

# Was leistet der Tourismus für den Biosphärenpark Großes Walsertal?



## Auftraggeber:

Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH  
Mutterstraße 1a  
6700 Bludenz

## Auftragnehmer:

Kohl & Partner GmbH | Mag. Gernot Memmer  
Hans-Gasser-Platz 9  
9500 Villach



# Auftrag und Zielsetzung

Die Studie soll aufzeigen, welchen Beitrag der Tourismus für den Biosphärenpark Große Walsertal leistet – nicht nur wirtschaftlich, sondern auch gesellschaftlich. Neben Wertschöpfung und Arbeitsplätzen wird die Bedeutung für verschiedene Stakeholder (Beherbergung, Gastronomie, Seilbahnen, Handel, Handwerk etc.), für die Lebensqualität der Bevölkerung sowie für die Sicherung des ländlichen Raums untersucht. Ebenso geht es um die Rolle des Tourismus als Gestalter von Erlebnisangeboten und als Faktor zur Mitarbeiter:innen-Gewinnung. Ziel ist es, mit fundierten Argumenten zu veranschaulichen, welchen Einfluss der Tourismus tatsächlich hat – und dadurch auch das Tourismusbewusstsein in der Region zu stärken.



## Untersuchungsmethode der Studie: Was leistet der Tourismus für den Biosphärenpark Großes Walsertal?



**Experten-  
gespräche**



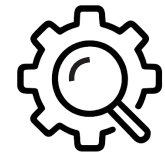
**Gäste-  
befragung**



**Unternehmer-  
befragung**



**Sekundär-  
analysen**



**Expertise  
Kohl ▶ Partner**

## Die 7 Schritte zur Ermittlung der Wertschöpfung aus dem Tourismus mit Fokus auf Aufenthaltstourismus

- 1.** Gäste-Übernachtungen ermitteln  
aus der Übernachtungsstatistik der Region
- 2.** Gästerausgaben erheben  
aus der durchgeführten Gästebefragung
- 3.** Umsatz berechnen  
aus Gästeübernachtungen \* Gäste-Ausgaben
- 4.** Direkte Wertschöpfung berechnen  
aus Wertschöpfungsquoten im Tourismus  
(Abzug von Vorleistungen)
- 5.** Indirekte Wertschöpfung ermitteln  
aus Wertschöpfungsquoten im Tourismus für alle  
Vorleister-Branchen und somit weiteren Profiteuren  
vom Tourismus
- 6.** Gesamt Wertschöpfung (direkt und indirekt) berechnen  
aus der Summe von direkten und indirekten Wert-  
schöpfungseffekten
- 7.** Beschäftigungseffekte/Arbeitsplätze ermitteln  
die Arbeitsplatz-Vollzeitäquivalente (VZÄ) aus  
der Wertschöpfung ableiten

# Nächtigungen und Ankünfte

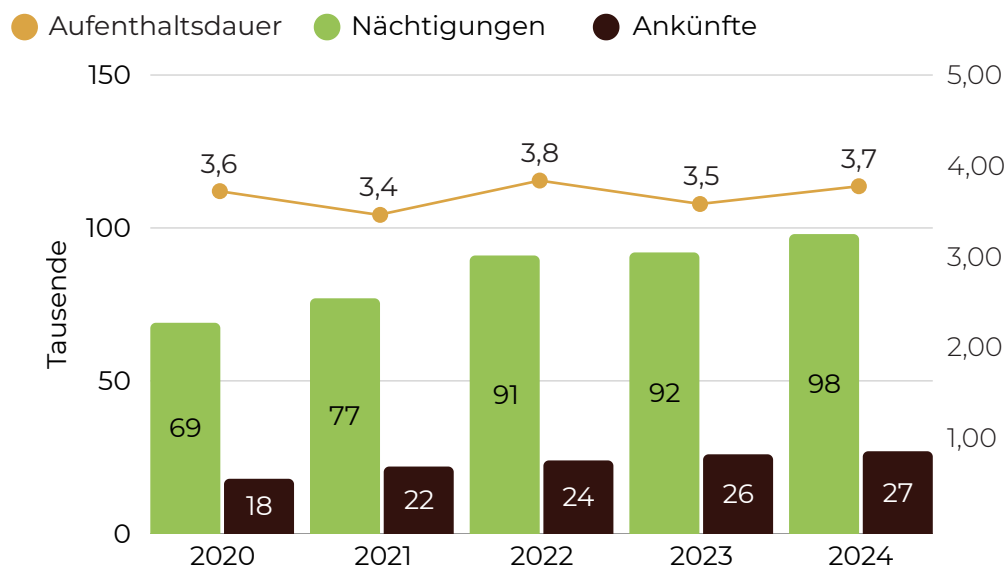
## Nächtigungen und Ankünfte im Tourismusjahr 2023/24

Region	Ankünfte	Nächtigungen
<b>Großes Walsertal</b>	<b>48 177</b>	<b>185 341</b>
Brandnertal	115 295	481 860
Klostertal *ohne Stuben	60 169	230 283
Alpenstadt Bludenz	57 284	149 549
Alpenregion Vorarlberg gesamt	280.925	1.047.033



# Positive Entwicklung der touristischen Nachfrage

## SOMMERhalbjahr

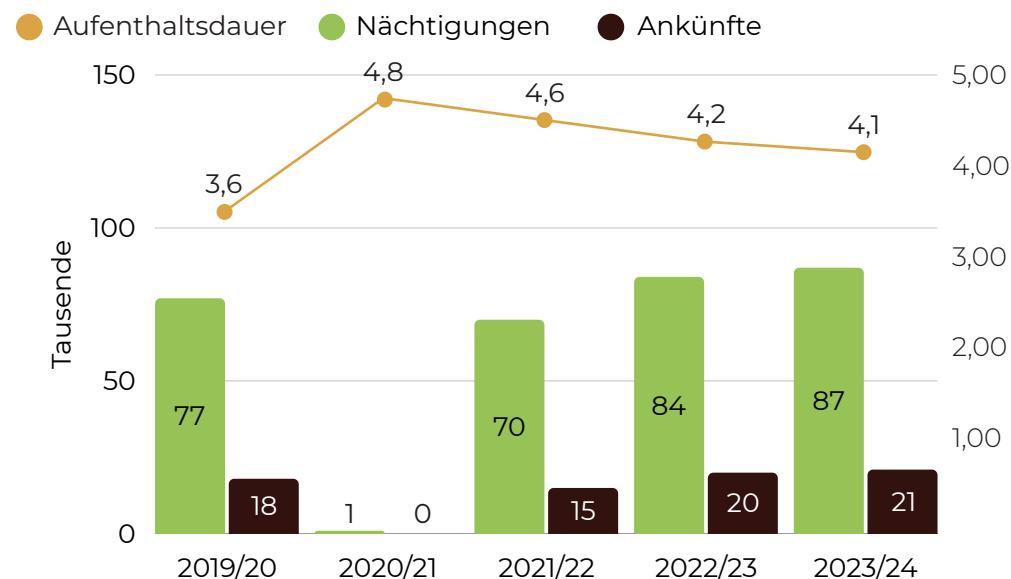


### 98 Tsd. Nächtigungen im Sommerhalbjahr

Das Große Walsertal verzeichnet zuletzt **98 Tsd. Nächtigungen** im Sommerhalbjahr bei **27 Tsd. Gästeankünften**.

Dies entspricht einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich **3,7 Tagen im Sommerhalbjahr**.

## WINTERhalbjahr



### 87 Tsd. Nächtigungen im Winterhalbjahr

Das Große Walsertal verzeichnet zuletzt **87 Tsd. Nächtigungen** im Winterhalbjahr bei **21 Tsd. Gästeankünften**.

Dies entspricht einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich **4,1 Tagen im Winterhalbjahr**.

## Verhältnis der Nächtigungen Sommer / Winter **Großen Walsertal**

Zeitraum	Sommer	Sommer-Anteil %	Winter	Winter-Anteil %	Gesamt Sommer und Winter
2021/22	91 000	57 %	70 000	43 %	161 000
2022/23	92 000	52 %	84 000	48 %	176 000
2023/24	98 000	53 %	87 000	47 %	185 000

## Verhältnis der Nächtigungen Sommer / Winter **Alpenregion**

Zeitraum	Sommer	Sommer-Anteil %	Winter	Winter-Anteil %	Gesamt Sommer und Winter
2021/22	524 000	57 %	389 000	43 %	913 000
2022/23	540 000	56 %	420 000	44 %	960 000
2023/24	539 000	51 %	508 000	49 %	1 047 000

# Entwicklung Gästebetten und Einwohner:innen

Das Große Walsertal verfügt über rund **2.200 Gästebetten (inklusive Campingbetten)**

Steigerung der Bettenzahl in den letzten **10 Jahren um 13 %**

Die Zahl der Einwohner:innen im Großen Walsertal ist im selben Zeitraum stabil geblieben.





# Touristische Betriebe im Biosphärenpark Großes Walsertal



107 Beherbergungsbetriebe



20 Gastronomiebetriebe



3 Seilbahn im Großen Walsertal (Sonntag Stein, Faschina, Skilift Raggal)

1 Seilbahn in Schnifis



1 Badesee

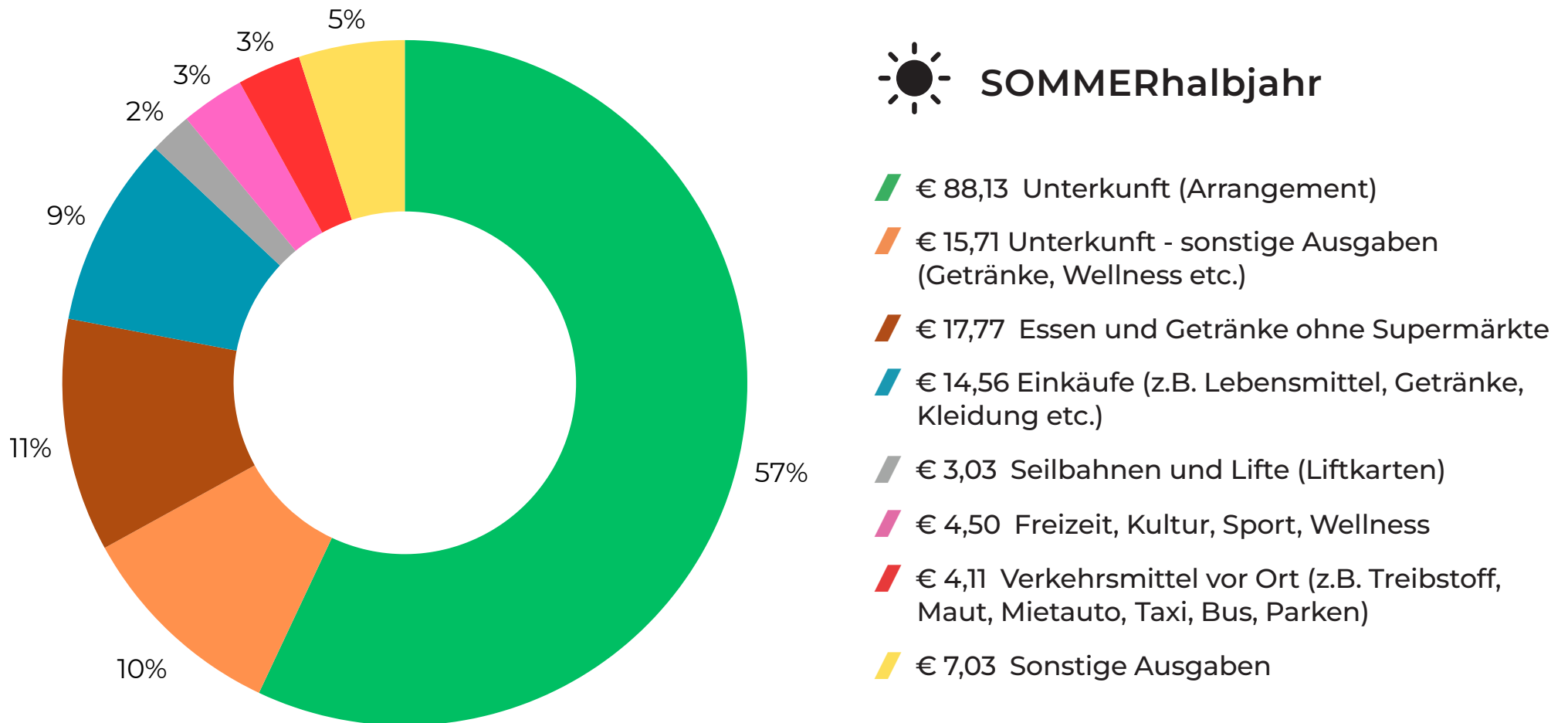


Diverse Ausflugsziele, bei denen über Gästerausgaben direkt Wertschöpfung erzielt wird



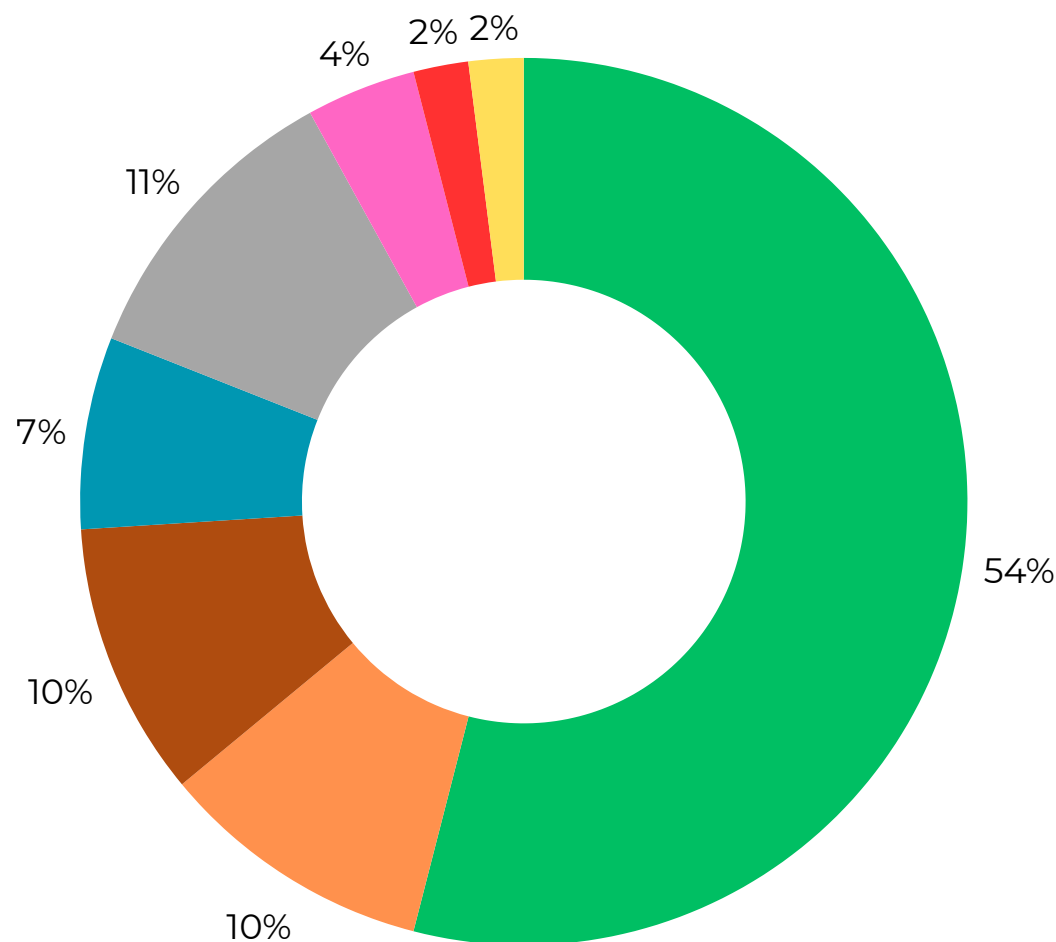


## Ein Aufenthaltsgast im Großen Walsertal gibt pro Nacht Ø € 155 (ohne Anreise) im SOMMERhalbjahr aus



Quelle: Gästebefragung Kohl ► Partner; Ausgaben pro Gast und Nacht Sommerhalbjahr, 2025, n=420

# Ein Aufenthaltsgast im Großen Walsertal gibt pro Nacht Ø € 242 (ohne Anreise) im WINTERhalbjahr aus

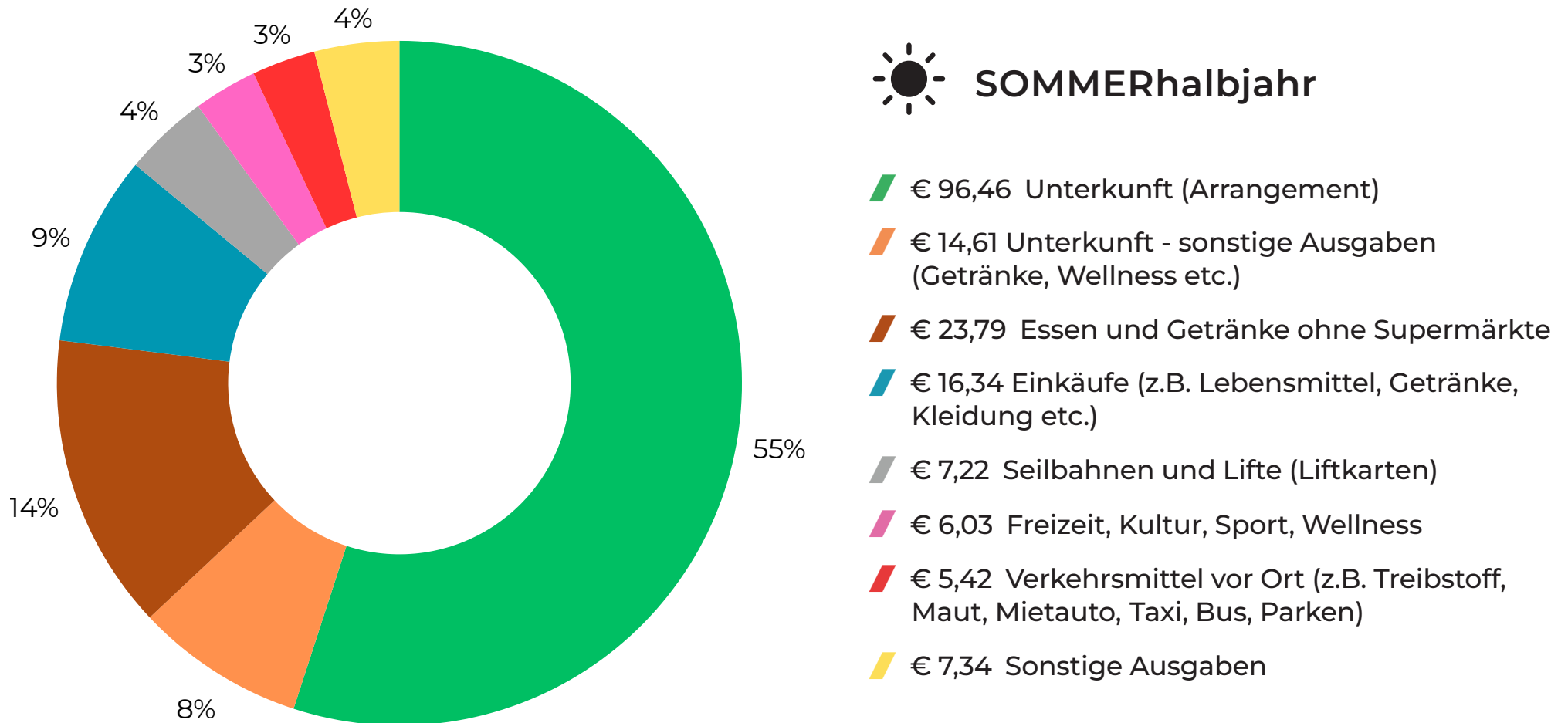


## WINTERhalbjahr

- € 131,30 Unterkunft (Arrangement)
- € 23,63 Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)
- € 24,06 Essen und Getränke ohne Supermärkte
- € 16,99 Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)
- € 25,98 Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)
- € 9,96 Freizeit, Kultur, Sport, Wellness
- € 4,42 Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Maut, Mietauto, Taxi, Bus, Parken)
- € 5,63 Sonstige Ausgaben

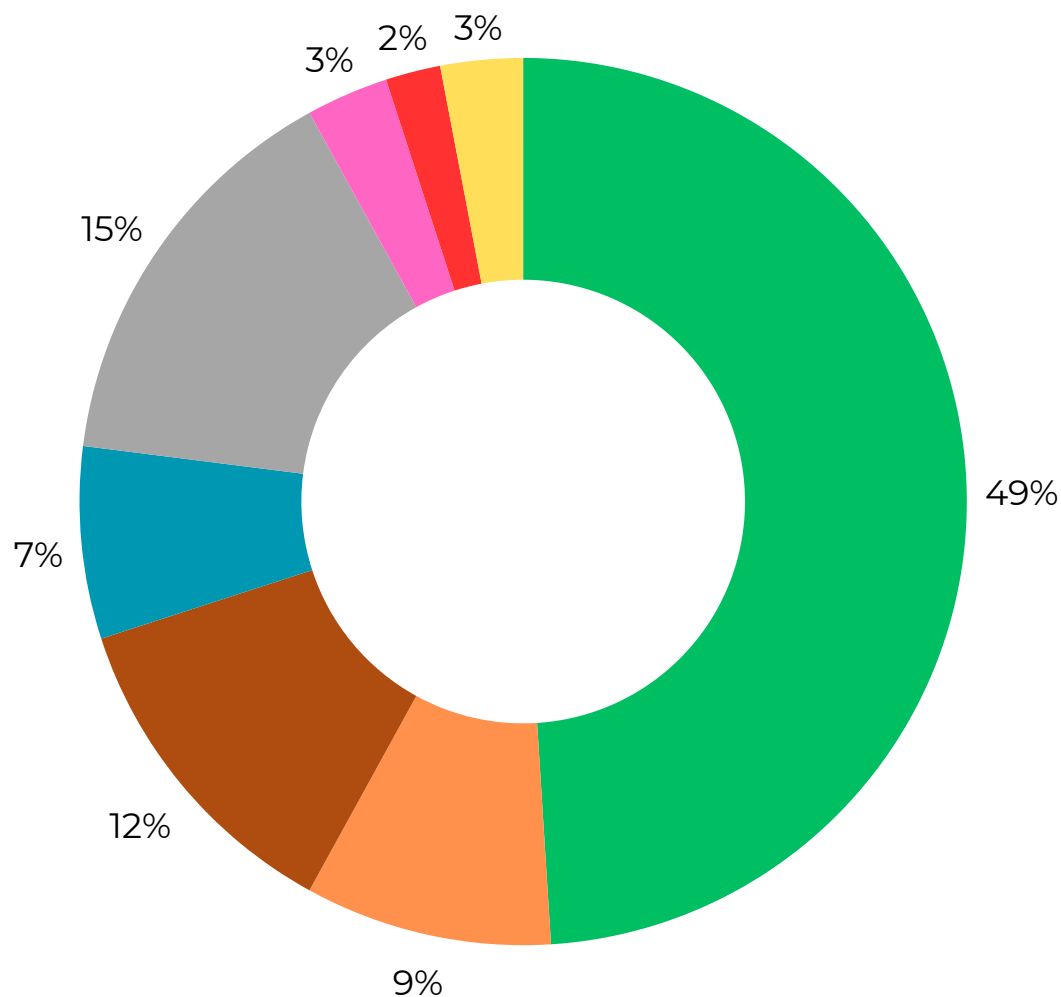


## Ein Aufenthaltsgast in der Alpenregion Vorarlberg gibt pro Nacht Ø € 177 (ohne Anreise) im SOMMERhalbjahr aus



Quelle: Gästebefragung Kohl ► Partner; Ausgaben pro Gast und Nacht Sommerhalbjahr, 2025, n=1.231

# Ein Aufenthaltsgast **in der Alpenregion Vorarlberg** gibt pro Nacht Ø € 248 (ohne Anreise) im WINTERhalbjahr aus



## WINTERhalbjahr

- € 120,97 Unterkunft (Arrangement)
- € 22,74 Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)
- € 29,40 Essen und Getränke ohne Supermärkte
- € 17,05 Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)
- € 38,56 Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)
- € 7,67 Freizeit, Kultur, Sport, Wellness
- € 4,21 Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Maut, Mietauto, Taxi, Bus, Parken)
- € 7,91 Sonstige Ausgaben

Quelle: Gästebefragung Kohl ► Partner; Ausgaben pro Gast und Nacht Winterhalbjahr, 2025, n=978



# Direkte Beschäftigte in Tourismus- und Freizeitwirtschaft

Beschäftigte im Tourismus und Freizeitwirtschaft in Vollzeitäquivalente laut der Sonderauswertung der Statistik Austria (Arbeitsstättenzählung/ÖNACE) mit Stichtag Ende Oktober 2011 und 2021 (Diese Vollerhebungs-Zählung wird alle 10 Jahre durchgeführt).

	GWT 2011	GWT 2021	Ges. Alpen- region Vorarl- berg 2011	Ges. Alpen- region Vorarl- berg 2021
<b>in Vollzeitsarbeitsplätze</b> (Vollzeitäquivalente/VZÄ) laut Erfa-Wert Tourismus-Satellitenkonto, WIFO	93	128	878	1 044

# **Tourismus und Lebensraum sind ein unzertrennliches Paar: Tourismus sichert Lebensräume**

Tourismus und Lebensraum sind eng miteinander verbunden: Er trägt zur Lebensqualität der Einheimischen, zur Erlebnisqualität der Gäste und zur wirtschaftlichen Entwicklung bei – ein Win-Win-Win für Bewohner:innen, Gäste und Mitarbeiter:innen.

Eine Befragung von Kohl > Partner unter 7.052 Einheimischen in verschiedenen Tourismusregionen in Österreich und Deutschland zeigt die wichtigsten positiven Effekte:

- 1. Stolz auf den Wohnort: 39 %** sind stolz darauf, in einer Region zu leben, die andere als Urlaubsgebiet ansehen.
- 2. Freizeitinfrastruktur: 38 %** schätzen die vielfältigen Freizeitmöglichkeiten, die der Tourismus geschaffen hat – von Bergbahnen bis zu Freibädern, Sportangeboten.
- 3. Arbeitsplatzmotor: 38 %** schätzen die Arbeitsplätze, die der Tourismus in ihrer Region geschaffen hat.
- 4. Gastronomie: 32 %** heben die Gastro mit Restaurants, Cafés oder Lokalen hervor, die der Tourismus mit sich gebracht hat.

Damit wird deutlich: Tourismus schafft Wohlstand, stärkt das Gemeinwohl und sichert attraktive Lebensräume.



# Darüber hinaus entstehen über Vorleistungen und nachgelagerte Bereiche weitere Profiteure vom Tourismus.

## Direkte Profiteure über Ausgaben der Gäste

Übernachtung	Verpflegung	Mobilität	Einkäufer & Versorgung	Erholung & Aktivität
Unterkünfte (Hotel, etc.), Services, sonstige, Ausgaben (Gastro, Wellness)	Restaurants, Cafés, Bars usw, Supermärkte, Bäcker, Metzger, Landwirtschaft	Taxifahrten, Öffentliche Verkehrsmittel, Fahrzeugverleih	Handel (Kleidung), Dienstleistungen (Friseure, Kosmetik, etc.), Supermärkte, Apotheken, Tankstellen	Schwimmbäder, Golfplätze, Bergbahnen, Museen, Natur- & Kulturdenkmäler, Events & Feste

## Indirekte Profiteure (über weitere Vorleistungen oder Folgeeffekte)

Investitionen & Instandhaltungen	Gemeinden	Mitarbeiter:innen/ Einheimische
Tischler, Malereibetriebe, Zimmereibetriebe, Elektrobetriebe, Baubranche	Tourismusabgaben, weitere Gebühren der Betriebe	Lebenserhaltungskosten

# Im Rahmen der Studie wurden zwei Unternehmerbefragungen durchgeführt.

## 1. Befragung touristischer Unternehmen

## 2. Befragung nicht touristischer Unternehmen

### Befragung touristischer Unternehmen im Großen Walsertal

 Befragungszeitraum: 11.03.2025 – 28.04.2025

 Stichprobe, n=19

 Methode: Onlinebefragung



### Frage 1: Welchem Betriebstyp sind Sie zuzuordnen?

Gastronomie	21,05 %
Beherbergungsbetrieb	63,16 %
Bergbahnen	5,26 %
Schwimmbad	0 %
Ausflugsziele, Freizeit-/Kulturangebot	0 %
Sonstiges	10,53 %

### Frage 2: Um welche Art von Beherbergungsbetrieb handelt es sich?

Hotel	58,33 %
Gewerbliche Ferienwohnung	8,33 %
Privatzimmervermietung	16,67 %
Urlaub am Bauernhof	0 %
Campingplatz	0 %
Sonstiges Unterkünfte	16,67 %

### Frage 3: Beherbergungsbetriebe - Über wie viele Betten verfügt Ihr Betrieb?

mehr als 60	25 %
zwischen 51 und 60	8,33 %
zwischen 41 und 50	8,33 %
zwischen 31 und 40	0 %
zwischen 21 und 30	25%
zwischen 10 und 20	25 %
zwischen 1 und 9	8,33 %

#### Frage 4: Größe des Unternehmens

Über 50 Mitarbeiter:innen	0 %
21–50 Mitarbeiter:innen	15,79 %
6–20 Mitarbeiter:innen	26,32 %
1-5 Mitarbeiter:innen	57,89 %

#### Frage 5: Anzahl an Mitarbeiter:innen ausgedrückt in Vollzeitstellen (Vollzeitäquivalenten)

mehr als 10	20 %
zwischen 5 und 10	33,33 %
zwischen 3 - 5	13,33 %
zwischen 0,5 - 3	26,7 %
0	6,7 %

#### Frage 6: Wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter:innen leben geschätzt dauerhaft in Ihrem Tal/ in unmittelbarem Umfeld zum Betrieb?

**69 %** der Mitarbeiter:innen der touristischen Betriebe leben dauerhaft im Tal bzw. in unmittelbarem Umfeld zum Betrieb (**Alpenregion: 68 %**).

#### Frage 7: Geschätzter Anteil des Umsatzes, den Tourist:innen verursachen

76–100%	63,16 %
51–75%	21,05 %
26–50%	5,26 %
0–25%	10,53 %

### Frage 8: Anteil an Einheimischen bei Ihren Kund:innen

Der Anteil an Einheimischen bei den Kund:innen wird in den touristischen Betrieben mit **durchschnittlich 25 %** angegeben (**Alpenregion: 28 %**).

### Frage 9: Anteil an Gästen bei Ihren Kunden

Der Anteil an Tourist:innen bei den Kunden der touristischen Betriebe liegt bei **78 %** (**Alpenregion: 76 %**).

### Frage 10: Wie stark profitiert Ihr Betrieb vom Tourismus?

sehr stark	82,35 %
stark	0 %
mittel	11,76 %
gering	5,88 %
gar nicht	0 %

### Frage 11: Welche Bedeutung hat Ihrer Ansicht nach der Tourismus für Ihr Tal/Ihre unmittelbare Region?

Die Bedeutung des Tourismus für das Tal/die unmittelbare Region wird auf einer Skala von 0 bis 100 % mit **68 %** als sehr hoch eingeschätzt (**Alpenregion: 78 %**).

### Frage 12: Welchen Einfluss hat der Tourismus auf die Lebensqualität in ihrem Tal, Region?

sehr positiv	41,18 %
positiv	35,29 %
neutral	11,76 %
negativ	5,88 %
sehr negativ	5,88 %

### Frage 13: Womit verbinden Sie positive Effekte des Tourismus auf die Lebensqualität der Einheimischen in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region? (Mehrfachnennungen möglich)

Der Tourismus schafft Arbeitsplätze.	76,47 %
Durch den Tourismus werden Gastronomiebetriebe (Restaurants, Cafés, Lokale) geschaffen und aufrechterhalten.	82,35 %
Einheimische sind stolz dort zu leben, wo andere Urlaub machen.	41,18 %
Der Tourismus schafft Veranstaltungen, die auch von Einheimischen gerne besucht werden.	58,82 %
Durch den Tourismus werden Infrastruktur- und Freizeit-Betriebe geschaffen und aufrechterhalten.	70,59 %
Durch den Tourismus wird wichtige Basis-Infrastruktur (Wege, Beleuchtung, ...) geschaffen.	76,47 %
Durch den Tourismus wird Abwanderung aus unseren ländlichen Bereichen verhindert.	35,29 %
Durch den Tourismus können unsere Schulen aufrechterhalten werden.	11,76 %
Der Tourismus fördert die Existenz von Geschäften bzw. Einzelhandel.	52,94 %
Der Tourismus schafft Mobilitätsangebote.	76,47 %
Der Tourismus fördert den Erhalt kultureller Traditionen.	29,41 %
Der Tourismus hilft die Existenz der Landwirtschaft abzusichern.	41,18 %
Tourismus macht die Menschen offener.	58,82 %
Tourismus fördert die Nachhaltigkeit in Regionen.	35,29 %
Sonstiges (bitte angeben)	11,76 %

### Frage 14: Wie wichtig ist der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region und die damit entstandenen positiven Effekte für die Gewinnung von Mitarbeiter:innen für Ihren Betrieb?

Der Tourismus im Tal/in der unmittelbaren Region ist für die Gewinnung von Mitarbeiter:innen für den Betrieb wichtig – wird **durchschnittlich mit 58/100** angegeben. (Alpenregion: 64/100)

### Frage 15: Wie wichtig ist der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region und die damit entstandenen positiven Effekte für die Bindung bzw. das Halten von Mitarbeiter:innen in Ihrem Betrieb?

Noch wichtiger wird der Tourismus zur Bindung der Mitarbeiter:innen im Betrieb gesehen: **52/100**. (Alpenregion: 63/100).



### Frage 16: Wer profitiert Ihrer Meinung nach vom Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region?

Beherbergungsbetriebe	94,12 %
Gastronomiebetriebe (Restaurant/Café/Lokal)	94,12 %
Freizeit-Infrastrukturbetriebe (Bergbahnen, Schwimmbäder, Sporteinrichtungen, Ausflugsziele...)	94,12 %
Handel (Supermarkt, Bäcker, Metzger, Apotheke, Tankstelle, Geschäft...)	88,24 %
Transport und Verkehr (Öffentliche Verkehrsmittel, Taxi, Mietautos)	88,24 %
Sonstige Dienstleistungsbetriebe (Friseur, Sportverleih, ...)	64,71 %
Landwirtschaft (regionale Produkte, ...)	64,71 %
Handwerksbetriebe und Bauwirtschaft (Tischler, Elektriker, ...)	64,71 %
Sonstiges (bitte angeben)	5,88 %

### Frage 17: Was müsste getan werden, damit die Bedeutung des Tourismus noch stärker geschätzt wird? Was müsste getan werden, um die Tourismusgesinnung in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region zu verbessern?

Um die Tourismusgesinnung zu verbessern, braucht es laut den Betrieben im Großen Walsertal mehr Information und transparente Kommunikation gegenüber der Bevölkerung. Inhalte sollten aktiv geteilt werden – etwa über regionale Medien –, um aufzuzeigen, welche positiven Auswirkungen der Tourismus auf Wertschöpfung, Infrastruktur und das Leben von Traditionen hat. Wichtig ist auch, bildlich darzustellen, was ohne Tourismus nicht möglich oder deutlich teurer wäre. Gleichzeitig braucht es mehr Zusammenarbeit und Vernetzung zwischen Gemeinden sowie ein gemeinsames Verständnis von Tourismus als Gastgeberrolle. Zentrale Herausforderungen wie Verkehr, Lärm, fehlende Gastronomie, kalte Betten oder wahrgenommene Ungleichbehandlung bei Angeboten müssen ernst genommen und aktiv angegangen werden. Eine klarere Zielgruppenansprache, der Fokus auf tatsächliche Nachhaltigkeit und eine maßvolle Entwicklung ohne Überlastung sollen dazu beitragen, Akzeptanz zu schaffen und neue Perspektiven zu eröffnen.

### Frage 18: Wie hoch schätzen Sie durchschnittlich Ihre Investitionen PRO JAHR ein?

Weniger als 100.000 EUR	70 %	Die befragten touristischen Betriebe investieren durchschnittlich rund <b>€ 77 Tsd. pro Jahr (Alpenregion: € 156 Tsd.)</b>
100.000 – 500.000 EUR	30 %	
500.000 – 1.000.000 EUR	0 %	
Mehr als 1.000.000 EUR	0 %	

**Frage 20: Wie viel Prozent der Investitionen waren für Neubauten/Betriebserweiterungen?**

10 % der Investitionen betreffen Neubauten/Betriebserweiterungen. (Alpenregion: 27 %)

**Frage 21: Wie viel Prozent der Investitionen waren für Renovierungen/Umbauten?**

73 % der Investitionen betreffen Renovierungen/Umbauten. (Alpenregion: 66 %)

**Frage 22: Denken Sie bitte an Ihre Aufwendungen für Löhne, Gehälter, Lohnnebenkosten in Ihrem Betrieb, wie hoch ist der geschätzte Prozent-Anteil am Umsatz?**

Durchschnittlich 34 % macht der Anteil der Löhne, Gehälter, Lohnnebenkosten am Umsatz der befragten touristischen Betriebe aus. (Alpenregion: 37 %)

**Frage 23: Stellen Sie sich bitte vor, es würde den Tourismus bei Ihnen im Tal/in der unmittelbaren Region gar nicht mehr geben... Was bedeutet das für Ihren Betrieb?**

Ich müsste meinen Betrieb schließen	61,54 %
Ich müsste den Betrieb umstrukturieren	23,08 %
Ich kann den Wegfall an Gästen aus der Region durch Einheimische und Tagesausflügler:innen kompensieren	15,38 %

**Frage 24: Wie überlebensfähig wäre Ihr Betrieb, wenn es den Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region nicht mehr gäbe?**

nicht überlebensfähig	38,46 %
eher nicht überlebensfähig	38,46 %
eher schon überlebensfähig	23,08%
überlebensfähig	0 %

**Frage 25: Wie überlebensfähig wäre Ihr Betrieb, wenn der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region um 50 % zurückgehen würde?**

nicht überlebensfähig	30,77 %
eher nicht überlebensfähig	38,46 %
eher schon überlebensfähig	30,77 %
überlebensfähig	0%

**Frage 26: Wie stark gefährdet wäre die Existenz Ihres Betriebs, wenn es den Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region nicht mehr gäbe?**

Wenn es den Tourismus im Tal nicht mehr geben würde, wäre die Existenz der touristischen Betriebe durchschnittlich zu **70 %** gefährdet.

**Frage 27: Wie stark stimmen Sie folgender Aussage zu? „Ohne Gäste gäbe es viele – auch für Einheimische praktische – Einrichtungen nicht“**

stimme zu	92,31 %
stimme nicht zu	7,69%

**Frage 28: Wie viel Prozent Ihrer Aufträge/Vorleistungen/Zulieferungen setzen Sie um mit Betrieben in einem Radius bis zu 30 km Entfernung zu Ihrem Betrieb?**

60 % der Aufträge/Vorleistungen/Zulieferungen (**Alpenregion: 62 %**)

# Im Rahmen der Studie wurden zwei Unternehmerbefragungen durchgeführt.

1. Befragung touristischer Unternehmen

**2. Befragung nicht touristischer Unternehmen**

## **Befragung nicht touristischer Unternehmen im Großen Walsertal**

 Befragungszeitraum: 11.03.2025 – 28.04.2025

 Stichprobe, n=18

 Methode: Onlinebefragung



### Frage 1: Welchem Betriebstyp sind Sie zuzuordnen?

Gewerbe und Handwerk	16,67 %
Handel	5,56 %
Information & Consulting	11,11 %
Tourismus & Freizeitwirtschaft	16,67 %
Industrie	5,56 %
Bank & Versicherung	0 %
Transport & Verkehr	0 %
Landwirtschaft	22,22 %
Sonstiges	22,22 %

### Frage 2: Größe des Unternehmens

1–5 Mitarbeiter:innen	55,56 %
6–20 Mitarbeiter:innen	33,33 %
21–50 Mitarbeiter:innen	11,11 %
Über 50 Mitarbeiter:innen	0 %

### Frage 3: Anzahl an Mitarbeiter:innen ausgedrückt in Vollzeitstellen (Vollzeitäquivalenten)

Mehr als 10	20 %
5 – 10	20 %
zwischen 3 – 5	33,3 %
zwischen 0,5 – 3	26,7 %
0	0 %

### Frage 5: Wie viel Prozent Ihrer Mitarbeiter:innen leben geschätzt dauerhaft in Ihrem Tal/ in unmittelbarem Umfeld zum Betrieb?

**83 % der Mitarbeiter:innen** der nicht touristischen Betriebe leben dauerhaft im Tal bzw. in unmittelbarem Umfeld zum Betrieb. **(Alpenregion: 79 %)**

### Frage 6: Geschätzter Anteil des Umsatzes, den Tourist:innen verursachen

28 % der nicht touristischen Betriebe geben an, dass der Anteil des Umsatzes, der mit Tourist:innen verursacht wird, **mehr als 25 %** ist.

### Frage 7: Welche Bedeutung hat Ihrer Ansicht nach der Tourismus für Ihr Tal/Ihre unmittelbare Region?

Die Bedeutung des Tourismus für das Tal/die unmittelbare Region **wird auf einer Skala von 0 bis 100 % mit 64 %** als sehr hoch eingeschätzt. **(Alpenregion: 69 %)**

### Frage 8: Welchen Einfluss hat der Tourismus auf die Lebensqualität in Ihrem Tal/in Ihrer unmittelbaren Region?

sehr positiv	0 %
positiv	76,47 %
neutral	17,65 %
negativ	5,88 %
sehr negativ	0 %

### Frage 9: Womit verbinden Sie positive Effekte des Tourismus auf die Lebensqualität der Einheimischen in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region?

Der Tourismus schafft Arbeitsplätze.	94,12 %
Durch den Tourismus werden Gastronomiebetriebe (Restaurants, Cafés, Lokale) geschaffen und aufrechterhalten.	70,59 %
Einheimische sind stolz dort zu leben, wo andere Urlaub machen.	41,18 %
Der Tourismus schafft Veranstaltungen, die auch von Einheimischen gerne besucht werden.	47,06 %
Durch den Tourismus werden Infrastruktur- und Freizeit-Betriebe geschaffen und aufrechterhalten.	70,59 %
Durch den Tourismus wird wichtige Basis-Infrastruktur (Wege, Beleuchtung, ...) geschaffen.	58,82 %
Durch den Tourismus wird Abwanderung aus unseren ländlichen Bereichen verhindert.	29,41 %
Durch den Tourismus können unsere Schulen aufrechterhalten werden.	5,88 %
Der Tourismus fördert die Existenz von Geschäften bzw. Einzelhandel.	52,94 %
Der Tourismus schafft Mobilitätsangebote.	52,94 %
Der Tourismus fördert den Erhalt kultureller Traditionen.	11,76 %
Tourismus macht die Menschen offener.	29,41 %
Tourismus fördert die Nachhaltigkeit in Regionen.	17,65 %
Der Tourismus hilft die Existenz der Landwirtschaft abzusichern.	29,41 %
Sonstiges (bitte angeben)	0%

### Frage 10: Wie wichtig ist der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region und die damit entstandenen positiven Effekte für die Gewinnung von Mitarbeiter:innen für Ihren Betrieb?

Der Tourismus im Tal/in der unmittelbaren Region ist für die Gewinnung von Mitarbeiter:innen für den Betrieb wichtig – wird **durchschnittlich mit 22/100** angegeben. **(Alpenregion: 34/100)**

### Frage 11: Wie wichtig ist der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region und die damit entstandenen positiven Effekte für die Bindung bzw. das Halten von Mitarbeiter:innen in Ihrem Betrieb?

Noch wichtiger wird der Tourismus zur Bindung der Mitarbeiter:innen im Betrieb gesehen: **19/100**. **(Alpenregion: 59/100)**.

**Frage 12: Wer profitiert Ihrer Meinung nach vom Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region? (Mehrfachantworten möglich)**

Beherbergungsbetriebe	88,24 %
Gastronomiebetriebe (Restaurant/Café/Lokal)	94,12 %
Freizeit-Infrastrukturbetriebe (Bergbahnen, Schwimmbäder, Sporteinrichtungen, Ausflugsziele...)	88,24 %
Handel (Supermarkt, Bäcker, Metzger, Apotheke, Tankstellen, Geschäft...)	76,47 %
Transport und Verkehr (Öffentliche Verkehrsmittel, Taxi, Mietauto)	47,06 %
Sonstige Dienstleistungsbetriebe (Friseur, Sport-Verleih, ...)	64,71 %
Landwirtschaft (regionale Produkte, ...)	64,71 %
Handwerksbetriebe und Bauwirtschaft (Tischler, Elektriker, ...)	70,59 %
Sonstiges (bitte angeben)	11,76 %

**Frage 13: Stellen Sie sich bitte vor, es würde den Tourismus bei Ihnen im Tal/in Ihrer unmittelbaren Region und die entsprechenden Aufträge gar nicht mehr geben ... Was bedeutet das für Ihren Betrieb?**

Ich müsste meinen Betrieb schließen	6,25 %
Ich müsste den Betrieb umstrukturieren	25 %
Ich kann den Wegfall an Aufträgen aus dem Tourismus durch andere Aufträge kompensieren	75 %

**Frage 14: Wie überlebensfähig wäre Ihr Betrieb, wenn der Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region um 50 % zurückgehen würde?**

nicht überlebensfähig	6,25 %
eher nicht überlebensfähig	12,5 %
eher schon überlebensfähig	12,50 %
überlebensfähig	68,75 %



**Frage 15: Wie stark gefährdet wäre die Existenz Ihres Betriebs, wenn es den Tourismus in Ihrem Tal/Ihrer unmittelbaren Region nicht mehr gäbe?**




Wenn es dem Tourismus im Tal nicht mehr geben würde, wäre die Existenz der nicht touristischen Betriebe durchschnittlich zu **22 %** gefährdet **(Alpenregion: 27 %)**

**Frage 16: Wie stark stimmen Sie folgender Aussage zu? „Ohne Gäste gäbe es viele – auch für Einheimische praktische – Einrichtungen nicht“**

stimme zu	62,5 %
stimme nicht zu	12,50 %
keine Angabe	25 %

# Gästebefragung

## Gästebefragung im Großen Walsertal

-  Befragungszeitraum: Es wurden Gäste befragt, die zwischen 2023 und 2025 Urlaub im Großen Walsertal gemacht haben
-  Stichprobe, n=681
-  Methode: Onlinebefragung

### Frage 1: In welcher Unterkunft haben Sie Ihren Urlaub verbracht?

#### Sommerhalbjahr (Mai – Oktober)

Hotel	41,67 %
Ferienwohnung	30,95 %
Privatzimmervermietung	2,14 %
Urlaub am Bauernhof	1,19 %
Campingplatz	9,52 %
Sonstiges	14,52 %

#### Winterhalbjahr (November – April)

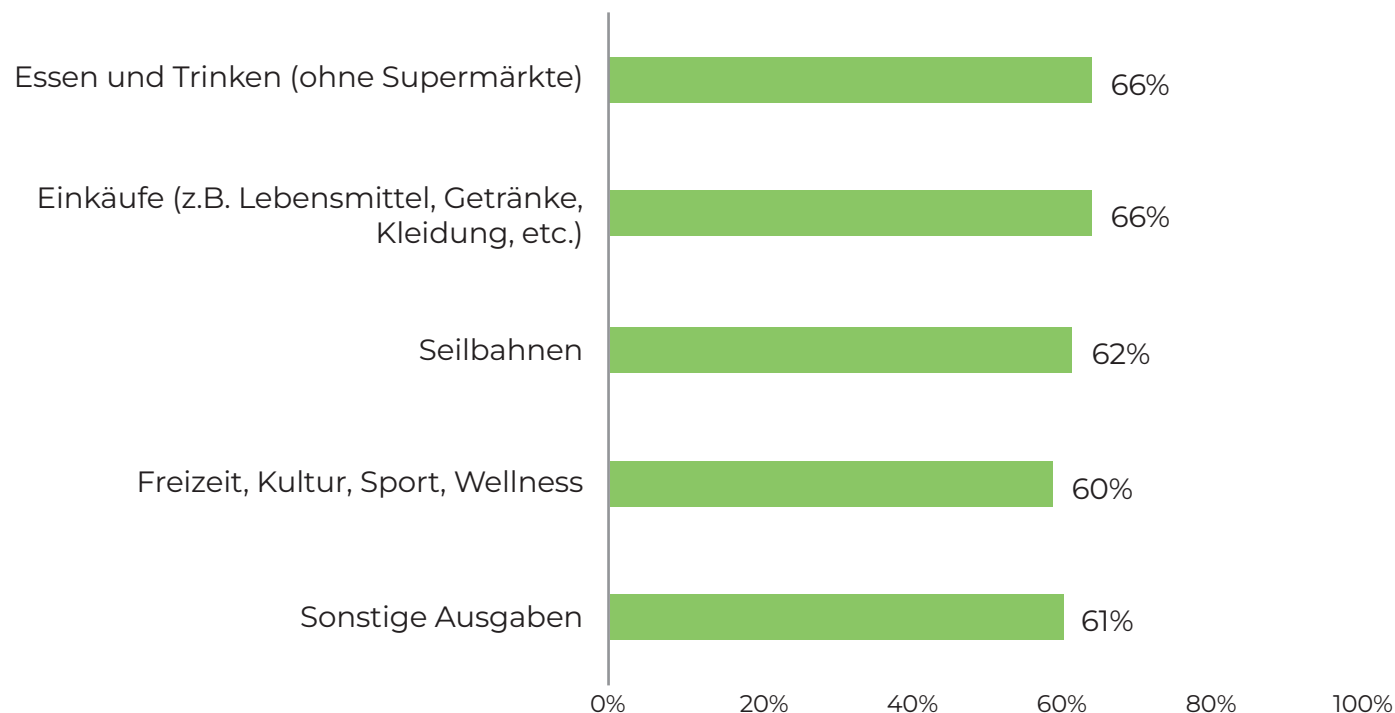
Hotel	54,41 %
Ferienwohnung	27,59 %
Privatzimmervermietung	0,38%
Urlaub am Bauernhof	0,77 %
Campingplatz	1,92 %
Sonstiges	14,94 %

## Frage 2: Welche Ausgaben sind in Ihrem Urlaub angefallen?

	Winter 2023/2024	Sommer 2024	Tourismusjahr 2023/2024
<b>Summe Nächtigungen</b>	<b>87 022</b>	<b>98 319</b>	<b>185 341</b>
<b>Ausgabe pro Gast und Nacht inkl. Ust</b>			
An- und Rückreise	€ 19,27	€ 15,10	
Verkehrsmittel vor Ort	€ 4,42	€ 4,11	
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 131,30	€ 88,13	
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 23,63	€ 15,71	
Essen und Getränke ohne Supermärkte	€ 24,06	€ 17,77	
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 16,99	€ 14,56	
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 25,98	€ 3,03	
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 9,96	€ 4,50	
Sonstige Ausgaben	€ 5,63	€ 7,03	
<b>Gesamtausgaben pro Gast und Nacht ohne Anreise inkl. USt</b>	<b>€ 241,97</b>	<b>€ 154,84</b>	
<b>Ausgaben für alle Nächtigungen</b>			
An- und Rückreise	€ 1 676 914	€ 1 484 617	€ 3 161 531
Verkehrsmittel vor Ort	€ 384 637	€ 404 091	€ 788 728
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 11 425 989	€ 8 664 843	€ 20 090 842
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 2 056 330	€ 1 544 591	€ 3 600 921
Essen und Getränke ohne Supermärkte	€ 2 093 746	€ 1 747 129	€ 3 840 878
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 1 478 504	€ 1 431 525	€ 2 910 028
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 2 260 832	€ 297 907	€ 2 558 738
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 866 739	€ 442 436	€ 1 309 175
Sonstige Ausgaben	€ 489 934	€ 691 183	€ 1 181 116
<b>Gesamtausgaben für alle Nächtigungen ohne Anreise inkl. USt.</b>	<b>€ 21 056 713</b>	<b>€ 15 223 713,96</b>	<b>€ 36 280 427</b>

# Hoher Anteil der Gästerausgaben, die im Großen Walsertal bleiben

Prozentueller Anteil der Ausgaben, die im Tal angefallen sind...





## Hoher Anteil der Gästerausgaben, die im Großen Walsertal bleiben

Ausgaben durch Gäste aus dem GWT	Für ein Touris- musjahr	davon bleibt im Tal	
Essen und Trinken	€ 4 Mio.	66%	€ 2,6 Mio.
Einkäufe	€ 3 Mio.	66%	€ 2 Mio.
Seilbahnen	€ 2,5 Mio.	62%	€ 1,6 Mio.
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 1 Mio.	60%	€ 0,6 Mio.
Sonstige Ausgaben	€ 1 Mio.	61%	€ 0,6 Mio.

# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal (pro Jahr)

**185 Tsd. Übernachtungen\*** bringen

\*Übernachtungen: Lt. Nächtigungsstatistik

**€ 36,3 Mio. Umsatz\*** und

\*Umsatz lt. Ausgaben der Gäste (ermittelt über Gästebefragung) und Anzahl der Gesamtübernachtungen aus Statistik

**€ 29,5 Mio. direkte und indirekte Wertschöpfung**



- /// In Österreich beträgt die direkte Wertschöpfung laut Tourismus-Satellitenkonto durchschnittlich 56 % vom touristischen Gesamtkonsum. Dies wird auch in der für den Tourismus in Vorarlberg durchgeführten GAW-Studie bestätigt.
- /// Die direkte und indirekte Wertschöpfung macht durchschnittlich 81 % des touristischen Gesamtkonsums aus.
- /// Der Multiplikatoreffekt, um die indirekten Effekte abzubilden, ergibt 1,45 auf die direkte Wertschöpfung.

# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal

Tourismus sorgt für **368** Vollzeitarbeitsplätze.

**Vollzeitarbeitsplätze:** Gerechnet wird mit € 80.000 direkter und indirekter Wertschöpfung des Tourismus pro Beschäftigte:n auf Basis der österreichischen Erfahrungswerte (TSA Österreich). Zum einen schafft der Tourismus direkte Arbeitsplätze, zum anderen sichert der Tourismus auch in anderen Branchen, die vom Tourismus profitieren, Arbeitsplätze (z.B. Seilbahn-Mitarbeiter:innen, Skilehrer:innen; Handwerker:innen; Mitarbeiter:innen im Handel etc. ). Die Arbeitsplatzäquivalente ausgedrückt in Vollzeitsäquivalenten (VZÄ) werden aus dem Verhältnis von Wertschöpfung durch Tourist:innen zu Wertschöpfung pro Mitarbeiter:in berechnet.

Die Gemeinden im Großen Walsertal haben jährlich **€ 470 Tsd.** Einnahmen aus der Tourismusabgaben

// **€ 470 Tsd. Tourismusabgaben**, die insgesamt an die Gemeinden gehen.

- **Davon € 340 Tsd. Erträge aus Gästetaxe** von den Beherbergungsbetrieben
- **Davon € 130 Tsd. Erträge aus den Tourismusbeiträgen** der Unternehmen

// Mit den Tourismusabgaben hat das Große Walsertal ein beträchtliches jährliches Budget für die Schaffung und den Erhalt von (Basis-) Infrastrukturen und Freizeiteinrichtungen.

// Viele der Infrastrukturen und Freizeiteinrichtungen wären ohne die Einnahmen aus Tourismusabgaben nicht finanzierbar.

# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal

## Ausflugsziele wie Bergbahnen profitieren stark vom Tourismus:

*„Wir als Bergbahn müssten ohne Tourismus schließen – nur durch unsere Einheimischen und die Tagesausflügler:innen wäre unser Betrieb wirtschaftlich nicht überlebensfähig.“* (Zitat aus den durchgeführten Expertengesprächen in der Alpenregion Vorarlberg)

### Erkenntnisse aus der Gästebefragung:

Die befragten Urlaubsgäste im Großen Walsertal geben **rund € 2,5 Mio. pro Jahr** für Seilbahnen aus. Davon laut Gästebefragung **62 %** direkt im Tal/Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht rund **€ 1,6 Mio.** Zudem geben die Gäste **€ 1 Mio. pro Jahr** für Freizeit, Kultur, Sport, Wellness aus. Davon laut Gästebefragung **60 %** direkt im Tal/Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht rund **€ 600 Tsd. pro Jahr.**

### Erkenntnisse aus der Befragung der touristischen Unternehmen in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Großen Walsertal zu klein):

**83 %** der Bergbahn-Kundschaft und **52 %** der Ausflugsziel-Gäste sind Urlauber:innen. **66 % (2/3)** der befragten Ausflugsziele und **100 %** der Bergbahnen geben an, dass sie mehr als **50 %** Umsatz mit Tourist:innen machen. **67 % (2/3)** der Bergbahnen und **33 % (1/3)** der Ausflugsziele geben an, dass sie ohne Tourismus im Tal den Betrieb schließen müssten. Die befragten Bergbahnen investieren durchschnittlich **€ 1 Mio. pro Jahr.**

# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal

## Ohne Tourismus müssten viele Gastronomiebetriebe schließen:

*„Unser Wirtshaus wäre ohne Tourismus wirtschaftlich nicht überlebensfähig. Wir müssten schließen und wir würden als beliebter Treffpunkt für die Einheimischen wegfallen.“* (Zitat aus dem Großen Walsertal)

### Erkenntnisse aus der Gästebefragung:

Im Großen Walsertal werden **€ 4 Mio. pro Jahr** für Essen und Getränke (ohne Supermärkte) durch Urlaubsgäste in der Region ausgegeben. Die Ausgaben sind laut durchgeführter Gästebefragung zu **66 %** direkt im Tal/ nahen Umfeld zur Unterkunft angefallen. Das entspricht **rund € 2,6 Mio. pro Jahr**

### Erkenntnisse aus der Befragung von Gastronomiebetrieben in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Großen Walsertal zu klein):

Der Anteil an Urlaubsgästen in den Gastronomiebetrieben der Region liegt bei **59 %**. **85 %** der befragten touristischen Betriebe und auch **75 %** der befragten nicht touristischen Betriebe geben an, dass der Tourismus Gastronomiebetriebe (Restaurants, Cafés, Lokale) schafft oder aufrecht erhält. **67 % (2/3)** der befragten Gastronomiebetriebe gaben an, dass sie ihren Betrieb schließen müssten, wenn es keinen Tourismus in der Region mehr gäbe.

# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal

## Das Handwerk und die Bauwirtschaft profitieren übermäßig stark vom Tourismus:

### Erkenntnisse aus der Befragung von touristischen Unternehmen:

Durchschnittlich **€ 77 Tsd. pro Jahr** investieren die touristischen Betriebe im Großen Walsertal. Davon **64 %** für Renovierungen/Umbauten. **60 %** der Aufträge der befragten Tourismusbetriebe fallen in einem Radius von bis zu 30 km an. **71 %** der befragten nicht touristischen Betriebe und 65 % der befragten touristischen Betriebe geben an, dass Handwerksbetriebe und die Bauwirtschaft vom Tourismus im Tal bzw. in der unmittelbaren Region profitieren.

### Erkenntnisse aus der Befragung von nicht touristischen Unternehmen in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Großen Walsertal zu klein):

**31 %** der befragten Betriebe aus Gewerbe und Handwerk gaben an, dass Sie sehr stark oder stark vom Tourismus profitieren. Ebenso gaben **31 %** der befragten Betriebe aus Gewerbe und Handwerk an, dass Sie ohne Tourismus im Tal nicht bzw. eher nicht überlebensfähig wären.



# Wirtschaftsfaktor Tourismus im Großen Walsertal

## Die Landwirtschaft und der Handel profitieren in hohem Ausmaß vom Tourismus:

*„Unser lokaler Spar-Markt müsste schließen, weil er nur für die knapp 700 Einwohner:innen bzw. ohne das Geschäft mit den Gästen wirtschaftlich nicht überlebensfähig wäre.“* (Zitat aus den durchgeführten Expertengesprächen.)

### Erkenntnisse aus der Gästebefragung:

**€ 3 Mio. pro Jahr** werden von Gästen des Großen Walsertales für Einkäufe ausgegeben, davon **66 %** direkt im Tal/ im Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht **€ 2 Mio. pro Jahr**.

### Erkenntnisse aus der Befragung von touristischen und nicht touristischen Betrieben im Großen Walsertal:

**60 %** der Aufträge/Vorleistungen/Zulieferungen der befragten Tourismusbetriebe fallen in einem Radius von bis zu 30 km an. **52 %** der befragten touristischen Betriebe und **36 %** der befragten nicht touristischen Betriebe geben an, dass die Landwirtschaft vom Tourismus profitiert. **65 %** der befragten touristischen Betriebe und **65 %** der nicht touristischen Betriebe gaben an, dass der Tourismus die Existenz von Geschäften bzw. Einzelhandel fördert.

### Erkenntnisse aus der Befragung von Handelsbetrieben in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Großen Walsertal zu klein):

Die befragten Betriebe aus dem Handel meinen, dass – ohne Tourismus - ihre Existenz zu **rund 40 %** gefährdet wäre. Bei den befragten Landwirtschaftsbetrieben zu knapp **30 %**.

# Was leistet der Tourismus für das Große Walsertal?

## 11 Punkte auf einen Blick

1. Tourismus ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Region.
2. Die Gemeinden und ihre Bewohner:innen profitieren vom Tourismus. Tourismus ist wichtiger Finanzier und Gestalter von Infrastruktur vor Ort.
3. Die Ausflugsziele wie z.B. Bergbahnen profitieren sehr stark vom Tourismus.
4. Ohne Tourismus müssten viele Gastronomiebetriebe schließen.
5. Das Handwerk und die Bauwirtschaft profitieren übermäßig stark vom Tourismus.
6. Die Landwirtschaft und der Handel profitieren in hohem Ausmaß vom Tourismus.
7. Tourismus ist Arbeitsplatzmotor.
8. Durch den Tourismus gelingt es leichter Mitarbeiter:innen zu finden und zu binden.
9. Der Tourismus gilt als krisensicher, denn seine Leistungen lassen sich nicht aus der Region auslagern.
10. Tourismus macht die Menschen offener.
11. Tourismus steigert die Lebensqualität für die Menschen vor Ort.