
BACHELORARBEIT

Frau
Carolin Zimmermann

**Wirtschaftliche Auswirkungen
des Wintersporttourismus in
den österreichischen Alpen**

2017

Fakultät: Medien

BACHELORARBEIT

Wirtschaftliche Auswirkungen des Wintersporttourismus in den österreichischen Alpen

Autor/in:
Frau Carolin Zimmermann

Studiengang:
Business Management

Seminargruppe:
BM14wT6-B

Erstprüfer:
Prof. Heinrich Wiedemann

Zweitprüfer:
Thorsten Eble

Einreichung:
München, 25.07.2017

Faculty of Media

BACHELOR THESIS

Economic effects of winter sports tourism in the Austrian Alps

author:
Ms. Carolin Zimmermann

course of studies:
Business Management

seminar group:
BM14wT6-B

first examiner:
Prof. Heinrich Wiedemann

second examiner:
Thorsten Eble

submission:
Munich, 25.07.2017

Bibliografische Angaben

Zimmermann, Carolin:

Wirtschaftliche Auswirkungen des Wintersporttourismus in den österreichischen Alpen

Economic effects of winter sport tourism in the Austrian Alps

47 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2017

Abstract

Der Wintersport entwickelte sich in den österreichischen Alpen seit Beginn der 1960er Jahre zum Massentourismus. Der touristische Erfolg der Gemeinden in den Wintermonaten hängt signifikant von den naturräumlichen Gegebenheiten, dem Ausbauzustand der Skigebiete, der Wettersituation sowie dem zusätzlich touristischen Angebotsspektrums ab. Ziel dieser Arbeit ist es, einen detaillierten Einblick in den Wintersport, der fast einseitig auf den Skisport ausgerichtet und aus diesem Grund extrem schneeabhängig ist, zu bekommen. Es werden ökonomische Effekte, welche durch den Wintersport entstehen, mithilfe empirischer Daten dargestellt. Die Arbeit wird anhand ausgewählter Fachliteratur sowie durch gezielte Rechercharbeit auf verifizierten Internetseiten erarbeitet. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass die Volkswirtschaft von Beschäftigungs-, Wertschöpfungs- und fiskalischen Effekten profitiert, Wohlstand für das ganze Land erzielt, gleichzeitig aber auch eine enorme Abhängigkeit sowie Investitionen durch die Wintersporttouristen bedeuten.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	VIII
Abkürzungsverzeichnis	IX
1 Motivation und Fragestellung.....	1
1.1 Problemstellung und Zielsetzung	1
1.2 Struktur der Arbeit	2
2 Wintersporttourismus in Österreich	3
2.1 Das Land.....	3
2.1.1 Bevölkerung.....	3
2.1.2 Geographie.....	4
2.1.3 Tourismus.....	5
2.1.4 Wirtschaft.....	7
2.2 Wintersport.....	8
2.2.1 Definition Wintersporttourismus.....	8
2.2.2 Wertschöpfungsnetzwerk Wintersport.....	9
2.2.3 Entstehung und Entwicklung des Skisports.....	12
2.2.4 Wintersportangebote	13
3 Wirtschaftliche Komponenten.....	16
3.1 Seilbahnwirtschaft	16
3.1.1 Skilifte	16
3.1.2 Investitionen	18
3.1.3 Wertschöpfungsfaktoren.....	19
3.1.4 Beschäftigungseffekte	22
3.2 Beherbergungs- und Gastronomiewesen	23
3.2.1 Nächtigungszahlen	23
3.2.2 Beschäftigungseffekte	26
3.2.3 Ökonomische Bedeutung	27
3.3 Wintersport - Großveranstaltungen.....	28
3.3.1 Ökonomische Effekte	28

3.3.2	Fallbeispiel Skiweltmeisterschaften Schladming 2013	30
3.4	Weitere Wirtschaftsbranchen	33
3.4.1	Sportartikelbranche	33
3.4.2	Baubranche	35
3.4.3	Sonstige profitierende Branchen	35
4	Fallbeispiel des Bundeslands Tirol.....	37
4.1	Allgemeine Daten.....	37
4.2	Ökonomische Effekte	38
4.2.1	Beschäftigungseffekte	38
4.2.2	Nächtigungszahlen	40
4.2.3	Effekte durch Seilbahnen	41
4.2.4	Wertschöpfung und Umsätze	42
4.2.5	Wohlstand.....	43
5	Fazit.....	45
5.1	Zusammenfassung.....	45
5.2	Ausblick.....	46
	Literaturverzeichnis	48
	Eigenständigkeitserklärung	54

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: <i>Die Alpen in Österreich mit Bundesländern</i>	5
Abbildung 2: <i>Direkte Wertschöpfung des Tourismus von 2006 bis 2016 in Mrd. Euro</i>	7
Abbildung 3: <i>Wertschöpfungsnetzwerk Wintersport</i>	11
Abbildung 4: <i>Ausübungen von Wintersportarten der Österreicher</i>	15
Abbildung 5: <i>Gesamtinvestitionen der Seilbahnbranche im Winter 2016/17 in Mio. Euro</i>	19
Abbildung 6: <i>Kassenumsatz der Seilbahnbetriebe von 2009/10 bis 2015/16 in Mrd. Euro</i>	22
Abbildung 7: <i>Übernachtungen in den Winter- und Sommersaisonen von 1981 bis 2015 in Mio.</i>	24
Abbildung 8: <i>Übernachtungen nach Bundesländern in der Wintersaison 2015/16 nach in- und ausländischen Gästen in Mio.</i>	25
Abbildung 9: <i>Beschäftigte Personen in Hotellerie und Gastronomie nach Beschäftigungstyp</i>	26
Abbildung 10: <i>Kosten der WM-relevanten Investitionsmaßnahmen in Mio. Euro</i>	32
Abbildung 11: <i>Produktion von Sportartikeln im Jahr 2013 in Österreich in %</i>	33
Abbildung 12: <i>Direkte und multiplikative Bruttowertschöpfung durch Wintersport in Mio. Euro im Jahr 2012</i>	36
Abbildung 13: <i>Beschäftigungseffekte des Tourismus in Tirol in Vollzeitäquivalenten einzelner Branchen 2016 in %</i>	39
Abbildung 14: <i>Nächtigungsentwicklung in der Wintersaison in Tirol seit 1971</i>	40
Abbildung 15: <i>Nächtigungen nach Bundesländern und Saisonen 2015/16 in Mio.</i>	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: <i>Arbeitsplätze und Bruttoumsätze nach Branchen</i>	23
Tabelle 2: <i>Weltmarktvolumen der Produktion von Wintersportzubehör</i>	34
Tabelle 3: <i>Erwerbstätige nach wirtschaftlicher Zugehörigkeit</i>	38
Tabelle 4: <i>Die Seilbahnbranche im Vergleich Tirol – Österreich im Jahr 2015/16</i>	42

Abkürzungsverzeichnis

Bgld.	Burgenland
BIP	Bruttoinlandsprodukt
EH	Einzelhandel
Km	Kilometer
Ktn.	Kärnten
NÖ	Niederösterreich
OÖ	Oberösterreich
Sbg.	Salzburg
Stmk.	Steiermark
TSA	Tourismus-Satellitenkonto
Vbg.	Vorarlberg
WM	Weltmeisterschaften
WS	Wertschöpfung
WSGV	Wintersport - Großveranstaltung

1 Motivation und Fragestellung

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Die Alpen gelten als das größte Skigebiet der Welt und als Touristenmagnet für Europa. Das Land Österreich, als größtes Flächenland, profitiert hierbei insbesondere vom Wintersporttourismus, der in der österreichischen Wirtschaft eine zentrale Rolle einnimmt. Wo einst die Landwirtschaft die einzige Einkommensquelle darstellte, hat der Tourismus im letzten Jahrhundert die Arbeits- und Lebensbedingungen nachhaltig verändert. Seit den 1960er Jahren entwickelte sich der Wintersport zum Massentourismus und verzeichnet seitdem steigende Werte bei Beschäftigungs-, Einkommens- und Wertschöpfungseffekten.¹

Als ökonomisch wichtigster Bereich des Wintersports wird zum einen der passive Wintersporttourismus bezeichnet, bei dem die Touristen aufgrund einer Wintersportgroßveranstaltung (WSGV) die Anreise antreten, und zum anderen den aktiven Skitourismus, bei dem als Hauptreisemotiv der alpine Skisport im Vordergrund steht.² Durch den Wintersport in den österreichischen Alpen werden jährlich Milliarden Euro an Wertschöpfung erwirtschaftet; jeder 14. Arbeitsplatz ist direkt oder indirekt vom Wintertourismus abhängig. Im Allgemeinen wird mit dem Begriff des Wintersports die österreichische Skiindustrie verbunden, viele andere, direkt aber auch indirekt begünstigte Branchen, wie bspw. die Sportartikelindustrie, bleiben meist unberücksichtigt. Aufgrund der Tatsache, dass mehrere Wirtschaftszweige von dem Wintersport abhängig sind, impliziert die Einbuße eines einzigen Sektors Folgeeffekte für andere Bereiche und Unternehmen.³

In der Arbeit wird die Thematik behandelt, inwiefern der Wintersporttourismus in den österreichischen Alpen wirtschaftliche Auswirkungen für das Land Österreich erbringt. Der Grund dieser Arbeit ist zum einen die Gegenwärtigkeit der Thematik. Zum anderen konnte im letzten Jahrhundert ein drastischer Anstieg von Wintersporttouristen verzeichnet werden und ist somit Gegenstand verschiedenster Untersuchungen geworden. Wintersport mit seinen ökonomischen Auswirkungen, den Vorteilen für Unternehmen und Bevölkerung sowie der Abhängigkeit von Schnee wird von den Medien immer wieder erneut aufgegriffen und thematisiert. Er dient als enorme Wirt-

¹ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 4

² Vgl. SpEA/ IHS, 2008, 11

³ Ebd., 5-11

schaftsgrundlage für Österreich, was erhebliche Effekte auf einen Großteil der Bevölkerung sowie der Gemeinden darstellt. Aus diesem Grund werden Statistiken und Untersuchungen aus den letzten Jahren zusammengefasst und in der Arbeit aufbereitet.

1.2 Struktur der Arbeit

Zu Beginn der Thesis wird, zum besseren Verständnis der Folgekapitel, auf grundlegende Daten und Fakten zu Österreich eingegangen. Anschließend werden wesentliche Definitionen des Wintersports dargestellt, die Entwicklung und Angebote erläutert sowie das Phänomen des alpinen Skisports thematisiert.

Ein wichtiger Teil der Arbeit, der Abschnitt *Wirtschaftliche Komponenten*, beschäftigt sich mit den ökonomischen Effekten, die für die einzelnen Branchen sowie für die Volkswirtschaft entstehen. Dabei ist das Ziel, die verschiedenen Teilbereiche und Branchen darzulegen, die von dem Massentourismus im Winter in den Alpen profitieren. Aus wirtschaftlicher Sicht steht der Wintersporttourismus als eigener Wirtschaftszweig mit seinen Beschäftigungs-, Einkommens-, und Wertschöpfungseffekten sowie Umsätzen im Mittelpunkt der Betrachtung.

Weiterführend werden die bereits erläuterten wirtschaftlichen Effekte auf ein Fallbeispiel übertragen und dadurch veranschaulicht.

Das letzte Kapitel dieser Arbeit beinhaltet eine Zusammenfassung der Ergebnisse sowie einen Ausblick in die Zukunft des Wintersports und seine Auswirkungen in den kommenden Jahren.

2 Wintersporttourismus in Österreich

2.1 Das Land

Österreich, das Land mit dem flächenmäßig größten Anteil an den Alpen, gilt als Urlaubsparadies für Skifahrer und Skilangläufer im Winter sowie Wanderer im Sommer. Es profitiert von seinen natürlichen Ressourcen, dem alpinen Raum und nimmt im Wintertourismus eine bedeutende Rolle ein. Aufgrund dieser Umstände ist es von Bedeutung zu ergründen, welche wirtschaftlichen Auswirkungen bezogen auf den Wintersporttourismus die österreichischen Alpen auf das Land haben. Die Alpenrepublik zeichnet sich durch eine politische und wirtschaftliche Stabilität, moderne Infrastruktur, hochwertige Technologien, gut ausgebildete Mitarbeiter und naturräumliche Gegebenheiten aus.⁴

Im Rahmen dieser Untersuchung wird in den folgenden Punkten ein Überblick allgemeiner Daten der topographischen Vielfalt, Wirtschaft, Bevölkerung und des Tourismus in Österreich aufgezeigt.

Fläche:	83.879 km ²
Landeshauptstadt:	Wien
Einwohnerzahl:	8.773.868 (Januar 2017)
Bundesländer:	9
Amtssprache:	Deutsch
Währung:	Euro ⁵

2.1.1 Bevölkerung

Von 1900 bis 2017 ist die österreichische Population um fast 3 Millionen Menschen gestiegen. Dieses Wachstum beruht überwiegend auf Zuwanderungsgewinnen aus dem Ausland. Im Jahr 2016 nahmen ausländische Staatsangehörige einen Anteil von 14,6 % an der Gesamtbevölkerung ein; die Deutschen stellen seit 2009 mit 176.000 Menschen die Zuwanderungsgruppe Nummer eins dar. Mit 1,84 Mio. Menschen, etwa ein Fünftel der Österreicher, ist Wien die bevölkerungsreichste Stadt. Von den 8,7

⁴ Vgl. Peck, 2005, 5

⁵ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 8-9

Mio. Einwohnern des Landes standen im Jahr 2015 67,2 % im Erwerbsleben und waren im Alter zwischen 15 und 64 Jahren. Die Arbeitslosenquote betrug 5,4 %.⁶

2.1.2 Geographie

Österreich ist im südlichen Mitteleuropa gelegen und grenzt an die Länder Deutschland, Tschechien, Slowakei, Ungarn, Slowenien, Italien, Liechtenstein und die Schweiz. Das Land ist geprägt von vielfältigen Naturräumen und Landschaften, wie das Gneis- und Granithochland, das Alpen- und Karpatenvorland, das Wiener Becken, Randgebiete der ungarischen Tiefebene sowie den Alpen. Der Osten wird bestimmt durch flaches Steppenland, der Süden durch Feuchtgebiete und Seenplatten sowie hochalpines Gebirge im Westen. Die Alpen erweisen sich als das höchste Gebirge im Inneren Europas und dehnen sich von Nord nach Süd 750 km und von West nach Ost etwa 400 km aus. 73,4 % der Landesfläche in Österreich ist von den Alpen bedeckt, 68 % davon liegen über 500 Meter. Mit 28,7 % besitzt Österreich den flächenmäßig größten Anteil der Alpen. Das Klima ist abhängig von der jeweiligen Höhenlage, dennoch herrscht im Westen ozeanisches Klima mit feuchten Westwinden, wohingegen der Osten eine niederschlagsarme Gegend mit heißen Sommern und kalten Wintern darstellt. Mit 3.798 Metern ist der Großglockner der höchste Berg des Landes.^{7,8}

⁶ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 12-21

⁷ Vgl. Naturfreunde Österreich, 2011, 4

⁸ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 8-9



Abbildung 1: Die Alpen in Österreich mit Bundesländern⁹

2.1.3 Tourismus

Der Tourismus nimmt in der österreichischen Volkswirtschaft einen bedeutenden Stellenwert ein. Das Land gilt als die Wintersportdestination Nummer eins in Europa; sowohl der Winter- als auch der Sommertourismus sind für die österreichische Wirtschaft von wesentlicher Bedeutung. Im Vergleich der beiden Saisonen zeigt sich, dass in der Sommersaison 2015 900.000 Übernachtungen mehr getätigt wurden als im Winter, durch die Wintersaison dennoch höhere Umsätze erwirtschaftet wurden. Grund hierfür sind die Preise, die im Winter vor allem durch Skikarten und Übernachtungen deutlich höher ausfallen. Somit zeigt sich, dass die Wintersporttouristen für Österreich das deutlich lukrativere Klientel darstellen.

Im Jahr 2015 lagen die Touristenankünfte bei rund 1,2 Mrd. Personen. Hierbei handelt es sich um die Gesamtzahl der Touristen, die ins Land kommen, egal ob mit oder ohne Übernachtung. Davon verzeichneten Beherbergungsbetriebe über 135,25 Mio. Übernachtungen, was einer steigenden Entwicklung von 18 % in den letzten 10 Jahren entspricht und einen Rekordwert darstellt. 75 % der Gäste stammen aus dem Ausland, mehr als die Hälfte davon kommen aus Deutschland.¹⁰ Im Jahr 2001 wurde ein sogenanntes Tourismus-Satellitenkonto (TSA) für Österreich erstellt, um die mo-

⁹ Google Inc., www.google.de, [27.06.2017]

¹⁰ Vgl. Österreich Werbung, www.austriatourism.com, [Stand 21.10.2016]

netären Größenordnungen der Tourismuswirtschaft zu erfassen. Jährlich lassen sich die Beschäftigungseffekte des Tourismus somit errechnen.¹¹

Anhand dessen wurde für das Jahr 2015 die direkte und indirekte Wertschöpfung (WS) der Tourismus- und Freizeitwirtschaft von 45,7 Mrd. Euro und damit ein Anteil an der Gesamtwertschöpfung (=BIP) von 13,5 % erzielt. Die Gesamteinnahmen, nach dem TSA, beliefen sich 2015 durch Urlaubs- und Tagesgäste sowie Geschäftsreisende auf 38,4 Mrd. Euro.¹²

Insbesondere für die Einkommens- und Beschäftigungsentwicklung ist der Tourismus einer der wichtigsten Sektoren in Österreich. Laut TSA-Ergebnissen resultierte im Jahr 2015 eine Beschäftigung von rund 293.000 Erwerbstätigen. 58,9 % aller Beschäftigten im Tourismus wurden in dem Bereich Beherbergungs- und Gaststättenwesen beschäftigt; 38,3 % entfielen auf das Hotelgewerbe und ähnliche Betriebe und 61,7 % auf Gaststätten. Der Personentransport sowie tourismusverwandte bzw. nicht-tourismusspezifische Dienstleistungen stellen den zweitgrößten Arbeitgeber dar.^{13,14}

Die Abbildung 2 zeigt die direkte WS des Tourismus und seine Entwicklung von 2006 bis 2016 inklusive sowie exklusive Dienst- und Geschäftsreisen. Im Laufe der Jahre hat sich die Wertschöpfung stetig entwickelt sowie verbessert und ist seit 2016 auf über 20 Mrd. Euro gestiegen. Innerhalb 10 Jahren ist die WS um 7 Mrd. Euro gewachsen und verzeichnete im Jahr 2016 absolute Höchstwerte.

¹¹ Vgl. Statistik Austria, www.statistik.at, [Stand 09.08.2016]

¹² Vgl. WKO, (2016a), 7

¹³ Vgl. Statistik Austria, www.statistik.at, [Stand 03.05.2017]

¹⁴ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 62

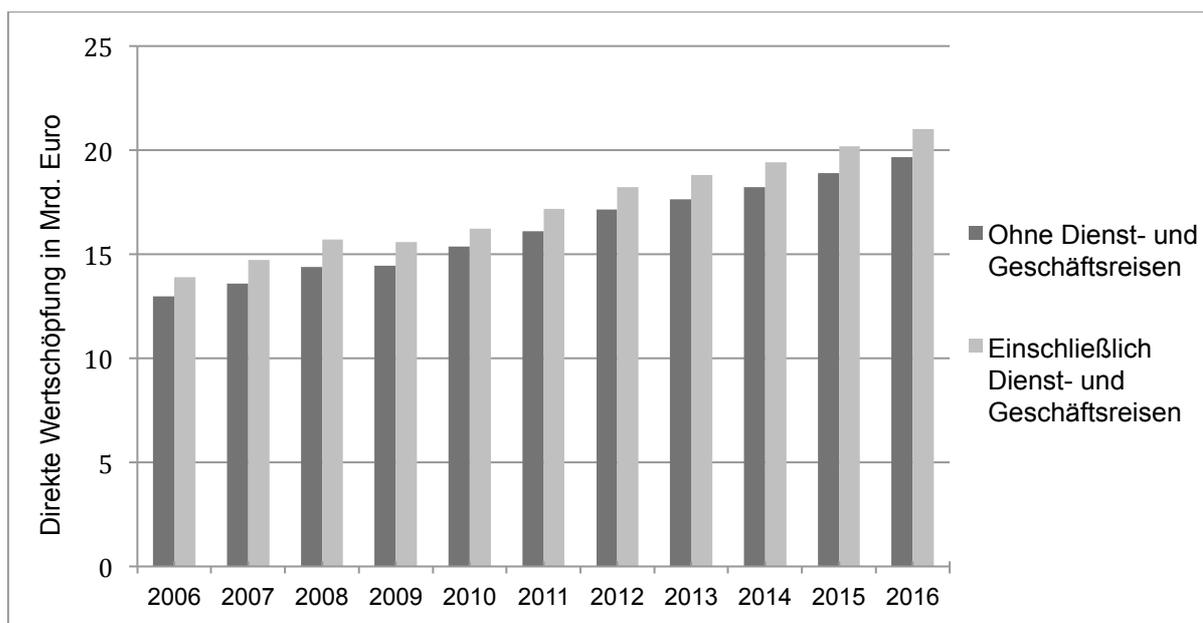


Abbildung 2: Direkte Wertschöpfung des Tourismus von 2006 bis 2016 in Mrd. Euro¹⁵

2.1.4 Wirtschaft

Die Wirtschaftssektoren werden unterteilt in drei Bereiche. Aufgrund des ansteigenden Tourismus seit den 1960er Jahren übernimmt der Dienstleistungssektor, damals noch 42 %, den dominierenden Bereich in der österreichischen Volkswirtschaft. Der sogenannte tertiäre Sektor macht heute 70 % der Bruttowertschöpfung aus und wird bestimmt durch den Handel, die öffentliche Verwaltung sowie das Gesundheits- und Unterrichtswesen. Die Dienstleistungsunternehmen erzielten 2014 mit 1.876.483 Beschäftigten Umsatzerlöse von 446,8 Mrd. Euro. Die meisten Beschäftigten des sekundären Sektors, des produzierenden Gewerbes, sind in den Gebieten des Bergbaus, der Herstellung von Waren, der Energie- und Umwelt sowie in der Beseitigung von Umweltverschmutzung tätig. 2014 wurden rund 965.000 Personen beschäftigt und ein Umsatz von 263 Mrd. Euro erwirtschaftet. Der primäre Sektor, die Landwirtschaft, liegt mit nur 1,3 % weit hinter den anderen Bereichen. Land- und forstwirtschaftliche Erzeugnisse lagen im Jahr 2015 bei rund 8,4 Mrd. Euro. Österreichs Wirtschaft verzeichnete 2015 einen Anstieg von 1,0 %, was im Vergleich zu 2014 eine deutliche Verbesserung darstellt. 2015 stieg das BIP zu laufenden Preisen um 2,9 % auf rund 340 Mrd. Euro, was ein BIP von 39.390 Euro pro Kopf ausmacht.¹⁶

¹⁵ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Statista, www.statista.com, [Stand 11.06.2017]

¹⁶ Vgl. Statistik Austria, (2017a), 46-55

2.2 Wintersport

Besonders in Österreich hat der Wintersporttourismus eine übergeordnete Bedeutung. Im Mittelpunkt steht hierbei der Skisport, welcher Wohlstand und Existenzialismus für viele Regionen bedeutet. Der Begriff Tourismus ist in diesem Zusammenhang in der heutigen Gesellschaft kaum wegzudenken, da er eine der größten und bedeutendsten Wirtschaftsbranchen der Welt darstellt.

„Der Winterporttourismus ist das Ergebnis des Bemühens eines ganzen Landes: dafür verantwortlich sind die Hotellerie, die Gastronomie, seine lokale Bevölkerung, seine Wintersportler, das Handwerk ebenso wie die Industrie, auch die Politik, [...], natürlich die Medien und ein konsequentes Marketing.“¹⁷ Er ist in einer Vielzahl von Branchen vertreten, sodass finanzielle Rückgänge und Verluste in einer einzigen Branche zu negativen Folgeeffekten für Unternehmen führen können. Im folgenden Kapitel werden die Begriffe des Wintersports sowie des Sporttourismus definiert, um das Verständnis der Arbeit zu erleichtern. Des Weiteren wird das „Netzwerk Winter-sport“ mit seinen Bestandteilen erläutert, die Entstehung und Entwicklung des Skisports sowie die Angebote des Wintersports in den österreichischen Alpen aufgezeigt.

2.2.1 Definition Wintersporttourismus

„Wintersport ist die Gesamtheit der Sportarten, die mit wenigen Ausnahmen in winterlicher Umgebung, natürlich oder künstlich winterlich, ausgeübt werden. Diese Sportarten werden auf Eis oder Schnee, besonders während der Wintermonate praktiziert.“¹⁸ Eine Wintersaison richtet sich nach der geographischen Lage und den Temperaturen und kann dementsprechend unterschiedlich lang sein. Österreichische Statistiker bezeichnen die Wintersaison vom 01. November bis zum 30. April des Folgejahres. Der Wintersport wird aufgeteilt in den aktiven Tourismus, der die Hauptreisemotive Ski- und Snowboardurlaub sowie den „Winterurlaub im Schnee“ umfasst. Mit dem passiven Wintertourismus werden diejenigen Gäste bezeichnet, die ihre Urlaubsreise zum Zweck des Besuchs einer alpinen Großveranstaltung antreten. Hinzu kommen Tagestouristen sowie die „Crowding in“, die als Begleitperson mit in den Urlaub reisen, aber selbst vor Ort keine aktive Sportart ausüben.¹⁹

¹⁷ BMWFJ, 2010, 3

¹⁸ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2013, 4

¹⁹ Vgl. BFWFJ, 2010, 13

Alpine Wintersportarten können nur in bestimmten Umfeldern existieren, daher beinhaltet der Wintersport zwei Definitionen; zum einen die Aktivität des Wintersports, zum anderen Rahmenbedingungen, wie bspw. Infrastruktureinrichtungen. Wird vom Wintersport gesprochen, inkludiert das automatisch den Tourismus, den Kaspar Claude schon 1996 als „Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die sich aus der Reise und dem Aufenthalt von Personen ergeben, für die der Aufenthaltsort, weder Wohn- noch Arbeitsort ist,“ definiert hat.²⁰ Ursprünglich stammt die Definition von Kaspar aus dem Jahr 1975, der einer der ersten war, die sich mit der Begrifflichkeit des Tourismus auseinandersetzte. Aus diesem Grund wird er in etlichen Werken zum Thema Tourismus aufgegriffen und seine Definition angewandt.

Der Tourismus in Österreich entwickelte sich im 19. Jahrhundert und wurde einer der wichtigsten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Komponenten. Die Verbindung von Tourismus und Sport bekam dennoch erst vermehrt in den letzten 20 Jahren eine bedeutende Stellung. Laut Schwark bezieht sich „Sporttourismus auf die funktionale Nutzung der Landschaft für vorher schon vom Touristen festgelegte Zwecke.“²¹ Daraus lässt sich schließen, dass Sport als eine freiwillige und zum Selbstzweck dienende körperliche Betätigung bezeichnet wird, die zur Freude, Geselligkeit oder Gesundheit dient.²²

Es gibt viele verschiedene Auffassungen der Begriffe, dennoch lässt sich bis heute keine einheitliche Definition finden.

2.2.2 Wertschöpfungsnetzwerk Wintersport

Die wirtschaftlichen Auswirkungen, die der Wintersport mit sich bringt, werden im Wertschöpfungsnetzwerk in Abbildung 3 aufgezeigt. Im Großen und Ganzen profitieren durch den Wintersport(tourismus) der Staat, die Unternehmen sowie private Haushalte. Durch Sportförderung, Sponsoring und Werbung investieren Unternehmen in die vorgelagerten Sektoren, insbesondere in die produzierenden Bereiche wie Produktion von Sportbekleidung und Sportgeräten, in Infrastruktur für Lifte und Seilbahnen, in Medien- und Werbewirtschaft, in Groß- und Einzelhandel sowie in das Gesundheits- und Ausbildungswesen. Durch Beschäftigungseffekte, individuelle sportliche Aktivitäten, Sponsoring und die sportbezogene Kaufkraft von privaten

²⁰ Kaspar, 1996, 17

²¹ Schwark, 2016, 46

²² Vgl. Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH, www.spektrum.de, [Stand 12.06.2017]

Haushalten werden starke wirtschaftliche Auswirkungen in den nachgelagerten Sektoren erwirtschaftet. WSGVen, Sportvereine- und Organisationen, Tourismus etc. entstehen. Mit diesen Bereichen wird der Wintersport in Österreich möglich gemacht. Durch die nachgelagerten Sektoren entstehen fiskalische Effekte, die vor allem für Wintersportregionen von großer Bedeutung sind. Für die Gemeinden ist es von großer Wichtigkeit, welche Teile der Abgaben in den Regionen verbleiben, um damit die finanzielle Situation der öffentlichen Haushalte zu verbessern. Große fiskalische Wirkung ziehen Beschäftigungseffekte nach sich, denn durch jeden geschaffenen Arbeitsplatz erhöht sich das Aufkommen an Steuern und Sozialversicherungsabgaben. Große Bedeutung für Gemeinden spielen auch die Gewerbesteuer und die Kurtaxe, die durch jeden einzelnen Urlauber eingenommen werden. Der Sportartikelhandel stellt, insbesondere unter Betrachtung der Skiindustrie, für die Wirtschaft Österreichs einen wichtigen Exportkomponenten dar.²³

²³ Vgl. SpEA, 2006, 10

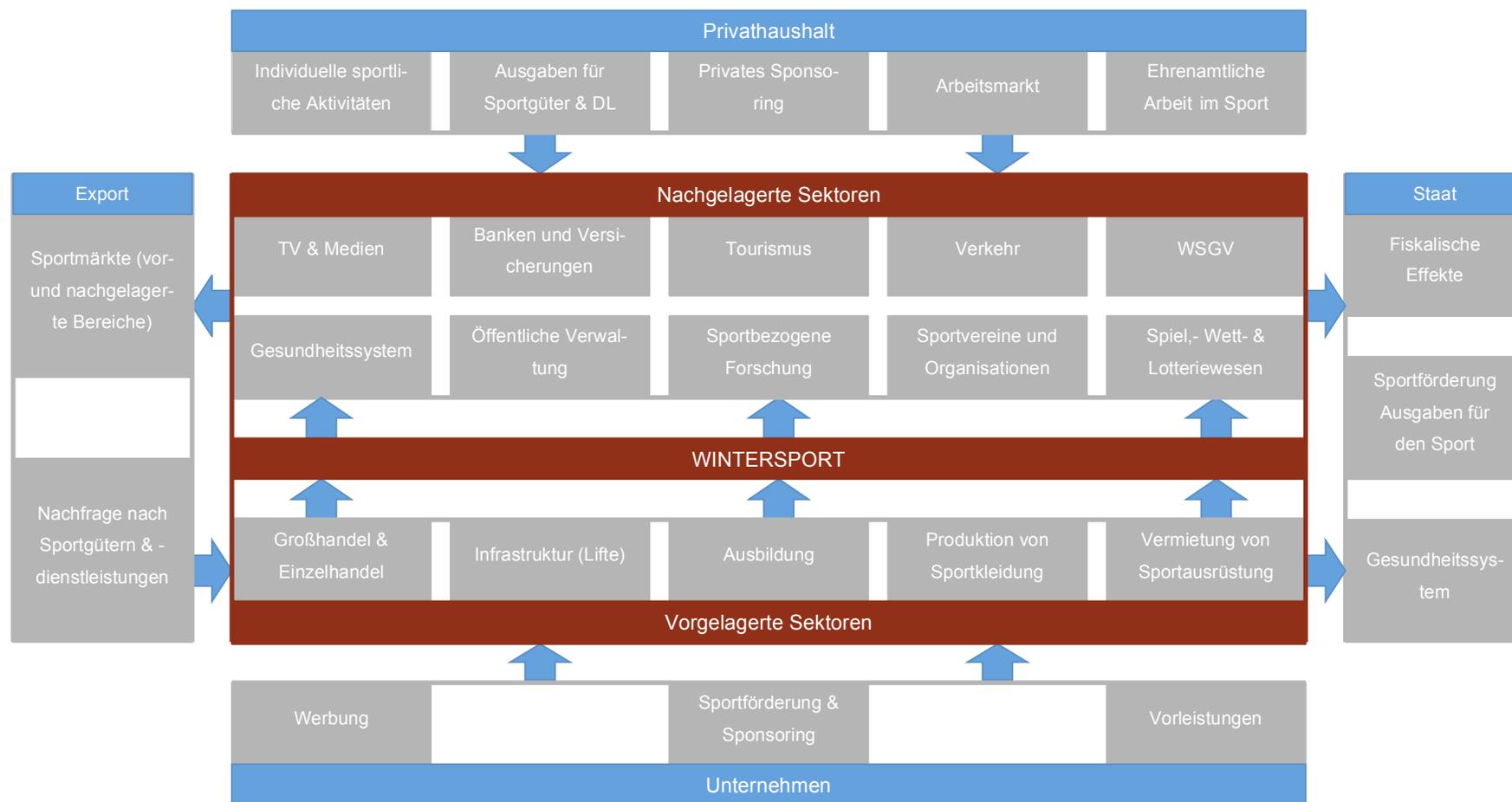


Abbildung 3: Wertschöpfungsnetzwerk Wintersport²⁴

²⁴ Vgl. SpEA, 2012, 7

2.2.3 Entstehung und Entwicklung des Skisports

Der österreichische Wintersporttourismus nahm erst vor gut 120 Jahren seinen Anfang und weist eine erfolgreiche Entwicklung auf. Seen und Flüsse, lebenswerte Städte, die geographische Lage im Herzen Europas, landschaftlich attraktive Regionen inmitten der Alpen und klimatische Anforderungen durch kalte Winter und milde Sommer sowie nicht zuletzt die regionale Kulinarik liefern exzellente Voraussetzungen für den Wintersport.²⁵

Im Vergleich zu anderen Regionen auf der Welt entwickelte sich der Wintersport in Österreich dennoch relativ spät. Vorreiter sind die Norweger, die den Skisport schon vor über 4.500 Jahren praktizierten, um sich über tiefverschneite Landschaften fortzubewegen. War Österreich um 1900 noch zu 90 % vom Sommertourismus geprägt, so sind die Saisonen seit 2005, bezüglich Nächtigungszahlen, relativ ausgeglichen.²⁶ Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Wintersports ist in den Bundesländern Tirol, Salzburg und Vorarlberg enorm hoch und nimmt eine Schlüsselposition in der winter-touristischen Wertschöpfung ein. In diesen tourismusintensiven Regionen hat der Wintersport - insbesondere der alpine Skisport - abseits der zunehmend verstädterten Haupttäler eine bedeutende Rolle für das Wirtschaftsleben in höher gelegenen, peripheren Regionen gewonnen.²⁷

1906 wurden die ersten Skischulen in Österreich eröffnet und Kurse abgehalten. Der sich langsam anbahnende Aufschwung wurde aufgrund des Ersten Weltkriegs unterbrochen, wodurch der Tourismus zum Erliegen kam und somit wirtschaftliche Probleme mit sich brachte. Erst 20 Jahre später begann der Bau der ersten Seilbahn auf der Bergkette RAX in Niederösterreich und sowohl Infrastruktur als auch Unterkunftsmöglichkeiten wurden vermehrt errichtet.²⁸

Die Entwicklung hin zum Massentourismus begann dennoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg; Skiclubs und Skischulen waren in ganz Österreich zu finden, Lifte wurden gebaut und Pisten erschlossen. In den 1960er Jahren zählte die österreichische Bergwelt zu einer der beliebtesten Wintersportlandschaften weltweit und der Skisport zu der meistbetriebsarten Wintersportart, weshalb Skishersteller sowie der Sporthandel einen finanziellen Aufschwung erlebten. Nicht nur der alpine Skisport, sondern auch

²⁵ Vgl. BMWFJ, 2010, 2

²⁶ Vgl. Ötztal Tourismus, www.soelden.com, [Stand 12.06.2017]

²⁷ Vgl. Stirnweis, 2010, 1

²⁸ Vgl. WKO, (2017b), 3-4

das Snowboarden entwickelte sich und wurde immer populärer, dennoch galt der Sport zunächst als Nische und wurde erst ab den 1998er Jahren zu den olympischen Disziplinen erklärt. Die beliebtesten Sportarten in den 1990er Jahren waren das Wandern sowie der Städtetourismus im Sommer und in den Wintersaisonen etablierte sich weiterhin der Skisport. Der Massentourismus wandelte die Alpen von einem landschaftlich geprägten Raum zu einem Dienstleistungszentrum um. Mit der Jahrtausendwende fanden in einigen Skiregionen Neuausrichtungen statt, Rahmenbedingungen wie bspw. Snow- und Funparks, Panorama-Plattformen oder Nationalpark-Galerien machten den Skisport zusätzlich attraktiv.^{29, 30}

Der alpine Skisport ist sehr kostenintensiv, aber dennoch eine von großen Bevölkerungsteilen ausgeübte Sportart. 68 % der in- und ausländischen Gäste verbringen ihre Ferien in Österreich von November bis April, um alpinen Skisport zu betreiben oder sonstigem Wintersport nachzugehen. Laut einer Gästebefragung im Winter 2015/16 sind die Hauptgründe für einen Urlaub in den österreichischen Alpen zu 63 % das Angebotsspektrum des Wintersports sowie die Attraktivität des Skigebiets. Über 7.200 Pistenkilometer stehen den Skifahrern in 425 Skigebieten in den österreichischen Alpen zur Verfügung. Besonders in Vorarlberg, Tirol und Salzburg ist das Angebot enorm groß und vielfältig. Die Städte St. Anton oder Lech haben insgesamt schon etwa 300 km Skipiste.^{31, 32}

Auch wenn der Trend zum Skisport bei der österreichischen Bevölkerung seit 1993 zurückgegangen ist, praktizierten 2015 immer noch 54 % der 15- bis 29- Jährigen den Sport (1993: 70 %). Der Anteil der Gesamtbevölkerung liegt bei 36 %, was einen Rückgang von 17 % seit 1993 verzeichnet.³³

2.2.4 Wintersportangebote

Lange Zeit vor der Entwicklung des alpinen Skisports wurden Wintersportarten wie bspw. Rodeln oder Eislaufen in Österreich bereits praktiziert. Mit der Entstehung des Skisports entwickelten sich aber dennoch schnell andere Sportarten und deren Infrastruktur, um den Besuchern Alternativen zu bieten. Zugefrorene Seen wurden zum Eislaufen genutzt, das Rodeln wurde zum Volkssportart und Loipen wurden für den

²⁹ Vgl. Vanat, 2017, 27-30

³⁰ Vgl. Breitenbach, 2006, 2

³¹ Vgl. WKO, (2016a), 1

³² Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2013, 4

³³ Vgl. OÖ. Online GmbH und Co. KG., www.nachrichten.at, [Stand 12.06.2017]

nordischen Skisport ausgebaut. Da diese Sportarten auf einer dünnen Schneedecke praktiziert werden können, stellen sie eine wichtige Alternative zum alpinen Skisport dar. Für den Fall schlechter Wetterbedingungen entstanden in vielen Gemeinden bereits in den 1960er und 1970er Jahren verschiedenste Freizeitangebote. Das kulturelle Angebot nimmt in der Gesellschaft eine bedeutende Rolle ein. Immer öfter reisen Familien und größere Freundeskreise zusammen in den Urlaub und auch die „Nicht-Skifahrer“ wollen vor Ort ein breites und attraktives Programm genießen. Hallenbäder, Wellness- und Saunalandschaften, Kletter- und Tennishallen sowie kulinarische Angebote werden den Gästen zusätzlich geboten.^{34, 35}

Im Folgenden sind die wichtigsten Schneesportarten aufgelistet, die für die Betrachtung des Wirtschaftsfaktors Wintersport im Mittelpunkt stehen und die auch Teil der olympischen Winterspiele sind:

- Skifahren
- Nordische Kombination (Skispringen/ Skilanglauf)
- Snowboarden
- Eislaufen
- Biathlon
- Rodeln (Rennrodeln, Skeleton)
- Schlittenhunderennen
- Eisstockschießen³⁶

Mithilfe von Sportinfrastrukturen wie bspw. Loipen, Eishallen, Bobbahnen, Skipisten, Funparks, Eisbahnen, Skisprungschanzen und Halfpipes werden die genannten Sportarten ausgeführt. Besonders das Naturrodeln stellt in der österreichischen Gesellschaft einen Volkssport dar. 30 % der Österreicher geben an, mindestens einmal in der Woche rodeln zu gehen.³⁷

³⁴ Vgl. Naturfreunde Österreich, 2011, 2-7

³⁵ Vgl. Österreich Werbung, www.newsroom.austriatourism.com, [Stand 26.10.2014]

³⁶ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, 2013, 4

³⁷ Vgl. SK Mediaconsult, www.volkssport.at, [Stand 10.05.2017]

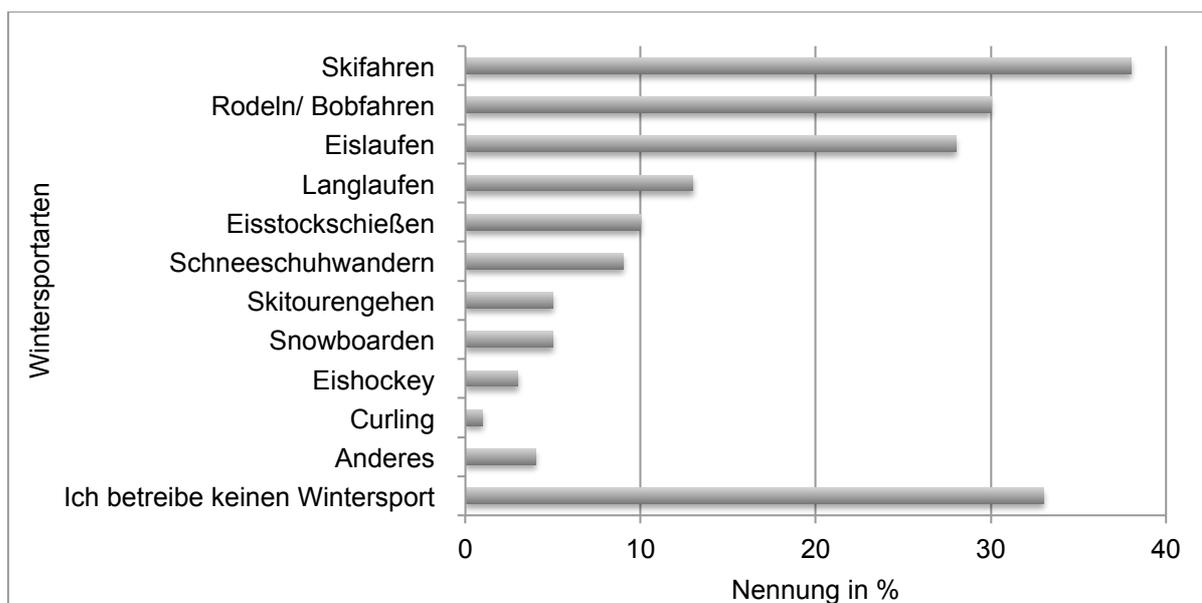


Abbildung 4: Ausübungen von Wintersportarten der Österreicher³⁸

Die Abbildung 4 führt die von den Österreichern ausgeübten Wintersportarten auf. Mit nur 38 % ist der alpine Skisport mit großem Abstand die Nummer eins, vor den Wintersportarten Rodeln, Bobfahren und Eislaufen. 13 % der Österreicher üben den nordischen Skisport gelegentlich aus. Eine Umfrage des Markt- und Meinungsforschungsinstituts „Meinungsraum“, ergab im Jahr 2015, dass 53 % aller Wintertouristen in den österreichischen Alpen weniger Wintersport betreiben als in den letzten Jahren. Der Grund hierfür liegt bei den hohen Kosten für Skipässe sowie für ansteigende Übernachtungspreise im Winter. Das Skitourengehen ist in der österreichischen Gesellschaft noch nicht etabliert und stellt mit 5 % eine Randsportart dar; dennoch zeigt es eine leicht steigende Entwicklung in den letzten Jahren. Schneesportarten wie Monoski, Heliskiing oder Snowscooting sind im kommen und verweisen einen Aufwärtstrend, sind aber dennoch für eine gesamtwirtschaftliche Prognose nicht relevant.³⁹

³⁸ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Meinungsraum.at Online Marktforschungs GmbH, 2013, 6

³⁹ Vgl. Die Presse, www.diepresse.com, [Stand 27.11.2015]

3 Wirtschaftliche Komponenten

Durch den Wintersporttourismus in Österreich werden ökonomische Effekte geschaffen, die für das Land unerlässlich sind. Im folgenden Kapitel werden daher diese Effekte dargelegt und erläutert. Zunächst erfolgt eine ausführliche Analyse der Seilbahnwirtschaft sowie des Beherbergungs- und Gastronomiewesens, die durch den Wintersport die bedeutendsten Effekte erwirtschaften. Daran anschließend erfolgt die Darstellung des Themas Wintersportgroßveranstaltung, welches mit einem Fallbeispiel unterlegt wird. Das letzte Kapitel beinhaltet jene Branchen und Bereiche mit ihren ökonomischen Effekten, die *auch* vom Wintersporttourismus profitieren, dennoch in einem geringeren Umfang Anteil nehmen.

3.1 Seilbahnwirtschaft

„Innovationsweltmeister, Tourismusmagnet und Wertschöpfungsmotor“⁴⁰ – Österreich repräsentiert die fortschrittlichsten und modernsten Seilbahnen und positioniert sich somit an der Weltspitze. Die Zukunft des alpinen Wintersports gestalten die Seilbahnen sowie Beschneiungsanlagen, die mit qualitativen Standards und Leistungen sowie einem enorm positiven Image direkte und indirekte Arbeitsplätze sowie Wohlstand in ländlichen Regionen sichern. Im folgenden Abschnitt wird daher die wirtschaftliche Bedeutung der Seilbahnwirtschaft in den österreichischen Alpen für das Land illustriert.⁴¹

3.1.1 Skilifte

Die historische Entwicklung der Seilbahnen nahm ihren Anfang in China, Japan und Indien 400 v. Christus. Dies bedeutet, dass Seilbahnen zu den ältesten technischen Transportmitteln zählen und zum Großteil für Personen- und Materialtransport genutzt wurden.⁴² Die Geschichte der Seilbahnen in Österreich nahm seinen Anfang 1926 mit dem Bau der ersten Seilbahn auf der Rax in Niederösterreich. Ab diesem Zeitpunkt entwickelten sich österreichische Seilbahnen in raschem Tempo und erreichten einen Höhepunkt der Entwicklung von Skiliften Ende der 1980er Jahre. Das Seilbahnwesen der österreichischen Alpen blickt auf eine jahrzehntelange Tradition

⁴⁰ WKO, (2017b), 3

⁴¹ Vgl. WKO, (2017b), 26

⁴² Vgl. Peck, 2005, 17

zurück und weist einige bedeutende Meilensteine auf, wie bspw. der Bau des ersten Schlepplifts in Ebensee 1936 sowie des ersten Sessellifts in der Wildschönau 1947.⁴³ Durch den Ausbau des Seilbahnwesens entstand eine Monopolstellung für Personentransporte am Berg sowie Dienstleistungen, die sich auf den Komfort und die Sicherheit der Lifte und Pisten spezialisierten. Nicht mehr den neuesten Standards entsprechende Skilifte wurden dennoch selten demontiert und prägen das heutige Landschaftsbild. Aufgrund des Schneemangels und der daraus sinkenden Nachfrage sind insbesondere am Alpenrand ganze Skigebiete wirtschaftlich nicht mehr tragfähig. Die klare Positionierung der Seilbahnen erfolgte durch die Konzentration auf höchste Qualität sowie des differenzierten Gesamtangebots. Die „Doppelmayr Gruppe“, gilt als Qualitäts- und Technologieführer im Seilbahnwesen in Österreich, gefolgt von dem Unternehmen „Leitner“.⁴⁴

Die Seilbahnwirtschaft spielt vor allem in der Wintersaison eine bedeutende Rolle, welche sich durch die Tourismusart sowie die große Bedeutung der Skigebiete für die Destinationswahl begründet. Gästebefragungen in allen Skiregionen der österreichischen Alpen haben ergeben, dass der Wintersport sowie das Angebot an Skipisten und -liften die beliebteste und meist praktizierteste Aktivität für Gäste darstellt. Daher bildet das vielfältige Angebotsspektrum der Regionen den entscheidenden Grund für die Wahl des Urlaubsziels.⁴⁵

Seit der Wintersaison 2015/16 befinden sich in Österreich 253 Seilbahn- und 550 Schleppliftunternehmen. Davon sind 1.105 Seilbahnanlagen sowie 1.840 Schleppliftanlagen verfügbar, die auf 23.700 ha Pistenfläche in Betrieb sind und jährlich bis zu 600 Mio. Fahrgäste befördern. Tirol, Salzburg und Vorarlberg sind die Kern-Bundesländer der österreichischen Seilbahnwirtschaft mit insgesamt 879 Seilschwebbahnen. 2015/16 wurden 29.400 Betriebstage sowie 52,1 Mio. Skier Days berechnet.⁴⁶ „Ein Skier Day – auch Ersteintritt genannt – fällt an, sobald eine Person das erste Mal die Zugangskontrolle an einer Seilbahn-Talstation passiert, alle weiteren Seilbahnfahrten an diesem Tag werden als Beförderungen bezeichnet.“⁴⁷ Jeder sechste Skier Day weltweit 2015/16 fand im Land Österreich statt.⁴⁸

⁴³ Vgl. WKO, (2017b), 4

⁴⁴ Ebd., 27

⁴⁵ Vgl. Stirnweis, 2010, 48

⁴⁶ Vgl. WKO, (2017e), 1

⁴⁷ Stirnweis, 2010, 47

⁴⁸ Vgl. WKO, (2017e), 1

Durch den Kauf eines Skipasses ist nicht nur die Berg- und Talfahrt, sondern auch eine Vielzahl anderer bedeutender Leistungen, wie bspw. Informationssysteme, Sicherheit und Komfort von Liften sowie die Benutzung von Halfpipes, Flutlichtanlagen, Parkplätzen oder Skibussen inkludiert. Der Skipass macht bei den Gesamtausgaben der Gäste 20 % aus und liegt in Österreich bei durchschnittlich 50 Euro pro Tag.⁴⁹

3.1.2 Investitionen

Etliche Regionen in der Alpenrepublik wurden mit dem Pistengütesiegel ausgezeichnet. Um diesen zu erhalten, muss eine Wintersportregion über eine gewisse Mindestausstattung an Seilbahnen sowie Skiabfahrten verfügen sowie bestimmte Standards und Richtlinien wie bspw. Pistenpräparierung oder Sicherheitsvorkehrungen aufweisen.⁵⁰

Regelmäßig werden Investitionen im Bereich der Seilbahnbranche getätigt, um diese Standards zu halten. Seit dem Jahr 2000 hat die österreichische Seilbahnwirtschaft in Summe knapp 9 Mrd. Euro investiert. Allein in den letzten zehn Jahren seit 2006 waren es rund 6 Mrd. Euro. Grund hierfür ist die steigende Nachfrage nach Modernisierung und Komfort von Anlagen.⁵¹

Die Abbildung 5 zeigt, dass sich die gesamten Investitionen aus der Wintersaison 2016/17 auf über 710 Mio. Euro belaufen. Die Geldanlagen sind in drei Kernbereiche eingeteilt und nehmen im Sektor Sicherheit, Qualität und Komfort von Anlagen über 367 Mio. Euro ein. Von rund 91 % der Gäste in den Alpen ist der Alpinsport ausschlaggebend für einen Winterurlaub; wäre kein Schnee vorhanden, würde der Großteil der Besucher ausbleiben und negative Folgen für das Land bedeuten. Infolgedessen wurde für die Saison 2016/17 ein Budget von 171 Mio. Euro in die künstliche Beschneidung aufgewendet. Im Jahr 2002/03 wurden hingegen nur 128 Mio. Euro dafür aufgebracht. 367 Mio. Euro wurden in die Modernisierung, Qualität und den Neubau von Anlagen investiert. Sonstige Investitionen in der Branche belaufen sich auf 172 Mio. Euro.⁵²

⁴⁹ Vgl. WKO, (2017e), 1

⁵⁰ Vgl. Amt der Tiroler Landesregierung, o.J., 6

⁵¹ Vgl. WKO, (2017e), 2

⁵² Ebd., 3

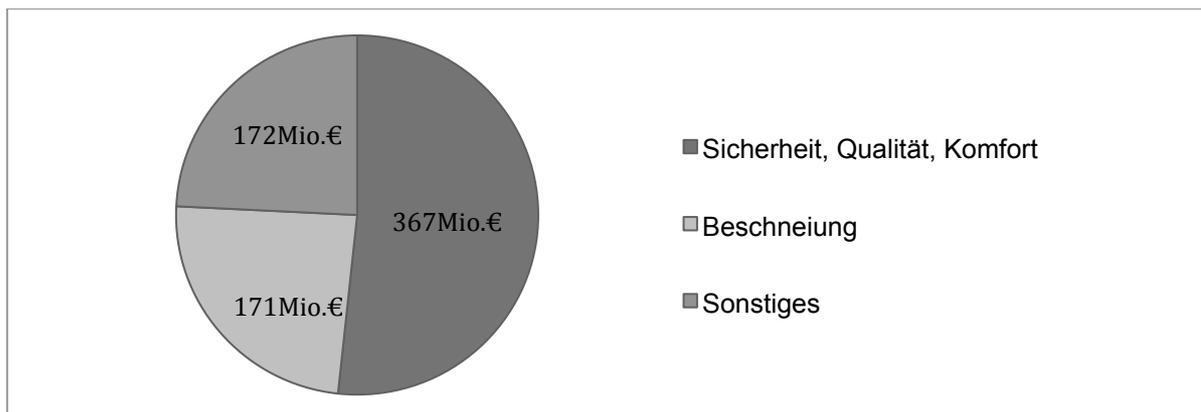


Abbildung 5: Gesamtinvestitionen der Seilbahnbranche im Winter 2016/17 in Mio. Euro⁵³

Die Klimaerwärmung trägt dazu bei, dass die Schneesicherheit in vielen Bergregionen nicht mehr gegeben ist. Aus diesem Grund müssen zahlreiche Skipisten der österreichischen Alpen immer mehr mit Kunstschnee ausgerüstet werden, um den Wintersportlern das Skifahren weiterhin zu ermöglichen. Von 23.700 ha Pistenfläche sind rund 70 % technisch beschneibar und stellen somit die Basis für einen gesicherten Wintertourismus dar. Gemäß Ulrike Pröbst gibt es vier dominante Motive, welche für die explosionsartige Ausbreitung der Schneekanonen verantwortlich waren:

- „Die Sicherung der touristischen Auslastung (Tourismusbranche insgesamt)
- Die Sicherung der Einnahmen der Seilbahngesellschaft
- Die Sicherung des Images von Austragungsorten internationaler Wettkämpfe
- Die Sicherung der Rahmenbedingungen für Training & Ausübung des Spitzensports“⁵⁴

3.1.3 Wertschöpfungsfaktoren

Der Wintersport benötigt bestimmte natur-räumliche Voraussetzungen, welche in peripheren Bergregionen zu finden sind, da dort die Schneesicherheit aufgrund der höheren Lage mit einer stabileren Sicherheit gegeben ist. Daher erzeugt der Tourismus Wertschöpfung in ländlich geprägten Regionen und ist stark abhängig davon. Durch den Betrieb von Skiliften werden Arbeitsplätze, Wertschöpfungseffekte sowie Umsätze geschaffen. Auf diese Weise wird deutlich, dass die Bergbahnen als

⁵³ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an WKO, (2017e), 1

⁵⁴ CIPRA International, 2004, 2

Grundlage sowie als Antrieb des Wintersporttourismus dient und somit eine Relevanz für etliche andere direkte sowie indirekte Branchen darstellt.⁵⁵

Im Folgenden wird die Wertschöpfungserhebung erläutert, die von dem Unternehmen MANOVA im Jahr 2016 durchgeführt wurde. Die Wertschöpfungskette ist wie folgt aufgebaut: Durch Ausgaben der Winterurlauber wird Kapital in den Volkswirtschaftlichen Kreislauf gebracht. Die Wintersportler werden definiert als Tages-, Nächtigungs-, und Saisongäste und geben Geld für Unterkunft, Verpflegung, Seilbahnen, Freizeitaktivitäten, Verkehrsmittel sowie für Einkäufe aus. Aus diesen Bruttoumsätzen muss in Form der Umsatzsteuer ein Anteil an den Staat mit einem Normalsteuersatz von 20 % oder einem ermäßigten Steuersatz von 10 % abgegeben werden.⁵⁶

Aus den daraus verbleibenden Nettowerten entsteht eine direkte Wertschöpfung; hierbei handelt es sich um Löhne und Gehälter der Beschäftigten in den verschiedensten Wirtschaftszweigen sowie Gewinne der Tourismusunternehmen. Bei direkt begünstigten Branchen handelt es sich um Seilbahnunternehmen, das Beherbergungs-, und Gastronomiewesen, der Verleih-, Service-, und Handel von Sportartikeln, Skischulen, Wellnessbäder, Unterhaltung, An- und Abreise sowie Verkehrsmittel vor Ort. Diese Branchen beziehen wiederum Vorleistungen regionaler Zulieferer - es entsteht eine indirekte Wertschöpfung. Die indirekt begünstigten Branchen sind nötig, wenn es bspw. um Material- und Herstellungsaufwand, Instandhaltung und Marketing bei der Vorleistung von Seilbahnen geht. Bei Vorleistungen des Gastronomie-, und Beherbergungswesens handelt es sich um den Handel mit Lebensmitteln, Erhaltungs- und Renovierungsarbeiten, Dienstleistungen von Handwerkern oder das Grundstücks- und Wohnungswesen. Durch diese Leistungen entsteht für die Begünstigten ein indirektes Einkommen. Erneut werden Vorleistungen benötigt und es entwickelt sich eine Wertschöpfungskette, an der erkennbar ist, dass enorm viele Branchen und Unternehmen von Wintersporttourismus profitieren, aber auch davon abhängig sind.^{57,58}

Durch einen Bruttoumsatz von 7,9 Mrd. Euro und der Abgabe von 1 Mrd. Euro an den Staat verbleibt ein Nettoumsatz von 6,9 Mrd. Euro. Aufgrund von Vorleistungen bildet sich eine direkte WS mit 2,5 Mrd. Euro netto sowie eine indirekte WS mit 1,1

⁵⁵ Vgl. Stirnweis, 2010, 47

⁵⁶ Ebd., 49-53

⁵⁷ Ebd., 49-53

⁵⁸ Vgl. MANOVA GmbH, 2016, 6-12

Mrd. Euro netto, was eine gesamte Netto-WS von 3,6 Mrd. Euro dem Land im Winter 2015/16 einbringt. Aus dem Vergleich der gesamten Netto-WS (direkt und indirekt) von rund 3,6 Mrd. Euro und der direkten WS von 0,5 Mrd. Euro durch Bergbahnen ergibt sich ein Einkommensmultiplikator von 7,1. Dieser wird wie folgt berechnet:

$$\text{Multiplikatorwirkung} = \frac{3.630,7 \text{ Mio. €}}{512,8 \text{ Mio. €}} = 7,1$$

Die Brutto-WS mit einer gesamten WS (direkt und indirekt) von 4,3 Mrd. Euro und einer direkten WS durch Seilbahnen von 0,8 Mrd. Euro ergibt einen Multiplikatoreffekt von 5,3.⁵⁹

Im Winter 2015/16 lag der Bruttoumsatz durch Seilbahnnutzer bei 7,9 Mrd. Euro. Der Hauptanteil entsteht hierbei zu 84 % durch Nächtigungsgäste und macht rund 6,6 Mrd. Euro aus. Der Anteil der Tagesgäste liegt bei 11 % und der Saisongäste bei 5 %.⁶⁰ Die Bruttoumsätze durch Seilbahnnutzer setzten sich aus acht verschiedenen Branchen zusammen. Das Beherbergungswesen nimmt hierbei den größten Teil mit 2,3 Mrd. Euro ein, gefolgt von dem Seilbahnwesen mit rund 1,5 Mrd. Euro und der Gastronomie mit 1,3 Mrd. Euro. Skischulen, der Sporthandel, die Mobilität, die Freizeitbranche sowie sonstiger Handel erzielen deutlich weniger Umsätze, spielen dennoch eine wichtige Rolle für die Wirtschaft Österreichs. Im Winter 2015/16 nahmen die Seilbahnen einen Kassenumsatz von 1,3 Mrd. Euro ein.⁶¹

Durch die Abbildung 5 zeigt sich deutlich, dass in der letzten Saison mit Abstand die besten Zahlen erzielt wurden und im Siebenjahresvergleich auf bestem Niveau ist. Anhand der Grafik wird deutlich, dass die Umsatzwerte im Jahr 2009/10 nur rund 1,14 Mrd. Euro betragen und seit diesem Zeitpunkt einen Zuwachs verzeichnen. 2015/16 wurde ein Wachstum von 3,6 % zum Vorjahr erzielt.⁶²

⁵⁹ Vgl. MANOVA GmbH, 2016, 36-39

⁶⁰ Ebd., 26-27

⁶¹ Ebd., 26-31

⁶² Vgl. WKO, (2017e), 1

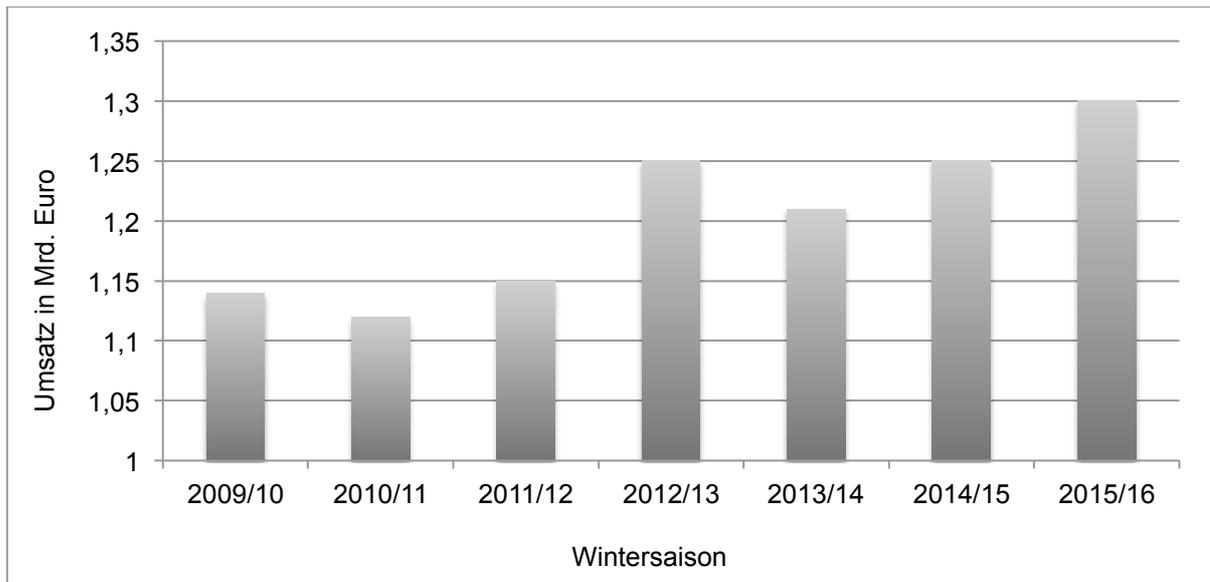


Abbildung 6: Kassenumsatz der Seilbahnbetriebe von 2009/10 bis 2015/16 in Mrd. Euro⁶³

3.1.4 Beschäftigungseffekte

Bergbahnen zählen zu den stabilsten und innovativsten Jobmotoren des Landes. Dadurch wird auch in abgelegenen Tälern für Einkommen und Wohlstand gesorgt. Aufgrund der hohen wirtschaftlichen Bedeutung werden entsprechende Beschäftigungseffekte impliziert, welche einen großen Beitrag zur Gesamtbeschäftigung in Österreich leisten und mit dem TSA jährlich errechnet werden. Im Jahr 2015 konnten 293.000 Erwerbstätige den charakteristischen Tourismusindustrien zugeordnet werden. Allein von diesen werden insgesamt 99.300 direkte und indirekte Arbeitsplätze durch die Seilbahnwirtschaft im Winter gesichert, was rund ein Drittel der Beschäftigungen für Österreich ausmacht. Für das Jahr 2015/16 werden 7.050 direkte Ganzjahresmitarbeiter in Voll- und Teilzeit sowie 10.250 Saisonmitarbeiter für den Winter beschäftigt, was in Summe eine Mitarbeiteranzahl von 17.300 direkt Beschäftigten und 13.300 Vollzeitäquivalenten bedeutet. Aber auch indirekt begünstigte Branchen sind von der Seilbahnwirtschaft betroffen und schaffen so über 82.000 Arbeitsplätze.^{64, 65}

In der folgenden Tabelle 1 sind die direkt betroffenen Branchen der Wintersaison 2015/16 dargestellt. Anhand dessen wird deutlich, dass bei der Branche der Beherbergung und Gastronomie mit Abstand die meisten Arbeitsplätze vergeben wurden,

⁶³ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Statista, www.statista.com, [Stand 10.06.2017]

⁶⁴ Vgl. Statistik Austria, www.statistik.at, [Stand 03.05.2017]

⁶⁵ Vgl. MANOVA GmbH, 2017, 43-45

die Beherbergungen und Seilbahnen aber dennoch die höchsten Bruttoumsätze generierten.

Branche	Beschäftigungen	Umsatz in Mio.€
Beherbergung	27.392	2.331,5
Gastronomie	26.658	1.349,3
Seilbahnen	17.300	1.473,4
Sporthandel	7.123	867,7
Sonstiger Handel	3.997	673,8
Freizeit	2.626	218,7
Mobilität	2.139	839,8
Skischulen	1.772	141,6
Indirekt generierte	10.224	-
Summe	99.230	7.895,8

Tabelle 1: Arbeitsplätze und Bruttoumsätze nach Branchen⁶⁶

3.2 Beherbergungs- und Gastronomiewesen

Die Anzahl der Urlauber und Gäste aus dem In- und Ausland bzw. deren Nächtigungen in Unterkünften sowie die Struktur von Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben sind von elementarer Wichtigkeit für die zukünftige Entwicklung der österreichischen Wirtschaft. Um diese enorme Bedeutung verstehen zu können, werden im folgenden Kapitel zunächst aktuelle Studien und Daten von An- und Unterkünften sowie deren Entwicklung illustriert. Des Weiteren werden Umsatzzahlen, Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte thematisiert, um abschließend darzustellen, inwieweit diese Umstände einen Gesamteinfluss auf die Wirtschaft Österreichs haben.

3.2.1 Nächtigungszahlen

Aufgrund des intensiv ansteigenden Wintertourismus ab den 1960er Jahren, begann die Entwicklung, Verbesserung sowie der Ausbau von Übernachtungsmöglichkeiten in den österreichischen Alpen. Durch die Zunahme des Wintersports wurden Gastronomiebetriebe sowohl in ländlichen Ortschaften als auch auf Skipisten errichtet. Die Abbildung 7 stellt die Nächtigungen der Winter- und Sommersaisonen seit 1981 dar.

⁶⁶ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an MANOVA GmbH, 2017, 45

Aus dieser Grafik wird deutlich, dass der Sommertourismus für die österreichische Gesellschaft schon länger von Bedeutung war. Wird die Entwicklung der Winternäch-tigungen im Langzeitvergleich betrachtet, ist zu beobachten, dass sich die Übernachtungszahlen der Wintersaison tendenziell jener des Sommers annähern und seit 2005 nahezu ausgeglichen sind. 1980/81 wurden rund 39,8 Mio. Winternäch-tigungen erfasst, wobei im Winter 2015/16 schon über 68,5 Mio. Übernachtungen von in- und ausländischen Gästen stattgefunden haben. Mit 38 % nimmt Deutschland den größ-ten Anteil an Näch-tigungen der ausländischen Gäste ein, gefolgt von den Niederlan-den mit 8 %. 23 % der Gäste stammen aus Österreich selbst und nur 30 % kommen aus dem übrigen Ausland.⁶⁷

Die Skigebiete im Westen der Alpen, mit den Bundesländern Tirol und Vorarlberg, beherbergen zum Großteil Näch-tigungsurlauber, während die kleineren niedriger ge-legenen Skigebiete im Osten und Norden von Tagesgästen bevölkert werden. Niederösterreich (NÖ) und Oberösterreich (OÖ) sind stark abhängig von angrenzenden Nachbarstaaten wie bspw. Tschechien, Slowakei und Ungarn.

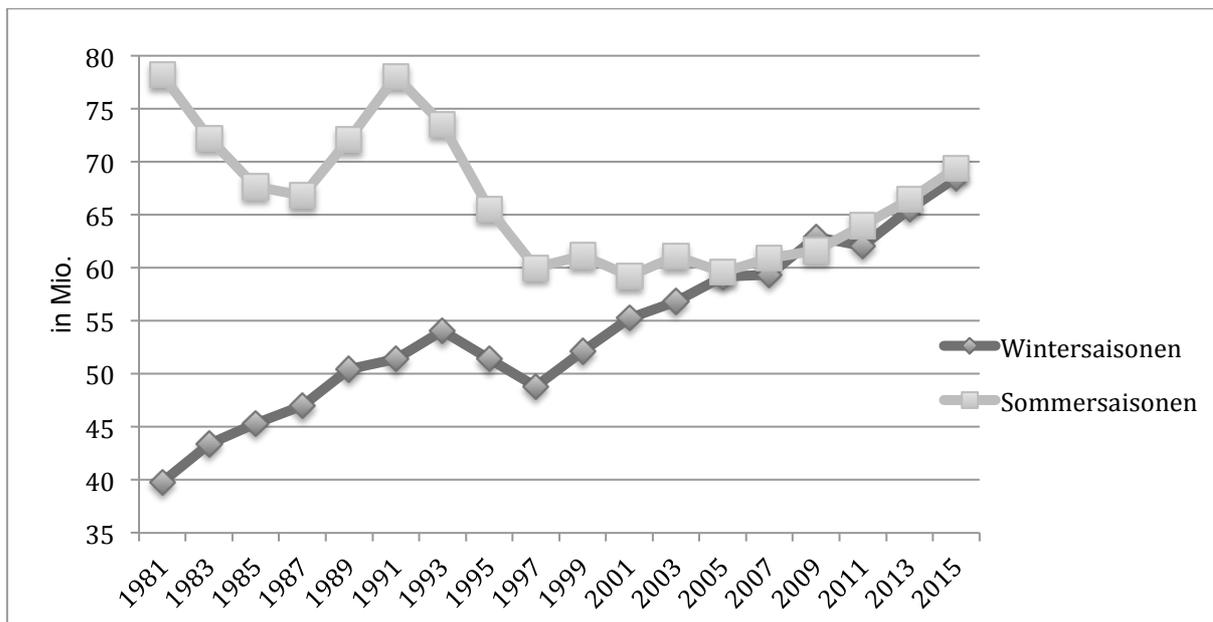


Abbildung 7: Übernachtungen in den Winter- und Sommersaisonen von 1981 bis 2015 in Mio.⁶⁸

Im Jahr 2016 wurden für das Land Österreich 140,9 Mio. Näch-tigungen gemeldet, das entspricht einer Steigerung von 4,2 % zum Vorjahr und erreicht den bisherigen Höchstwert. 48 % der Übernachtungen entfallen auf Winter-, 52 % auf Sommergäste.

⁶⁷ Vgl. Statistik Austria, (2017b), 19-20

⁶⁸ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Statistik Austria, (2017b), 23

Auch in der Wintersaison 2016/17 wurden beste Werte erzielt; 68,57 Mio. Nächtigungen sowie 18,82 Mio. Ankünfte wurden verzeichnet.⁶⁹

Werden die Nächtigungen der Bundesländer Tirol und Salzburg addiert, machen diese fast zwei Drittel (61,1 %) der gesamten Übernachtungen im Winter in Österreich aus. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Wintergäste ist weiterhin rückläufig und betrug in der Wintersaison 2015/16 nur noch 3,7 Nächte. 1995/96 wurden von Gästen im Schnitt noch 4,9 Nächte Urlaub gebucht, was sich auf eine generelle Veränderung im Urlaubsverhalten, dem Trend zu Kurzreisen, zurückführen lässt.⁷⁰ Seit 2015/16 umfassen die Bereiche des Beherbergungs- und Gastronomiewesens laut den Ergebnissen der letzten verfügbaren Leistungs- und Strukturstatistik im Jahr 2015 48.965 Gastronomie- und 16.056 Hotelbetriebe.⁷¹

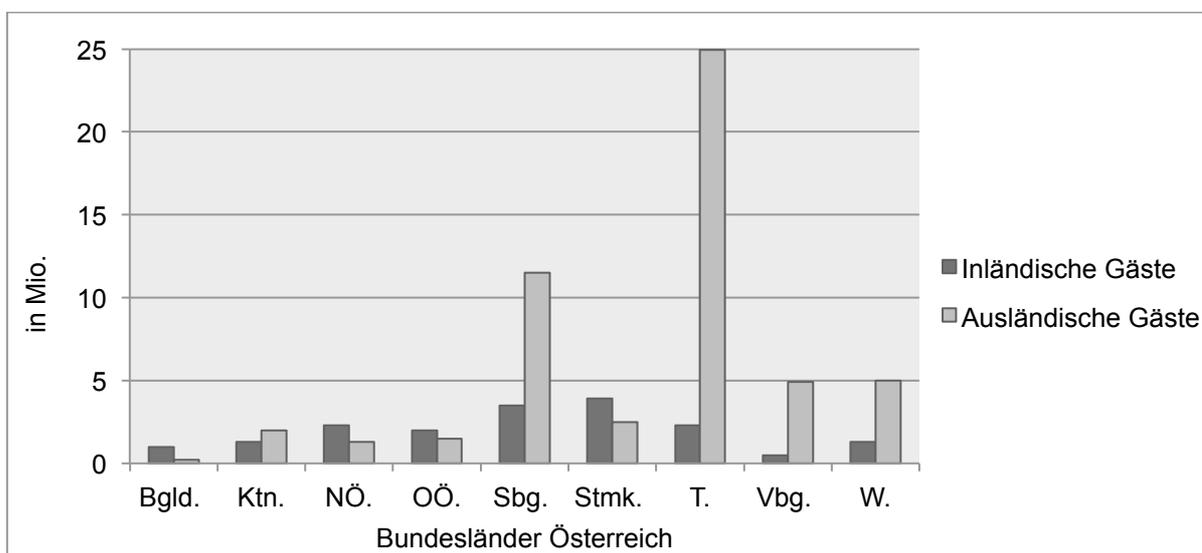


Abbildung 8: Übernachtungen nach Bundesländern in der Wintersaison 2015/16 nach in- und ausländischen Gästen in Mio.⁷²

Rund 25 Mio. Übernachtungen wurden im Winter 2015/16 von ausländischen Winterurlaubern in Tirol verbracht, 51,7 % der Gäste stammten aus Deutschland. Aufgrund der regionalen Unterschiede in den Alpen verzeichnete Tirol mit Abstand die meisten Nächtigungen und Ankünfte, gefolgt von Salzburg und Vorarlberg. Wien bekommt diese durch den Städtetourismus zugeschrieben. Das Burgenland, Kärnten,

⁶⁹ Vgl. Statistik Austria, www.statistik.at, [Stand 29.05.2017]

⁷⁰ Vgl. Statistik Austria, (2017b), 19-20

⁷¹ Vgl. WKO, (2016e)

⁷² Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Statistik Austria, (2017b), 23

Niederösterreich und Oberösterreich im Osten des Landes verzeichnen daher deutlich weniger Besucher in den Winterjahreszeiten.

3.2.2 Beschäftigungseffekte

Die Beschäftigungen durch das Hotel- und Gastronomiewesen, sowohl in den Winter- als auch in den Sommersaisonen, sind enorm hoch. Die Wintersportler sorgen mit ihren Winterurlauben für die Sicherung von Beschäftigung in der Bevölkerung. 486.769 Arbeitsplätze wurden durch den Tourismus im Jahr 2016 für ganz Österreich geschaffen. Davon zählen nur rund 124.400 der Beschäftigungen zur Kernbelegschaft (Abbildung 9). Insbesondere im Winter werden saisonale und temporäre Arbeiter eingestellt, da aufgrund steigender Nächtigungszahlen eine enorme Zahl an Mitarbeitern benötigt wird. Pro Wintermonat werden durchschnittlich 208.144 Personen beschäftigt, die sich aus der Kern-, der saisonalen und der temporären Belegschaft zusammensetzen. Durch den Tourismus und die Freizeitwirtschaft in der Alpenrepublik werden durch direkte und indirekte Beschäftigungseffekte in Summe 714.500 Vollzeitäquivalente für das Jahr 2016 gesichert. Das bedeutet, dass jeder fünfte Arbeitsplatz dem Tourismus zugewiesen ist. 58 % der Erwerbstätigen sind im Bereich des Beherbergungs- und Gaststättenwesens tätig, davon 38,3 % in Hotels oder ähnlichen Betrieben und 61,7 % in der Gastronomie.⁷³

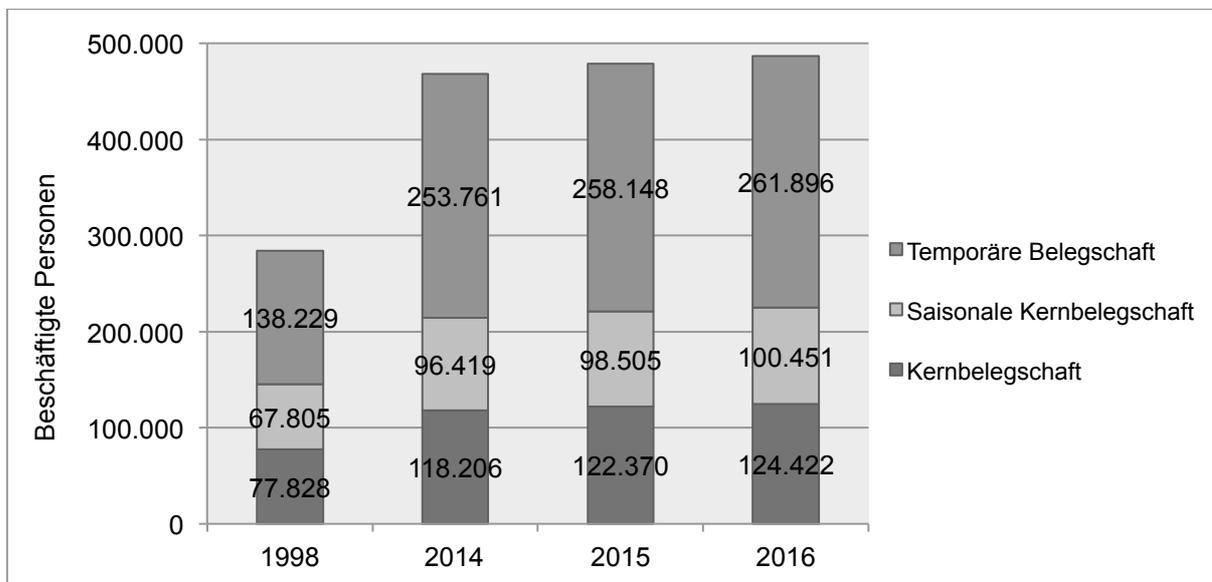


Abbildung 9: Beschäftigte Personen in Hotellerie und Gastronomie nach Beschäftigungstyp⁷⁴

⁷³ Vgl. WKO, (2017f), 8ff.

⁷⁴ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an WKO, (2016a), 75

3.2.3 Ökonomische Bedeutung

Im Jahr 2015/16 wurden Höchstwerte durch Nächtigungen und Ankünfte erzielt. Die weltweiten Ankünfte beliefen sich auf 1,2 Mrd. wovon allein aus Europa 619,7 Mio. Gäste stammten und somit einen Marktanteil von 50,2 % erzielten. 6,7 % aller europäischen Ankünfte fielen auf die Alpenrepublik, weltweit hatte das Land einen Anteil von 3,4 %.⁷⁵ Der Tourismusmarktanteil Österreichs an Gesamtnächtigungen in der EU lag im Jahr 2016 bei 4,1 %. 2009 waren die Werte noch bei rund 4,5 %, was auf die Veränderung im Reiseverhalten zurückzuführen ist, da Urlauber vermehrt kürzere Reisen antreten. Die direkten Wertschöpfungseffekte des gesamten Tourismus lagen 2016 bei 19,67 Mrd. Euro, was einen Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 5,6 % ausmacht.⁷⁶

Im Jahr 2015 erzielte Österreich 16,5 Mrd. Euro Einnahmen durch ausländische Urlauber. Bezogen auf die Bevölkerung entfiel auf jeden Österreicher im Schnitt 1.912 Euro an Einnahmen durch Touristen aus dem Ausland. Mit diesen Werten schaffte es das Land auf Rang 4 von 31 europäischen Ländern. Doch auch die guten Umsätze im Jahr 2015/16 bedeuteten nicht zwingend einen Gewinn für Österreich; dennoch zeigen die Tourismuswerte, dass auch in wirtschaftlich schlechteren Zeiten der Tourismus einer der wichtigsten Konjunkturstützen für die Alpenrepublik ist.⁷⁷

Seit der Wirtschaftskrise 2009 sind in der österreichischen Hotel- und Tourismusbank (ÖHT) weniger Investitionsnachfragen verzeichnet worden, die aber laut aktuellen Indikatoren in den letzten Jahren wieder deutlich gestiegen sind. Im Jahr 2015 wurde hierfür ein sogenanntes Alternativfinanzierungsgesetz eingeführt, um Neunternehmensgründungen Kapital zu ermöglichen, um den Tourismus anzukurbeln und weiter zu fördern. Im Folgejahr haben sich die Kreditwerte schlagartig von rund 49 Mio. Euro auf 105 Mio. Euro erhöht, was auch für andere Wirtschaftsbereiche von Nutzen sein wird, da etwa zwei Drittel dieser Investitionen im Umkreis von 60 km, in dem sie ausgegeben werden, wertschöpfungswirksam werden. Seit dem Jahr 2010 ermöglicht eine neu eingeführte Tourismusstrategie, dass die Zusammenarbeit und Kooperationen im Marketing, bei Finanzierungen und Förderungen des Landes und der einzelnen Bundesländer reibungsloser funktionieren.⁷⁸

⁷⁵ Vgl. Statistik Austria, (2017b), 27

⁷⁶ Vgl. Statistik Austria, www.statistik.at, [Stand 27.05.2017]

⁷⁷ Vgl. WKO, (2016e), 2

⁷⁸ Vgl. Bmwfw, 2016, 5

Zudem spielt die Regionalität des Landes einen entscheidenden Faktor für die Wirtschaft, denn nur etwa 11 % aller Vorleistungen und Zulieferungen werden importiert, der Rest wird aus der Region bezogen. Zum Großteil profitieren Landwirte sowie Nahrungsmittel- und Getränkehersteller hiervon.⁷⁹

3.3 Wintersport - Großveranstaltungen

„Weltweit jagt ein Wintersport-Großereignis das andere. Immer mehr Städte und Regionen rüsten sich für weiße Großveranstaltungen. Bis 2020 rechnen Experten daher mit Investitionen in den Sportgebieten von über 15 Mrd. Euro.“⁸⁰

Die heutige Gesellschaft erwartet in ihrem Urlaub zwischenzeitlich ein besonderes oder außergewöhnliches Ereignis, das erlebt werden kann. Fast alle Wirtschaftsbereiche beschäftigen sich daher immer intensiver mit dem Thema Wintersport-Events und Großveranstaltungen, da diese enorm wichtige wirtschaftliche Auswirkungen besitzen. Das folgende Kapitel gibt einen Überblick über ökonomische Folgen für Österreich von WSGVen in den österreichischen Alpen. Anschließend soll dieses Thema anhand des Beispiels der Skiweltmeisterschaften in Schladming 2013 dargestellt und verdeutlicht werden.

3.3.1 Ökonomische Effekte

Bei WSGVen wird unterschieden zwischen singulären Wintersportveranstaltungen, die in regelmäßigen Zeitintervallen stattfinden, wie bspw. Olympische Winterspiele oder alpine Weltmeisterschaften, und periodischen Events, die öfters innerhalb eines Jahres veranstaltet werden. Wintersportveranstaltungen besitzen eine weltweit große Konkurrenz und werden daher jedes Mal aufs Neue organisiert und verbessert, um Bereiche wie Einschaltquoten oder Wertschöpfung zu erhöhen.⁸¹

Die ökonomischen Effekte einer WSGV für eine Region spielen eine wichtige Rolle und haben meist kurzfristige, aber auch langfristige wirtschaftliche Auswirkungen für die jeweiligen Gemeinden. Aufgrund einer Veranstaltung einer gewissen Größenordnung profitiert die Region oder auch das ganze Land davon, sich der Öffentlichkeit zu präsentieren, den Bekanntheitsgrad und das Image der jeweiligen Stadt oder Gemeinde zu steigern und somit die Tourismuskonsumnachfrage sowie die Vermarktung von

⁷⁹ Vgl. WKO, (2016e), 2

⁸⁰ Siemens Aktiengesellschaft, www.siemens.com, [Stand 14.01.2011]

⁸¹ Vgl. Industrielwissenschaftliches Institut, 2001, 70

Produkten aus der Region zu stärken. Aber auch negative Effekte können durch bspw. schlechte Organisation oder Naturgegebenheiten entstehen und einen Imageverlust bedeuten. Des Weiteren entstehen Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte, bei denen die Beschäftigungswirkung dennoch relativ gering ist, da zwar kurzfristig eine bedeutende Anzahl an Personal benötigt wird bzw. Teilzeitarbeiter eingestellt werden, diese aber nur für wenige Tage eingesetzt werden können.⁸²

Aufgrund von unregelmäßig stattfindenden WSGVen in Österreich ist eine genaue Abschätzung der Wertschöpfungseffekte nicht möglich. Durch den Zustrom von nationalen sowie internationalen Besuchern führen die privaten Konsumausgaben der Gäste zu ökonomischen Effekten, wie bspw. für die Beherbergungs- und Gastronomiebranche sowie für das Transportwesen wie Taxi oder Busse. Dabei wird direkt und indirekt eine Erhöhung des lokalen Einkommens generiert, welches Umsatzzuwächse für lokale Betriebe sowie für Arbeitgeber und Arbeitnehmer bedeutet, wenn diese das Geld wiederum direkt in der regionalen Wirtschaft ausgeben. Doch nicht nur die Ausgaben vor Ort sind von Bedeutung, auch die Anreise durch eine bestimmt gewählte Fluglinie spielt eine Rolle, da die größten ökonomischen Effekte bei einer Anreise mit einer österreichischen Fluggesellschaft entstehen.^{83,84}

Zudem müssen meist beachtliche Summen an Investitionen für neue Infrastrukturmaßnahmen getätigt werden, um den Ausbau von Sportanlagen, Verkehrseinrichtungen usw. zu ermöglichen. Aber nicht nur in den Ortschaften, sondern auch in den Skigebieten wird die Infrastruktur durch größere Beschneiungssysteme und Speicherbecken, neue Skipisten und Liftanlagen ausgebaut, was wiederum mehr Investitionen und somit mehr Schulden für eine Region bedeutet. Diese Kosten werden zum Großteil von den Gemeinden, dem Land oder Bund und letztendlich von den Steuerzahlern übernommen. Die Einnahmen von WSGVen führen zu einem erhöhten Steueraufkommen, bei der die Umsatzsteuer den größten Anteil einnimmt; daneben gibt es aber auch andere Steuern, die Auswirkungen haben, wie bspw. die Getränke- oder Mineralölsteuer; letztere wird durch Treibstoffkäufe der Gäste veranlasst. Wird eine WSGV in den Medien übertragen, werden die Übertragungsrechte vom Fernsehsender finanziert; diese Einnahmequelle durch die Übertragungsrechte stellen für eine Großveranstaltung eine essentielle Finanzierungsquelle dar. Aber

⁸² Vgl. Industriewissenschaftliches Institut, 2001, 84

⁸³ Vgl. Wieland, 2002, 10

⁸⁴ Vgl. Gesellschaft für ökologische Forschung, 2015, 58ff.

nicht nur ökonomische Folgen, sondern auch sozio-kulturelle Auswirkungen kommen aufgrund von WSGVen zustande. Durch Fernsehübertragungen und Berichterstattungen steigt die Bekanntheit einer Region und Gesellschaft, die der Weltbevölkerung mit Stolz ihre ländlichen Gegebenheiten samt WSGV präsentieren können. Durch diesen Effekt kann es zu einer langfristigen Verstärkung des Interesses am Sport kommen und wiederum zu erhöhten Tourismusankünfte in den Folgejahren in diesen Regionen. Das Ziel einer WSGV ist es, neue Märkte zu erschließen, wie bspw. das Herkunftsland der Wintersportler sowie der Besucher anzusprechen und für die Wintersportregion zu werben.⁸⁵

Eine der wichtigsten Voraussetzungen einer WSGV ist die Schneesicherheit, die gegeben sein muss. Wintersportler benötigen für Skirennen eine gut präparierte Rennpiste von 50 cm Schneedicke. Dieses Kriterium ist in vielen Regionen der österreichischen Alpen zwischenzeitlich erschwert erfüllbar. Aufgrund der klimatischen Erwärmung werden Skigebiete nicht mehr ausreichend mit Schnee versorgt und können daher WSGVen dieser Art in der jeweiligen Region nicht mehr austragen, was vermehrt in den Randgebieten der Alpen auftritt. Ob Skifahren, Rodeln, Skispringen oder Langlaufen, die meisten regelmäßigen WSGVen finden in Tirol (siehe Kapitel 4), Steiermark oder Kärnten statt, da die benötigten Schneemengen dort relativ gesichert und hochwertige Sportstätten bereits vorhanden sind.⁸⁶

Doch mit Beendigung vieler WSGVen gerät der jeweilige Veranstaltungsort schnell in Vergessenheit und die Gemeinden verschulden sich dadurch hoch. Auch das Landschaftsbild ist geprägt von technischen Bauten und neu entstandenen Skiliften, was wiederum keinerlei Vorteile für den Sommertourismus, sondern lediglich eine entstellte Naturlandschaft mit sich bringt.⁸⁷

3.3.2 Fallbeispiel Skiweltmeisterschaften Schladming 2013

Im Februar 2013 wurde in Schladming in der Steiermark die 42. Alpine Ski WM ausgerichtet. 73 Nationen nahmen an diesem Event teil und insgesamt wurden rund 300.000 Zuschauer gezählt.⁸⁸

Durch diese WSGV sollte die Bekanntheit der Region gesteigert werden, um langfristig den Tourismus anzukurbeln. Nur aufgrund der schneebedingten Gegebenheiten

⁸⁵ Vgl. Industriewissenschaftliches Institut, 2001, 74-77

⁸⁶ Vgl. Gesellschaft für ökologische Forschung, 2015, 58-59

⁸⁷ Ebd., 59

⁸⁸ Vgl. Rechnungshof, 2013, 43

kann eine solche Veranstaltung in diesem Gebiet stattfinden. Im Rahmen dieser WSGV wurde ein Gesamtbetrag von 415 Mio. Euro durch Land, Bund, Gemeinden und privaten Geldgebern investiert und ausgegeben.⁸⁹

In Abbildung 10 sind alle relevanten Kosten der Investitionsmaßnahmen aufgelistet. Im Vorfeld dieser WM wurden 243 Hotel- und Gastronomiebetriebe unter dem Titel „Qualitätsoffensive Tourismus“ erneuert und subventioniert. Ziel war es, Arbeitsplätze zu sichern und den Qualitätsstandard anzuheben.⁹⁰ Der Großteil der Investitionen ging in den Bereich der Straßeninfrastruktur. Rund 50,25 Mio. Euro wurden ausgegeben, damit aufgrund der stark steigenden Personenfrequenz, von täglich bis zu 27.000 Personen, im Vergleich zu rund 600 Personen vor und nach der WM, eine reibungslose Beförderung der Gäste möglich war. Auch die Infrastruktur der Eisenbahn wurde erweitert und in Summe rund 14 Mio. Euro investiert.⁹¹

Der Ausbau von Seilbahnen und Skipisten nimmt einen weiteren bedeutenden Teil der Gesamtinvestitionen ein. Rund 33 Mio. Euro wurden bei dieser WM zusätzlich für technische Beschneidung und ordentlich präparierte Pisten investiert. 11,63 Mio. Euro wurden für die Wartung, Erneuerung und Verbesserung von Bergbahnen aufgebracht, um bei Besuchern mit qualitativ hochwertigen Produktlösungen zu glänzen. Das Zielstadion Planai wurde umgebaut sowie erweitert und diente als sportliches Zentrum mit Zuschauertribüne, wofür allein das Land Steiermark Kosten in Höhe von 29,38 Mio. Euro aufbrachte.

⁸⁹ Vgl. Rechnungshof, 2013, 17

⁹⁰ Ebd., 96

⁹¹ Ebd., 30

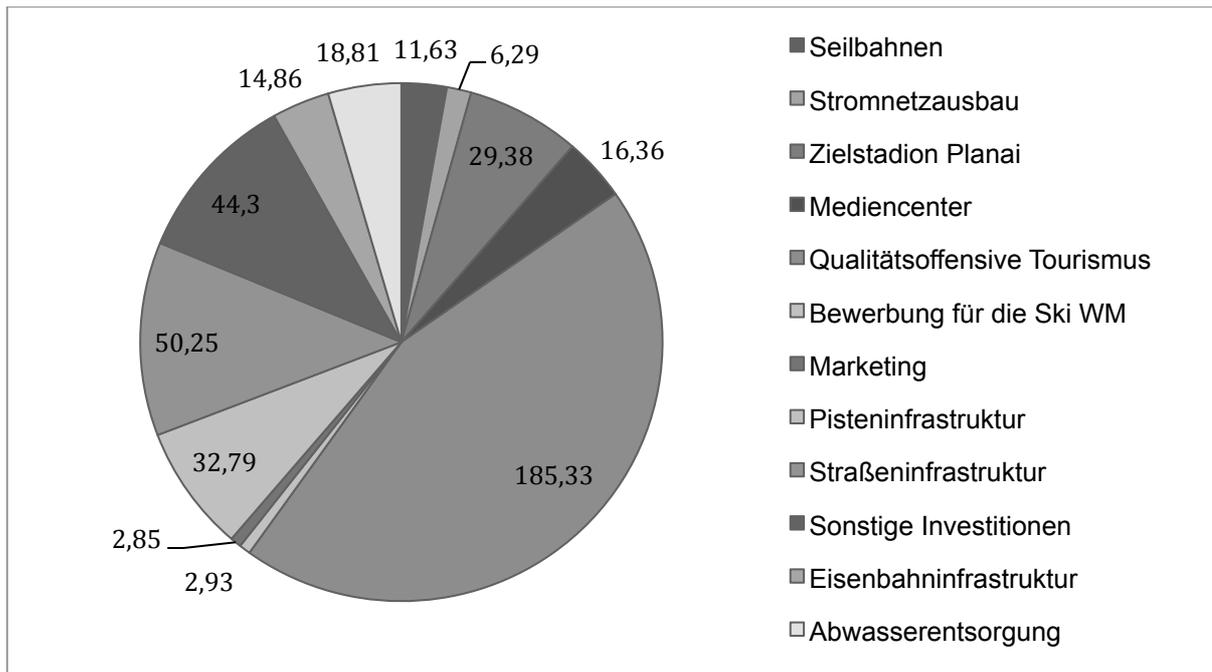


Abbildung 10: Kosten der WM-relevanten Investitionsmaßnahmen in Mio. Euro⁹²

Durch die Investitionen des Landes Steiermark stiegen die Schulden von rund 442 Mio. Euro auf knapp 1.596 Mio. Euro. Dennoch erwartet das Land langfristige Auswirkungen und einen nachhaltigen Tourismuspuls. Im Jahr 2013 ist ein Nächtigungsanstieg dennoch ausgeblieben. Die Beschäftigungsanzahl, die Bettenauslastung und auch die Skier Days verzeichneten keinen Zuwachs, sondern sogar eine rückläufige Entwicklung. Grund hierfür ist das Ausbleiben der „normalen Wintergäste“, die wegen einer eventuellen Überfüllung auf ihren herkömmlichen Skiurlaub in der Region verzichteten und einen anderen Urlaubsort für ihren Wintersport wählten. Die Auswirkungen auf den Tourismus können letztlich erst bei einer Betrachtung über mehrere Jahre hinweg für die Region verifiziert werden.⁹³

Laut einer im Jahr 2013 entwickelten Studie zur Messung der Entwicklung der touristischen Nachfrage für die Folgejahre wurde ermittelt, dass im Durchschnitt jährlich 44.000 Nächtigungen, 111 Beschäftigte und 4,3 Mio. Euro Wertschöpfung, durch die Austragung der WM in Schladming im Beherbergungs- und Gastronomiewesen mehr geschaffen werden können.⁹⁴

⁹² Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Rechnungshof, 2013, 57-58

⁹³ Vgl. Rechnungshof, 2013, 24-25

⁹⁴ Ebd., 88

3.4 Weitere Wirtschaftsbranchen

Auch wenn das Beherbergungs- und Gastronomiewesen sowie die Seilbahnwirtschaft den größten Anteil an der Wertschöpfung und Steigerung der Beschäftigung durch den Wintersporttourismus für sich beanspruchen, gibt es etliche andere Branchen, die vom Wintersport profitieren und zur Steigerung des Bruttoinlandsprodukts des Landes beitragen. Zunächst wird die Sportartikel- sowie die Baubranche erläutert. Anschließend werden Bereiche definiert, die zwar von den Wintersporttouristen profitieren, die in der gesamtwirtschaftlichen Betrachtung dennoch einen kleineren Anteil an der Wertschöpfung und Beschäftigung einnehmen.

3.4.1 Sportartikelbranche

Die österreichische Sportartikelindustrie produziert überwiegend Wintersportartikel, insbesondere Kleidung für den alpinen und nordischen Skisport und den dazugehörigen Ausrüstungsgegenständen. Die optimale Funktionalität sowie ein Maximum an Sicherheit sind für eine alpine Wintersportausrüstung von essentieller Wichtigkeit, da beim Skifahren meist hohe Geschwindigkeiten erreicht werden und die Verletzungsgefahr hierdurch besonders zunimmt. Wintersportarten sind sehr kostenintensiv, da insbesondere beim Alpinski bestimmte Ausrüstungen vorausgesetzt werden; Skier, Skikleidung, -schuhe, -helm, -brille, -handschuhe, -stöcke sowie eine Bindung sind für das Betreiben der Sportart unumgänglich.⁹⁵

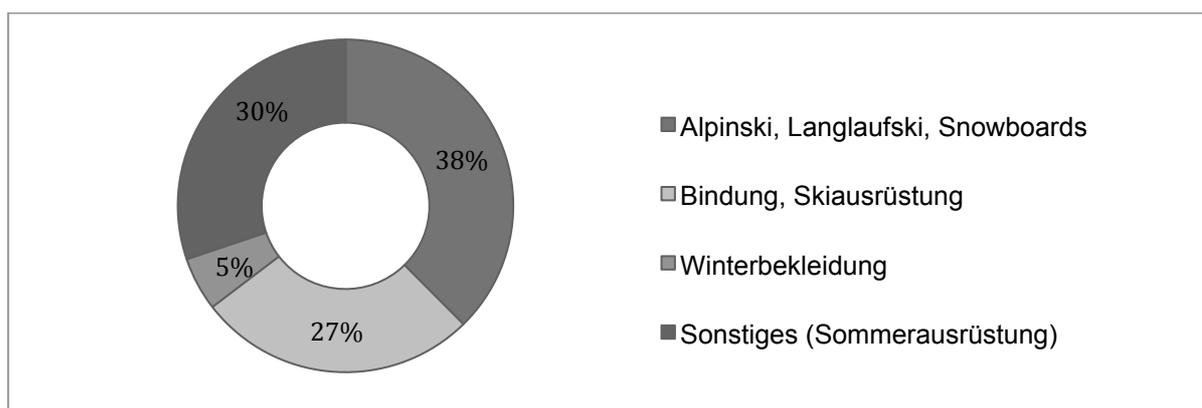


Abbildung 11: Produktion von Sportartikeln im Jahr 2013 in Österreich in %⁹⁶

Die Abbildung 11 stellt die Produktion von Sportartikeln in Österreich im Jahr 2013 dar. In dieser detaillierten Form wurden die Ergebnisse seit 2013 nicht mehr erneut

⁹⁵ Vgl. Industriewissenschaftliches Institut, 2001, 17

⁹⁶ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an WKO, www.wko.at, [Stand 26.04.2017]

ausgewertet. Es ist dennoch anzunehmen, dass aufgrund des kontinuierlichen Anstiegs der Skiindustrie, die Sportmittelproduktion in den letzten Jahren zugenommen hat. Alpin- und Langlaufski sowie Snowboards inklusive der gesamten Ausrüstung für den Skisport machen zusammen rund 65 % der gesamten Produktion aus. Unter dem Begriff „Sonstiges“ laufen Artikel, die sich nicht direkt auf den Wintersport beziehen, wie bspw. Tennisschläger oder Ball- und Luftsportgeräte. Deutlich wird hier, dass der Wintersport den Antrieb der Produktion darstellt. Das Marktvolumen für Alpinski pendelt sich global bei 3 Mrd. Euro ein sowie bei 1,6 Mrd. Euro für Langlaufski. Die Daten der Tabelle 2 beschreiben das Weltmarktvolumen in den jeweiligen Gebieten der Wintersportartikelproduktion. Rund 50 % der Produktion entfallen auf österreichische Marken. Durch diese Werte wird die bedeutende Weltmarktstellung der österreichischen Skiindustrie deutlich. Rund 80 % der produzierten Artikel werden exportiert, wobei Japan den wichtigsten Exportmarkt noch vor Deutschland darstellt.^{97, 98}

Alpinski	3 Mrd.
Alpinbindung	3 Mrd.
Alpinschuhe	3,3 Mrd.
Langlaufski	1,6 Mrd.
Langlaufschuhe	1,6 Mrd.
Snowboard	0,8 Mrd.

Tabelle 2: Weltmarktvolumen der Produktion von Wintersportzubehör⁹⁹

Vom Wintersport profitieren weltweit bekannte Firmen, wie bspw. „Fischer“ oder „Atomic“, die zu den wichtigsten Ausrüstern in Österreich zählen und mit dem Verkauf von Wintersportbekleidung sowie Geräten immer wieder neue Märkte erschließen.¹⁰⁰ Die Beschäftigtenzahl durch Sportartikelherstellung und -handel in Österreich beläuft sich auf 139.457 Personen im Jahr 2016, was eine Bruttowertschöpfung von 6,9 Mrd. Euro ausmachte.¹⁰¹

⁹⁷ Vgl. Advantage Austria, www.advantageaustria.org, [20.06.2017]

⁹⁸ Vgl. Industriewissenschaftliches Institut, 2001, 19-21

⁹⁹ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an WKO, www.wko.at, [Stand 13.04.2017]

¹⁰⁰ Vgl. www.lspo.com, [Stand 21.06.2017]

¹⁰¹ Vgl. WKO, www.wko.at, [Stand 13.04.2017]

3.4.2 Baubranche

Die Bauwirtschaft in Österreich stellt einen der wichtigsten und größten Arbeitgeber dar und beschäftigt in rund 34.000 Unternehmen 280.000 Arbeitnehmer.¹⁰²

Aufgrund des Bevölkerungszuwachses und der Tourismusströme im Winter wurden Maßnahmen im Bereich der Bauentwicklung umgesetzt und zunehmend Gebäude für Unterkünfte, Restaurants, Liftanlagen etc. gebaut. Im Jahr 2015 belief sich der Umsatz im österreichischen Baugewerbe auf rund 41 Mrd. Euro, wobei die Branche mit 6,4 % zur Wirtschaftsleistung beitrug, was im europäischen Vergleich immer noch einen hohen Wert darstellt; dieser liegt in Europa im Durchschnitt bei 5 %. Bauinvestitionen liefern kurzfristig starke Wachstumsimpulse und schafften eine hohe Multiplikatorwirkung.¹⁰³

Aufgrund des zunehmenden Tourismus in den österreichischen Alpen wurden zusätzlich zu den alpinen Angeboten Sportplätze, Stadien, Schwimmbäder und Sporthallen errichtet, um die Wintersportregionen attraktiver zu gestalten und auch den „Nicht- Skifahrern“ eine Alternative zum Skisport zu bieten.¹⁰⁴

Die Baubranche umfasst aber nicht nur die Errichtung von Häusern, sondern ist auch verantwortlich für den Infrastrukturausbau. Ganze Skigebiete wurden erschlossen, miteinander verbunden, und so eine infrastrukturelle Ausstattung in den Wintersportregionen geschaffen.¹⁰⁵ Doch nicht nur die schneebasierte Infrastruktur hat sich über das letzte Jahrhundert hinweg entwickelt, auch in den Bau von Straßen und Bahnverkehrsstrecken sowie Brücken und Tunnel wurde intensiviert.

Der Sommertourismus muss hierbei auch in Betracht gezogen werden, da durch ihn neue Gebäude errichtet wurden oder zumindest die Gebäude in beiden Saisonen genutzt werden. Aufgrund der Entwicklung des Massentourismus durch den Skisport ist anzunehmen, dass der Großteil der Gebäudeerrichtungen auf den Wintersporttourismus zurückzuführen ist.

3.4.3 Sonstige profitierende Branchen

In der Abbildung 12 sind diejenigen vom Wintersporttourismus betroffenen Branchen im Detail aufgelistet, welche zu einem kleineren Anteil davon profitieren. Eine Aus-

¹⁰² Vgl. WKO, www.wko.at, [Stand 29.06.2017]

¹⁰³ Vgl. UniCredit Bank Austria AG, 2015, 3-4

¹⁰⁴ Vgl. SpEA, 2006, 40

¹⁰⁵ Vgl. Peck, Stefan, 2005, 5

wertung ist in dieser detaillierten Form seit 2012 nicht mehr erfolgt. Aufgrund bisher erarbeiteter Ergebnisse kann angenommen werden, dass sich die Werte seit 2013 positiv entwickelt haben und angestiegen sind. Zu beobachten ist, dass das Beherbergungs- und Gaststättenwesen, im Vergleich zu den anderen Branchen, mit Abstand den größten Anteil der direkten und multiplikativen Bruttowertschöpfung ausmacht. Aber auch das Transportwesen, Kultur, Sport- und Unterhaltungsangebote sowie der Einzelhandel profitieren ganz erheblich vom Wintersporttourismus.

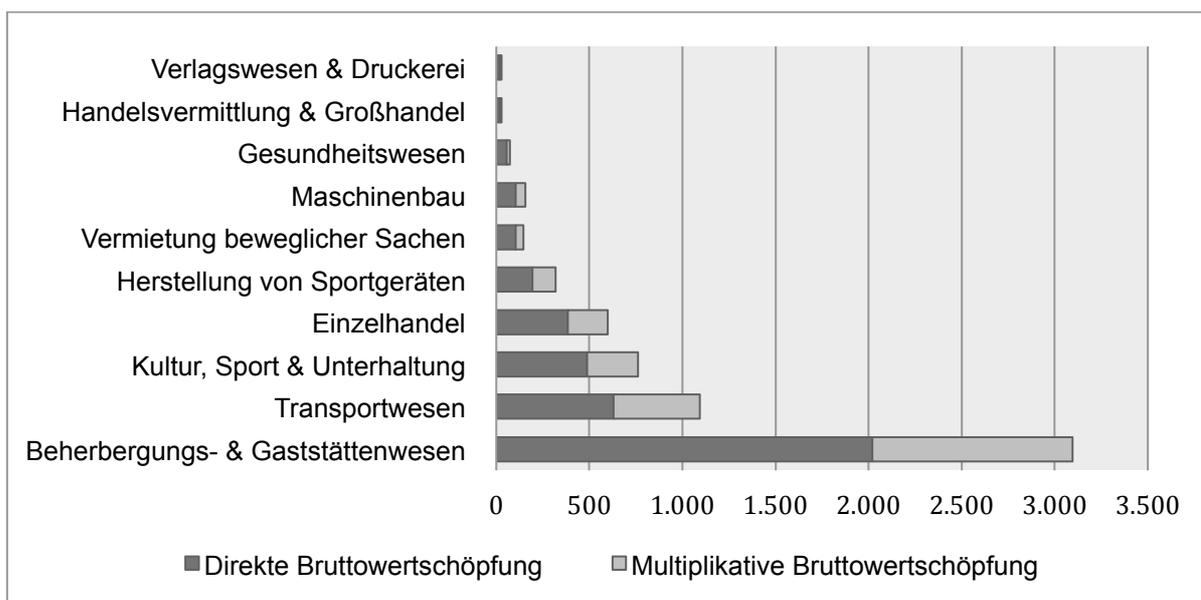


Abbildung 12: Direkte und multiplikative Bruttowertschöpfung durch Wintersport in Mio. Euro im Jahr 2012¹⁰⁶

Der Handel mit Sportartikeln, Lebensmitteln sowie die Reparatur von sonstigen Gebrauchsgütern schöpfte 2012 einen direkten Bruttowert von 383,1 Mio. Euro und einen totalen Bruttowert von 597,6 Mio. Euro. Knapp 16.000 Personen wurden in den über 2.700 Freizeitbetrieben beschäftigt. Der Bereich Kultur, Sport- und Unterhaltung gewährleistete rund 11.600 Arbeitsverhältnisse und schöpfte rund 760 Mio. Euro Bruttowertschöpfung. Es ist anzumerken, dass selbst das Gesundheitswesen sowie die Druckerei und das Verlagswesen Profiteure des Wintertourismus darstellen. Eine gesamte Bruttowertschöpfung von 74 Mio. Euro wurde im Gesundheitswesen erwirtschaftet.

¹⁰⁶ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an SpEA, 2012, 8-15

4 Fallbeispiel des Bundeslands Tirol

Mit rund 5,8 Mio. Ankünften, 26,8 Mio. Übernachtungen, 340.000 Betten und einer Auslastung von 42,9 % in der Wintersaison 2015/16 ist der Wintertourismus mit seinen Sportlern das wichtigste Standbein der Tiroler Wirtschaft.¹⁰⁷

Um einen Überblick über das Bundesland zu schaffen, werden zunächst allgemeine Daten zu Tirol erläutert. Der Schwerpunkt des folgenden Kapitels liegt auf den wirtschaftlichen Effekten, die durch den Wintersport in diesem Bundesland ausgelöst werden. Die bereits aufgeführten Effekte in den vorherigen Kapiteln werden nun anhand dieses Beispiels verdeutlicht und dargelegt.

4.1 Allgemeine Daten

Tirol wurde als Fallbeispiel ausgewählt, da es in der Gesamtbetrachtung und im Vergleich zu den anderen Bundesländern mit Abstand die meisten Wintersporttouristen und somit die größten wirtschaftlichen Auswirkungen verzeichnet.

Tirol besitzt eine Fläche von 12.648 km² und ist somit das drittgrößte Bundesland Österreichs. Es grenzt an Vorarlberg, Salzburg und Kärnten sowie an die Nachbarländer Deutschland im Norden, an die Schweiz im Südwesten und Italien im Süden. Die Einwohnerzahl beläuft sich auf rund 700.000, wobei die Landeshauptstadt Innsbruck mit 122.458 Menschen die einwohnerstärkste Stadt darstellt.

Feuchte Sommer und schneereiche Winter prägen das Bundesland, welches im Westen der Alpenrepublik Österreichs und im Osten des Alpenbogens liegt. In den letzten Jahren werden die Winter meist vom Wechsel zwischen schneereichen und -armen Witterungen dominiert, wodurch auch in Tirol in bestimmten Regionen die Ausübung von Wintersport nicht mehr zu 100 % gewährleistet werden kann.¹⁰⁸

¹⁰⁷ Vgl. Amt der Tiroler Landesregierung, (2016b), 1

¹⁰⁸ Vgl. Amt der Tiroler Landesregierung, (2016a), 1-2

4.2 Ökonomische Effekte

4.2.1 Beschäftigungseffekte

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass die Beschäftigungszahlen in Tirol im Vergleich zu den anderen Bundesländern auch in wirtschaftlich instabilen Zeiten relativ konstant bleiben.¹⁰⁹ In der Saison 2015/16 wurden im Durchschnitt 38.000 unselbstständige Arbeitnehmer in Tourismusberufen beschäftigt.¹¹⁰ Durch den Wintersporttourismus werden auch Personen in anderen Branchen indirekt beschäftigt, wie in Tabelle 3 aufgelistet. Das Beherbergungs- und Gaststättenwesen hat in Tirol einen Anteil von 55 % der Erwerbstätigen. Der Bereich Verkehr mit Taxis, Schienen- und Luftverkehr sowie Seilbahnen etc. beschäftigte insgesamt 12 % der Erwerbstätigen. 19 % arbeitete im Einzelhandel, in Skischulen und anderen Dienstleistungsbetrieben. Der Anteil der tourismusverwandten oder nicht tourismusspezifischen Branchen liegt bei 14 %.¹¹¹ Deutlich wird, dass in früheren Jahren der Großteil der Beschäftigten in der Land- und Forstwirtschaft tätig war, das Bundesland Tirol aber heutzutage vom Dienstleistungssektor dominiert wird.

Jahr	Land- und Forstwirtschaft	Gewerbe und Industrie	Darunter Bauwesen	Dienstleistungen	Darunter Beherbergungs- und Gaststättenwesen	Gesamt
1961	53.003	75.745	16.573	81.775	14.773	210.523
1971	23.781	78.357	21.594	105.464	18.347	207.602
1981	15.723	87.127	22.316	140.599	26.672	243.433
1991	11.516	89.451	24.410	171.036	30.974	272.003
2001	9.140	83.417	26.618	209.669	34.289	302.226
2011	10.545	83.130	28.637	234.749	28.716	328.424
2015	10.464	84.726	28.943	245.717	29.865	340.907

Tabelle 3: Erwerbstätige nach wirtschaftlicher Zugehörigkeit¹¹²

Die Hotellerie und Gastronomie beschäftigt im Jahr 2015 rund 30.000 Personen. Diese Angaben haben sich seit 1961 mehr als verdoppelt. Auch das Bauwesen ver-

¹⁰⁹ Vgl. Kleine Zeitung GmbH, www.kleinezeitung.at, [Stand 07.01.2017]

¹¹⁰ Vgl. Amt der Tiroler Landesregierung, (2016b), 3

¹¹¹ Vgl. Tirol Werbung GmbH, 2016, 32

¹¹² Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Amt der Tiroler Landesregierung, (2016a), 8

zeichnet einen enormen Zuwachs. Durch die steigende Nachfrage von Winterurlaubern wurden vermehrt Hotels und sonstige Beherbergungsbetriebe errichtet. In bevölkerungsarmen Regionen und verlassenem Gegenden wurden riesige Tourismuszentren gebaut, die ohne den Schnee, Skilifte und sonstige touristische Angebote zum Großteil nie errichtet worden wären.

In der Abbildung 13 sind alle indirekten Beschäftigungseffekte des Tourismus in Tirol in Vollzeitäquivalenten der einzelnen Branchen aufgelistet. Anhand dessen wird deutlich, dass indirekte Beschäftigungsverhältnisse durch den Tourismus in fast allen Branchen entstehen. Diese Daten beziehen sich auf den gesamten Tourismus in Tirol, da die Ergebnisse für den Winter(sport)tourismus in den letzten Jahren nicht mehr ausgewertet wurden. Es ist dennoch anzunehmen, dass die Werte mit über 50 % auf den Wintertourismus entfallen. Die Landwirtschaft, der Bergbau und Versicherungen erzeugen die wenigsten Beschäftigungsverhältnisse und somit ist auch die Bruttowertschöpfung bei diesen Branchen am geringsten.

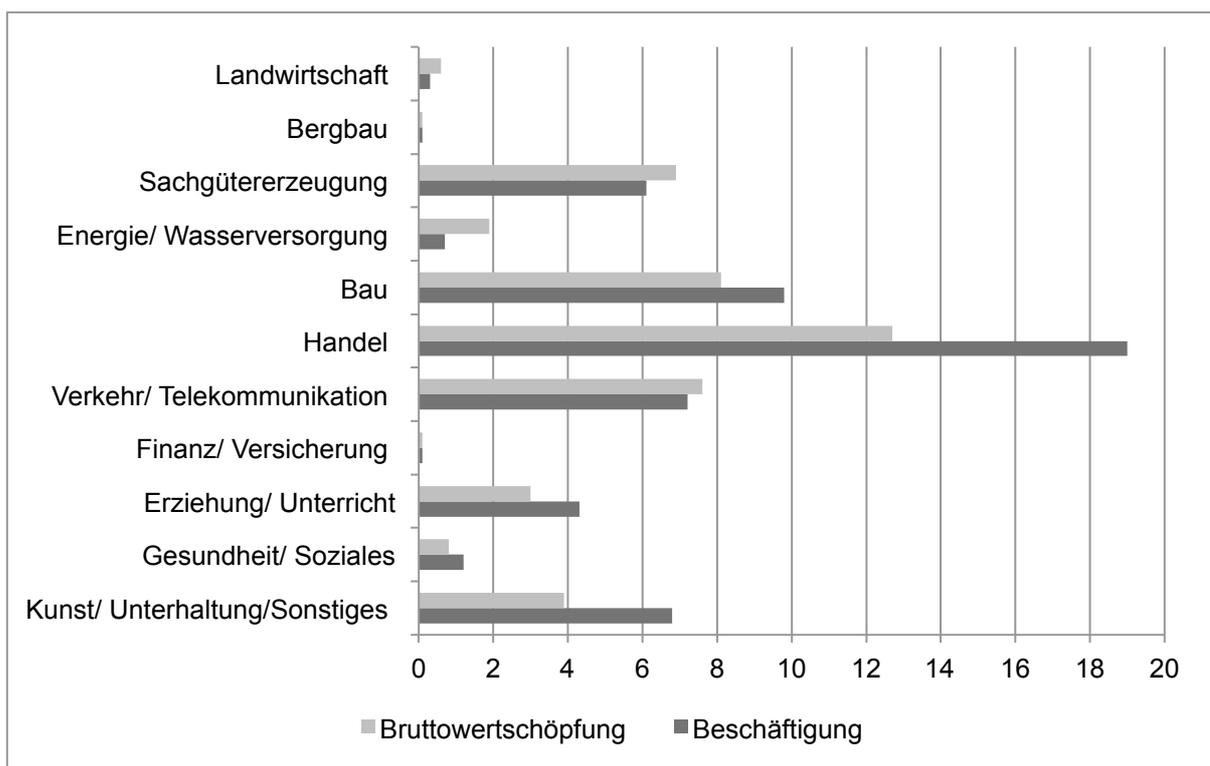


Abbildung 13: Beschäftigungseffekte des Tourismus in Tirol in Vollzeitäquivalenten einzelner Branchen 2016 in %¹¹³

¹¹³ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an GAW, 2016, 4

4.2.2 Nächtigungszahlen

Der überwiegende Teil der regionalwirtschaftlichen Bedeutung des Wintersporttourismus in Tirol geht auf den Nächtigungstourismus zurück. Trotz des milden Winters 2015/16 und der mangelhaften Schneesituation, erreichten die Nächtigungs- und Ankunfts zahlen neue Rekordwerte. Die Saison verzeichnete mit Abstand den wärmsten und schneeärmsten Winter seit Beginn der Wetteraufzeichnungen. Trotzdem wurde ein Anstieg der Übernachtungen von 840.000 im Vergleich zum Vorjahr registriert.¹¹⁴ In Abbildung 13 wird die Nächtigungsentwicklung von 1971 bis 2016 dargestellt. Die Kurve nimmt im Winter 2015/16 absolute Höchstwerte an. Die Aufenthaltsdauer sank dennoch in den letzten 10 Jahren von 6,0 auf 4,6 Tage. Vermehrt werden kürzere, aber mehrere Urlaube im Jahr gebucht. Deutschland bleibt weiterhin das Herkunftsland Nummer eins mit 50,7 %. Die Umsätze durch Übernachtungen inklusive Frühstück erreichten eine Steigerung von 5,4 % im Vergleich zum Vorjahr und lagen bei 1,8 Mrd. Euro. Etwa 60 % des jährlichen Umsatzes in Tirol werden somit in der Wintersaison erwirtschaftet.¹¹⁵

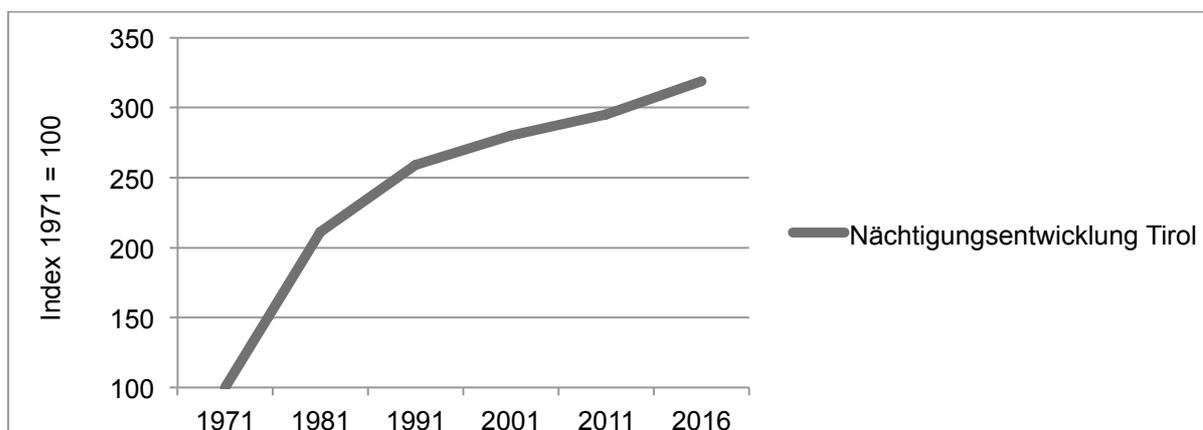


Abbildung 14: Nächtigungsentwicklung in der Wintersaison in Tirol seit 1971¹¹⁶

In Abbildung 15 werden die neun Bundesländer Österreichs dargestellt sowie die Nächtigungen in der Winter- und Sommersaison miteinander verglichen. Im Winter 2015/16 verzeichnete Tirol rund 26 Mio. Übernachtungen, fast doppelt so viel wie im Bundesland Salzburg. Tirol vereinte über 30 % des gesamtösterreichischen Übernachtungsvolumens auf sich und hat dadurch den weitaus höchsten Nächtigungsan-

¹¹⁴ Vgl. Amt der Tiroler Landesregierung, (2016b), 2-3

¹¹⁵ Ebd., 2-5

¹¹⁶ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an Amt der Tiroler Landesregierung, (2016a), 12

teil aller Bundesländer Österreichs.¹¹⁷ Aber auch der Sommer in Tirol verzeichnete mit knapp 20 Mio. die meisten Übernachtungen. Die Großstadt Wien wird sowohl im Sommer, als auch im Winter durch den Städtetourismus definiert. Die Stadt ist am äußersten Rande der Alpen gelegen und trägt somit nicht grundlegend zu den wirtschaftlichen Auswirkungen durch den Wintersport bei. Aus diesem Grund werden die Ergebnisse Wiens nicht weiter analysiert. Auch die Bundesländer Oberösterreich, Niederösterreich und das Burgenland verzeichneten im Winter niedrige Nächtigungszahlen, da sich diese Bundesländer überwiegend nicht in den Alpen befinden. Landeck in Tirol stellt mit rund 8 Mio. Übernachtungen den tourismus- und nächtigungsintensivsten Bezirk Österreichs dar. In den Wintersaisons werden dort mehr Übernachtungen erreicht, als in den meisten anderen Bundesländern.¹¹⁸

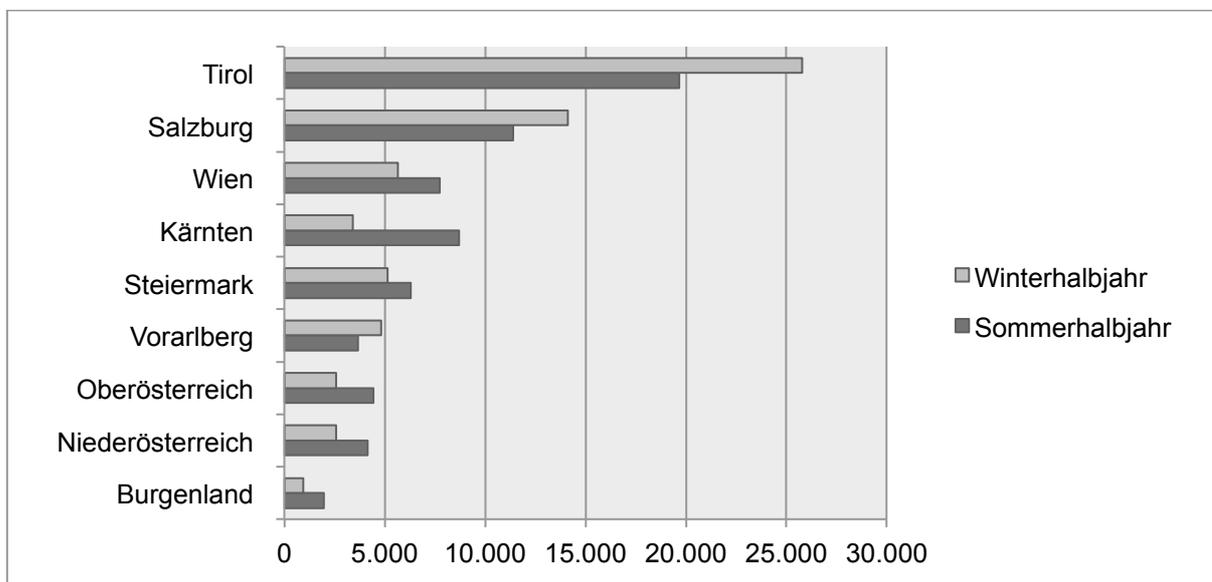


Abbildung 15: Nächtigungen nach Bundesländern und Saisonen 2015/16 in Mio.¹¹⁹

4.2.3 Effekte durch Seilbahnen

In Tabelle 4 sind die wichtigsten Daten der Seilbahnbranche des Bundeslands Tirol denen von Österreich gegenübergestellt. Tirol verzeichnet im Jahr 2015/16 24,4 Mio. Skier Days, im Vergleich zu ganz Österreich sind das knapp 50 %, die das Bundesland für sich beanspruchen kann. Die Seilbahnen ermöglichten es, 276 Mio. Personen zu befördern und somit einen Kassenumsatz von 645,6 Mio. Euro zu erwirtschaften.

¹¹⁷ Vgl. WKO, (2015h), 5

¹¹⁸ Ebd., 6

¹¹⁹ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an WKO, (2015h), 4

ten. Auch diese Zahlen nehmen in einer Gesamtbetrachtung mit Österreich die Hälfte der Umsatzzahlen ein.¹²⁰

	Tirol	Österreich
Skier Days	24,4 Mio.	51,9 Mio.
Kassenumsatz	645,6 Euro	1.303,4 Euro
Beförderungen	276,0 Mio.	581,7 Mio.
Betriebstage	11.100	29.400

Tabelle 4: Die Seilbahnbranche im Vergleich Tirol – Österreich im Jahr 2015/16¹²¹

Um diese Werte in Tabelle 4 zu erhalten, bedarf es jährliche Investitionen in Millioenhöhe. Rund 42 % der Gesamtinvestitionen Österreichs entfallen auf Tirol. Im Jahr 2015/16 wurden 98,8 Mio. Euro in die Sicherheit, den Komfort sowie in die Qualitätsverbesserung der Skilifte investiert. Für die Beschneidung wurden in Summe 59,7 Mio. Euro ausgegeben, für sonstige Bereiche wie bspw. Parkplätze, Pistengeräte und Zutrittssysteme weitere 137,5 Mio. Euro, was ein Gesamtvolumen von 296 Mio. Euro ergibt. Im Vergleich zum Vorjahr waren es 62 Mio. Euro mehr, die aufgewendet wurden.¹²²

Verallgemeinernd lässt sich konstatieren, dass das Bundesland Tirol im Landesvergleich durch den Wintersporttourismus den größten Profit mit Seilbahnen macht.

4.2.4 Wertschöpfung und Umsätze

Die indirekte touristische Wertschöpfung in Tirol wird zum Großteil von den Lieferanten der touristischen Dienstleister, wie bspw. der Hotellerie oder der Seilbahnwirtschaft geschaffen.¹²³ Im Jahr 2015/16 beträgt die direkte touristische Bruttowertschöpfung Tirols rund 4,5 Mrd. Euro, was einen Anteil von 17,5 % an der gesamten Tiroler Bruttowertschöpfung darstellte. Über 50 % machte hierbei der Wintertourismus aus und davon entfielen wiederum über 80 % auf den Sporttourismus. Der Anteil der direkten Wertschöpfungseffekte an der Gesamtwertschöpfung lag somit für das Jahr 2015/16 bei 5,3 %.¹²⁴

¹²⁰ Vgl. MANOVA GmbH, 2016, 4

¹²¹ Vgl. Eigene Darstellung in Anlehnung an MANOVA GmbH, 2016, 4

¹²² Vgl. MANOVA GmbH, 2016, 5

¹²³ Vgl. Tirol Werbung GmbH, www.ttr.tirol, [Stand 28.06.2017]

¹²⁴ Vgl. Tirol Werbung GmbH, 2016, 34

Ein durchschnittlicher Wintertourist in Tirol gibt rund 155 Euro pro Tag aus. Bei der Betrachtung des touristischen Konsums nach Produktgruppen entfällt rund 40 % auf die Unterkunft, 15 % auf Verpflegung, 16 % auf Verkehrsmittel inklusive Seilbahnen und 5,4 % auf Kultur-, Unterhaltungs- und sonstige Dienstleister. Aus diesen Werten generiert der Tourismus im Winter 2015/16 einen Umsatz von 6,7 Mrd. Euro durch Nächtigungstourismus und 1,7 Mrd. Euro durch Tagestouristen, was in Summe einen Umsatz von 8,4 Mrd. Euro ergibt.¹²⁵

4.2.5 Wohlstand

An dieser Stelle lässt sich zusammenfassen, dass die bisher ermittelten Daten und Werte für das Bundesland Tirol darauf schließen lassen, dass der Wintersporttourismus durch seine Beschäftigungseffekte und Wertschöpfungen Wohlstand für Land und Bevölkerung bringt. Durch den Tourismus entstehen aber dennoch auch negative Effekte, wie bspw. die schlechte Bezahlung in Hotellerie und Gastronomie, die im Branchenvergleich in Tirol am niedrigsten ausfallen. Zudem treibt insbesondere der Wintersporttourismus die Preise für Wohnungen und Lebensmittel nach oben. Unter dieser zunehmenden Preiserhöhung leiden insbesondere die Tiroler selbst, welche die Auswirkungen des Tourismus jeden Tag zu spüren bekommen. Dennoch ist und bleibt Tirol abhängig vom Wintersporttourismus. Langfristig wird versucht, die Touristen auch für Sportarten wie das Langlaufen, Rodeln, Winterwandern und Tourengehen vermehrt zu begeistern. Bis jetzt liegen aber die Hauptgründe für einen Urlaub in Tirol nach wie vor beim alpinen Skisport. Kritikern zufolge sind die Skigebiete in Tirol gut genug erschlossen, sodass ein weiterer Ausbau von Seilbahnen für das Bundesland keinen zusätzlichen Wohlstand bedeuten würde.¹²⁶

Seit Beginn des Massentourismus werden Verbesserungen und Erneuerungen von Infrastrukturangeboten vorgenommen. Ganze Berggebiete wurden erschlossen, miteinander verbunden und so eine infrastrukturelle Ausstattung in den Wintersportregionen geschaffen.¹²⁷ Doch nicht nur die schneebasierte Infrastruktur hat sich über das letzte Jahrhundert entwickelt, auch die Straßen- und Verkehrsstrecken wurden ausgebaut und erneuert. Nicht zuletzt durch die zunehmenden WSGVen werden regionale und multifunktionale Sportinfrastrukturanlagen errichtet.

¹²⁵ Ebd., 33

¹²⁶ Vgl. Bezirksblätter Tirol GmbH, www.meinbezirk.at, [Stand 03.02.2011]

¹²⁷ Vgl. Peck, 2005, 5

Wie bereits in Kapitel 3 erwähnt, finden im Bundesland Tirol die meisten WSGVen statt. Daran anschließend werden im Folgenden die Top-10 regelmäßig stattfindenden Events aufgelistet.

Die Top- Wintersportgroßveranstaltungen in Tirol:

- Hahnenkammrennen Kitzbühel
- FIS Skiweltcup Opening Sölden
- BMW IBV WM Biathlon Hochfilzen
- Weltcup der Nordischen Kombination in Seefeld
- Vierschanzentournee Bergiselspringen Innsbruck
- Swatch Freeride World Tour in Fieberbrunn
- Rodel-Weltcup in Innsbruck/ Igls
- BMW IBSF Bob & Skeleton Weltcup in Innsbruck/ Igls
- FIS Telemark Weltcup Opening am Hintertuxer Gletscher
- Air & Style Innsbruck¹²⁸

¹²⁸ Vgl. Tirol Werbung GmbH, www.tirol.at, [Stand 16.06.2017]

5 Fazit

In diesem Kapitel wird eine Zusammenfassung der Arbeit aufgeführt. Anschließend wird ein Ausblick über die Zukunft des Wintersports in den österreichischen Alpen gegeben.

5.1 Zusammenfassung

In dieser Arbeit werden ausgewählte Studien und Statistiken herangezogen, um die ökonomischen Effekte des Wintersporttourismus in den österreichischen Alpen zu beschreiben. Die Ergebnisse machen deutlich, dass fast alle Branchen in Österreich direkt oder indirekt vom Wintersporttourismus betroffen sind und davon profitieren, aber auch viele Branchen, wie bspw. die Landwirtschaft, durch den Dienstleistungssektor teilweise ersetzt wurden.

Die Seilbahnunternehmen sowie das Beherbergungs- und Gastronomiewesen erwirtschaften durch Touristen, die im Winter Sport ausüben, die bedeutendsten wirtschaftlichen Effekte. Durch eine WSGV steigt die Attraktivität und der Bekanntheitsgrad einer Wintersportregion und schafft langfristige Beschäftigungsimpulse, fiskalische Effekte, Wertschöpfungs- und Kaufkrafteffekte durch steigende Investitions- und Konsumausgaben. Durch die stetige Zunahme von Touristen wurde vermehrt der Fokus auf die „Nicht-Skifahrenden“ Wintergäste gelegt, um den Erlebnis- und Freizeitwert für die Urlauber zu steigern.

Die vorliegenden Analyseergebnisse haben gezeigt, dass es kaum wirtschaftliche Alternativen zum Wintersport gibt. Aufgrund der Abhängigkeit vieler Wirtschaftsbranchen vom Wintersport kann die Einbuße eines einzigen Sektors fatale Folgen für andere direkt und indirekt betroffene Wirtschaftsbereiche auslösen.

Dem Verfasser war es nicht möglich, ausführlich über alle vom Wintersporttourismus profitierenden Branchen im Detail zu berichten. Aus diesem Grund wurden die wirtschaftlichen Effekte des Beherbergungswesens, der Seilbahnwirtschaft und der Wintersport-Großveranstaltungen in den Vordergrund gestellt und ausführlich erläutert. Diese Auswirkungen wurden anhand eines Fallbeispiels verdeutlicht und in einen Zusammenhang gebracht.

Der Fokus der Arbeit liegt auf den durch den Wintersporttourismus entstehenden ökonomischen Effekten, die in den einzelnen Branchen entstehen. Auch wenn das Thema der Klimaerwärmung mit den wirtschaftlichen Auswirkungen eng verbunden

ist, war es dem Verfasser nicht möglich, dieses Thema in der Arbeit aufzugreifen, da dies einen zu großen Umfang einnehmen würde. Auch andere Länder, die durch den Wintersporttourismus in den österreichischen Alpen profitieren, wie bspw. Italien, Deutschland usw. wurden in der Arbeit bewusst nicht betrachtet.

5.2 Ausblick

Mit Beginn des Massentourismus in den Alpen in den 1960er Jahren wurde zunächst befürchtet, dass mehr Defizite als Vorteile durch den Wintersporttourismus in den Regionen und Gemeinden entstehen würden. Die Angst vor einer Monostrukturierung und Abhängigkeit sowie einer entstellten Landschaft durch Skilifte war groß. Schnell wurde dennoch das ökonomische Potenzial hinsichtlich Beschäftigungseffekten, Neugründungen von Unternehmen und Wertschöpfungsfaktoren für das Land erkannt.

„Der Wintersport generell und der alpine Skisport im Speziellen hat Zukunft. Mit Blick auf die Wertschöpfung gibt es – auch langfristig betrachtet – keinen Ersatz dafür.“¹²⁹

Allerdings ist die Tourismuswirtschaft gefordert, sich auf den Wandel im Reiseverhalten, auf ändernde Kundenbedürfnisse sowie die Klimaveränderung einzustellen und zu handeln. Laut Welttourismusorganisationen wird der Zukunftsmarkt Wintersport weiterhin wachsen. Ankünfte von Touristen sollen sogar bis zum Jahr 2030 weltweit jährlich um 3,3 % zunehmen und insgesamt auf 1,8 Mrd. Euro ansteigen, was eine Zunahme von 92 % seit 2010 bedeuten würde.¹³⁰

In zahlreichen Studien wird seit den letzten Jahren das Thema der Klimaerwärmung im Alpenraum vermehrt untersucht. Hierzu gibt und wird es immer unterschiedliche Meinungen geben, Tatsache ist dennoch, dass die Schneesicherheit der Skigebiete in den letzten Jahren durch die Klimaerwärmung abgenommen hat. Durch den Rückzug der Gletscher wird das Landschaftsbild stark geprägt und wesentlich verändert.

Die Auswirkungen der Klimaerwärmung machen sich vor allem beim Wintersporttourismus bemerkbar. Seit mehreren Jahren ist es einigen Skigebieten aufgrund schneearmer Winter nicht mehr möglich, Pisten für Urlauber zu beschneien. In Zukunft werden daher immer mehr Wintersportregionen die Folgen der Klimaerwärmung zu spüren bekommen. Milde Winter führen auch bei großen Skiherstellern, Seilbahnunternehmen sowie Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben zu Verlus-

¹²⁹ Tirol Werbung GmbH, 2015, 9

¹³⁰ Vgl. Bmwfw, 2012, 14

ten im Millionenbereich. Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekte verringern sich enorm und die Arbeitslosenquote steigt an. Umsätze der Seilbahnunternehmen würden abnehmen, Steuern sowie Kurtaxen würden den Gemeinden ausbleiben und Skipisten sowie Loipen könnten aufgrund der Erwärmung nicht mehr technisch beschneit werden, woraufhin auch WSGVen nicht mehr stattfinden könnten.

Der Wintersport würde sich dem Sommersport immer mehr angleichen, Sportarten wie Wandern, Fahrradfahren oder Golfspielen würden das Bild des Wintersports prägen.

Literaturverzeichnis

Monografien:

Breitenbach, Benedikt: Wintersport in den Alpen. Geschichte und ökologische Folgen des Tourismus. München 2006.

Kaspar, Claude: Die Fremdenverkehrslehre im Grundriss. 5. Auflage, Bern 1996.

Schwarck, Jürgen: Handbuch Sporttourismus. Konstanz und München 2016.

Vanat, Laurent: 2017 International Report on Snow & Mountain Tourism. Overview of the key industrie figures for ski resorts. 9th edition, 2017.

Wieland, Edith: Regionalpolitische Auswirkungen von Wintersport-Großveranstaltungen in den Alpen. Theorie und Praxis im Vergleich. Nordstedt 2002.

Hochschulschriften:

Peck, Stefan: Die Entwicklung der Wintersportinfrastruktur in Österreich von 1995 bis 2005. Eine Untersuchung der Aufstiegshilfen und Beschneiungsanlagen in Österreich vor dem Hintergrund der Klimavariabilität. Dissertation, Technische Universität Wien, Wien 2005.

Internetquellen:

Advantage Austria: Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich. Zahlen und Fakten, <http://www.advantageaustria.org/international/zentral/business-guide-oesterreich/importieren-aus-oesterreich/branchen/tourismus-sportfreizeit/Zahlen-und-Fakten.de.html>, [20.06.2017].

Bezirksblätter Tirol GmbH: Der alpine Skitourismus bringt keinen Wohlstand nach Tirol, <https://www.meinbezirk.at/westliches-mittelgebirge/politik/der-alpin-skitourismus-bringt-keinen-wohlstand-nach-tirol-d47851.html>, [Stand 03.02.2011].

Google

Inc:

https://www.google.de/search?q=alpen+in+%C3%B6sterreich+mit+bundesl%C3%A4ndern&client=firefox-b-ab&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwj-trS4yN3UAhVIDsAKHY_VBBcQ_AUICigB&biw=1242&bih=718#tbm=isch&q=alpen+in+%C3%B6sterreich+karte+&imgsrc=3_9fHGbB8bEWkM, [Stand 27.06.2017].

- ISPO Munich: Ski. Alles für die Piste, Loipe, Cross Country und Eis, <http://munich.ispo.com/de/MESSE-BESUCHER/%C3%9Cber-die-ISPO-MUNICH/Ausstellungsbereiche/Ski/>, [Stand 21.06.2017].
- Kleine Zeitung GmbH & Co KG: Tourismus ist Basis für den Tiroler Wohlstand, http://www.kleinezeitung.at/kaernten/osttirol/aktuelles_osttirol/5150439/Wirtschaft_Tourismus-ist-Basis-fuer-den-Tiroler-Wohlstand, [Stand 07.01.2017].
- Oberösterreich online GmbH und Co. KG.: Ski Nation Österreich? Nur noch jeder Dritte geht im Winter auf die Piste, <http://www.nachrichten.at/nachrichten/wirtschaft/Ski-Nation-OEsterreich-Nur-noch-jeder-Dritte-geht-im-Winter-auf-die-Piste;art15,1598782>, [Stand 12.06.2017].
- Österreich Werbung Wien: Tourismus in Zahlen, <https://www.austriatourism.com/tourismusforschung/tourismus-in-zahlen/>, [Stand 21.10.2016].
- Österreich Werbung Wien: Wintertourismus hat neue Gäste im Visier, <https://newsroom.austriatourism.com/2014/10/wintertourismus-hat-neue-gaeste-im-visier/>, [Stand 26.10.2014].
- Ötztal Tourismus: Die Geschichte des Innerötztals, <https://www.soelden.com/geschichte-winter>, [Stand 12.06.2017].
- Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. Co KG: Teures Vergnügen. Österreicher betreiben weniger Wintersport, http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4875649/Teures-Vergnuegen_Oesterreicher-betreiben-weniger-Wintersport, [Stand 27.11.2015].
- Siemens Aktiengesellschaft: Presseveranstaltung. Siemens-Geschäft mit Schwung an der Skipiste, <https://www.siemens.com/press/de/events/2011/corporate/2011-01-pk.php>, [Stand 14.01.2011].
- SK Mediaconsult: Volkssport in Österreich, <http://volkssport.at/>, [Stand 10.05.2017].
- Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft mbH: Lexikon der Geografie. Sport-tourismus, <http://www.spektrum.de/lexikon/geographie/sporttourismus/7462>, [Stand 12.06.2017].
- Statistik Austria: Ankünfte und Nächtigungen, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/beherbergung/ankuenfte_naechtigungen/index.html, [Stand 29.05.2017].

- Statistik Austria: Erwerbstätige. Ein TSA-Beschäftigungsmodul für Österreich, https://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/tourismus-satellitenkonto/erwerbstaetige/index.html, [Stand 03.05.2017].
- Statistik Austria: Tourismus, http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/index.html, [Stand 27.05.2017].
- Statistik Austria: Tourismus-Satellitenkonto (TSA), http://www.statistik.at/web_de/statistiken/wirtschaft/tourismus/tourismus-satellitenkonto/index.html, [Stand 09.08.2016].
- Statista: Direkte Wertschöpfung des Tourismus in Österreich von 2006-2016, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/218396/umfrage/direkte-wertschoepfung-des-tourismus-in-oesterreich/>, [Stand 11.06.2017].
- Statista: Kassenumsatz der Seilbahnbetriebe in Österreich von der Wintersaison 2006/07 bis 2015/16, <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/167575/umfrage/umsatz-der-oesterreichischen-seilbahnbetriebe/>, [Stand 10.06.2017].
- Statista: Statistiken zum Bauhauptgebäude in Österreich, <https://de.statista.com/themen/2424/baugewerbe-in-oesterreich/>, [Stand 29.06.2017].
- Tirol Werbung GmbH: Anfeuern im Schnee. Die Top- Wintersportevents in Tirol, <http://www.tirol.at/reisefuehrer/veranstaltungen/wintersportevents>, [Stand 16.06.2017].
- Tirol Werbung GmbH: Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus international, in Österreich und in Tirol, <http://ttr.tirol/content/die-wirtschaftliche-bedeutung-des-tourismus-international-%C3%B6sterreich-tirol>, [Stand 28.06.2017].
- Tirol Werbung GmbH: Skier Days, <http://www.ttr.tirol/glossar/skier-days>, [Stand 20.05.2017].
- Wirtschaftskammer Österreich: Geschäftsstelle Bau der Bundesinnung und des Fachverbandes der Bauindustrie, <https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/bau/start.html>, [Stand 29.06.2017].
- Wirtschaftskammer Österreich: Handel mit Mode und Freizeitartikeln – Infos und Studien für den Sportartikelhandel, <https://www.wko.at/branchen/handel/mode-freizeitartikel/infos-studien.html>, [Stand 26.04.2017].

Wirtschaftskammer Österreich: Holzindustrie. Österreichische Skiindustrie, <https://www.wko.at/branchen/b/industrie/holzindustrie/Ski.html>, [Stand 13.04.2017].

Sonstige Schriften:

Amt der Tiroler Landesregierung: Regionsprofil Tirol Landesstatistik. Innsbruck (2016a).

Amt der Tiroler Landesregierung: Der Tourismus im Winter 2015/ 2016. Innsbruck (2016b).

Amt der Tiroler Landesregierung: Tiroler Pisten – Gütesiegel. Innsbruck o.J..

Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend: Die ökonomische Bedeutung des Wintersports in Österreich – Jahresbericht 2009. Wien 2010.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Wirtschaftsfaktor Wintersport. Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Berlin 2013.

Bundesministerium für Wissenschaft , Forschung und Wirtschaft: Klimawandel und Tourismus in Österreich 2030. Auswirkungen, Chancen & Risiken, Optionen & Strategien. Wien 2012.

Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft: Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2015. Wien 2016.

CIPRA International: Künstliche Beschneigung im Alpenraum. Ein Hintergrundbericht. Schaan 2004.

Gesellschaft für angewandte Wirtschaftsforschung KG (GAW): Bedeutung des Tourismus für Tirol. Berechnung der Wertschöpfung, Beschäftigung und Einkommen Juli 2016. Innsbruck 2016.

Gesellschaft für ökologische Forschung und BUND Naturschutz in Bayern BN e.V.: Der gekaufte Winter. Eine Bilanz der künstlichen Beschneigung in den Alpen. München 2015.

Industriewissenschaftliches Institut: Die wirtschaftliche Bedeutung des Sports in Österreich. Wien 2001.

MANOVA GmbH: Seilbahnen Tirol- Wirtschaftsbericht. Wien 2016.

MANOVA GmbH: Wertschöpfung durch österreichische Seilbahnen. Wien 2017.

Meinungsraum.at Online Marktforschungs GmbH: Wintersport. Wien 2013.

- Naturfreunde Österreich: Alpiner Wintertourismus und Klimawandel. Wien 2011.
- Rechnungshof: Alpine Ski WM 2013 - Investitionen. Wien 2013.
- SportsEconAustria: Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Wintersports in Österreich. Wien 2012.
- SportsEconAustria Institut für Sportökonomie und IHS Institut für Höhere Studien: Die ökonomische Bedeutung des Wintersports in Österreich. Wien 2008.
- SportsEconAustria: Sportwirtschaft in Österreich. Eine Analyse der wirtschaftlichen Bedeutung des Sports in Österreich. Wien 2006.
- Statistik Austria: Tourismus in Österreich 2016 – Ergebnisse der Beherbergungsstatistiken. Wien (2017b).
- Statistik Austria: Österreich. Zahlen, Daten, Fakten. 12. Aufl., Wien (2017a).
- Stirnweis, Jan: Wertschöpfung durch Bergbahnen im Winter in Österreich. Wien 2010.
- Tirol Werbung GmbH: Der Tiroler Tourismus. Zahlen, Daten und Fakten 2016. Innsbruck 2016.
- UniCredit Bank Austria AG: Bauwirtschaft mit Detailberichten – Branchenbericht. Wien 2015.
- Wirtschaftskammer Österreich : Tourismus und Freizeitwirtschaft in Zahlen. Österreichische und internationale Tourismus- und Wirtschaftsdaten. 52. Ausgabe, Wien (2016a).
- Wirtschaftskammer Österreich: Auf Holz klopfen – Solides Wachstum mit guten Perspektiven für das Jahr 2017. Branchenbericht. Wien 2017.
- Wirtschaftskammer Österreich: Seilbahnen Österreichs. Wien (2017b).
- Wirtschaftskammer Österreich: Tourismus und Freizeitwirtschaft im Überblick. Wien (2016c).
- Wirtschaftskammer Österreich : Die Seilbahnbranche – Die Highlights. Wien (2017e).
- Wirtschaftskammer Österreich: Tourismus und Freizeitwirtschaft im Überblick. Wien (2016e).
- Wirtschaftskammer Österreich: Tourismus in Tirol – Die treibende Wirtschaftskraft. Innsbruck (2015h).

Zeitschriften/ Zeitungen:

Tirol Werbung GmbH: Die Zukunft des Wintersports. Eine Annäherung in 9 Thesen.
In: Tourismusmagazin, Ausgabe 06/15, 9.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname