

1

**Wirtschaftsfaktor Tourismus
und Freizeitwirtschaft**

in Kooperation mit:

BAUSTEIN 1

WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

Sachinformation

1	Wirtschaftsfaktor Tourismus und Freizeitwirtschaft	
1.1	Einleitung	3
1.2	Abgrenzung der Branche	4
1.3	Die Bedeutung des Tourismus für die österreichische Gesamtwirtschaft	6
1.3.1	Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen	6
1.3.2	Beitrag zum Wohlstand	8
1.3.3	Förderung von Infrastruktur und Freizeitangebot	10
1.4	Der österreichische Tourismus im internationalen Vergleich	10
1.5	Struktur des Tourismus	11
1.5.1	Räumliche Verteilung	13
1.5.2	Zeitliche Verteilung	14
1.6	Betriebswirtschaftliche Situation von Tourismus- und Freizeitwirtschaft	15
1.6.1	Rentabilität	16
1.6.2	Finanzierung	18
	Literaturverzeichnis	20

Didaktik

Übungsblätter	22
Projektaufgabe	31
Lösungsvorschläge zu den Übungsblättern	32
Kopiervorlagen	35
Folie	

ISBN 978-3-9502430-4-8

1 WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

Bausteinübersicht

In Baustein 1 erfahren Sie,

- was man unter Tourismus und Freizeitwirtschaft versteht,
- welche Bedeutung der Tourismus für die österreichische Gesamtwirtschaft hat,
- wie die Struktur des Tourismus aussieht und
- wie sich die betriebswirtschaftliche Situation des Tourismus darstellt.



1.1 Einleitung

Würde man zahlreiche Menschen aus den verschiedensten Regionen dieser Erde befragen, was ihnen beim Gedanken an Österreich zuerst einfällt, würden mit ziemlicher Sicherheit einige der nachfolgenden Dinge genannt werden: Mozart, der Wiener Opernball, saftige Almwiesen, Berge und Gletscher oder vielleicht sogar die Streif in Kitzbühel. Viele Dinge, die Menschen aus aller Welt mit Österreich verbinden, haben mit **Tourismus** zu tun. Tourismus ist nicht nur ein sehr effektives Aushängeschild sondern auch einer der wichtigsten Wirtschaftsfaktoren in Österreich. Das Urlaubsangebot ist äußerst vielfältig und die Gründe, in Österreich Urlaub zu machen, ebenso.

Tourismus ist aber keinesfalls nur mit **Urlaub** gleichzusetzen, denn davon abgesehen gibt es heutzutage umfangreiche Angebote an **Geschäfts-, Seminar- oder Kongresstourismus**. Des Weiteren haben sich in Österreich innovative Angebotsformen wie **Gesundheits- und Wellnesstourismus** entwickelt, die nicht immer mit Urlaub im herkömmlichen Sinn einher gehen müssen.

Alle touristischen Einrichtungen im Land stehen auch der nicht urlaubenden österreichischen Bevölkerung zur Verfügung, was einen Beitrag zur hohen Lebensqualität im Land bedeutet. Viele Österreicher nutzen das touristische Angebot im Alltag bzw. verbringen ihre Freizeit auf Tagesausflügen oder Kurzurlauben im eigenen Land. Diese Form der Freizeitgestaltung der Österreicher hat großen Einfluss auf den österreichischen Tourismus und hat dazu geführt, dass die österreichische Bevölkerung einen sehr wesentlichen Beitrag zur Tourismusentwicklung leistet.

Was auch immer mit Tourismus gemeint ist, das Wesen, die Struktur und die Bedeutung des Tourismus in Österreich sind komplexe und spannende Themen und werden in den folgenden Kapiteln genauer unter die Lupe genommen.

In diesem ersten Baustein wird die Branche des Tourismus und der Freizeitwirtschaft in Österreich abgegrenzt. Um ein Bild zu vermitteln, welche Bedeutung der Tourismusbranche in Österreich zukommt, werden anschließend die Struktur der Branche und die wirtschaftliche Situation des Tourismus thematisch beleuchtet.

Werbeplakate der Österreich Werbung



Abbildung 1: Werbeplakate der Österreich Werbung

Quelle: <http://www.austria.info>

1.2 Abgrenzung der Branche

Zu Tourismus und Freizeitwirtschaft werden im Medienpaket alle Wirtschaftszweige gezählt, deren Unternehmen Mitglied in der Wirtschaftskammersparte Tourismus und Freizeitwirtschaft sind.

Bandbreite der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft

Die acht Fachverbände der Sparte

- Fachverband Gastronomie
- Fachverband Hotellerie
- Fachverband der Bäder
- Fachverband der Freizeitbetriebe
- Fachverband der Reisebüros
- Fachverband der Kultur- und Vergnügungsbetriebe
- Fachverband der Lichtspieltheater und Audiovisionsveranstalter
- Fachverband der privaten Krankenanstalten und der Kurbetriebe

Die **bedeutendste Branche** innerhalb der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft stellt die Gastronomie dar, in der im Jahr 2007 mehr als die Hälfte aller Unternehmen der Sparte tätig waren, die wiederum 38 % aller Mitarbeiter beschäftigten. An **zweiter Stelle** im Branchenranking liegt die **Hotellerie**, der mehr als ein Viertel aller Unternehmen angehörten. Rund 39 % aller unselbstständig Beschäftigten waren in diesem Fachverband tätig. Knapp ein Zehntel aller Unternehmen der Sparte sind Freizeitbetriebe, in denen 8 % aller Mitarbeiter arbeiteten.

Anzahl der Unternehmen und unselbstständig Beschäftigten sowie Ø Unternehmensgröße nach Fachverbänden im Tourismus, 2007

	Unternehmen	Anteil in %	Unselbstständig Beschäftigte	Anteil in %	Ø Unternehmensgröße ¹
Gastronomie	33 320	59,4	94 155	38,4	2,8
Hotellerie	14 712	26,2	96 549	39,3	6,6
Private Krankenanstalten und Kurbetriebe	645	1,1	20 376	8,3	31,6
Bäder	662	1,2	2 857	1,2	4,3
Reisebüros	1 039	1,9	9 222	3,8	8,9
Vergnügungsbetriebe	306	0,5	2 689	1,1	8,8
Lichtspieltheater u. Audiovisionsveranstalter	149	0,3	1 183	0,5	7,9
Freizeitbetriebe	5 298	9,4	18 381	7,5	3,5
Tourismus und Freizeitwirtschaft	56 131	100,0	245 412	100,0	4,4

Tabelle 1: Anzahl der Unternehmen und unselbstständig Beschäftigten sowie Ø Unternehmensgröße nach Fachverbänden im Tourismus, 2007; 1 unselbstständig Beschäftigte je Unternehmen Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik

Die Hotellerie ist sehr **vielfältig**, darunter fallen neben Hotels der verschiedenen Kategorien (1 – 5 Sterne) auch **andere Beherbergungsbetriebe**, wie zB Jugendherbergen, Gasthöfe und Pensionen. Die Gastronomie weist ebenfalls verschiedenste Betriebstypen auf, wie etwa Restaurants, Imbissstuben, Caféhäuser oder Eissalons. Zum Fachverband der **Freizeitbetriebe** zählen ua. Fitness- und Sportbetriebe, Tanzschulen, Wettbüros, Fremdenführer, Kartenbüros sowie Campingplätze.

Der **Schwerpunkt** des Medienpakets liegt – entsprechend der wirtschaftlichen Bedeutung – auf der **Beherbergungs- und Gastronomiebranche**.



1.3 Die Bedeutung des Tourismus für die österreichische Gesamtwirtschaft

1.3.1 Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen

Rund 19 % aller privaten nichtlandwirtschaftlichen Unternehmen gehören in Österreich der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft an. In absoluten Zahlen ausgedrückt bedeutet dies: Von insgesamt rund 303 400 Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft zählen rund 56 000 Unternehmen zur Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft.

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der Unternehmen, in %, 2007¹

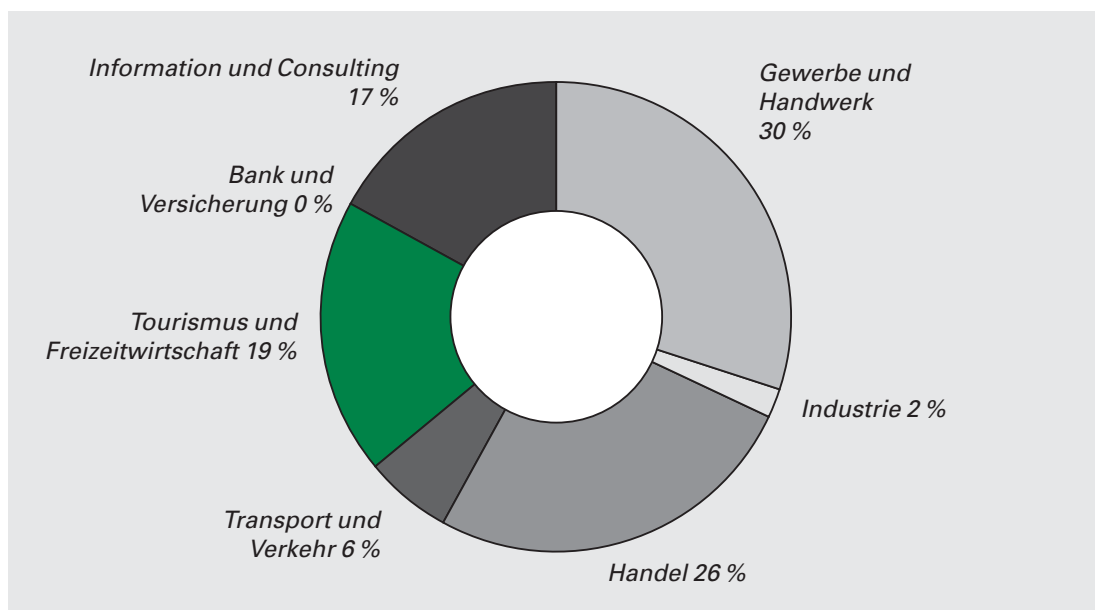


Abbildung 2: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der Unternehmen, in Prozent, 2007

Quelle: WKO Beschäftigungsstatistik

Diese mehr als 56 000 Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft bieten rund 245 000 unselbstständig Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz. Mit einem Anteil von mehr als einem Zehntel stellt die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft Österreichs **viertwichtigsten Arbeitgeber** dar, hinter dem Handel (21 %), der Industrie (20 %) und dem Gewerbe und Handwerk (26 %).

Ein zentrales wirtschaftspolitisches Ziel ist es, neue Arbeitsplätze zu schaffen und die bestehenden zu erhalten. In den Jahren 1999 bis 2006 hat der Tourismus in Österreich rund 19 300 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Insgesamt waren in Österreich im Jahr 2006 rund 586 000 Personen direkt oder indirekt in den Tourismus involviert, das sind fast 14 % der Gesamtbevölkerung.

¹ ausgenommen Land- und Forstwirtschaft

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der unselbstständig Beschäftigten, in %, 2007²

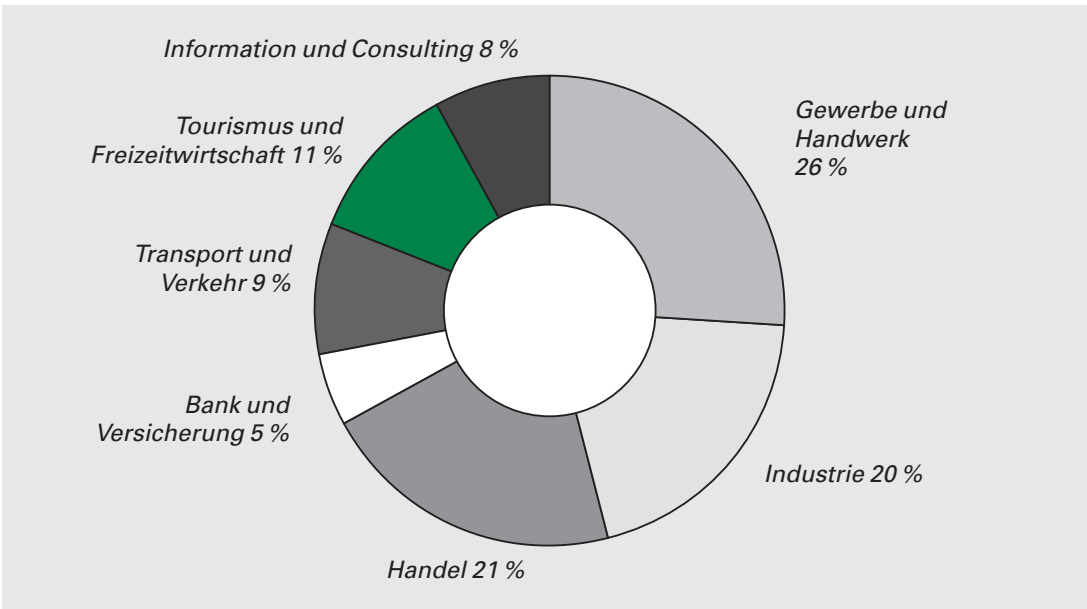


Abbildung 3: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der unselbstständig Beschäftigten, in Prozent, 2007 Quelle: WKO, Beschäftigungsstatistik

Von volkswirtschaftlicher Bedeutung sind auch die **Ausbildungsleistungen** des Wirtschaftszweiges Tourismus. Von insgesamt knapp 130 000 Lehrlingen werden im Tourismus mit Ende 2007 rund 11 % (rund 14 800 Lehrlinge) ausgebildet.

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der Lehrlinge, in %, 2007

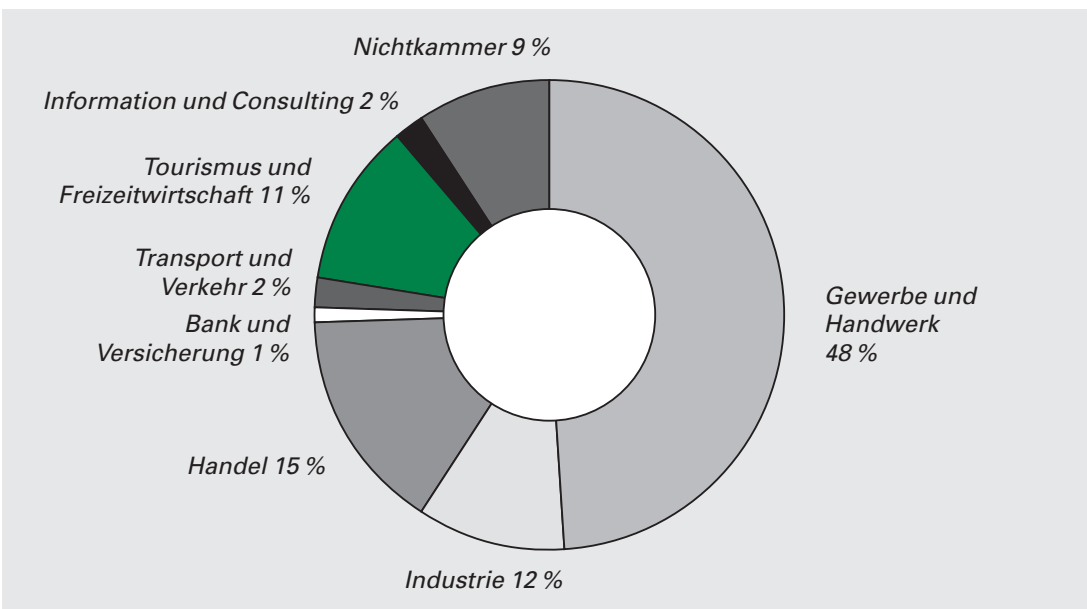


Abbildung 4: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der Lehrlinge, in %, 2007 Quelle: WKO, Lehrlingsstatistik

² Beschäftigungsverhältnisse (ohne geringfügig Beschäftigte, ohne Öffentlichen Dienst)

Es muss allerdings auch festgehalten werden, dass sich in Österreich für gewisse Tätigkeiten im Tourismus keine Arbeitskräfte finden lassen. Aus diesem Grund gibt es sehr viele Stellen, die von Saison-Arbeitskräften aus den benachbarten Ländern besetzt werden. Österreichische Wintersportgebiete sind sehr stark geprägt von deutschen Saisoniers, die im österreichischen Tourismus gute Jobs finden. Aufgrund der Grenzöffnung zu unseren neuen EU-Partnern haben auch die dortigen Bürger nach Auslaufen der Übergangsfristen ohne weitere Bewilligung die Möglichkeit, Jobs im österreichischen Tourismus anzunehmen.

1.3.2 Beitrag zum Wohlstand

Die Bruttowertschöpfung der Sparte Tourismus beträgt in Österreich rund 6,9 Mrd. Euro. Die Bruttowertschöpfung ergibt sich aus dem Gesamtwert der im Produktionsprozess erzeugten Waren und Dienstleistungen, vermindert um die im Produktionsprozess verbrauchten, verarbeiteten oder umgewandelten Waren und Dienstleistungen.

Anders ausgedrückt trägt der Tourismus mit rund 5 % zur österreichischen Bruttowertschöpfung bei.

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mrd. EURO, 2006

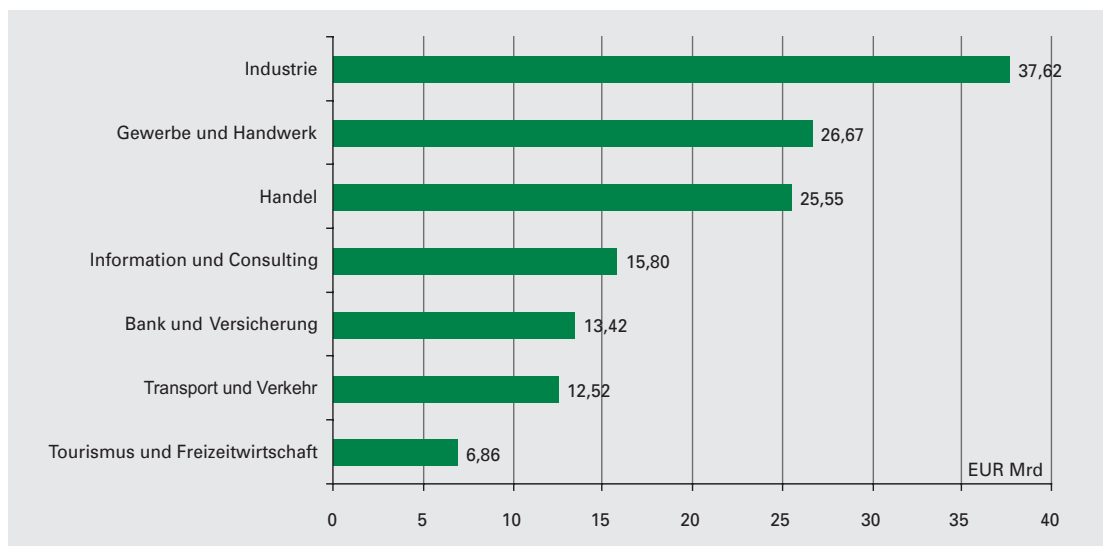


Abbildung 5: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mrd. EURO, 2006

Quelle: Statistik Austria, WKO

Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft trägt 16,3 % zum BIP³ bei. Die Einnahmen aus dem Tourismus sind personell und regional breit gestreut. In Österreich gibt es kein starkes Wohlstandsgefälle und der Unterschied zwischen Arm und Reich⁴ ist nicht so groß wie in anderen Ländern.⁵ Aufgrund des hohen Beitrags zum BIP und der guten Einkommensverteilung ergibt sich für Österreich ein Spitzenplatz in Europa bei den Deviseneinnahmen pro Kopf der Bevölkerung, wie die folgende Reihung zeigt.

3 Dieser Prozentsatz sagt aus, dass von allen Leistungen, die die österreichische Volkswirtschaft 2006 erwirtschaftet hat, 16,3 % von der Tourismusbranche erbracht wurden.

4 Länder, in denen die Wirtschaft stark wächst, haben oft das Problem, dass einige wenige Bevölkerungsteile zu viel Reichtum kommen, während viele arme Menschen arm bleiben. Dieses so genannte Wohlstandsgefälle ist derzeit in Russland ein zu beobachtendes Problem. Aufgrund des immensen Wirtschaftswachstums steigt die Zahl der Dollar-Milliardäre sehr stark an, Russland bringt es dabei sogar weltweit auf Platz 2. Beim Pro-Kopf-Einkommen ist Russland allerdings auf Platz 97. Das zeigt deutlich, dass einige wenige vom Wirtschaftswachstum überdimensional profitieren, während viele auf der Strecke bleiben. Der Wohlstand wird nicht gerecht verteilt (vgl. www.aktuell.ru, 4. Februar 2008).

5 Vgl. Wirtschaftskammer Österreich Tourismus und Freizeit, 2007, S. 5 ff

Deviseneinnahmen pro Kopf der Bevölkerung 2007 in Euro

Zypern	3 538	Schweiz	1 719
Österreich	2 296	Spanien	1 313
Kroatien	1 867	Griechenland	1 304

Tabelle 2: Deviseneinnahmen pro Kopf der Bevölkerung 2007 in Euro
Quelle: Wirtschaftskammer Österreich Tourismus und Freizeit, 2008, S. 6

Zur Veranschaulichung der volkswirtschaftlichen Bedeutung kann aus der folgenden Tabelle die Wertschöpfung des jeweiligen Jahres in Mio. Euro und in Prozent (Veränderungen zur Vorperiode) für die Jahre 2000 bis 2007 abgelesen werden.

Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Österreich

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
in Mio. Euro								
Tourismus	17 524	18 799	19 472	20 539	20 770	21 563	22 388	23 217
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	16 036	16 391	16 906	17 221	18 341	18 963	19 645	20 392
Tourismus und Freizeitwirtschaft	33 560	35 189	36 378	37 760	39 111	40 526	42 033	43 609
Veränderungen gegen das Vorjahr in Prozent								
Tourismus	-----	+ 7,3	+ 3,6	+ 5,5	+ 1,1	+ 3,8	+3,8	+ 3,7
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	-----	+ 2,2	+ 3,1	+ 1,9	+ 6,5	+ 3,7	+ 3,6	+ 3,8
Tourismus und Freizeitwirtschaft	-----	+ 4,9	+ 3,4	+ 3,8	+ 3,6	+ 3,6	+ 3,7	+ 3,7
Beitrag zum BIP in Prozent								
Tourismus	8,3	8,7	8,8	9,1	8,8	8,8	8,7	8,7
Freizeitkonsum der Inländer am Wohnort	7,6	7,6	7,7	7,6	7,8	7,7	7,7	7,6
Tourismus und Freizeitwirtschaft	16,0	16,3	16,5	16,7	16,6	16,5	16,4	16,3

Tabelle 3: Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Österreich
Quelle: Laimer/Smeral, 2006, S. 2

1.3.3 Förderung von Infrastruktur und Freizeitangebot

Die Kennziffer „Urlaubsintensität“ gibt Auskunft darüber, wie viel Prozent der Bevölkerung regelmäßig Urlaub macht. In Österreich liegt die Urlaubsintensität bei 55 %. Von diesen rund 55 % macht wiederum über die Hälfte im eigenen Land Urlaub. Mit dem anhaltenden Trend zu Kurzurlauben und Tagesausflügen fördert das hoch geschätzte Angebot des Urlaubslandes Österreich die Urlaubsintensität seiner Bevölkerung. Wäre das Angebot nicht so abwechslungsreich, interessant und hochqualitativ, wäre der Anteil der österreichischen Urlauber in Österreich eventuell nicht so hoch.⁶

Es steigt allerdings nicht nur die Urlaubsintensität der Österreicher. International sind Reisen und Urlaub stark im Trend. Steigende Reiseintensität⁷ ist einerseits vom allgemeinen Trend am Urlaubsmarkt abhängig, wird andererseits aber auch stark von den Bestrebungen einzelner Urlaubsländer und Destinationen beeinflusst. Je besser sich ein Land vermarktet und positioniert, desto besser sind seine Chancen, internationale und nationale Touristen anzulocken.

Der derzeitige Erfolg der Tourismusbranche wird zu einem großen Teil von der **hochqualitativen** und **erstklassigen Infrastruktur** in Österreich getragen. In rund 18 000 Beherbergungsbetrieben finden sich weit über eine halbe Million (rund 615 300) gewerbliche Gästebetten. Zusätzlich beinhaltet das Angebot mehr als 446 600 Gästebetten in Privatquartieren und sonstigen Unterkünften (Jugendherbergen, Schutzhütten etc.). Für das leibliche Wohl der österreichischen Gäste sorgen über 50 000 Gastronomiebetriebe.⁸

Bei der Infrastruktur muss festgehalten werden, dass ein starker Trend zu hoher Qualität beobachtbar ist. Die Anzahl der Gästebetten in der **gehobenen Klasse** (3-, 4- und 5-Sterne-Hotellerie) **wächst stetig** an. Im Jahr 2007 verbuchte die 4- und 5-Sterne-Hotellerie Nächtigungszuwächse in Höhe von 3,6 % im Vergleich zum Jahr davor, was eine Anzahl von 41 Mio. Nächtigungen beträgt.⁹ Die Beliebtheit des Urlaubslandes Österreich bei den internationalen sowie bei den heimischen Gästen ist sicherlich auch auf die hervorragende Qualität des Freizeitangebotes zurückzuführen. **Freizeitinfrastruktur** und **Top-Sportangebote** kommen nicht nur internationalen Touristen zu Gute, sie erhöhen auch die Lebensqualität der heimischen Bevölkerung.

1.4 Der österreichische Tourismus im internationalen Vergleich

Österreich nimmt als weithin bekanntes Tourismusland im internationalen Vergleich eine wichtige Rolle ein. Der Marktanteil von 5 % am europäischen Tourismus mag auf den ersten Blick nicht groß erscheinen, vergleicht man ihn jedoch mit dem **BIP-Anteil** an Europa von 2,1 % und dem **Bevölkerungsanteil** an Europa von 1,5 % wird einem die Stellung Österreichs im EU-Tourismus bewusst.¹⁰ Obwohl diese Zahlen ein positives Bild zeigen, fällt es Österreich schwer, die gewonnenen Marktanteile dauerhaft zu halten. Seit 1995 sieht sich der österreichische Tourismus mit Marktanteilsverlusten von durchschnittlich 0,2 Prozentpunkten pro Jahr konfrontiert. Als Begründung nimmt man an, dass Österreich zu stark auf mittelfristig stagnierende Märkte wie Deutschland, Italien, Schweiz und die Niederlande konzentriert ist. Studien über die potenziellen Entwicklungsmöglichkeiten des österreichischen Tourismus zeigen deutlich, dass Österreich verstärkt auf die Märkte in den neuen EU-Mitgliedstaaten und den außereuropäischen Staaten setzen muss, um die Tourismusexporte in Zukunft zu erhöhen.¹¹

6 Vgl. Wirtschaftskammer Österreich Tourismus und Freizeit, 2007, S. 4 ff

7 Mit der Reiseintensität ist hier gemeint: Der Anteil der Personen im Alter ab 15, die mindestens eine Haupturlaubsreise mit vier oder mehr Übernachtungen durchgeführt haben.

8 Vgl. Wirtschaftskammer Österreich Tourismus und Freizeit, 2007, S. 4 ff

9 Vgl. ÖGZ, 2008a, S. 2

10 Vgl. Smeral 2006, S. 1

11 Vgl. Smeral 2006, S. 1 f

Neue Märkte sind nur eine Facette vieler Veränderungen, die der Tourismus aktuell und in Zukunft unterworfen ist. Im internationalen Tourismus wird von einer so genannten **Trendwende** gesprochen, die mit großen Schritten voranschreitet und die die Rahmenbedingungen in der gesamten Branche verändert. Mit wirtschaftlichen und marketingtechnischen Veränderungen wird es das Tourismusland Österreich schaffen, seinen Markt auf neue Rahmenbedingungen einzustellen. Folgende Aufzählung gibt einen kurzen Einblick in diese neuen Rahmenbedingungen (siehe auch Baustein 5):

- **Zunahme des Anteils älterer Menschen** (großes Wachstum in den Generationen 50+ und 60+)
- **Sich ändernde Familienstrukturen** (Ein- und Zwei-Personen-Haushalte)
- **Hoher Bildungsstandard, gesteigertes Einkommen, mehr Wohlstand und Mobilität** (effektivere Freizeit, Streben nach Bildung, freie Mobilität in Europa)
- **Individualisierung der Menschen** (mehr Nachfrage nach authentischen, individuellen Produkten)
- **Globalisierung und Wachstum des Reisevolumens** (starke touristische Nachfrage nach Österreich in den mittel- und osteuropäischen Staaten als Folge der EU Erweiterung)
- **Steigender Qualitätsanspruch** (hohe Preis-Leistungs-Sensibilität, Kunden sind gut informiert und kritisch)
- **Technologisierung des Reisens und Einsatz des Internet** (Technologie verändert das Kundenverhalten)
- **Polarisierung in der Gesellschaft und im Freizeiterlebnis** (viel Geld und wenig Zeit vs. wenig Geld und viel Zeit)
- **Orientierung an Gesundheit und Wellness** (Reinheit, Frischheit, Ursprünglichkeit, Umweltfreundlichkeit)¹²

1.5 Struktur des Tourismus

Mehr als 99 % aller österreichischen Unternehmen haben weniger als 250 Beschäftigte. Der Großteil dieser als KMU bezeichneten Gruppe sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU). Unter EPU wird dabei ein Unternehmen verstanden, welches keine unselbstständig Beschäftigten hat.

Rund 43 % der Unternehmen in Tourismus und Freizeitwirtschaft stellen Ein-Personen-Unternehmen dar. Die Sparten Information und Consulting sowie Handel weisen höhere Anteile an EPU auf.

Anteil der Ein-Personen-Unternehmen (EPU) an den Unternehmen gesamt nach Wirtschaftskammer-Sparten, 2007

Sparte	Unternehmen gesamt	EPU	Anteil EPU in %
Gewerbe und Handwerk	91 411	41 545	45,45
Industrie	6 439	2 610	40,53
Handel	78 077	41 298	52,90
Bank und Versicherung	1 086	147	13,54
Transport und Verkehr	18 501	8 410	45,46
Tourismus und Freizeitwirtschaft	56 131	24 374	43,42
Information und Consulting	51 750	34 374	66,42
Gesamte gewerbliche Wirtschaft	303 395	152 758	50,35

Tabelle 4: Anteil der Ein-Personen-Unternehmen (EPU) an den Unternehmen gesamt nach Wirtschaftskammer-Sparten, 2007

Quelle: WKO, Beschäftigungsstatistik

¹² Vgl. Haimayer/Strobl 2004b, S. 2 ff

Nahezu alle der Unternehmen in Tourismus- und Freizeitwirtschaft sind KMU. Diese bieten knapp 89 % der unselbstständig Beschäftigten im Tourismus und Freizeitwirtschaft einen Arbeitsplatz. 0,1 % der Unternehmen der Tourismus und Freizeitwirtschaft beschäftigen mehr als 250 Personen. Allerdings beschäftigen diese 0,1 % der Unternehmen etwas mehr als 11 % der Arbeitskräfte der Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Zu den größten Unternehmen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich zählen ua. die Austria Trend Hotels & Resorts, die Eurest RestaurationsbetriebsgesmbH und die Rosenberger Restaurant GmbH.

Anzahl der Unternehmen und unselbstständig Beschäftigten der Wirtschaftskammer-Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft nach unselbstständig Beschäftigten-Größenklassen, 2007

	Unternehmen	Anteil in %	unselbstständig Beschäftigte	Anteil in %
bis 9 unselbstständig Beschäftigte	51 120	91,1	77 780	31,7
10 bis 49 unselbstständig Beschäftigte	4 376	7,8	83 640	34,1
50 bis 249 unselbstständig Beschäftigte	570	1,0	55 693	22,7
KMU insgesamt	56 066	99,9	217 113	88,5
250 und mehr unselbstständig Beschäftigte	65	0,1	28 299	11,5
Tourismus und Freizeitwirtschaft gesamt	56 131	100,0	245 412	100,0

Tabelle 5: Anzahl der Unternehmen und unselbstständig Beschäftigten der Wirtschaftskammer-Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft nach unselbstständig Beschäftigten-Größenklassen, 2007 Quelle: WKO, Beschäftigungsstatistik

Von insgesamt ca. 302 300 Klein- und Mittelunternehmen der gesamten gewerblichen Wirtschaft sind fast ein Fünftel Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft, welche rund 16 % aller unselbstständig Beschäftigten in KMU einen Arbeitsplatz bieten. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft ist somit der drittgrößte Arbeitgeber im Bereich der kleinen und mittleren Unternehmen.

Anzahl der KMU und unselbstständig Beschäftigten in KMU der gewerblichen Wirtschaft sowie durchschnittliche Unternehmensgröße nach Sparten, 2007

	KMU	Anteil KMU in %	Unselbstständig Beschäftigte in KMU	Anteil in %	Ø Unternehmensgröße ¹
Gewerbe und Handwerk	91 200	30,2	446 953	33,4	4,9
Industrie	6 010	2,0	139 026	10,4	23,1
Handel	77 890	25,8	274 753	20,6	3,5
Bank und Versicherung	1 026	0,3	34 405	2,6	33,5
Transport und Verkehr	18 436	6,1	96 299	7,2	5,2
Tourismus und Freizeitwirtschaft	56 066	18,5	217 113	16,2	3,9
Information und Consulting	51 695	17,1	128 439	9,6	2,5
Gesamte gewerbliche Wirtschaft	302 323	100,0	1 336 988	100,0	4,4

Tabelle 6: Anzahl der KMU und unselbstständig Beschäftigten in KMU der gewerblichen Wirtschaft sowie durchschnittliche Unternehmensgröße nach Sparten, 2007; 1 unselbstständig Beschäftigte je Unternehmen Quelle: WKO, Beschäftigungsstatistik

Die meisten **Unternehmensgründungen** finden in den Sparten Gewerbe und Handwerk sowie Handel statt. Rund ein Zehntel der Unternehmensneugründungen entfällt derzeit auf den Tourismus. Unternehmertum ist Triebfeder für wirtschaftliches Wachstum, Wettbewerbsfähigkeit und die Schaffung von Arbeitsplätzen. Besondere Bedeutung kommt dabei den KMU zu. Sie bilden das Rückgrat der (österreichischen und europäischen) Volkswirtschaften und werden vielfach als „Job- und Wachstumsmotor“ bezeichnet.

Anteil der Neugründungen in Prozent nach Wirtschaftskammer-Sparten, 1998¹ und 2007²

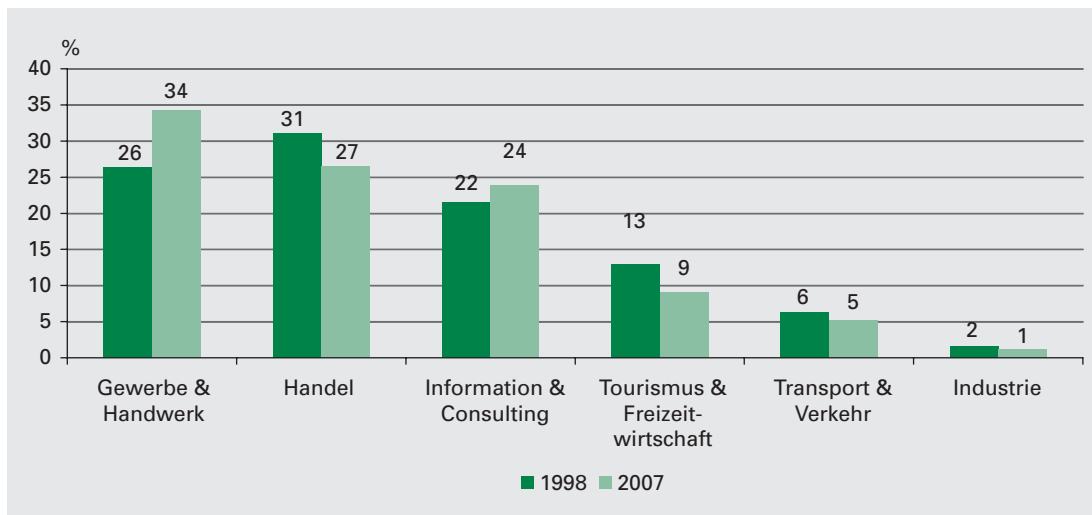


Abbildung 6: Anteil der Neugründungen in Prozent nach Wirtschaftskammer-Sparten, 1998 und 2007
 1 Auf Grund der Neubildung der Sparte Information und Consulting ist ein Zeitvergleich erst seit 1998 möglich.
 2 vorläufige Daten
 Quelle: WKO, Neugründungsstatistik

1.5.1 Räumliche Verteilung

Österreich ist verglichen mit anderen Ländern sehr stark vom Tourismus geprägt. Dessen regionale Bedeutung ist aber unterschiedlich. In Österreich stehen tourismusintensive Regionen mit weltbekannten Tourismusgemeinden (zB Lech am Arlberg, Ischgl im Paznauntal, Kitzbühel etc.) Gegenden gegenüber, die über nahezu keinen Tourismus verfügen.¹³

Eine Methode, um die **Tourismusintensität** von Regionen zu bestimmen und die Regionen untereinander vergleichen zu können, ist die Bestimmung der **Nächtigkeiten pro Einwohner**. Sie finden eine anschauliche Abbildung zur so genannten Tourismusintensität auf der AWS-Website wko.at/aws: Je größer die eingezeichneten Kreise desto tourismusintensiver ist die Region.

13 Vgl. Meyer-Cech, 2006, S. 1

Die nächtigungsintensivsten Regionen Österreichs konzentrieren sich auf den alpinen Westen. Ausnahmen stellen die kulturellen Zentren **Wien** und **Salzburg-Stadt** dar, welche im Städtetourismus enorme Nächtigungszahlen erzielen. Welche Regionen die tourismusintensivsten sind und wie sich diese klassifizieren, zeigt die folgende Tabelle:

Nächtigungsintensität nach Region

Bis zu 750 Nächtigungen/Einwohner	Salzburger und Steirisches Salzkammergut, Pongau, Pinzgau, Arlberg und Montafon. Das Gebiet Arlberg West weist mit 750 Nächtigungen pro Einwohner die höchste Nächtigungsintensität auf.
Über 300 Nächtigungen/Einwohner	Sonnenplateau Glemmtal, Paznaun, Kleinwalsertal, Tannheimertal/Jungholz
Zwischen 100 und 300 Nächtigungen/Einwohner	Brandner Tal, Ötztal, Gasteiner Tal, Zillertal, Schladming und Umgebung
Unter 100 Nächtigungen/Einwohner	Vorarlberger Rheintal, Inntal, Wipptal (ist teilweise bedingt durch starkes Verkehrsaufkommen)

Tabelle 7: Nächtigungsintensität nach Region

Quelle: Meyer-Cech, 2006, S. 1

1.5.2 Zeitliche Verteilung

Aufgrund der geografischen und klimatischen Voraussetzungen ist Tourismus in Österreich von einer starken **Saisonalität**¹⁴ geprägt. Mehr als die Hälfte der Nächtigungen finden in den vier Monaten Jänner und Februar bzw. Juli und August statt. In diesen Hochsaisons kommt es dadurch zu überdimensionaler Frequenz. Das hat nicht nur positive Auswirkungen, Saisonalität wird auch von negativen Effekten begleitet, wie

- sehr dichtem An- und Abreiseverkehr,
- Über- und Ausbuchungen von Beherbergungsbetrieben und eventuell nachfragenden Urlauber, die nicht mehr aufgenommen werden können,
- daraus resultierenden möglichen Imageverlusten,
- Wartezeiten bei Bergbahnen und in Gaststätten und
- Belastung der Bevölkerung und der Naturräume.

In nächtigungsintensiven Tourismusregionen wird die Infrastruktur (Angebot an Gästebetten etc.) auf die Hauptsaison(en) ausgerichtet, wodurch versucht wird, die gesamte Nachfrage zu befriedigen. Dadurch können sich aber auch **wirtschaftliche Probleme** ergeben. Die auf Spitzenzeiten ausgelegte Infrastruktur ist in der übrigen, schwachen Zeit des Jahres mit unzureichender Auslastung konfrontiert. Da allerdings laufende Kosten (zB Betriebs- und Wartungskosten bei Seilbahnen) trotzdem anfallen, entstehen wirtschaftliche Durststrecken, die in der nachfragestarken Saison wieder ausgeglichen werden müssen.¹⁵

¹⁴ Saisonalität bedeutet, dass sich die Nachfrage nach Urlaub in Österreich nach Saisonen richtet. Man unterscheidet dabei hauptsächlich **Sommer-** und **Wintersaison**. Auf Saisonalität und dass sich Österreich bemühen muss, sich von der Saisonalität wegzuentwickeln, wird in späteren Bausteinen noch ausführlicher eingegangen.

¹⁵ Vgl. Meyer-Cech, 2006, S. 2

1.6 Betriebswirtschaftliche Situation des Tourismus

Die Betrachtung der betriebswirtschaftlichen Situation der Tourismusbetriebe zeigt, dass es neben sehr erfolgreichen Unternehmen auch Unternehmen gibt, die vor (massiven) betriebswirtschaftlichen Herausforderungen stehen.

Insgesamt zählen 9 % der österreichischen Tourismusunternehmen zur (betriebswirtschaftlichen) Elite: Sie haben mehr als ein Fünftel des Betriebsvermögens mit Eigenkapital finanziert und erwirtschaften Gewinne von mehr als 5 % der Betriebsleistung.

6 % der Unternehmen haben gute Voraussetzungen für eine Positionierung im Spitzenfeld (Umsatzrendite¹⁶ über 2,5 %, Eigenkapitalquote¹⁷ über 10 %).

23 % der Betriebe hat vor allem Ertragsprobleme. Sie verfügen zwar über mehr als 10 % Eigenkapital, machen aber zu wenig Gewinn (0 % bis 2,5 % der Betriebsleistung) bzw. arbeiten sogar mit Verlust.

14 % der Unternehmen erwirtschaften zwar ausreichende Gewinne (über 2,5 % der Betriebsleistung), haben aber zu wenig Eigenkapital (bis 10 % des Gesamtkapitals) oder das Betriebsvermögen sogar zur Gänze mit Fremdkapital finanziert.

13 % haben sowohl Finanzierungs- als auch Ertragsprobleme. Gewinne zwischen 0 % und 2,5 % bedeuten, dass real (nach Berücksichtigung der Ertragssteuern und der Geldentwertung) Substanz verloren geht. Die ohnehin niedrige Eigenkapitalausstattung (0 % bis 10 %) verschlechtert sich bzw. die Überschuldung wird größer.

Ein Drittel der Unternehmen befindet sich in einer betriebswirtschaftlich sehr schlechten Situation: Sie sind überschuldet und können die Kosten nicht decken. In dieser Position sind in der Regel weit reichende Sanierungsmaßnahmen (Zuführung von Eigenkapital, Reduzierung der Fixkosten, strategische Neuausrichtung des Unternehmens etc.) erforderlich.¹⁸

¹⁶ Die Umsatzrendite ist der Anteil des Gewinns in Prozent am Umsatz eines Unternehmens: Gewinn/Umsatz x 100.

¹⁷ Die Eigenkapitalquote ist der Anteil des Eigenkapitals in Prozent des Gesamtkapitals.

¹⁸ Die betriebswirtschaftliche Situation der österreichischen Tourismusbetriebe wird anhand der wichtigsten Eckdaten auf Basis von Sonderauswertungen der KMU FORSCHUNG AUSTRIA Bilanzdatenbank beschrieben. Insgesamt wurden 11 711 Jahresabschlüsse von österreichischen Tourismusbetrieben ausgewertet. Weiters wurden Auswertungen der Sparten Gewerbe und Handwerk, Industrie, Handel, Verkehr sowie Information und Consulting durchgeführt. Die Bilanzdatenbank der KMU FORSCHUNG AUSTRIA umfasst für das Bilanzjahr 2005/06 rund 80 000 betriebswirtschaftlich korrigierte Steuerbilanzen nach dem Gesamtkostenverfahren. Standardmäßig werden Durchschnittswerte (arithmetische Mittel) berechnet. Für den Tourismus werden darüber hinaus auch die Durchschnittswerte einzelner KMU-Größenklassen gemäß einer Empfehlung der Europäischen Kommission vom 6. Mai 2003 dargestellt. Um aussagekräftige Branchendurchschnittswerte für die jeweilige Branche zu erhalten, werden in der KMU FORSCHUNG AUSTRIA Bilanzdatenbank betriebswirtschaftliche Korrekturen durchgeführt. Dadurch ist es zB möglich, Unternehmen mit unterschiedlichen Rechtsformen bzw. unterschiedlicher Finanzierungsstruktur zu vergleichen. Der kalkulatorische Unternehmerlohn wird bei all jenen Rechtsformen angesetzt, bei denen der Unternehmer nicht als „unselbstständiger“ Mitarbeiter im Betrieb angestellt sein kann und in den Personalaufwendungen daher auch kein Leistungsentgelt (Gehalt) für die Mitarbeit des Unternehmers berücksichtigt ist. Dies ist für einen Vergleich von Unternehmen mit unterschiedlicher Rechtsform unbedingt notwendig. Darüber hinaus wird ein Dispositionszuschlag in Höhe von 2 % des Personalaufwandes in Ansatz gebracht, der allerdings nach oben hin limitiert ist. Die Koppelung des Dispositionszuschlages an den Personalaufwand beruht auf der Tatsache, dass die unternehmerische Tätigkeit auch Personalführungsaktivitäten inkludiert, die unmittelbar vom Personalstand abhängen. Die für Fremdkapital anfallenden Zinsen können als Aufwand in der Steuerbilanz gewinnmindernd angesetzt werden. Die Berücksichtigung von Zinsen für Eigenkapital ist in der Steuerbilanz jedoch nicht möglich. Durch die Erfassung der kalkulatorischen Zinsen wird berücksichtigt, dass auch die Bereitstellung von Eigenkapital mit Kosten verbunden ist, da sich die Kapitalgeber eine gewisse Mindestverzinsung ihres gebundenen Kapitals erwarten. Auch für einen Vergleich von eigenkapitalstarken mit (im Extremfall) überschuldeten Unternehmen ist der Ansatz von Eigenkapitalzinsen erforderlich; ansonsten wären die zur Gänze eigenfinanzierten Unternehmen in der Regel die profitabelsten, da der Fremdfinanzierungsaufwand bei den überschuldeten Unternehmen nicht selten 5 % der Betriebsleistung erreicht!

Betriebswirtschaftliche Position der bilanzierenden österreichischen Tourismusunternehmen¹, 2006/2007

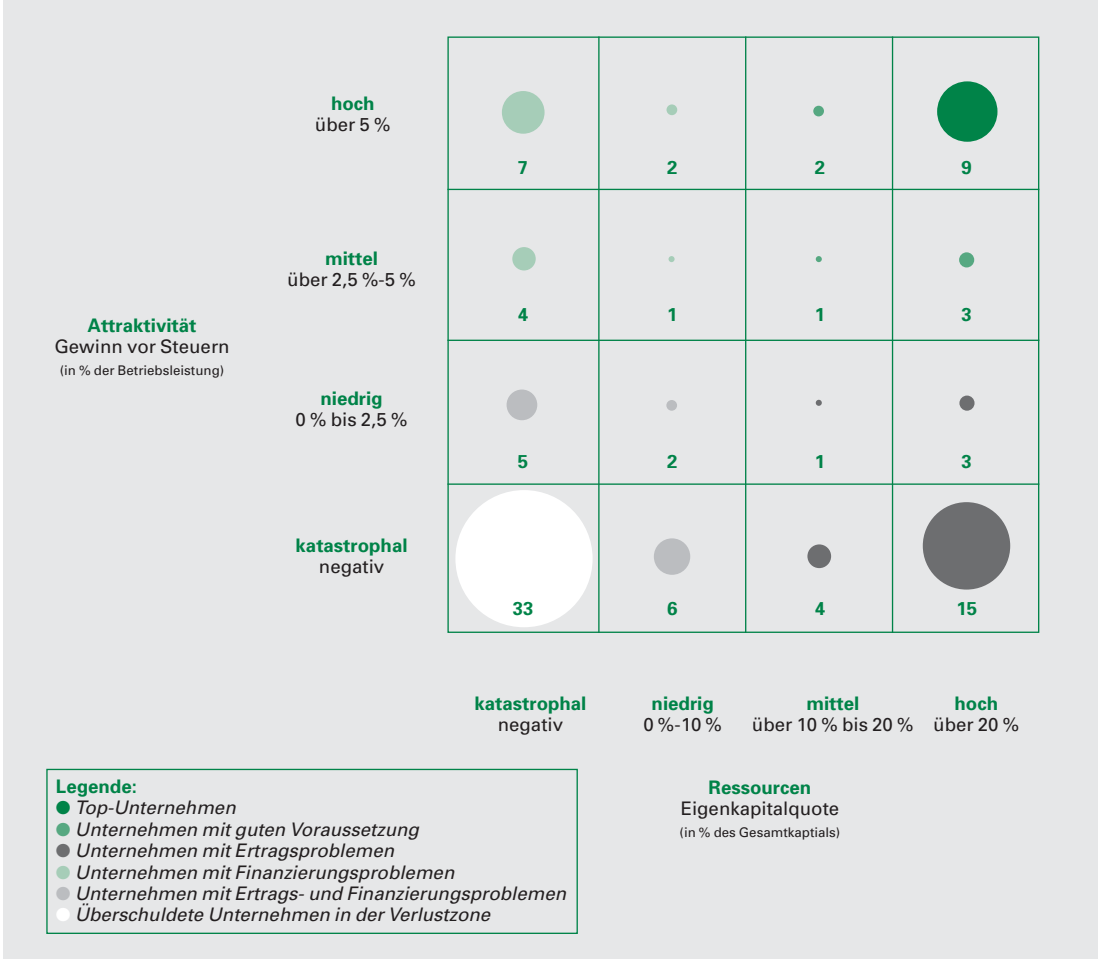


Abbildung 8: Betriebswirtschaftliche Position der bilanzierenden österreichischen Tourismusunternehmen, 2006/2007
 1 Die Verteilung nach Prozent erfolgt anhand der Indikatoren Umsatzrentabilität (Ergebnis vor Steuern in % der Betriebsleistung) und Eigenkapitalquote (Eigenkapital in % des Gesamtkapitals). Stichprobe: 11 711 bilanzierende österreichische Tourismusunternehmen
 Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

1.6.1 Rentabilität

Unter Rentabilität wird die Wirtschaftlichkeit des eingesetzten Kapitals verstanden: Kann das im Unternehmen arbeitende bzw. gebundene Kapital eine ausreichende Verzinsung (Rendite) erwirtschaftet werden konnte?

Die **Umsatzrentabilität** zeigt, welche Rendite auf Basis des ordentlichen („normalen“) Geschäfts (Betriebsleistung) erzielt wurde.¹⁹

$$\frac{\text{Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit}}{\text{Betriebsleistung}} \times 100$$

¹⁹ Verzerrungen durch außerordentliche Erträge und Aufwendungen werden definitionsgemäß ausgeschlossen.

Kosten- und Leistungsstruktur, nach Unternehmenserfolg, Tourismus und Freizeitwirtschaft, Österreich, 2006/2007

Positionsbezeichnung	Gesamt- durchschnitt in %	oberes Quartil ⁸ in %	unteres Quartil ⁸ in %
Anzahl der ausgewerteten Betriebe	11 389	2 847	2 847
Betriebsleistung	100,0	100,0	100,0
- Materialaufwand inkl. Fremdleistungen	37,8	25,2	22,4
= Rohertrag	62,2	74,9	77,6
- Sonstige betriebliche Erträge	3,2	3,4	4,8
- Personalaufwand	27,0	28,3	38,8
- kalkulatorischer Unternehmerlohn	1,5	0,8	4,9
- Sonstiger Aufwand	32,2	33,6	52,6
= Ergebnis vor Finanzerfolg (Betriebserfolg)	4,8	15,5	-13,8
Finanzerträge	0,5	0,8	0,5
Finanzaufwendungen	3,6	3,4	8,2
Kalkulatorische Eigenkapitalkosten	1,3	1,7	3,0
- Finanzergebnis	-4,4	-4,3	-10,7
Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit (EGT)	0,4	11,1	-24,6

Tabelle 8: Kosten- und Leistungsstruktur, nach Unternehmenserfolg, Tourismus und Freizeitwirtschaft, Österreich, 2006/07
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

Während die erfolgreichsten österreichischen Unternehmen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft im Durchschnitt eine Umsatzrentabilität von 11,1 % erzielen, erwirtschaften die am wenigsten erfolgreichen Unternehmen einen Verlust in der Höhe von 24,6 % der Betriebsleistung.

Im Vergleich mit den anderen Sparten liegt der Tourismus in Bezug auf die Umsatzrentabilität an letzter Stelle. Die mit Abstand höchste Rentabilität erzielt die Sparte Information und Consulting mit rund 5 %.

Umsatzrentabilität (nach Finanzergebnis), in Prozent der Betriebsleistung nach Wirtschaftskammer-Sparten, Österreich, 2006/2007

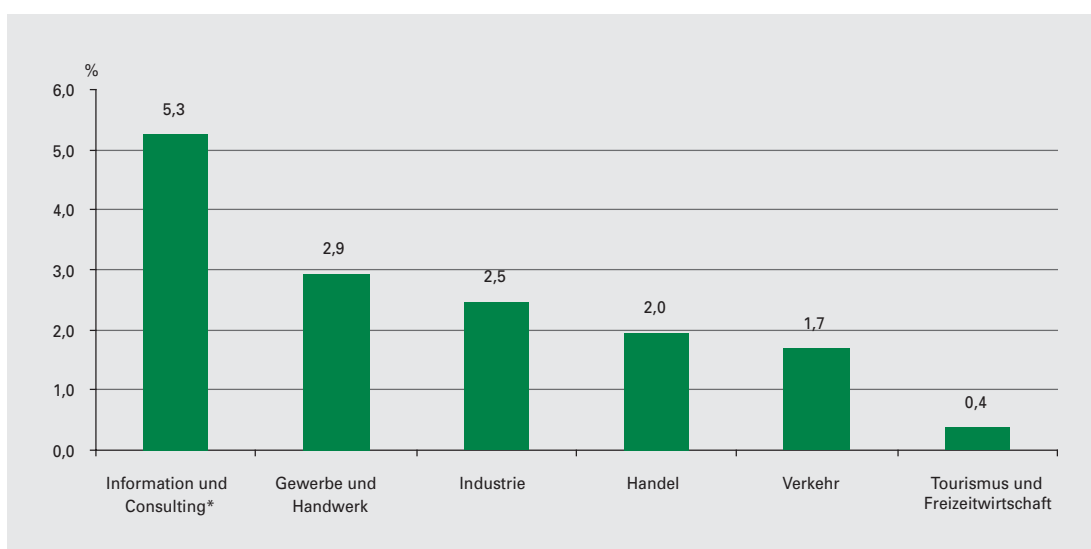


Abbildung 9: Umsatzrentabilität (nach Finanzergebnis), in Prozent der Betriebsleistung nach Wirtschaftskammer-Sparten, Österreich, 2006/2007; * exklusive Immobilien- und Vermögenstreuhänder
Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

1.6.2 Finanzierung

Rund 86,6 % des Betriebsvermögens der österreichischen Tourismusunternehmen sind mit Fremdkapital und lediglich 11,8 % mit Eigenkapital finanziert. Für künftige Ansprüche von Mitarbeitern ist in Form des Sozialkapitals²⁰ im Ausmaß von 1,1 % vorgesorgt. **Größter Fremdkapitalgeber** sind die **Banken**. Sie finanzieren 60,3 % des Vermögens.

Kapitalstruktur nach Unternehmenserfolg, Tourismus und Freizeitwirtschaft Österreich, 2006/2007

Positionsbezeichnung	Gesamt- durchschnitt in %	oberes Quartil ¹¹ in %	unteres Quartil ¹² in %
Eigenkapital	11,8	19,3	11,7
Sozialkapital	1,1	1,0	0,7
Langfristige Bankverbindlichkeiten	47,7	42,1	49,0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	4,4	3,5	5,4
Langfristiges Fremdkapital	52,1	45,5	54,4
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	12,6	10,7	13,7
Erhaltene Anzahlungen	3,3	3,2	2,7
Lieferverbindlichkeiten	5,5	4,5	4,2
Sonstige kurzfristige Verbindlichkeiten	13,3	15,3	12,0
Kurzfristiges Fremdkapital	34,6	33,7	32,5
Fremdkapital	86,6	79,3	86,9
Passive Rechnungsabgrenzung	0,5	0,4	0,7
GESAMTKAPITAL	100,0	100,0	100,0

Tabella 9: Kapitalstruktur, nach Unternehmenserfolg, Tourismus und Freizeitwirtschaft Österreich, 2006/2007

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

Die **Eigenkapitalquote** besagt, mit welchem Anteil ein Betrieb mit Eigenkapital (ohne stille Reserven) ausgestattet ist.

$$\frac{\text{Eigenkapital}}{\text{Gesamtkapital}} \times 100$$

Je **höher** der **Eigenkapitalanteil** ist, **desto kreditwürdiger** ist ein Unternehmen. Um zB konjunkturell schwierige Zeiten unbeschadet zu überstehen oder etwaige Verluste abdecken zu können sollte, aus betriebswirtschaftlicher Sicht der Eigenkapitalanteil zumindest 20 % des Betriebsvermögens betragen. Höhere Werte stärken die Krisensicherheit und Unabhängigkeit des Unternehmens.

Die Eigenkapitalquote steigt mit der Unternehmensgröße. Während die Mittelbetriebe mit einer Eigenkapitalquote von rund 19 % den Richtwert von 20 % beinahe erreichen, weisen die Kleinstbetriebe ein äußerst geringes Eigenkapital (rund 1 %) auf. Während mehr als die Hälfte der Kleinstbetriebe über kein Eigenkapital verfügt, das heißt, dass diese Unternehmen mehr Fremdkapital als buchmäßiges Vermögen haben, sind es bei den Mittelbetrieben rund 26 %.

²⁰ Das Sozialkapital besteht aus den Abfertigungs- und Pensionsrückstellungen. Seit 1. Jänner 2003 gibt es die Abfertigung „neu“: Für Mitarbeiter, die in dieses System fallen, werden monatliche Beiträge in eine Mitarbeitervorsorgekasse einbezahlt (derzeit 1,53 % der monatlichen Bruttolohnsumme); zunächst gilt dies für alle neu eintretenden Mitarbeiter (ab dem 1. Jänner 2003); zudem gibt es die Optionsmöglichkeit zum Umstieg in dieses System für Mitarbeiter im „alten“ System. Mehr als 50 % der Beschäftigten sind bereits im neuen System. Langfristig gesehen ist dadurch zu erwarten, dass der Anteil des Sozialkapitals am Gesamtkapital rückläufig sein wird. Seit dem Rechnungslegungsgesetz sind Unternehmen verpflichtet, eine Abfertigungsrückstellung zu bilden. Eine Abfertigungsrückstellung kann auf Grund einkommenssteuerrechtlicher Bestimmungen maximal im Ausmaß von 50 % bzw. 60 % (bei Dienstnehmern, die älter als 50 Jahre sind) der fiktiven Abfertigungsansprüche aller Dienstnehmer gebildet werden. Unter den fiktiven Abfertigungsansprüchen ist jener Abfertigungsbetrag zu verstehen, der den Dienstnehmern im Falle der Kündigung (zum Bilanzstichtag) bezahlt werden müsste.

Eigenkapital in Prozent des Gesamtkapitals, nach Wirtschaftskammer-Sparten, Österreich, 2006/2007

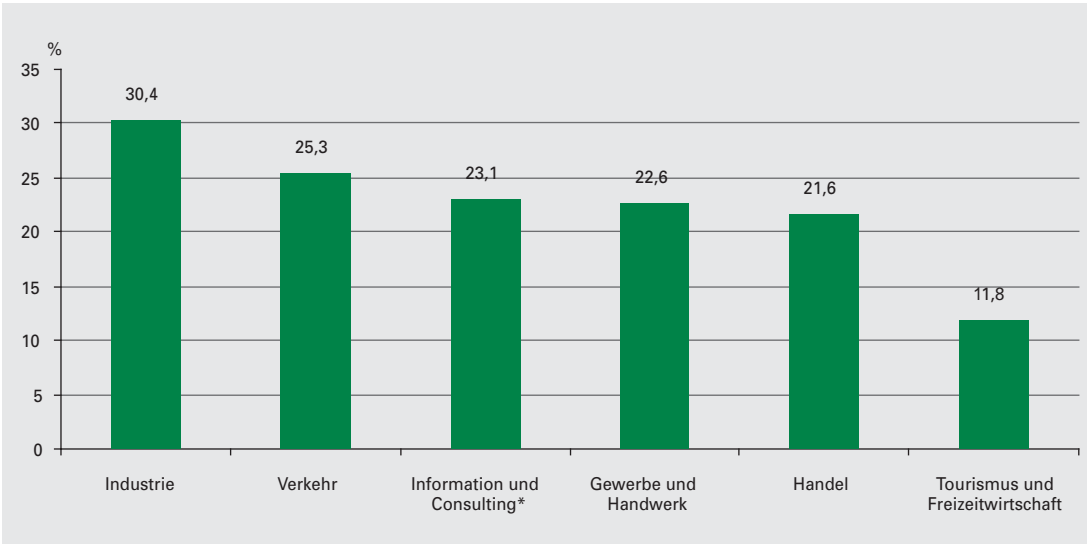


Abbildung 10: Eigenkapital in Prozent des Gesamtkapitals, nach Wirtschaftskammer-Sparten, Österreich, 2006/2007

* exklusive Immobilien- und Vermögenstreuhänder

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

Fallbeispiel

Gibt ein Gast in einem Hotel 1 000 Euro aus, wird davon etwa ein Drittel für das Personal im Hotel aufgewandt. Eine weitere wichtige Ausgabequellen sind die Immobilien (Abschreibung sowie Instandhaltungsarbeiten für die Gebäude) sowie die Waren (insbesondere für die Küche wie Lebensmittel und Getränke).



Was passiert mit 1 000 Euro, die ein Gast im Hotel ausgibt?

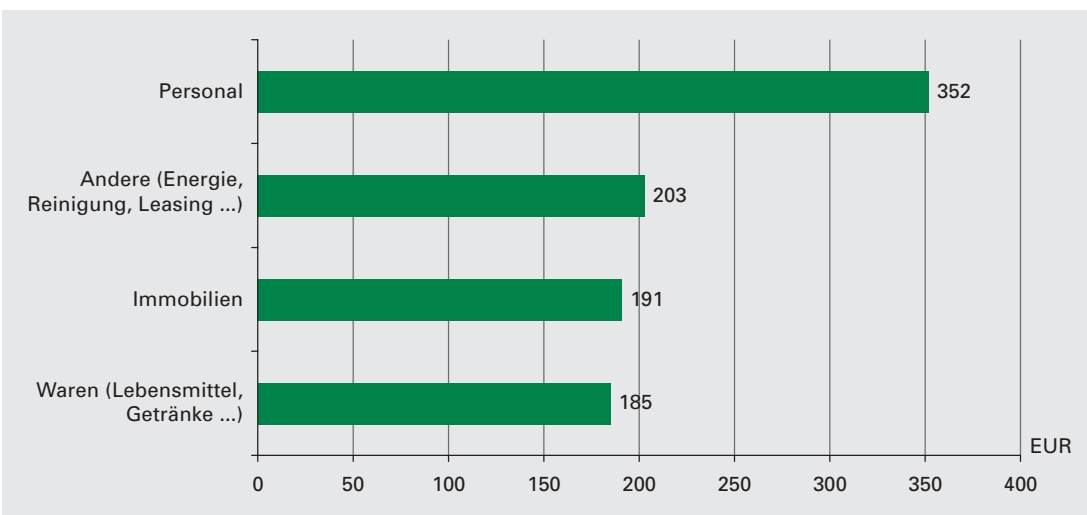


Abbildung 11: Was passiert mit 1 000 Euro, die ein Gast im Hotel ausgibt? Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

LITERATURVERZEICHNIS

- *Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich* (2003): 51. Verordnung: Gastgewerbe-Verordnung. Wien: RIS
- *Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit* (2005a): Betriebsnachfolge im Tourismus – Ratgeber. Wien: BMWA
- *Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit* (2005b): Österreich als Gewinner der EU-Erweiterung. Wien: BMWA
- *Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit* (2007a): Die Organisation des Tourismus in Österreich. Wien: BMWA
- *Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit* (2007b): Jungunternehmerförderung in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft 2007 – 2013. Wien: BMWA
- *Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich* (2003): Verordnung des Bundesministers für Wirtschaft und Arbeit über die Zugangsvoraussetzungen für das Gastgewerbe (Gastgewerbe-Verordnung). Wien: BMWA
- *Dorald, W. / Dorald, A.* (2001): Kodes des Österreichischen Rechts – Bürgerliches Recht, 24. Auflage, Stand 01.10.2001, Wien: Orac
- *Fach-Magazin für Touristik, Gastronomie, Hotellerie und Großverbrauch/Industrie* (2004): Was sagt das Gewerberecht. Wien: Mucha
- *Hannemann, Ch.* (2007): Recht im Tourismus. Strahlsund: Haus der Wirtschaft
- *Laimer, P. / Smeral, E.* (2006): Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Wien: Statistik Austria und WIFO
- *Market – Marktforschung* (2008): Sorge wegen Rauchverbot: Gastronomiepersonal befürchtet Einkommenseinbußen und Jobverluste. Wien: Market Institut
- *Meyer-Cech, Kim* (2006): *Tourismus in Österreich. Wien: Universität für Bodenkultur – Abteilung für Raum, Landschaft und Infrastruktur*
- *ÖGZ* (2008a): 2007: über 120 Mio. Nächtigungen. Das Tourismusjahr 2007 knüpfte an die Rekorde der 90er-Jahre an. In: *Österreichische Gastronomie und Hotelzeitung*, Nr.: 5/1. Februar 2008, S. 1-2
- *ÖGZ* (2008b): „Es geht auch miteinander“ Charta der heimischen Gastwirte zur Nichtraucher-Diskussion verabschiedet. In: *Österreichische Gastronomie und Hotelzeitung*, Nr.: 9/29. Februar 2008, S. 2
- *ÖGZ* (2008c): Stornierungen mindern Erträge. In: *Österreichische Gastronomie und Hotelzeitung*, Nr.: 10/7. März 2008, S. 16
- *Österreichischer Gastronomiefachverband* (2006): Die Gewerbeberechtigung. Wien: WKÖ
- *Österreichischer Gastronomiefachverband* (2008): Nichtrauchererschutz ja – aber nicht auf dem Rücken der Gastronomie! Argumente gegen ein gesetzliches Rauchverbot. Wien: WKÖ
- *Schuster, D. / Koza, R.* (2007): Die volkswirtschaftliche Bedeutung der Tourismus- und Freizeitwirtschaft für Österreich – Hauptergebnisse des Tourismus-Satellitenkontos 2006. Wien: WKO Staatsabteilung Wirtschaftspolitik
- *TourMis – Touristisches Marketing Informationssystem* (2008): Zahlen aus November und Dezember 2007. Wien: Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft
- *Universität für Bodenkultur* (2007): Organisation des Tourismus – Querschnittsmaterie Tourismus. Wien: BOKU
- *Wirtschaftskammer Österreich Tourismus und Freizeit* (2007): Gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Tourismus. Wien: WKO

Websites:

- *Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit/Tourismus und Historische Objekte*
<http://bmwa.gv.at/tourismus>
- Die Gastronomie: www.diegastronomie.at/hygieneueberblick.htm, 28. Februar 2008
- Österreichs Ratspräsidentschaft der Europäischen Union (2006):
<http://www.eu2006.at/de/Austria/Overview/sectors.html>, 29. Januar 2008
- Österreich Werbung: http://www.austria.info/xxl/_site/at/_area/383532/home.html, 12. März 2008
- *Tourismus-Studien-Austria*: <http://www.studien.at>, <http://www.tourismus-studien.at>
- *Wirtschaftskammer Österreich*: Beschäftigungsstruktur 2007:
<http://www.wko.at/statistik/eu/europa-beschaefigungsstruktur.pdf>, 27. Mai 2008

1

DIDAKTIK

Übungsblatt 1: Vielfalt der Wirtschaftssparte

1. Kreuzen Sie an: Welche der folgenden Betriebe gehören mit hoher Wahrscheinlichkeit zur Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft?

Betrieb	Zählt zur Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft
Firma Grünland GmbH, Kompostierung	
Massagestudio Asia	
Anna Jello, Caféhaus	
Daniel Trattner, Fitnessstudio	
Schöner Reisen Reiseveranstaltungs GmbH	
Wellnesspark Schönau	

2. Verschaffen Sie sich auf <http://wko.at> einen Überblick über die verschiedenen Branchen der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft. Wählen Sie in Gruppen jeweils drei Branchen aus. Recherchieren Sie im Internet, welche Leistungen jeweils drei Unternehmen in der jeweiligen Branche erbringen. Was unterscheidet die Unternehmen? Welche Gemeinsamkeiten weisen Sie auf? Präsentieren Sie Ihre Rechercheergebnisse in der Klasse.

1. Branche: _____

2. Branche: _____

3. Branche: _____

3. Trotz all ihrer Verschiedenheit weisen die Branchen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft doch Gemeinsamkeiten auf. Versuchen Sie, drei Gemeinsamkeiten zu finden.

Übungsblatt 2: Struktur des Tourismus

1. Kreuzen Sie an: Welche der folgenden Aussagen gelten für die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft?
Stellen Sie die falschen Aussagen richtig.

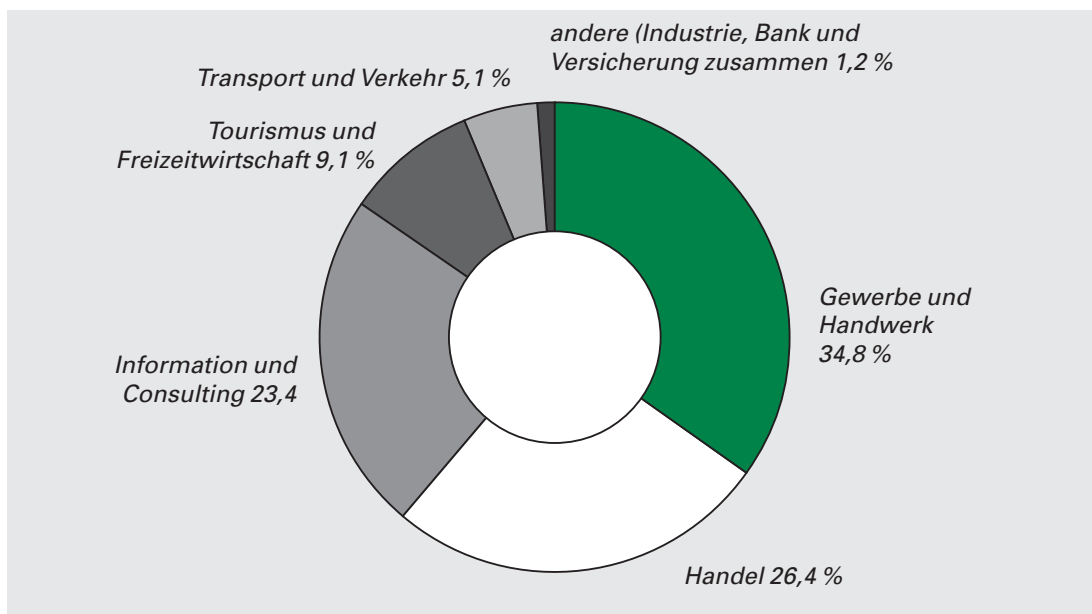
Aussage	Trifft zu	Richtigstellung
Mehr als zwei Drittel sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU)		
Die meisten Betriebe sind Klein- und Mittelbetriebe (KMU)		
Über 90 % der Betriebe haben weniger als 10 Beschäftigte		
Die meisten Unternehmensneugründungen finden in der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft statt.		

2. Der Tourismus ist nur eine Sparte in der Wirtschaftskammerorganisation. In welchen anderen Sparten finden sich die österreichischen Betriebe wieder? Nennen Sie zu jeder Sparte mindestens eine Branche und dazu ein Unternehmen aus Ihrer Umgebung.

Übungsblatt 4: Wirtschaftsfaktor Tourismus und Freizeitwirtschaft

1. Welchen Stellenwert haben Tourismus- und Freizeitbetriebe als Unternehmensgründer?
Ziehen Sie zur Beurteilung auch nachfolgende Grafiken heran.

Anteil der Neugründungen in Prozent nach Wirtschaftskammer-Sparten, 1998¹ und 2007²

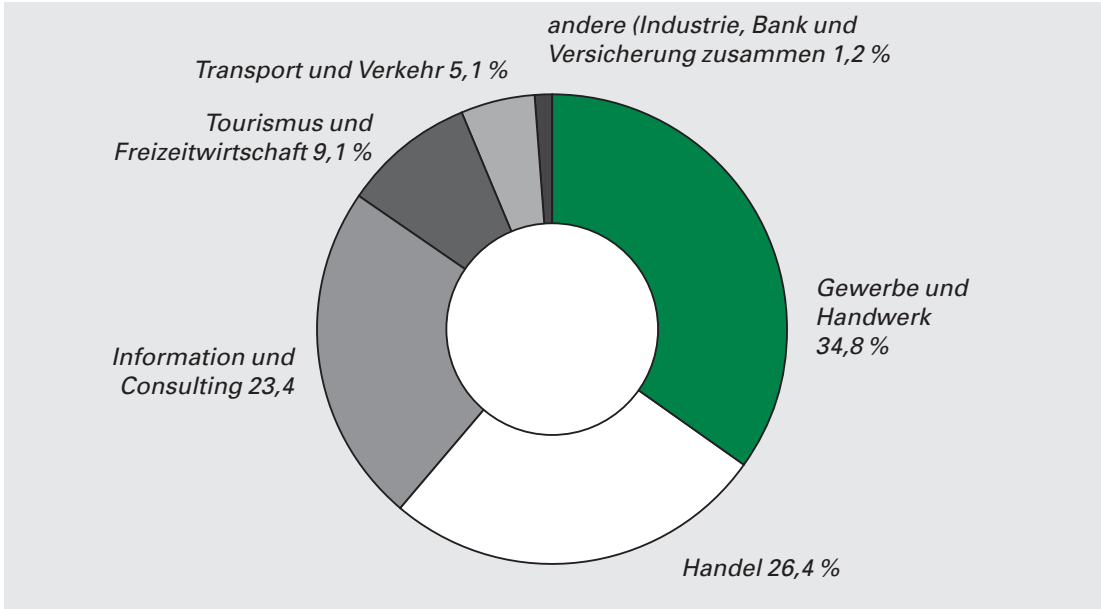


1 Auf Grund der Neubildung der Sparte Information und Consulting ist ein Zeitvergleich erst seit 1998 möglich.
2 vorläufige Daten
Quelle: WKO Gründungsstatistik

Zusatzfrage: Recherchieren Sie: In welcher Branche des Tourismus werden jährlich die meisten Unternehmen gegründet?
Recherchetipp: <http://wko.at/>

2. Welche Bedeutung haben die Betriebe der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft als Arbeitgeber? Ziehen Sie zur Beurteilung auch nachfolgende Grafik heran. Wodurch, glauben Sie, unterscheidet sich ein „typischer“ Arbeitsplatz in einem Tourismusbetriebbetrieb von einem Industriearbeitsplatz?

Anteil der Beschäftigten an den Gesamtbeschäftigten nach Branchen, 2007



Quelle: WKO, Beschäftigungsstatistik

3. Wie beurteilen Sie folgende Aussage? „Viel Tourismus schadet einer Region. Er schafft keine hochwertigen Arbeitsplätze und ruiniert die Natur.“ Notieren Sie Ihre Gedanken und diskutieren Sie anschließend darüber in der Klasse.

4. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft trägt jährlich über ein Sechstel zum BIP bei. Was versteht man unter „BIP“? Recherchieren Sie im Internet, wie hoch das BIP derzeit insgesamt ist und wie hoch daran der Anteil des Tourismus und der Freizeitwirtschaft ist.

5. Lesen Sie den folgenden Text und beantworten Sie die nachstehenden Fragen.

Österreich, Wien, 29. Mai 2008

Sozialpartner und AMS starten gemeinsame Initiative zur Förderung des touristischen Arbeitsmarktes

Die Arbeitskräftenachfrage im Tourismus boomt, Tourismus-Berufe finden sich unter den Top Ten der beim AMS am stärksten nachgefragten Berufe. „Gut ausgebildetes Personal wird allerdings zunehmend knapp“, sagte Reinhold Mitterlehner beim Startschuss der gemeinsamen Initiative zur Förderung des touristischen Arbeitsmarktes von Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), Gewerkschaft vida und dem Arbeitsmarktservice (AMS). Ziel sind die Förderung der Fachkräfteausbildung, die Steigerung der Karrierechancen im Tourismus sowie die Erhöhung der Mobilität von Tourismusbeschäftigten.

Ziel der gemeinsamen Initiative:

Förderung der Fachkräfteausbildung sowie der Mobilität von Tourismusbeschäftigten

Das Maßnahmenpaket umfasst eine verstärkte Facharbeiterintensivausbildung in Tourismusregionen und den Ausbau der regionalen Jobvermittlung ebenso wie den stärkeren Anreiz zur Inanspruchnahme der Entfernungsbeihilfe durch bessere Information und die bessere Integration älterer Arbeitnehmer. Vorgestellt wurde es von Reinhold Mitterlehner, dem stellvertretenden Generalsekretär der WKÖ, dem Vorsitzenden der Gewerkschaft vida, Rudolf Kaske, Johannes Kopf, Mitglied des Vorstandes des AMS, und dem Obmann der Bundessparte Tourismus, Hans Schenner.

Qualifizierte Arbeitskräfte sind knapp und werden immer rarer

„Die Stellenandrangsziffern des AMS beweisen, dass am touristischen Arbeitsmarkt ein Mangel an qualifizierten Arbeitskräften herrscht. So lag das Verhältnis von freien Stellen zu Arbeitssuchenden im April im Bereich Gaststättenköche/-innen nur mehr bei 1:1,1. Ein ganz klarer Beleg für Fachkräftemangel“, so Reinhold Mitterlehner. Die Sozialpartner sehen deshalb die Weiterqualifizierung der Beschäftigten und die Schaffung von Karrierechancen im Tourismus als wichtige Maßnahmen, um die MitarbeiterInnen länger in der Branche zu halten.

Bessere Integration älterer Arbeitskräfte in den touristischen Arbeitsmarkt

Insgesamt sei der Tourismus eine junge Branche. Der Anteil der Unter-25-Jährigen – bei durchschnittlich rund 170.000 Beschäftigten im Gastgewerbe – liegt mit 26,1% fast doppelt so hoch wie in der gesamten Wirtschaft, so Mitterlehner. „Der Anteil der über 45-jährigen Beschäftigten ist im Vergleich zu den unter-25-jährigen deutlich geringer. Es ist uns daher ein großes Anliegen, die älteren Arbeitskräfte besser in den touristischen Arbeitsmarkt zu integrieren“, unterstrich Mitterlehner.

Gewerkschaft für geförderte Ausbildungen unmittelbar vor Saisonbeginn

Rudolf Kaske, der Vorsitzende der Gewerkschaft vida und Arbeitsmarktsprecher des ÖGB, hob vor allem die Wichtigkeit von Qualifizierungsmaßnahmen hervor. Er fordert geförderte Ausbildungen, die unmittelbar vor Saisonbeginn durchgeführt werden sollen. „Wenn diese Schulungen eine Woche vor Saisonbeginn stattfinden, ergäbe dies eine Win-win-Situation für ArbeitnehmerInnen, ArbeitgeberInnen und das AMS. Die Schulungsmaßnahmen fänden

dann in einem aufrechten Dienstverhältnis statt. Der Vorteil für die Betriebe wären gut ausgebildete Fachkräfte, die zum wirtschaftlichen Erfolg des Betriebes einen wesentlichen Beitrag liefern.

Kopf: „AMS setzt auf regionale Qualifikation und überregionale Jobvermittlung“

In Abstimmung mit den Sozialpartnern initiiert das AMS eine weitere Maßnahme zur Qualifizierungsoffensive. „Das AMS startet im Herbst mit einem speziellen regionalen Qualifizierungsprogramm zusätzlich zum bereits bestehenden Aus- und Weiterbildungsangebot. In Wien etwa sind im Zuge dessen Facharbeiterintensivausbildungen für Köchinnen und Köche, in der Steiermark Ausbildungen für Restaurantfachkräfte geplant“, erläuterte Kopf. Ausgebaut hat das AMS auch die überregionale Jobvermittlung. Und zwar mit der Zielsetzung, Unternehmen bei ihrer Suche nach qualifiziertem Personal noch intensiver zu unterstützen.

Schenner: „Tourismus produziert mit Standortgarantie Österreich. Wir lagern nicht aus.“

Hans Schenner, Obmann der Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft und Sprecher von 90.000 Tourismusbetrieben, strich die arbeitsmarktpolitische Wichtigkeit des Tourismus heraus. „Der Tourismus produziert mit Standortgarantie Österreich. Wir lagern nicht aus. Für den Erfolg unserer Betriebe ist entscheidend, dass dem Tourismus auch in Zukunft genügend qualifizierte Arbeitskräfte zur Verfügung stehen.“

Quelle: <http://www.ams.at>; gekürzt

a) Stellen Sie kurz die Arbeitsmarktsituation im Tourismus dar.

b) Wie wollen die Sozialpartner und das AMS mehr Menschen für eine Beschäftigung im Tourismus gewinnen?

c) Was meint der Obmann der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft, Hans Schenner, mit der Aussage: „Der Tourismus produziert mit Standortgarantie Österreich.“

d) Diskutieren Sie in der Klasse: Welche Beschäftigung im Tourismus würde Sie interessieren? Warum? Sprechen Sie mit Ihren Eltern und Bekannten, was diese mit dem „Arbeitsplatz Tourismus“ verbinden. Fassen Sie das Ergebnis Ihrer Diskussion auf Plakaten zusammen.

e) Mobilität ist gefragt! Was, glauben Sie, ist mit dieser Aussage gemeint und warum ist Mobilität von Arbeitskräften gerade im Tourismus wichtig?

Übungsblatt 5:

Betriebswirtschaftliche Situation

1. Beurteilen Sie anhand nachstehender Tabelle die Kapitalstruktur der österreichischen Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft.

Kapitalstruktur nach Unternehmenserfolg, Tourismus und Freizeitwirtschaft Österreich, 2006/2007

Positionsbezeichnung	Gesamt- durchschnitt in %	oberes Quartil ¹¹ in %	unteres Quartil ¹² in %
Eigenkapital	11,8	19,3	11,7
Sozialkapital	1,1	1,0	0,7
Langfristige Bankverbindlichkeiten	47,7	42,1	49,0
Sonstige langfristige Verbindlichkeiten	4,4	3,5	5,4
Langfristiges Fremdkapital	52,1	45,5	54,4
Kurzfristige Bankverbindlichkeiten	12,6	10,7	13,7
Erhaltene Anzahlungen	3,3	3,2	2,7
Lieferverbindlichkeiten	5,5	4,5	4,2

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA, Bilanzdatenbank

2. Was versteht man unter dem Begriff „Umsatzrentabilität“? Wie hoch ist die Umsatzrentabilität der erfolgreichsten Unternehmen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft?

3. Welchen Nachteil hat eine geringe Ausstattung mit Eigenkapital?

4. Wofür brauchen Ihrer Meinung nach zB Hotels Fremdkapital? Woher beziehen Sie meist dieses Fremdkapital?

PROJEKTAUFGABEN

1. **Gruppenarbeit:** Wählen Sie in der Gruppe einen Tourismusbetrieb bzw. ein Unternehmen der Freizeitwirtschaft aus, der in der Nähe Ihrer Schule oder Ihres Wohnortes liegt. Achten Sie darauf, dass in den Gruppen verschiedene Betriebe ausgewählt werden (zB Hotel, Gasthaus, Restaurant, Café, Fitnessstudio, Reisebüro).

Besuchen Sie zuerst die Website des Unternehmens und nach vorheriger Anfrage auch den Betrieb. Recherchieren Sie dort interessante Daten, Fakten und Einschätzungen des Unternehmers (zB welche Leistungen werden angeboten, Anzahl der Mitarbeiter, Kunden, zukünftige Herausforderungen für den Betrieb, Marketing im Betrieb etc.).

Zur Vorbereitung auf den Termin erstellen Sie in einer Gruppenarbeit einen kurzen Fragebogen, in dem Sie alle Fragen notieren, die Sie bei Ihrem Besuch stellen möchten. Gleichen Sie anschließend Ihren Fragebogen mit den anderen Gruppen ab, um zu Ihrem Klassenfragebogen zu kommen.

Präsentieren Sie die Ergebnisse Ihrer Rechercharbeit in einer Power Point Präsentation den anderen Gruppen.

2. **Gruppenarbeit:** Österreich ist ein Tourismusland. Touristische Aktivitäten gibt es in jeder Region. Beschäftigen Sie sich in Gruppen mit dem Tourismus in Ihrer Region.

Mögliche Fragestellungen für die einzelnen Gruppen:

- Welche Schwerpunkte setzt der Tourismus in Ihrer Region?
Welche Organisationen sind für den Tourismus in Ihrer Region verantwortlich?
- Wie hat sich der Tourismus in Ihrer Region in den letzten zehn Jahren entwickelt?
– Auf welche Themen wird gesetzt?
– Wie erfolgreich hat sich der Tourismus über die Jahre entwickelt?
– Wie hat sich die Werbelinie über die Jahre verändert?
– Auf welche Zielgruppen wird gesetzt?
- Welchen Stellenwert hat der Tourismus in Ihrer Region?
– Wie viele Menschen sind im Tourismus beschäftigt?
– Welche Tourismusbetriebe gibt es? Wie hat sich ihr Angebot in den letzten Jahren verändert?
– Wie profitieren andere Branchen vom Tourismus?
- Wie leben die Menschen mit dem Tourismus?
– Welche touristischen Einrichtungen werden von ihnen genutzt?
– Wie beurteilen Sie die Entwicklung des Tourismus in ihrer Region?
– Wie wirkt sich der Tourismus auf ihre Lebensqualität aus (zB vermehrtes Angebot an regionalen Produkten etc.)?

Interviewen Sie dazu Inhaber von Tourismusbetrieben, die Tourismusverantwortlichen, Funktionäre der Gemeinden etc. und stellen Sie Ihre Projektergebnisse in Berichten, auf Plakaten, in Power Point Präsentationen, Videos etc. dar.

LÖSUNGSVORSCHLÄGE

ÜBUNGSBLATT 1: VIELFALT DER WIRTSCHAFTSSPARTE

1.

Betrieb	Zählt zur Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft
Firma Grünland GmbH, Kompostierung	
Massagestudio Asia	
Anna Jello, Caféhaus	X
Daniel Trattner, Fitnessstudio	X
Schöner Reisen Reiseveranstaltungs GmbH	X
Wellnesspark Schönau	X

2. *Individuelle Schülerlösung*

3.

- *Dienstleistungsorientierung*
- *Betriebe sind an ihren Standort gebunden*
- *Produktionsprozess, Absatz und Konsum fallen zusammen – die Dienstleistungen werden gleich konsumiert*
- *Saisonalität*
- *Überwiegend Klein- und Mittelbetriebe*

ÜBUNGSBLATT 2: STRUKTUR DES TOURISMUS

1.

Aussage	Trifft zu	Richtigstellung
Mehr als zwei Drittel sind Ein-Personen-Unternehmen (EPU)		43 % sind EPU
Die meisten Betriebe sind Klein- und Mittelbetriebe (KMU)	X	
Über 90 % der Betriebe haben weniger als 10 Beschäftigte	X	
Die meisten Unternehmensneugründungen finden in der Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft statt.		Die meisten Unternehmensgründungen finden im Gewerbe und Handwerk sowie im Handel statt.

2.

- *Gewerbe und Handwerk, zB Fotograf, Tischler, Zahntechniker, Dachdecker, Friseur, Bäcker*
- *Industrie, zB Bauindustrie, chemische Industrie, Elektro- und Elektronikindustrie*
- *Handel, zB Lebensmittel-, Textil-, Fahrzeug-, Holz- und Baustoffhandel*
- *Bank und Versicherung, zB Banken, Lotterien, Versicherungsunternehmen*
- *Transport und Verkehr, zB Fahrschulen, Schienenbahnen, Seilbahnen, Spediteure*
- *Information und Consulting, zB Buch- und Medienwirtschaft, Druck, Werbung und Marktkommunikation*

ÜBUNGSBLATT 3: RÄUMLICHE UND ZEITLICHE VERTEILUNG DES TOURISMUS

1.

- a) *zB Salzburger und Steirisches Salzkammergut, Pongau, Arlberg, Pinzgau*
- b) *Geografische und klimatische Voraussetzungen sind in Österreich für die zeitliche Verteilung des Tourismus verantwortlich.*
- c) *Sehr dichter An- und Abreiseverkehr; Über- und Ausbuchungen von Beherbergungsbetrieben; nachfragende Urlauber, die nicht mehr aufgenommen werden können; daraus resultierende mögliche Imageverluste; Wartezeiten bei Bergbahnen und in Gaststätten; Verkehrsstaus; Belastung der Bevölkerung und der Naturräume*
- d) *Beispiele für typische Sommerdestinationen in Österreich: Salzkammergut, Neusiedlersee, Wörthersee
Beispiele für typische Winterdestinationen in Österreich: Saalbach-Hinterglemm, Ischgl, Galtür, Obertauern, Sankt Anton am Arlberg, Nassfeld, Lech*

ÜBUNGSBLATT 4: WIRTSCHAFTSFAKTOR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT

1. *Rund ein Zehntel der Unternehmensgründungen entfallen auf den Tourismus. Die meisten Unternehmensgründungen finden im Gewerbe und Handwerk sowie im Handel statt. Auch in der Sparte Information und Consulting gibt es viele Unternehmensgründungen. Betrachtet man alle sechs Sparten, so liegt die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft in Bezug auf die Unternehmensgründungen auf dem vierten Platz.
Zusatzfrage: Die meisten Unternehmen werden in der Gastronomie gegründet.*
2. *Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft bietet rund 245 000 unselbstständig Erwerbstätigen einen Arbeitsplatz. Die Sparte Tourismus und Freizeitwirtschaft ist damit viertwichtigster Arbeitgeber, hinter dem Gewerbe und Handwerk, dem Handel und der Industrie. Die meisten Betriebe im Tourismus sind Klein- und Mittelbetriebe, oftmals arbeitet man in dieser Branche in einem sehr kleinen Team. In einem Industriebetrieb sind im Gegensatz zu einem typischen Tourismusbetrieb sehr viele Personen beschäftigt.*
3. *Individuelle Schülerlösung*
4. *BIP ist die Abkürzung von Bruttoinlandsprodukt. Das BIP gibt den Gesamtwert aller Güter (Waren und Dienstleistungen) an, die innerhalb eines Jahres innerhalb eines Landes hergestellt wurden und dem Endverbrauch dienen. Das BIP ist somit ein Maß für die wirtschaftliche Leistung eines Landes. Laut Eurostat Schätzungen (Stand Juli 2008) beträgt das BIP 286 Mrd. Euro. Die Tourismus- und Freizeitwirtschaft trägt 16,3 % zum BIP bei.*
5.
 - a) *Im Tourismus werden sehr viele Arbeitskräfte gesucht, es gibt jedoch einen Mangel an qualifiziertem Personal.*
 - b) *Die Facharbeiterausbildung und die Weiterqualifizierung der Beschäftigten sollen gefördert werden; die regionale Jobvermittlung soll ausgebaut werden; mehr Karrierechancen sollen geschaffen werden; die Mobilität der Beschäftigten im Tourismus soll gefördert werden und ältere Arbeitnehmer sollen besser in den Arbeitsmarkt integriert werden.*
 - c) *Die Tourismusbetriebe sind an ihren Standort gebunden, die Arbeit wird nicht ausgelagert, sondern findet immer direkt im Tourismusbetrieb statt.*
 - d) *Individuelle Schülerlösung*

- e) Die Tourismusbranche unterliegt saisonalen Schwankungen, das bedeutet, dass je nach Saison unterschiedlich viele Arbeitskräfte in den Tourismusbetrieben gebraucht werden. Die Saisonalität erfordert von den Arbeitskräften eine große Flexibilität und Mobilität. In einer Sommerdestination werden zB in der Hauptsaison sehr viele Arbeitskräfte gebraucht, diese kommen nicht immer nur aus der Region sondern aus ganz Österreich sowie auch aus dem Ausland. Viele Arbeitskräfte gehen einer Beschäftigung außerhalb ihres Wohnortes nach (sie „gehen auf Saison“) und wohnen während dieser Zeit in Quartieren, die vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellt werden. Nach der Hauptsaison können nicht alle Mitarbeiter weiterbeschäftigt werden. Die Mitarbeiter müssen sich daher eine andere Arbeitsmöglichkeit suchen, diese kann in einer ganz anderen Region gefunden werden.

ÜBUNGSBLATT 5: BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE SITUATION

1. Die Betriebe der Tourismus- und Freizeitwirtschaft weisen einen Eigenkapitalanteil von 9,8 % auf, im Spartenvergleich liegen sie damit an letzter Stelle. Fast 90 % des Betriebsvermögens ist mit Fremdkapital finanziert. Größter Fremdkapitalgeber sind die Banken, sie finanzieren mehr als 60 % des Vermögens.
2. Die Umsatzrentabilität ist der Anteil des Gewinns (Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit) in Prozent am Umsatz (Betriebsleistung = Umsatz aus dem „normalen“ Geschäft).

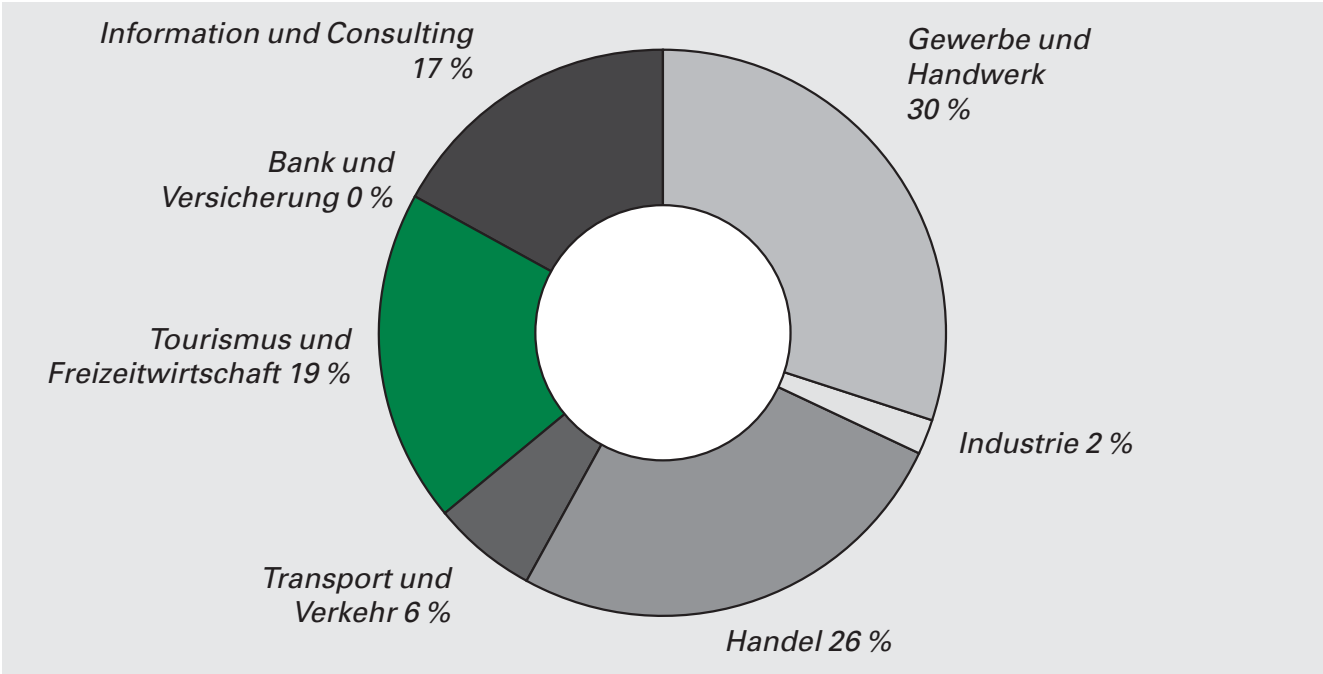
$$\frac{\text{Ergebnis der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit}}{\text{Betriebsleistung}} \times 100$$

Die erfolgreichsten österreichischen Unternehmen in der Tourismus- und Freizeitwirtschaft erzielen im Durchschnitt eine Umsatzrentabilität von 10,7 %

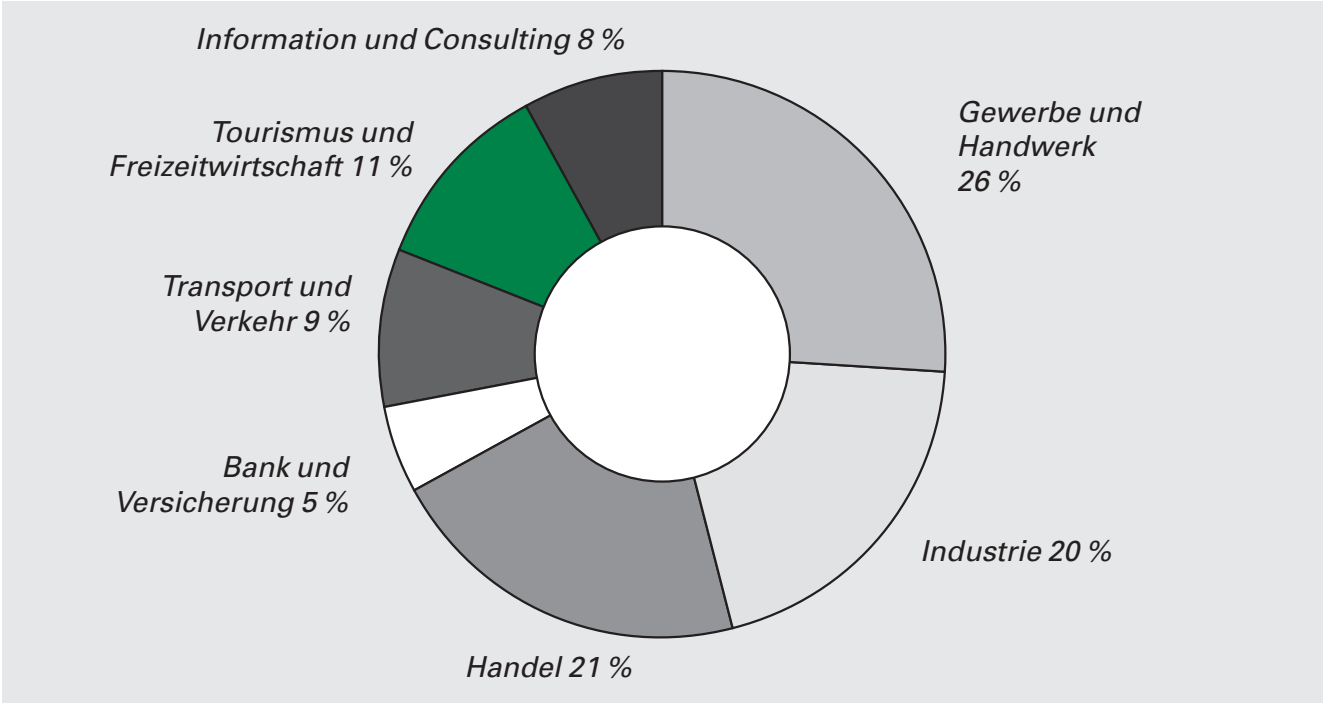
3. Je weniger Eigenkapital ein Unternehmen hat, desto weniger kreditwürdig ist es, dh. es ist für das Unternehmen schwieriger von der Bank einen Kredit zu bekommen, außerdem ist die Krisensicherheit und Unabhängigkeit des Unternehmens geringer.
4. Beispiele: Renovierungs- und Instandhaltungsarbeiten, Um- und Ausbauten, neue Investitionen (zB Saunalandschaft, Internet in allen Zimmern) etc. Das Fremdkapital wird zu einem großen Anteil von Banken bezogen.

Kopiervorlage 1

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der Unternehmen, in %, 2007¹

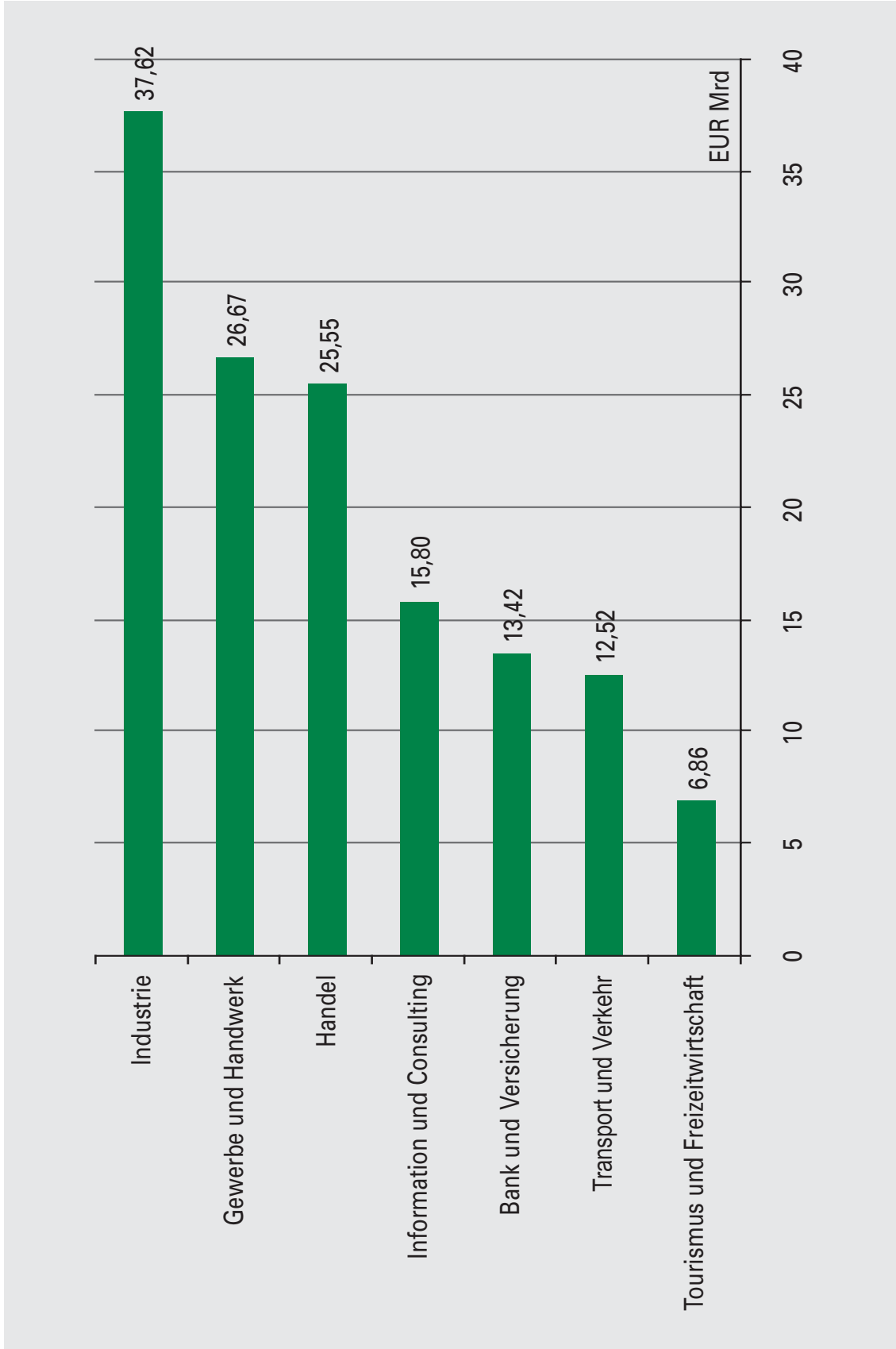


Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Anzahl der unselbstständig Beschäftigten, in %, 2007²



Kopiervorlage 2

Gesamtwirtschaftliche Bedeutung der einzelnen Wirtschaftskammer-Sparten nach Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten in Mrd. EURO, 2006



Kopiervorlage 3

Betriebswirtschaftliche Position der bilanzierenden österreichischen Tourismusunternehmen¹, 2006/2007



¹ Die Verteilung nach Prozent erfolgt anhand der Indikatoren Umsatzrentabilität (Ergebnis vor Steuern in % der Betriebsleistung) und Eigenkapitalquote (Eigenkapital in % des Gesamtkapitals). Stichprobe: 11 711 bilanzierende österreichische Tourismusunternehmen

