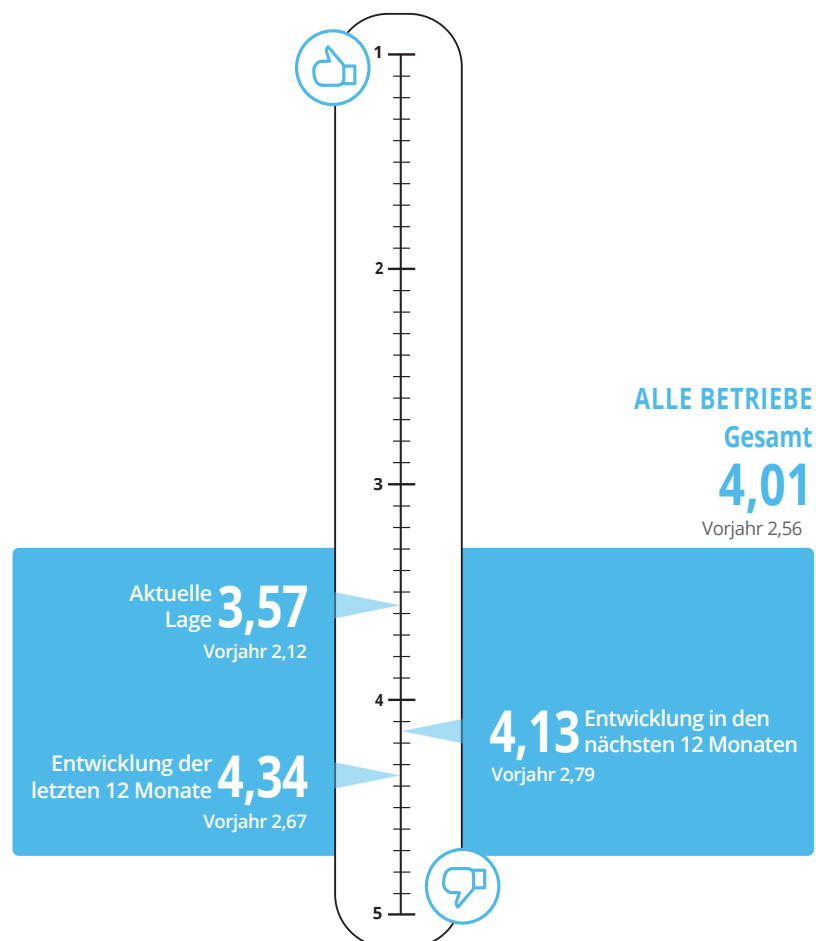
Die Wintersaison 2019/20 konnte noch mit 18 % Gesamtminus bei Nächtigungen abgeschlossen werden, wobei das Burgenland mit 30 % den höchsten Rückgang verzeichnen musste. Die Sommersaison von Mai bis September 2020 zeigt im Vergleich zum Vorjahressommer jedoch bereits einen österreichweiten Nächtigungsrückgang von knapp 30 %. Am wenigsten hart hat es dabei Kärnten mit rund 11 % Rückgang getroffen, während Wien ein enormes Minus von 80 % verzeichnen musste¹.

So unterschiedlich die Nächtigungsentwicklung, so unterschiedlich auch die Bewertung der aktuellen wirtschaftlichen Lage in den einzelnen Bundesländern: Während die Wiener Touristikerinnen und Touristiker die Lage im eigenen Bundesland zu 95 % mit „Nicht Genügend“ bewerteten, vergaben 71 % der Kärntnerinnen und Kärntner die Noten „Sehr Gut“ bis „Gut“.

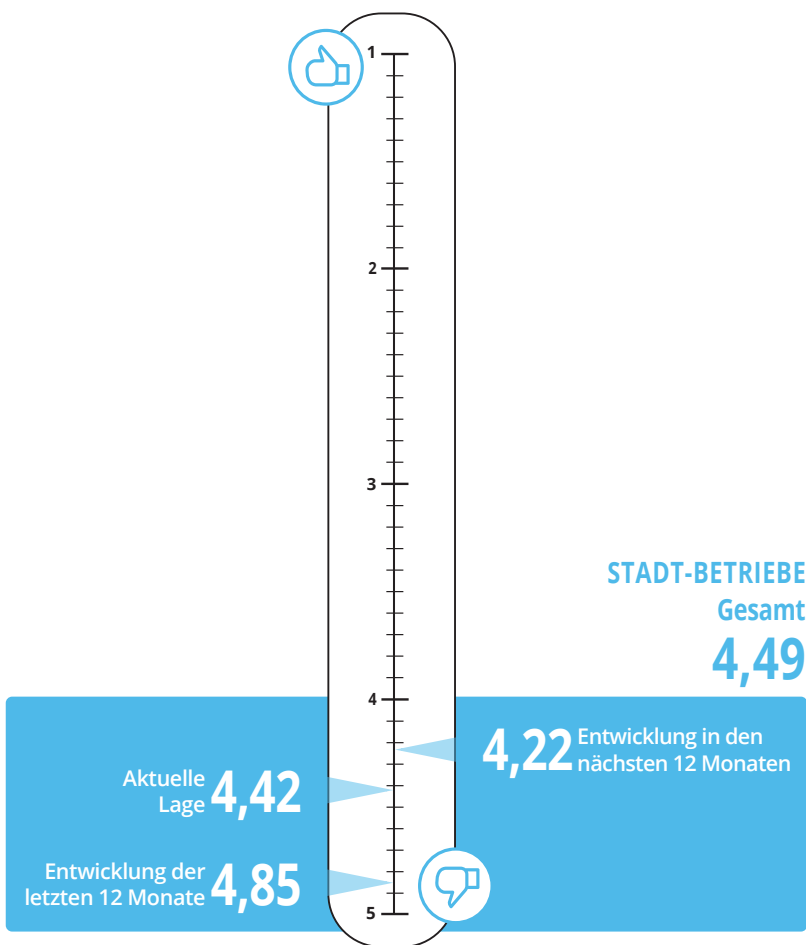
Insgesamt hat sich die wirtschaftliche Lage des Tourismus im eigenen Bundesland innerhalb der letzten 12 Monate aber für 85 % der Befragten verschlechtert. Selbst die Kärntner Betriebe spüren eine grundsätzliche Verschlechterung.

Weitere Verschlechterung erwartet

Für die nächsten zwölf Monate rechnen lediglich 11 % der Befragten mit einer Verbesserung der Lage für den Tourismus. Ungefähr genauso viele glauben nicht, dass sich die aktuelle Situation verändern wird. Der große Rest von mehr als drei Viertel der österreichischen Touristikerinnen und Touristiker prophezeit der eigenen Branche eine anhaltende Verschlechterung bis zum nächsten Sommer.

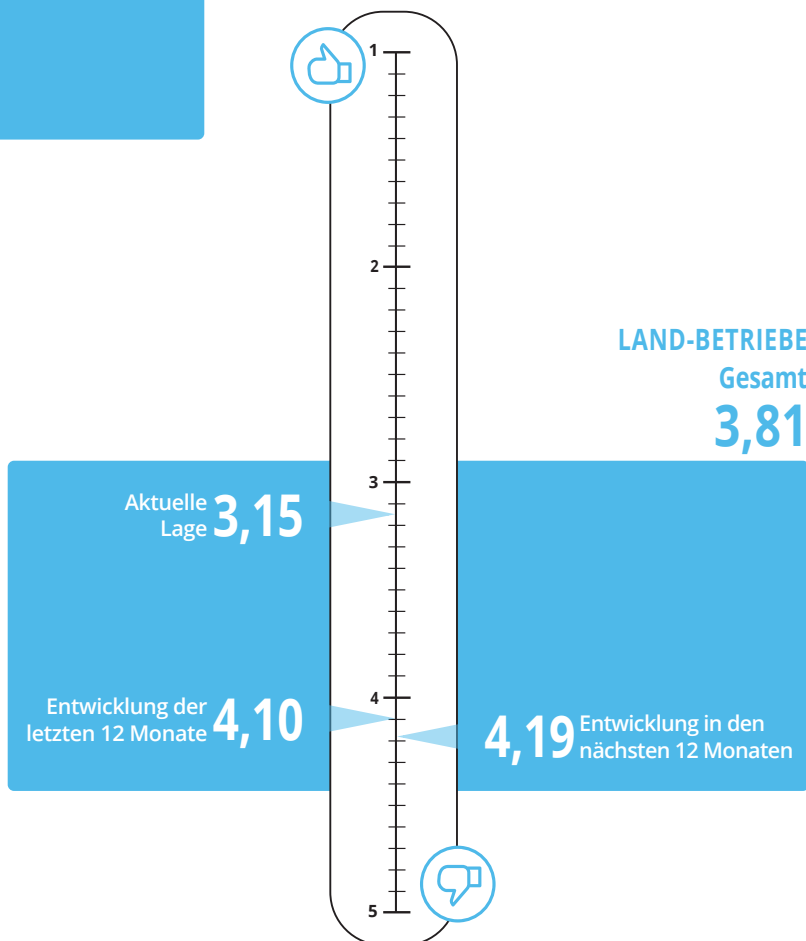


1) https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte_naechtigungen/index.html



Das ist zu tun

Die derzeitige Situation ist eine für den österreichischen Wirtschaftsstandort noch nie dagewesene. Die gesamte Wirtschaft leidet, den Tourismus trifft es jedoch besonders hart. In einem ersten Schritt wird es wichtig sein, die Betriebe mit weiteren Hilfen gezielt zu unterstützen und durch die Krise zu bringen. Der Großteil der Tourismusbetriebe wird weitere finanzielle Unterstützungen benötigen, um eine möglicherweise prekäre Wintersaison 2020/21 überstehen zu können. Eine Adaptierung und neuerliche Verlängerung des mittlerweile bewährten Fixkostenzuschusses ist naheliegend. Dabei gilt es, sämtliche Möglichkeiten des EU-Beihilfenrechts optimal zu nutzen, um notleidende Unternehmen im Bedarfsfall schnell und unbürokratisch ausreichend unterstützen zu können.



Regionales Umfeld und regulatorische Rahmenbedingungen

Durch die COVID-19-Krise haben sich die bisherigen Rahmenbedingungen für die Tourismusbetriebe verändert: Die Steuer- und Abgabensituation hat sich für viele Unternehmen aufgrund der Hilfspakete verbessert beziehungsweise vor dem Hintergrund der akuten Corona-Problematiken relativiert.

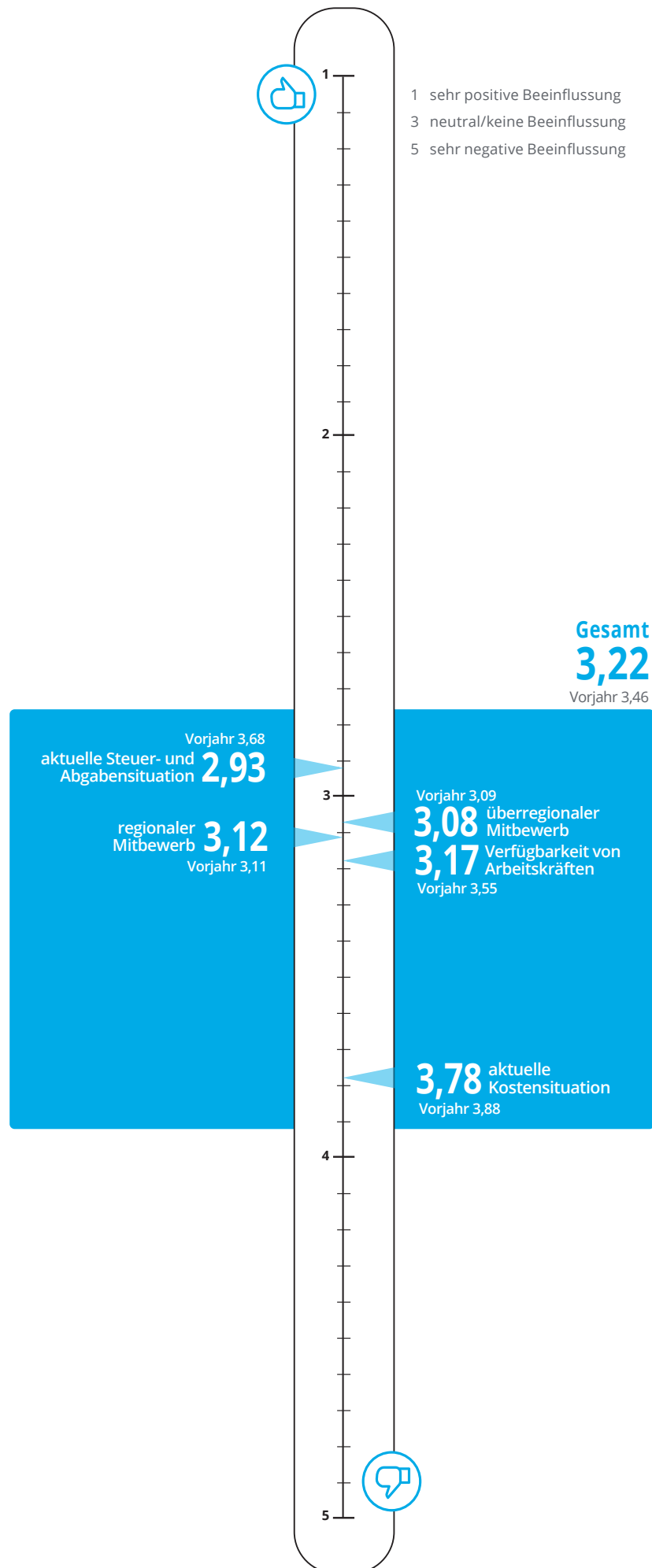
Das regionale Umfeld sowie regulatorische Rahmenbedingungen sind Gegebenheiten außerhalb des Unternehmens, die Auswirkungen auf die Betriebsführung haben. Sie sind aber durch die Unternehmerinnen und Unternehmer selbst nur bedingt beeinflussbar. Darunter fallen die Steuer- und Abgabensituation, die Kostensituation, die Mitarbeiterverfügbarkeit sowie der Wettbewerb.

Der Einfluss der genannten Rahmenbedingungen hat sich in Zeiten der Pandemie verändert. Während die vergangenen Jahre von einem stark spürbaren Fachkräftemangel, steigenden Kosten und einem negativen Einfluss durch Steuern und Abgaben geprägt waren, ist deren nachteilige Auswirkung auf die Betriebsführung in allen Bereichen zurückgegangen. So haben sich etwa Energie- oder Mitarbeiterkosten im Vorjahr noch für 73 % negativ auf die Betriebsentwicklung ausgewirkt – mittlerweile geben das nur mehr 64 %

der Befragten an. Auch die Verfügbarkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wurde heuer nur mehr von 38 % der Betriebe negativ hervorgehoben, 2019 waren es noch ganze 64 %. Für 17 % der Betriebe, die im Sommer Arbeitskräfte suchten, war es dieses Jahr sogar leichter, diese zu finden.

Auch die aktuelle Steuer- und Abgabensituation hat die Entwicklung der Betriebe erstmals nicht gebremst: 44 % der Befragten gaben an, dass ihr Unternehmen positiv bis sehr positiv durch die aktuelle Steuer- und Abgabensituation beeinflusst wurde. Das ist eine klare Antwort auf die Hilfspakete der Regierung.

Der Wettbewerb – sowohl regional als auch überregional – hatte weiterhin für die Mehrheit der Befragten keinen Einfluss auf den eigenen Betrieb.





Das ist zu tun

Die öffentlichen Hilfen – insbesondere die Kurzarbeit – sind rasch angelaufen, auch wenn anfänglich einige Unklarheiten zu beseitigen waren und die Auszahlung gestockt hat. Viele Tourismusunternehmen haben die Hilfen schon umfassend in Anspruch genommen. All jene, die das noch gar nicht oder nicht im maximal möglichen Ausmaß getan haben, können unter anderem die Phase 3 der Kurzarbeit nutzen. Auch der Fixkostenzuschuss, der in der Phase I für einen Betrachtungszeitraum ab 16.3. bis 15.9.2020 beantragt werden konnte², geht voraussichtlich in eine zweite Phase. Mit Stand November 2020 fehlen allerdings noch immer genaue Angaben über Ausformung und Umsetzung zur Weiterführung der Hilfsmaßnahme. Angesichts des zweiten Lockdowns und der höchst problematischen Aussichten auf die Wintersaison werden weitere Maßnahmen notwendig sein, um das wirtschaftliche Überleben zahlreicher Tourismusbetriebe zu ermöglichen. Wichtig wäre jetzt auch eine rasche Bearbeitung offener Anträge seitens der Behörden. Vor allem im Westen von Österreich haben zahlreiche Tourismusunternehmen aufgrund von behördlichen Betriebsschließungen nach Epidemiegesetz Anträge auf Vergütung ihres Verdienstentganges gestellt. Viele dieser Anträge liegen nun seit über einem halben Jahr größtenteils unbeantwortet bei den jeweils zuständigen Bezirkshauptmannschaften. Dabei geht es um teilweise erhebliche Vergütungsansprüche. Der Unmut und das Unverständnis über dieses behördliche Vorgehen ist laut zu vernehmen.



„Bemerkenswert ist heuer der erstmalige positive Einfluss der Steuer- und Abgabensituation. Das ist ein klares Lob für die Corona-Hilfsmaßnahmen der Bundesregierung. Die umfassenden Maßnahmen wie Kurzarbeit, Umsatzsteuersenkung oder Zuschüsse und Garantien haben dazu beigetragen, dass das Minus in der Tourismusbranche insgesamt geringer ausfällt als ursprünglich befürchtet.“

Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol

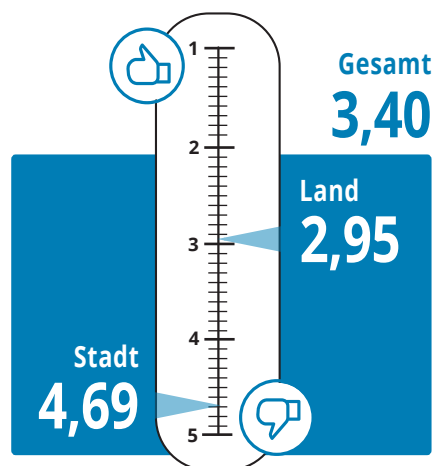
2) Anträge sind bis spätestens 31.8.2021 zu stellen.

Geschäftsentwicklung 2020

In Anbetracht der globalen Pandemie war der Verlauf der Sommersaison ungewiss. Dementsprechend gedämpft waren die Prognosen. Nach Saisonende zeigt sich aber: Der Sommer verlief sehr unterschiedlich. Während Seeregionen insgesamt besser als erwartet performten, brach der Städtetourismus quasi weg.

Für 27 % der Tourismusunternehmen lief die Sommersaison 2020 schlechter als erwartet. Mit 54 % zeigt sich jedoch eine deutliche Mehrheit der Befragten positiv überrascht. Im Bundesländerranking wurden vor allem die Erwartungen der Kärntner und Burgenländer Betriebe übertroffen. Drei Viertel der Wiener Tourismusunternehmen hatten jedoch mit einem geringeren Einbruch gerechnet.

Im Stadt-Land-Vergleich bestätigt sich: Corona trifft im überdurchschnittlichen Ausmaß den Städtetourismus. Die Sommersaison war für 56 % der städtischen Touristikerinnen und Touristiker schlechter und nur für 22 % besser als erwartet. Am Land wurden die Erwartungen hingegen von ganzen 70 % der Betriebe übertroffen. Lediglich bei 13 % waren die Zahlen schlechter als erwartet.

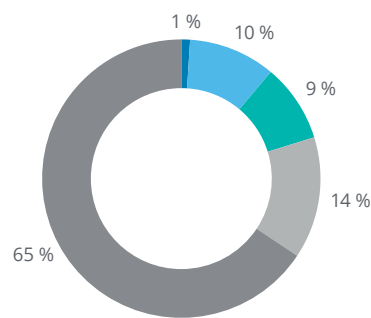


Mit der wirtschaftlichen Entwicklung des eigenen Unternehmens im Sommer 2020 sind insgesamt 40 % zufrieden und 42 % unzufrieden. Es zeigt sich aber auch hier sehr deutlich, dass die Corona-Pandemie dem Städtetourismus zusetzt, während die ländlichen Regionen zum Teil sogar vom Einbruch des Fernreisemarktes zu profitieren scheinen.

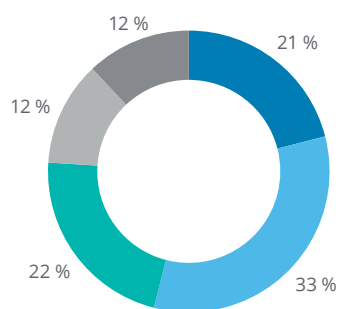
Im Bundesländerranking schneidet Wien am schlechtesten ab: 95 % der Wiener Befragten sind mit der Entwicklung des Sommers unzufrieden. Kärnten erzielt im Gegensatz dazu mit 100 % Zufriedenheit das beste Ergebnis im Vergleich. Bei der Frage nach der Preissteigerung im Sommer zeigt sich, dass 70 % der Kärntner Betriebe ihre Preise im Vergleich zum Vorjahr steigern konnten. In Wien waren hingegen 81 % gezwungen ihre Preise zu senken. Bundesländer, die sowohl Stadt- als auch Landerlebnis bieten – wie beispielsweise die Steiermark oder Salzburg – sind angesichts der unterschiedlichen Auswirkungen der Pandemie auf Stadt und Land geteilter Meinung.

Zufriedenheit mit der Sommersaison

Stadt



Land



- Sehr zufrieden
- Zufrieden
- Neutral
- Weniger zufrieden
- Gar nicht zufrieden

Prognose für die Wintersaison 2020/21

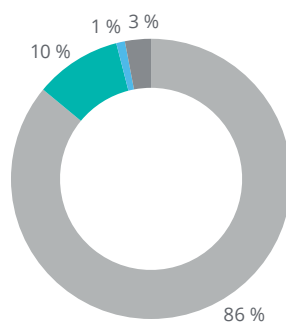
Die Erwartungen von Österreichs Tourismusunternehmerinnen und -unternehmer an den bevorstehenden Winter fallen durchgehend niedrig aus – und das bereits vor Bekanntwerden des zweiten Lockdowns. Vor allem in den Städten rechnet man weiterhin mit massiven Umsatzeinbrüchen.

Die aktuelle Umfrage zeigt: 94 % der Stadttouristikerinnen und -touristiker fürchten weit mehr als 20 % Umsatzrückgang im Vergleich zum vorigen Winter. Bei Tourismusbetrieben außerhalb der Städte teilen diese Erwartung 53 %.

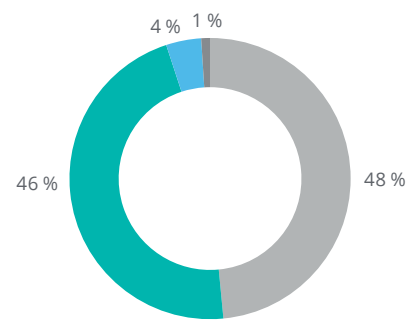
Insgesamt wird das aktuelle Geschäftsjahr laut Umfrage schlechter ausfallen als das Vorjahr. Damit rechnen 91 % der Touristikerinnen und Touristiker österreichweit, bei städtischen Unternehmen sogar 98 %. Im Bundesländervergleich fallen wieder Kärnten und Wien besonders auf: Während in Kärnten nur 47 % von einem schlechteren Geschäftsjahr ausgehen, sind 98 % der Wienerinnen und Wiener davon überzeugt. Ein Grund dafür ist unter anderem die mangelnde Preisdurchsetzbarkeit. Insgesamt erwarten 61 %, dass die Preise im Vergleich zum Winter 2019/20 schlechter durchsetzbar sind. Aus den Rückmeldungen zeigt sich, dass hier die Stadthotellerie mit deutlich schwereren Einbußen rechnet.

Wie sehen Sie in der bevorstehenden Saison die Möglichkeit der Preisdurchsetzung im Vergleich zum letzten Winter?

Stadt



Land



- Schlechter
- Keine Veränderung
- Besser
- Betrieb in der Wintersaison eingestellt



Das ist zu tun

Bauchentscheidungen sind in der aktuellen Krisensituation zu vermeiden. Bei Angebotsänderungen empfiehlt sich eine Kalkulation der damit einhergehenden Auswirkungen: Welche Mehraufwendungen ergeben sich dadurch, was kann eingespart werden und welche Kosten sind dabei fix und welche variabel? Je geringer der Fixkostenanteil, umso geringer das Risiko.



„Der Winter wird für viele Betriebe hart, vor allem in den Städten. Wie gut die Skidestinationen performen werden, hängt stark von der Entwicklung der Infektionszahlen und daraus resultierenden Reise-
warnungen ab.“

Markus Gratzner | Generalsekretär | ÖHV

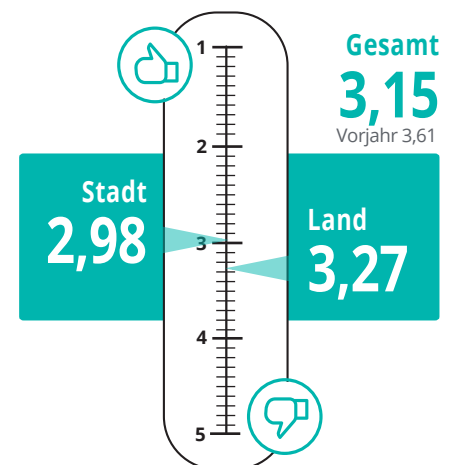
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Die letzten Jahre waren von einem zunehmenden Mangel an touristischen Arbeitskräften gekennzeichnet. Die Betriebe haben daher verstärkt in Initiativen investiert, um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anzuwerben und langfristig zu halten. Corona hat die Situation verändert, dennoch ist die Lage nicht entspannt.

Laut Umfrage suchen auch derzeit 52 % der Betriebe Fachkräfte. Das ist ein deutlicher Rückgang im Vergleich zum Vorjahr: Damals waren noch ganze 75 % auf der Suche. Wie in allen Bereichen zeigt sich auch beim Bereich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dass der Städtetourismus stärker unter den Pandemieauswirkungen leidet als der Land-Tourismus: Aufgrund der prekären Lage werden in den Städten schlichtweg kaum Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter benötigt. Während in den am Land gelegenen Betrieben derzeit rund 70 % nach Arbeitskräften suchen, sind es in der Stadt nur 18 %.

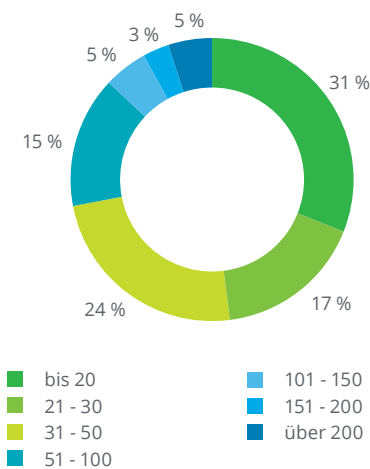
Im Sommer war es in den Städten für 21 % leichter Fachkräfte zu finden, während es am Land für 29 % schwieriger war. Für den Winter befürchten 32 % der Ferienhotellerie, dass es wieder schwieriger werden wird, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden. Im Städtetourismus rechnet man hingegen mit einer deutlich leichteren Mitarbeiterverfügbarkeit (43 %).

Veränderung der Verfügbarkeit von Arbeitskräften im Vergleich zum Vorjahr



Die befragten Unternehmen repräsentieren die insgesamt kleinstrukturierte, familiengeführte Tourismusbranche mit Schwerpunkt Beherbergungssektor. 71 % der Befragten beschäftigen maximal 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wobei das größte Teilssegment bis zu 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufweist (31 %).

Wieviele MitarbeiterInnen beschäftigen Sie durchschnittlich?



Das ist zu tun

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, wie schwierig es ist, gute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden und zu halten. Einige Betriebe waren vor der Pandemie gezwungen Betriebsteile zu schließen, weil sie in Ermangelung von Arbeitskräften nicht geöffnet werden konnten. Umso wichtiger ist es nun, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in dieser schwierigen Zeit weiter zu beschäftigen, sofern dies – etwa unter Zuhilfenahme von Kurzarbeit – möglich ist.

Ein umfassendes branchenspezifisches Arbeitsmarktkonzept mit konkreten Zielen und Umsetzungsschritten, erarbeitet von und mit Praktikerinnen und Praktikern, ist mittelfristig unumgänglich, um den Wirtschaftsmotor Tourismus

weiter am Laufen zu halten. Ziel muss es sein, dass sich die Angebotsqualität und damit auch die Einnahmen, die Beschäftigtenzahlen und die Investitionen in den Tourismusregionen nicht auf einem deutlich niedrigeren Niveau einpendeln als vor Ausbruch der Krise. Gleichzeitig wäre jetzt auch der richtige Zeitpunkt für die seit Jahrzehnten angekündigte Entlastung der Arbeit. Ein Teil der Finanzierung für das heurige und die kommenden Jahre ist gesichert, nachdem der allergrößte Teil der für die COVID-19-Sofortmaßnahmen budgetierten Mittel nicht ausgeschüttet wurde und werden wird. Zur Überwindung der Folgekosten dieser Wirtschafts- und Arbeitsmarktkrise müssen ausreichend Mittel eingesetzt werden, um die Konjunktur am Laufen zu halten.

„Die Corona-Kurzarbeit wurde sehr breit angenommen. 87 % der Befragten haben diese Unterstützungsleistung bereits genutzt. Es zeigt deutlich, dass sich die Unternehmerinnen und Unternehmer bewusst sind, wie wertvoll qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind. Die Kurzarbeit hat geholfen, gute Leute auch in schwierigen Zeiten halten zu können.“

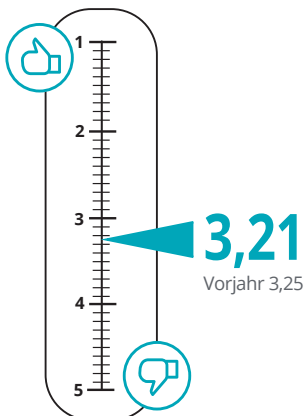


Karin Eckhart | Partnerin | Deloitte Steiermark

Investition und Finanzierung

Die Corona-Krise bremst die Investitionsfreude deutlich. Bezüglich geplanter Investitionen sind die Tourismusunternehmen – wie auch andere Branchen – derzeit eher zögerlich. Der Staat versucht hier mit der Investitionsprämie gegenzusteuern.

Durchführbarkeit von Investitionen,
Zugang zu Finanzierungen



Die Weltwirtschaft steckt in einer Rezession, deren Tiefpunkt jedoch hoffentlich bereits durchschritten ist. Laut WIFO hat die Erholungsphase für unser Land bereits begonnen. Die Entwicklung ist allerdings mit hoher Unsicherheit verbunden, da die Eindämmungsmaßnahmen der Pandemie schwer vorhersehbar sind und die Dauer des zweiten Lockdowns in Österreich und einigen Nachbarländern noch ungewiss ist.

Nach einem Rückgang des BIP um 7 % im Jahr 2020 erwarten die Wirtschaftsforscherinnen und -forscher für 2021 ein Wachstum um 4,3 %. Auch wenn dies ein großer Sprung ist, wird das Vorkrisenniveau Ende 2021 nicht wieder erreicht sein³.

Die Regierung versucht den Investitionsfluss am Leben zu halten. Mithilfe des Investitionsprämiengesetzes wurde ein Impuls zur Ankurbelung geschaffen. Dessen Auswirkungen können aber wohl erst zum Ende des Förderantragszeitraumes mit Februar 2021 beurteilt werden.

3) https://www.wifo.ac.at/jart/prj3/wifo/resources/person_dokument/person_dokument.jart?publikationsid=66133&mime_type=application/pdf



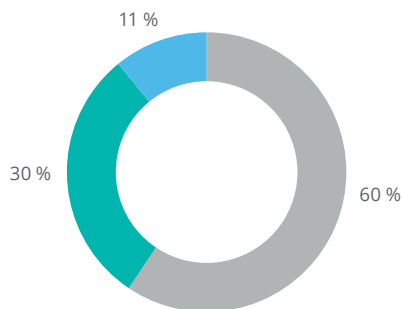
„Mittels Nutzung öffentlicher Hilfen müssen die Unternehmen nun gemeinsam mit den Finanzierungspartnern die Weichen für die Zukunft so stellen, dass auch in Zeiten zurückhaltender Nachfrage kein Investitionsrückstau im Betrieb entsteht. Um das gut zu bewerkstelligen, ist neben einem kurzfristigen Budget auch ein langfristiger Plan – etwa hinsichtlich Betriebsnachfolge – erforderlich.“

Andreas Kapferer | Partner | Deloitte Tirol

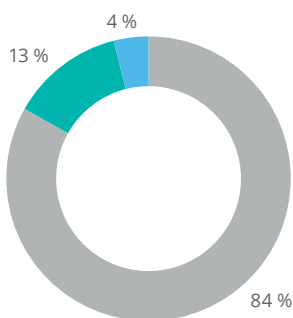
67 % der Unternehmen reduzieren ihre ursprünglich für 2020/21 geplanten Investitionen. Hier zeigt sich auch wieder ein deutlicher Stadt-Land-Unterschied: 84 % der städtischen Tourismusbetriebe reduzieren geplante Investitionen, in ländlichen Tourismusbetrieben sind es rund 60 %.

Planen Sie Veränderungen bei den geplanten Investitionen für 2020/21?

Land



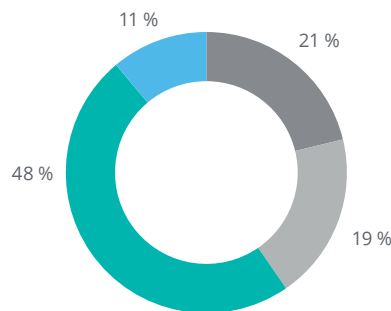
Stadt



- Die Investitionen werden reduziert.
- Die Investitionen erfolgen planmäßig.
- Die Investitionen werden erhöht.

Der Zugang zu Kreditfinanzierungen ist unabhängig vom Standort des Unternehmens ähnlich:

Wie beurteilen Sie den aktuellen Zugang zu Kreditfinanzierung?



- Kredite sind deutlich schwerer zu bekommen.
- Kredite sind etwas schwerer zu bekommen.
- Die Situation hat sich nicht verändert.
- Kredite sind leichter zu bekommen.



Das ist zu tun

Die Investitionsprämie wurde im Zuge der Corona-Hilfsmaßnahmen von der Bundesregierung ins Leben gerufen und sollte auf jeden Fall genutzt werden. Es handelt sich dabei um einen nicht rückzahlbaren Zuschuss für Neuinvestitionen in das Anlagevermögen. Erste Maßnahmen für diese Neuinvestitionen müssen zwischen 1.8.2020 und 28.2.2021 gesetzt werden. Das minimal förderbare Investitionsvolumen pro Antrag liegt bei EUR 5.000,-. Die Förderhöhe liegt bei 7 % und verdoppelt sich bei Investitionen in den Bereichen Digitalisierung, Ökologisierung und Gesundheit auf 14 %.

Für Unternehmen, die einen Betriebsmittelkredit brauchen, gibt es die aws-Garantie für Überbrückungsfinanzierungen. Ziel ist es, gesunden Unternehmen rasch Liquidität zu verschaffen, um durch die Pandemie verursachte Engpässe zu überstehen. Die Garantie kann bei der kreditgebenden Hausbank beantragt werden.

Die weiteren Hilfsmaßnahmen, die im Zuge des zweiten Lockdowns in Aussicht gestellt wurden, gilt es abzuwarten.

Hot Topic

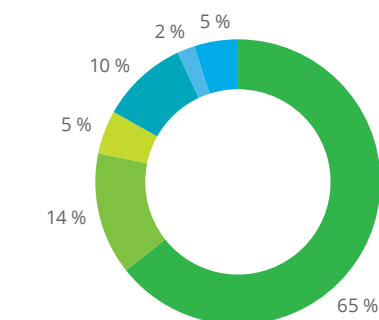
Maßnahmen gegen die Corona-Krise

Die Corona-Pandemie trifft die Branche hart: Der plötzliche Lockdown im März, ein regional sehr durchwachsender Sommer, die Erklärung von Bundesländern zum Risikogebiet durch Nachbarländer und der nunmehrige zweite Lockdown – all das hat den Tourismusbetrieben in den letzten Monaten finanziell aber auch emotional sehr viel abverlangt. Doch wie haben sie auf die Situation reagiert? Mit dem Hot Topic 2020 legt der diesjährige Tourismusbarometer den Fokus auf die betrieblichen und überbetrieblichen Maßnahmen gegen die Corona-Krise.

Andere Gäste und kurzfristigere Buchungen

Die Corona-Pandemie hat das Buchungsverhalten von Nächtigungsgästen deutlich geändert. 98 % der Beherbergungsbetriebe verzeichnen kurzfristigere Buchungen als bisher. Die Reaktion der meisten Anbieterinnen und Anbieter ist eine Änderung der Stornobedingungen. So ermöglichen 65 % der Befragten ihren Gästen eine kurzfristige kostenlose Stornierung.

Wie reagieren Sie auf das geänderte Buchungsverhalten Ihrer Gäste?



- Änderung der Stornobedingungen (kurze kostenlose Stornomöglichkeit)
- Erschließung anderer Vertriebskanäle
- Erschließung anderer Märkte oder Herkunftsländer
- Preissenkungen
- Preissteigerungen
- Sonstiges

Neben dem Buchungsverhalten haben sich auch die Herkunftsmärkte der Gäste verschoben. Diese sind im Sommer näher gerückt. 74 % der Befragten glauben an eine weitere Veränderung auch im Winter. Die Herkunft der Gäste hängt dabei immer auch stark mit dem Standort des Betriebes zusammen. Zwar rechnen alle Bundesländer mit einem starken Rückgang von Gästen aus Fernmärkten wie China, Israel oder den USA, beim Inlandstourismus und den Nahmärkten gibt es aber regionale Unterschiede.

Die Kärntner Touristikerinnen und Touristiker rechnen auf Basis der bisherigen Erfahrungen vor allem mit weiteren Zuwächsen aus Österreich, aber auch aus Deutschland. Im Gegenzug vermuten sie einen Rückgang bei Gästen aus allen anderen Ländern. Die Tiroler Betriebe erwarten wie im Sommer ebenfalls ein Plus bei österreichischen Gästen, gleichzeitig vermuten sie aber einen Rückgang aus den Niederlanden und sonstigen Nahmärkten. In Vorarlberg geht man neben mehr Gästen aus Österreich auch von einem Zuwachs aus der Schweiz und Deutschland aus.

Wiens Betriebe sind beim Inlandstourismus geteilter Meinung: Rund 40 % glauben an mehr Gäste aus den anderen Bundesländern, 25 % glauben an eine gleichbleibende Anzahl. Bei allen anderen Herkunftsmärkten ist sich die Mehrheit der Wiener Befragten einig, dass es zu Rückgängen kommen wird – sowohl in allen Nahmärkten als auch in den Fernmärkten.

Angebotsänderung

65 % der österreichischen Tourismusunternehmen haben ihr Angebot aufgrund der Corona-Situation geändert. Hier ist wieder ein klarer Stadt-Land-Unterschied erkennbar: In den Städten haben 80 % der Betriebe ihr Angebot umgestellt, am Land 58 %.

Zusammengefasst teilt sich die Angebotsänderung in fünf Segmente auf:

In ländlichen Tourismusbetrieben waren im Sommer vor allem Maßnahmen wie Preiserhöhungen und Angebotsänderungen erfolgreich. Weitere Maßnahmen wie Preissenkungen, Reduktion der Zimmerbelegung sowie das Erschließen neuer Vertriebskanäle wurden eher neutral bewertet. In städtischen Betrieben wurde auch viel umgestellt, jedoch war laut Befragung keine der ergriffenen Maßnahmen erfolgreich. Im Gegenteil: Besonders negativ wirkten sich Preiserhöhungen sowie die Reduktion der Zimmerbelegung aus.



Änderung der Zielgruppe

Freizeitgast statt Businessgast, Herkunftsmärkte rücken näher



Weniger Angebot

Keine Veranstaltungen, kein Room-Service, kein Buffet, kleinere Karte, kein Parkservice etc.



Zusätzliches Angebot

Kinderbetreuung, Bike Guide, mehr Outdoor-Angebote, Workshops, Packages, erweiterte Essenszeiten, Take-Away, Online-Tischreservierung, E-Check-In etc.



Schließung von Betriebsteilen

z.B. Restaurant, Sauna oder Fitnessbereich



Änderung der Buchungsbedingungen

Kürzere Stornofrist, keine Anzahlung, Preissenkung oder -erhöhung, kürzere mögliche Aufenthaltsdauer, kein Aufschlag für Last Minute etc.

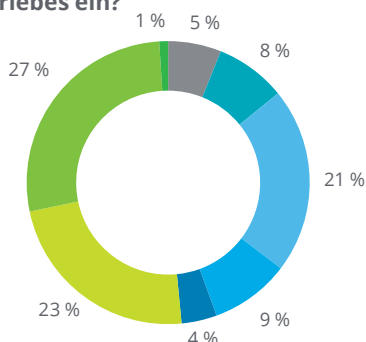
Hilfspakete & wirtschaftliche Überlebensfähigkeit

Der Tourismusbarometer 2020 verdeutlicht, dass die bisherigen Einbußen und die ungewisse Zukunft für die Unternehmerinnen und Unternehmer auch emotional herausfordernd sind. Der zweite Lockdown, der vorerst für einen Monat gelten soll, würde nach eigener Einschätzung für 5 % der befragten Betriebe zur Insolvenz führen. Sollten die Betriebsschließungen mehr als drei Monate andauern, würde mehr als ein Drittel der Betriebe bankrott gehen. Die Hälfte der Betriebe könnte eine Betriebsschließung von bis zu sechs Monaten wirtschaftlich verkraften.

Um diese Entwicklung zu vermeiden ist es umso wichtiger, dass rasch öffentliche Hilfen gewährt werden. Diese wurden bereits sehr zahlreich in Anspruch genommen: Rund 96 % der befragten Betriebe haben bereits darauf zurückgegriffen. Ebenfalls 96 % der Unternehmerinnen und Unternehmer planen außerdem, noch nicht in Anspruch genommene Unterstützungen zu beantragen.

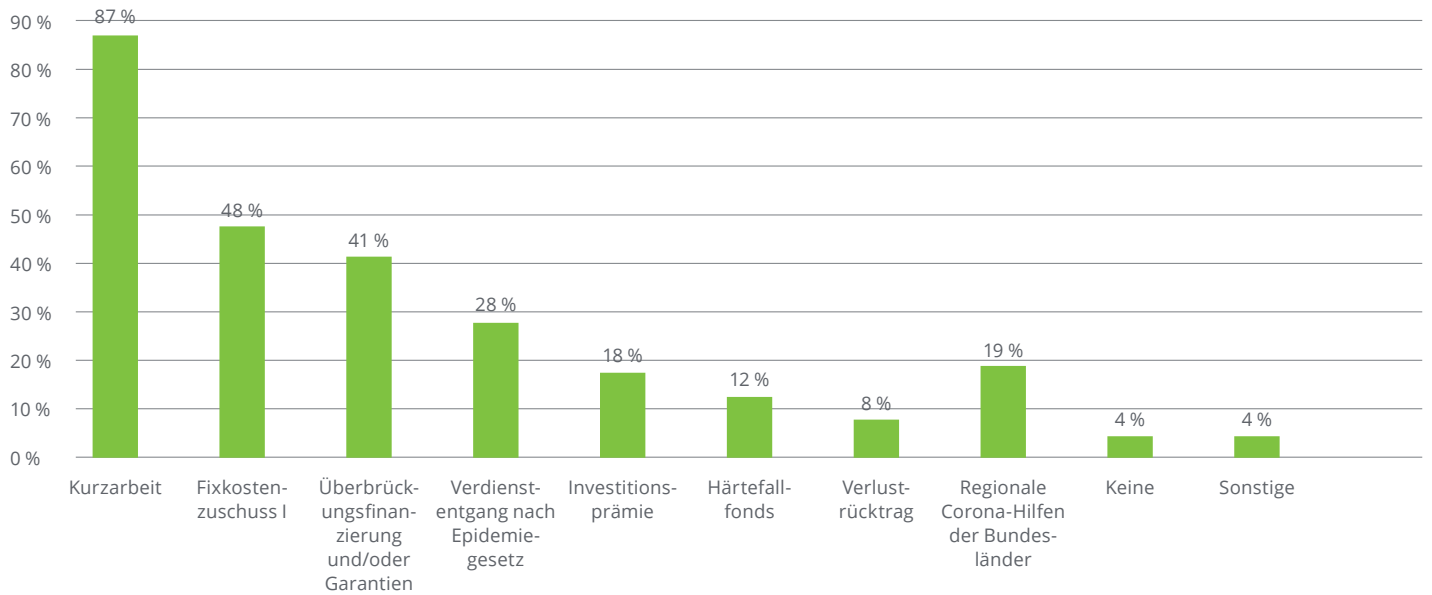
Für das nächste Jahr droht der österreichischen Wirtschaft eine Insolvenzwelle, die auch vor Tourismusbetrieben nicht haltmachen wird. Insolvenzanträge werden überwiegend durch die Gesundheitskasse, die Sozialversicherungen und die Finanzämter aufgrund strenger gesetzlicher Vorgaben gestellt. Eine Flexibilisierung des Insolvenzrechts ist angesichts der aktuellen Lage dringend geboten, um die Insolvenzwelle abzuschwächen.

Sollte Ihr Betrieb im Winter geschlossen werden müssen, wie lange schätzen Sie die wirtschaftliche Überlebensfähigkeit Ihres geschlossenen Betriebes ein?

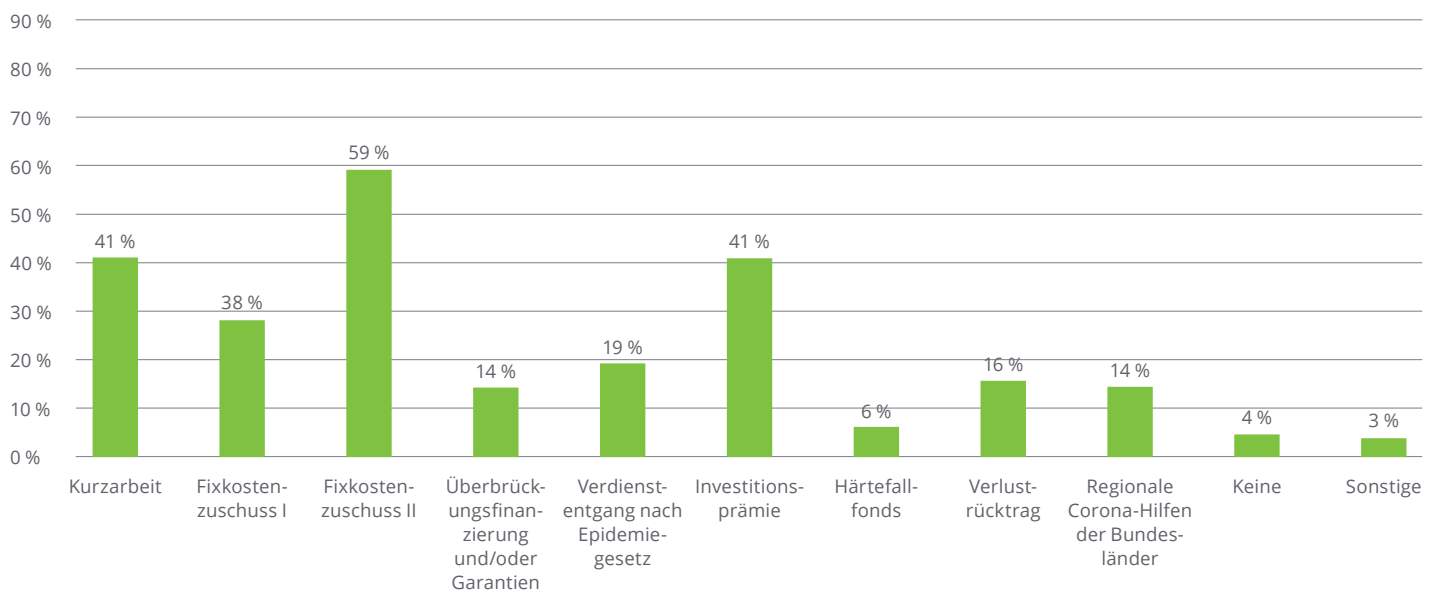


- 1 Monat
- 2 Monate
- 3 Monate
- 4 Monate
- 5 Monate
- 6 Monate
- Mehr als 6 Monate
- Bin ein Ein-Saison-Unternehmen und im Winter geschlossen

Welche öffentlichen Hilfen und Zuschüsse **haben Sie** in Anspruch genommen?



Welche öffentlichen Hilfen und Zuschüsse **wollen Sie noch** in Anspruch nehmen?



Hot Topic:

Zusammenfassung

Die COVID-19-Krise hat enorme Auswirkungen auf den Tourismus in Österreich. Die Herkunftsmärkte der Touristinnen und Touristen haben sich schlagartig verändert und werden sich auch weiterhin verschieben. Die österreichischen Gäste gewinnen sowohl in den Städten als auch in Feriendestinationen an Bedeutung. Je nach Region spielen auch die Schweiz und Deutschland als Nahmärkte eine noch wichtigere Rolle als in der Vergangenheit. Gäste aus Fernmärkten bleiben derzeit und voraussichtlich auch im Winter aus. In Corona-Zeiten sind auch Geschäfts- und Kongressreisen eingebrochen. 65 % der Betriebe reagieren darauf mit einer Änderung ihres Angebotes. Wer kann, versucht einen Fokus auf Gäste-Aktivitäten im Freien zu legen.

Die Corona-Hilfspakete werden begrüßt und breit angenommen. Dennoch: Sollte der zweite Lockdown länger andauern, würde der Fortbestand zahlreicher Tourismusbetriebe gefährdet sein. Eine Schließung von mehr als drei Monaten würde für ein Drittel der befragten Unternehmen zur Insolvenz führen.



„Die Maßnahmen der Bundesregierung in den nächsten Monaten werden darüber entscheiden, wie es mit dem Wirtschaftsmotor Tourismus weiter geht. Schafft man es über die Krise, muss man mittel- und langfristig daran arbeiten, die Betriebe resilienter zu machen.“

Markus Gratzer | Generalsekretär | ÖHV

Kurz & bündig

Die Corona-Pandemie hat im Sommer 2020 zu großen Unterschieden zwischen Tourismusunternehmen in Stadt und Land geführt. Zwar gingen alle Betriebe mit niedrigen Erwartungen in den Sommer, die Feriendestinationen am Land wurden jedoch überwiegend positiv überrascht. Die Städte hingegen erlebten den größten Rückgang jemals. Das schlägt sich auch im Bundesländervergleich nieder: Wien vergibt demnach ein „Nicht Genügend“ für die aktuelle wirtschaftliche Lage des Tourismus (95 %), während Kärnten vorrangig ein „Sehr Gut“ oder „Gut“ (71 %) vergibt. Dass es in den nächsten 12 Monaten besser wird, glaubt aber kaum jemand. Im Gegenteil: Mehr als drei Viertel der österreichischen Touristikerinnen und Touristiker glauben an eine weitere Verschlechterung der Lage bis zum nächsten Sommer.

Eine große Herausforderung der Vorjahre hat sich etwas verlagert: Die Mitarbeiterknappheit. Zwar ist es nach wie vor nicht einfach, passende Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, aber deren Verfügbarkeit hat sich prinzipiell verbessert. Der Grund: Mit dem Nachfrageminus und der Angebotsanpassung der Betriebe sinkt auch der Bedarf an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dennoch zeigen sich hier große Unterschiede zwischen Stadt und Land: Im ländlichen Gebiet sind derzeit 70 % der Betriebe auf Mitarbeitersuche, in Städten nur 18 %. Dementsprechend schätzen die Tourismusunternehmen auch die künftige Arbeits-

marktentwicklung in Stadt und Land konträr ein: Während man am Land in rund einem Drittel der Betriebe fürchtet, in der kommenden Wintersaison wieder schwerer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu finden, glauben 43 % der Städtetouristikerinnen und -touristiker, dass es leichter werden wird.

Die nagende Ungewissheit lässt viele Betriebe sparen: 67 % reduzieren ihre ursprünglich für 2020/21 geplanten Investitionen. Besonders zurückhaltend ist der Städtetourismus. Die Investitionsprämie wurde bereits von 18 % der Befragten in Anspruch genommen, weitere 41 % planen dies noch zu tun. Der öffentliche Investitionsanreiz ist wichtig, trotzdem erfolgen nur 25 % der Investitionen planmäßig.

Die aktuelle Steuer- und Abgabensituation wirkt sich jedoch heuer erstmals seit Bestehen des Tourismusbarometers positiv auf die Betriebe aus. Das zeigt, dass die öffentlichen Hilfen und Corona-Maßnahmen tatsächlich ankommen.

Auf ein rasches Ende der Pandemie hoffen alle. Bis dahin versuchen die Tourismusbetriebe bestmöglich mit der neuen Situation umzugehen. 65 % haben mit einer Änderung des Angebots reagiert – das reicht von neuen Buchungsbedingungen wie etwa kürzere Stornofristen über mehr oder weniger

Zusatzangebote bis hin zur Schließung von Betriebsteilen wie Sauna- oder Fitnessbereichen. In Corona-Zeiten ist das Tourismusland Österreich ein Urlaubsland, Geschäfts- und Kongressreisen sind eingebrochen.

Der zweite Lockdown und damit verbundene Betriebsschließungen sind für viele Betriebe eine große existenzielle Herausforderung: Ein Drittel der österreichischen Tourismusunternehmen könnte drei Monate Betriebsschließung nicht überleben – egal ob Stadt oder Land.

Fazit: In Anbetracht der enormen Auswirkungen der Corona-Krise verwundert die getrübe Stimmung unter Österreichs Tourismusunternehmen nicht. Auch die Aussichten für die Wintersaison sind düster. Möglichst direkte und unkomplizierte staatliche Unterstützungsmaßnahmen werden begrüßt. Zu hoffen bleibt, dass die Nachfrage durch aktuell steigende Infektionszahlen und damit verbundene staatliche Maßnahmen nicht völlig einbricht. Nur wenn Urlaubs- und Businessaufenthalte in den kommenden Monaten wieder möglich sein werden, hat die Mehrheit der Tourismusbetriebe eine veritable Chance für einen Fortbestand.

Kontakt

Deloitte Tirol

Wilhelm-Greil-Straße 15
6020 Innsbruck

Eduard-Wallnöfer-Platz 1
6460 Imst

Im Gries 22
6580 St. Anton am Arlberg

Andreas Kapferer

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

Armin Nowshad

Head of Corporate Communications
Tel.: +43 1 537 00-8556
arnowshad@deloitte.at

Österreichische Hotelierversammlung

Hofburg, Gottfried-von-Einem-Stiege
1010 Wien

Markus Gratzner

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

Oliver Schenk

Public Affairs
Tel.: +43 1 533 09 52 24
oliver.schenk@oehv.at

Bleiben Sie informiert:



Alle aktuellen Webinare und Newsletter speziell für den Tourismus:

www.deloitte.at/tourismus



Abonnieren Sie unsere E-Mail Newsletter:

www.deloitte.at/newsletter



Details zu Deloitte Tirol und unserem Serviceangebot:

www.deloitte.at/tirol

Deloitte.

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

Deloitte ist ein global führender Anbieter von Dienstleistungen aus den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Financial Advisory sowie Risk Advisory. Mit einem weltweiten Netzwerk von Mitgliedsunternehmen und den mit ihnen verbundenen Unternehmen innerhalb der „Deloitte Organisation“ in mehr als 150 Ländern und Regionen betreuen wir vier von fünf Fortune Global 500(R) Unternehmen. "Making an impact that matters" – mehr als 330.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Deloitte teilen dieses gemeinsame Verständnis für den Beitrag, den wir als Unternehmen stetig für unsere Klientinnen und Klienten, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Gesellschaft erbringen. Mehr Information finden Sie unter www.deloitte.com.

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

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