

Was leistet der Tourismus für das Klostertal?



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 das Klostertal 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 das Klosterthal?



Expertengespräche



Gästebefragung



Unternehmerbefragung



Sekundäranalysen



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. Gästeausgaben 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 Wertschöpfungseffekten
7. Beschäftigungseffekte/Arbeitsplätze ermitteln die Arbeitsplatz-Vollzeitäquivalente (VZÄ) aus der Wertschöpfung ableiten

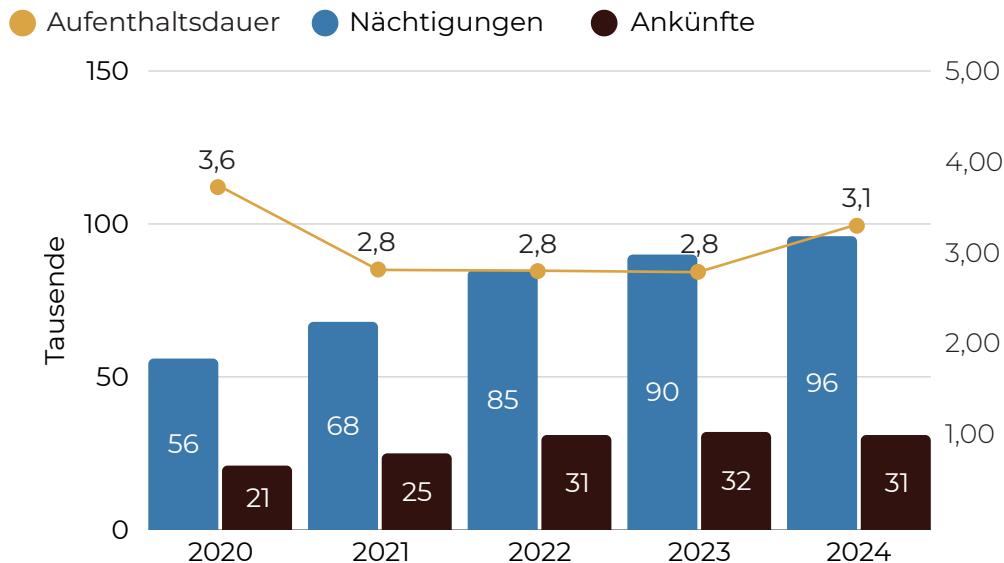
Nächtigungen und Ankünfte

Nächtigungen und Ankünfte im Tourismusjahr 2023/24

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

Positive Entwicklung der touristischen Nachfrage

SOMMERhalbjahr

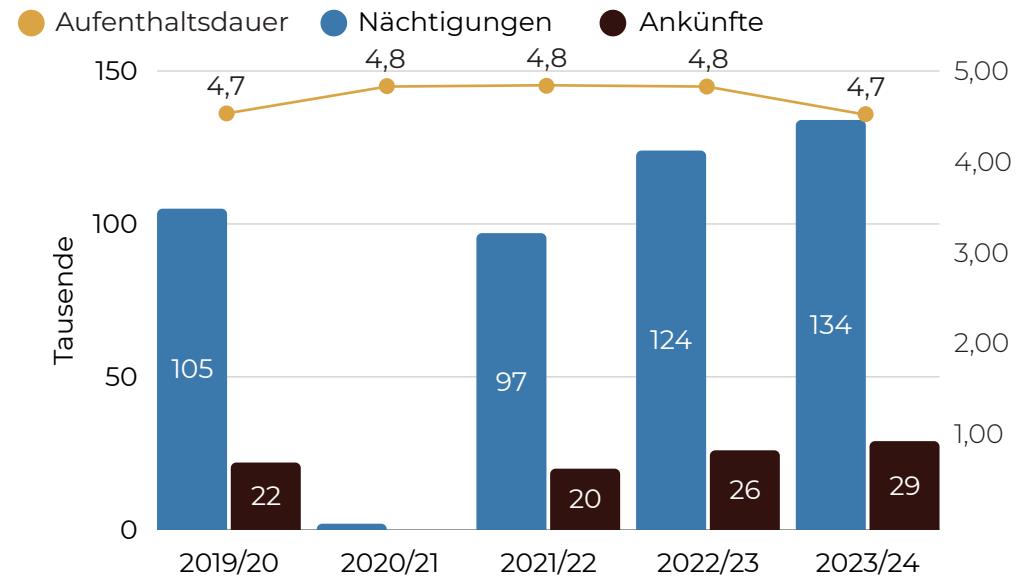


96 Tsd. Nächtigungen im Sommerhalbjahr

Das Klosterthal verzeichnet zuletzt **96 Tsd. Nächtigungen** im Sommerhalbjahr bei **31 Tsd. Gästeankünften**.

Dies entspricht einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich **3,1 Tagen im Sommerhalbjahr**.

WINTERhalbjahr



134 Tsd. Nächtigungen im Winterhalbjahr

Das Klosterthal verzeichnet zuletzt **134 Tsd. Nächtigungen** im Winterhalbjahr bei **29 Tsd. Gästeankünften**.

Dies entspricht einer Aufenthaltsdauer von durchschnittlich **4,7 Tagen im Winterhalbjahr**.

Verhältnis der Nächtigungen Sommer / Winter Klostertal

Zeitraum	Sommer	Sommer-Anteil %	Winter	Winter-Anteil %	Gesamt Sommer und Winter
2021/22	85 000	47 %	97 000	53 %	182 000
2022/23	90 000	42 %	124 000	58 %	214 000
2023/24	96 000	42 %	134 000	58 %	230 000

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 Klostertal verfügt über rund **3.600 Gästebetten (inklusive Campingbetten, ohne Stuben)**

Steigerung der Bettenzahl in den letzten **6 Jahren um 21 %**

Die Zahl der Einwohner:innen im Klostertal ist im selben Zeitraum um **3 %** gestiegen.



Touristische Betriebe im Klostertal *ohne Stuben

 163 Beherbergungsbetriebe

 26 Gastronomiebetriebe

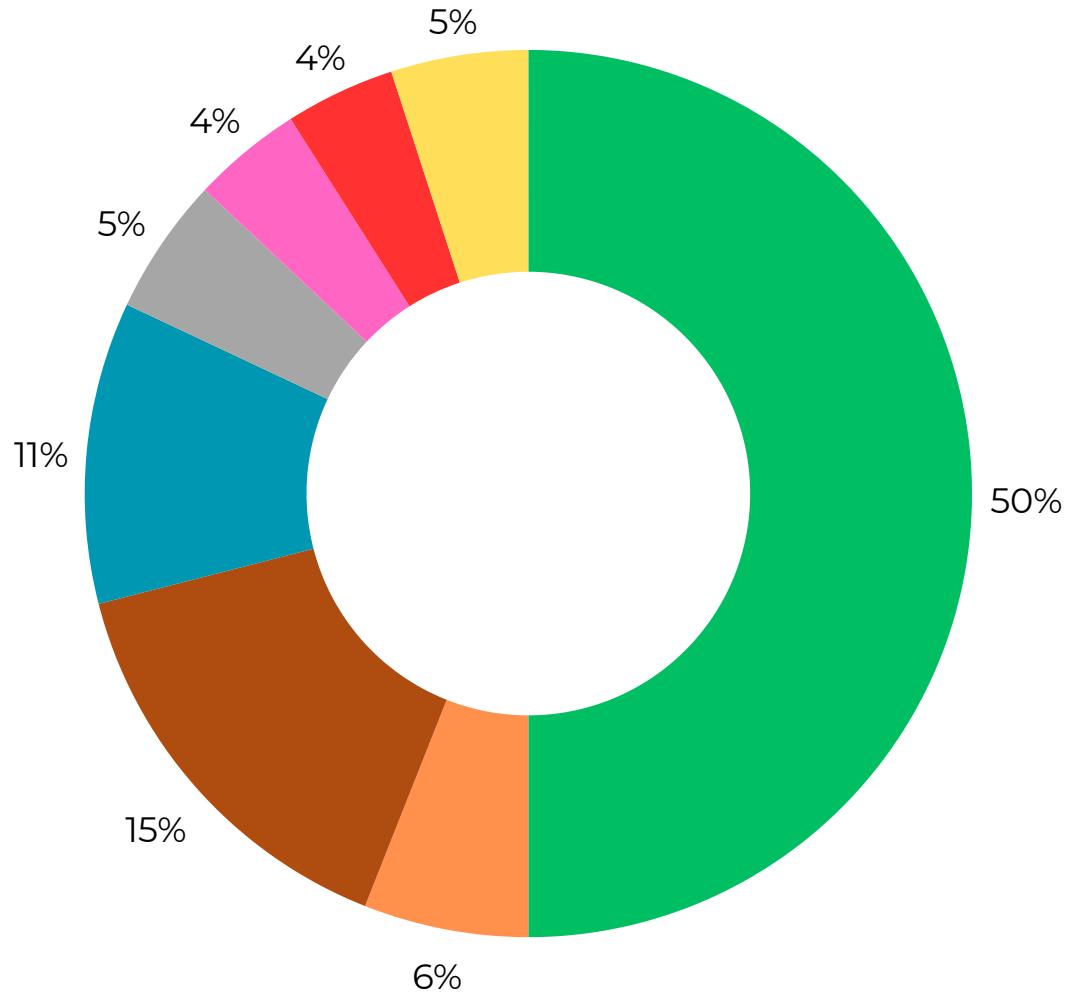
 1 Seilbahn (Klostertaler Bergbahnen Sonnenkopf)

 3 Schwimmbäder

 Diverse Ausflugsziele, bei denen über Gästeausgaben direkt Wertschöpfung erzielt wird



Ein Aufenthaltsgast im Klostertal gibt pro Nacht Ø € 182 (ohne Anreise) im SOMMERhalbjahr aus

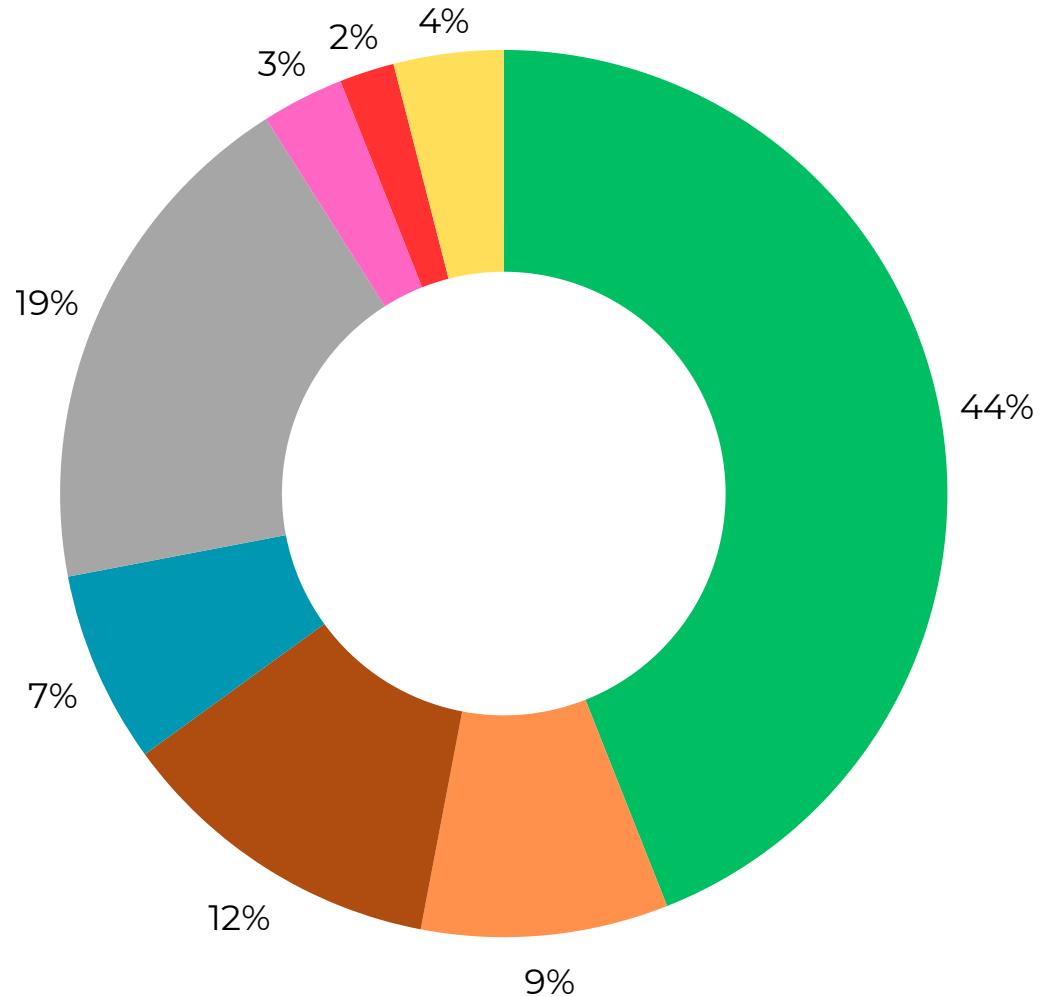


SOMMERhalbjahr

- € 90,72 Unterkunft (Arrangement)
- € 11,46 Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)
- € 27,18 Essen und Getränke ohne Supermärkte
- € 20,37 Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)
- € 9,76 Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)
- € 7,18 Freizeit, Kultur, Sport, Wellness
- € 7,06 Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Maut, Mietauto, Taxi, Bus, Parken)
- € 8,04 Sonstige Ausgaben

Quelle: Gästebefragung Kohl ▶ Partner; Ausgaben pro Guest und Nacht Sommerhalbjahr, 2025, n=140

Ein Aufenthaltsgast im Klostertal gibt pro Nacht Ø € 226 (ohne Anreise) im WINTERhalbjahr aus

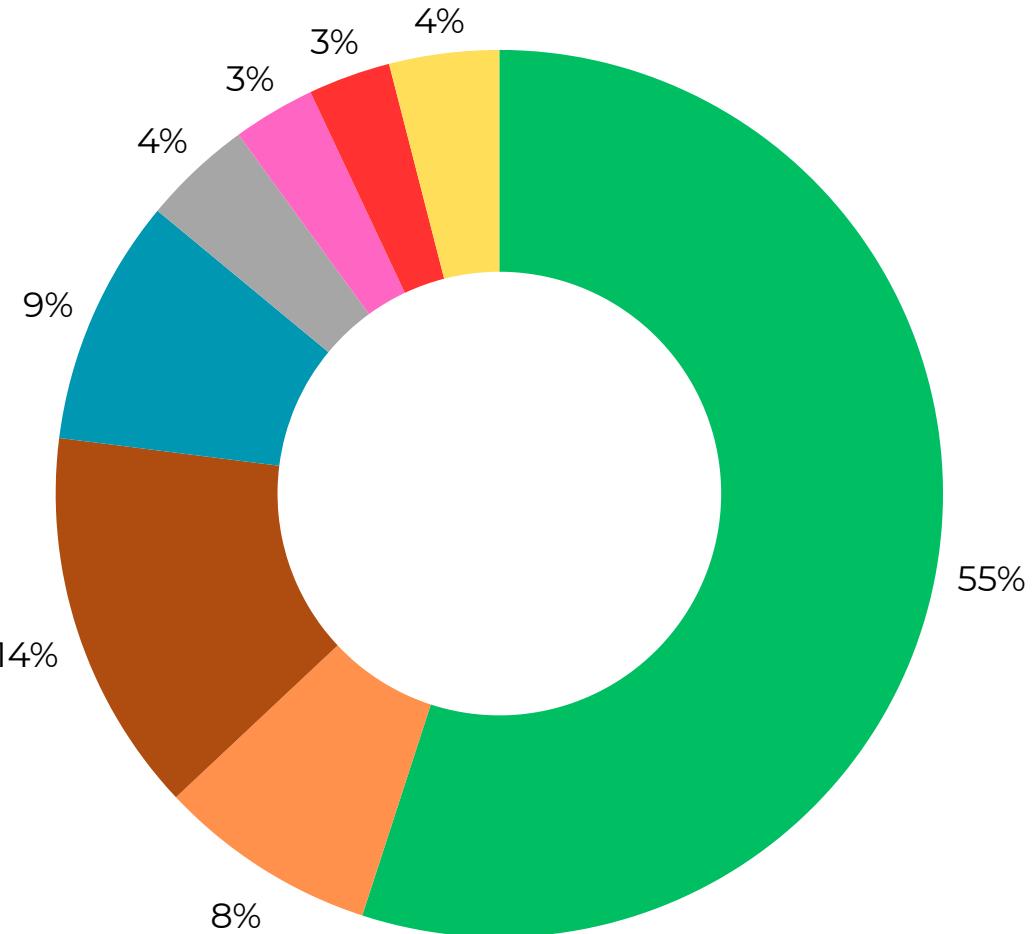


WINTERhalbjahr

- € 98,23 Unterkunft (Arrangement)
- € 19,95 Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)
- € 27,90 Essen und Getränke ohne Supermärkte
- € 15,00 Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)
- € 43,92 Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)
- € 7,01 Freizeit, Kultur, Sport, Wellness
- € 5,05 Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Maut, Mietauto, Taxi, Bus, Parken)
- € 8,71 Sonstige Ausgaben

Quelle: Gästebefragung Kohl ▶ Partner; Ausgaben pro Guest und Nacht Winterhalbjahr, 2025, n=231

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

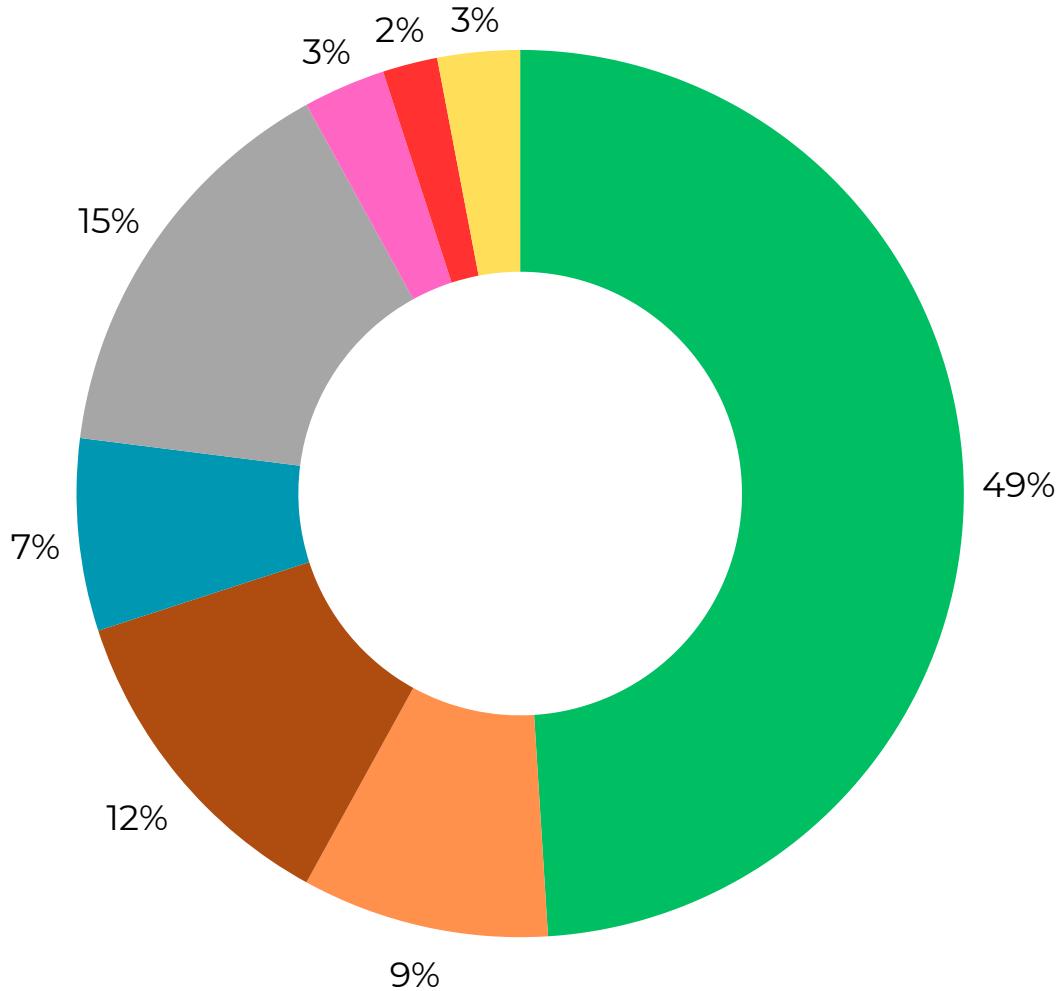


SOMMERhalbjahr

- € 96,46 Unterkunft (Arrangement)
- € 14,61 Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)
- € 23,79 Essen und Getränke ohne Supermärkte
- € 16,34 Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)
- € 7,22 Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)
- € 6,03 Freizeit, Kultur, Sport, Wellness
- € 5,42 Verkehrsmittel vor Ort (z.B. Treibstoff, Maut, Mietauto, Taxi, Bus, Parken)
- € 7,34 Sonstige Ausgaben

Quelle: Gästebefragung Kohl ▶ Partner; Ausgaben pro Guest 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 Guest 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).

	Klostertal 2011	Klostertal 2021	Ges. Alpen- region Vorarl- berg 2011	Ges. Alpen- region Vorarl- berg 2021
in Vollzeitsarbeitsplätze (Vollzeitäquivalente/VZÄ) laut Erfa-Wert Tourismus-Satellitenkonto, WIFO	106	140	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 Klostertal

- Befragungszeitraum: 11.03.2025 – 28.04.2025
- Stichprobe, n=23
- Methode: Onlinebefragung

Frage 1: Welchem Betriebstyp sind Sie zuzuordnen?

Gastronomie	21,74 %
Beherbergungsbetrieb	65,22 %
Bergbahnen	0 %
Schwimmbad	4,35 %
Auslugsziele, Freizeit-/Kulturangebot	0 %
Sonstiges	8,70 %

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

Hotel	33,33 %
Gewerbliche Ferienwohnung	26,67 %
Privatzimmervermietung	20,00 %
Urlaub am Bauernhof	0 %
Campingplatz	13,33 %
Sonstiges Unterkünfte	13,33 %

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

mehr als 60	26,7 %
zwischen 51 und 60	6,7 %
zwischen 41 und 50	13,3 %
zwischen 31 und 40	0 %
zwischen 21 und 30	3,3 %
zwischen 10 und 20	26,7 %
zwischen 1 und 9	13,3 %

Frage 4: Größe des Unternehmens

Über 50 Mitarbeiter:innen	0 %
21–50 Mitarbeiter:innen	0 %
6–20 Mitarbeiter:innen	43,48 %
1–5 Mitarbeiter:innen	56,52 %

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

mehr als 10	21,1 %
zwischen 5 und 10	31,6 %
zwischen 3 - 5	10,5 %
zwischen 0,5 - 3	26,3 %
0	10,5 %

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

74 % 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%	65,2 %
51–75%	17,4 %
26–50%	17,4 %
0–25%	0 %

Frage 8: Anteil an Einheimischen bei Ihren Kund:innen

Der Anteil an Einheimischen bei den Kund:innen wird in den touristischen Betrieben mit **durchschnittlich 19 %** angegeben (**Alpenregion: 28 %**).

Frage 9: Anteil an Gästen bei Ihren Kunden

Der Anteil an Tourist:innen bei den Kunden der touristischen Betriebe liegt bei **85 %** (**Alpenregion: 76 %**).

Frage 10: Wie stark profitiert Ihr Betrieb vom Tourismus?

78,26%	sehr stark
17,39%	stark
0,00%	mittel
4,35%	gering
0,00%	gar nicht

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 **74 %** als sehr hoch eingeschätzt (**Alpenregion: 78 %**).

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

sehr positiv	47,83 %
positiv	30,43 %
neutral	17,39 %
negativ	4,35 %
sehr negativ	0 %

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.	86,96 %
Durch den Tourismus werden Gastronomiebetriebe (Restaurants, Cafés, Lokale) geschaffen und aufrechterhalten.	91,30 %
Einheimische sind stolz dort zu leben, wo andere Urlaub machen.	30,43 %
Der Tourismus schafft Veranstaltungen, die auch von Einheimischen gerne besucht werden.	60,87 %
Durch den Tourismus werden Infrastruktur- und Freizeit-Betriebe geschaffen und aufrechterhalten.	82,61 %
Durch den Tourismus wird wichtige Basis-Infrastruktur (Wege, Beleuchtung, ...) geschaffen.	82,61 %
Durch den Tourismus wird Abwanderung aus unseren ländlichen Bereichen verhindert.	30,43 %
Durch den Tourismus können unsere Schulen aufrechterhalten werden.	8,70 %
Der Tourismus fördert die Existenz von Geschäften bzw. Einzelhandel.	73,91 %
Der Tourismus schafft Mobilitätsangebote.	60,87 %
Der Tourismus fördert den Erhalt kultureller Traditionen.	26,09 %
Der Tourismus hilft die Existenz der Landwirtschaft abzusichern.	17,39 %
Tourismus macht die Menschen offener.	52,17 %
Tourismus fördert die Nachhaltigkeit in Regionen.	21,74 %
Sonstiges (bitte angeben)	0 %

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 60/100** 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: **65/100. (Alpenregion: 63/100).**

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

Beherbergungsbetriebe	100 %
Gastronomiebetriebe (Restaurant/Café/Lokal)	100 %
Freizeit-Infrastrukturbetriebe (Bergbahnen, Schwimmbäder, Sporteinrichtungen, Ausflugsziele...)	91,30 %
Handel (Supermarkt, Bäcker, Metzger, Apotheke, Tankstelle, Geschäft...)	95,65 %
Transport und Verkehr (Öffentliche Verkehrsmittel, Taxi, Mietautos)	73,91 %
Sonstige Dienstleistungsbetriebe (Friseur, Sportverleih, ...)	69,57 %
Landwirtschaft (regionale Produkte, ...)	52,17 %
Handwerksbetriebe und Bauwirtschaft (Tischler, Elektriker, ...)	69,57 %
Sonstiges (bitte angeben)	4,35 %

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?

Viele Befragte wünschen sich mehr Bewusstsein in der Bevölkerung für die Bedeutung des Tourismus und seine positiven Auswirkungen auf Infrastruktur, Arbeitsplätze und Lebensqualität. Oft werde über Einschränkungen geklagt, ohne zu verstehen, dass viele Angebote – von Loipen über Wanderwege bis Schwimmbäder – durch den Tourismus und die Gästetaxe ermöglicht werden. Gefordert werden daher mehr Aufklärung, Transparenz und Kommunikation, auch durch Gemeinden und politische Vertreter:innen. Zudem sollten Kostenstrukturen vereinfacht, Verwaltungsaufwand reduziert und der Fokus stärker auf die Betriebe und Gäste gelegt werden. Mehr Investitionen in öffentliche Verkehrsmittel, zeitgemäße Angebote und eine offenere Haltung gegenüber dem Tourismus könnten die Tourismusgesinnung zusätzlich stärken.

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

Weniger als 100.000 EUR	64,3 %
100.000 – 500.000 EUR	28,6 %
500.000 – 1.000.000 EUR	7,1 %
Mehr als 1.000.000 EUR	0 %

Die befragten touristischen Betriebe investieren durchschnittlich rund **€ 153 Tsd. pro Jahr (Alpenregion: € 156 Tsd.)**

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

21 % der Investitionen betreffen Neubauten/Betriebserweiterungen. (**Alpenregion: 27 %**)

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

64 % 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 33 % 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	72,22 %
Ich müsste den Betrieb umstrukturieren	27,78 %
Ich kann den Wegfall an Gästen aus der Region durch Einheimische und Tagesausflügler:innen kompensieren	16,67 %

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

nicht überlebensfähig	55,56 %
eher nicht überlebensfähig	27,78 %
eher schon überlebensfähig	11,11 %
überlebensfähig	5,56 %

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

nicht überlebensfähig	50 %
eher nicht überlebensfähig	16,67 %
eher schon überlebensfähig	22,22 %
überlebensfähig	11,11 %

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 **79 %** gefährdet.

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

stimme zu	88,89 %
stimme nicht zu	11,11 %

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?

59 % 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 Klostertal

- Befragungszeitraum: 11.03.2025 – 28.04.2025
- Stichprobe, n=12
- Methode: Onlinebefragung

Frage 1: Welchem Betriebstyp sind Sie zuzuordnen?

Gewerbe und Handwerk	25 %
Handel	25 %
Information & Consulting	8,33 %
Tourismus & Freizeitwirtschaft	0 %
Industrie	0 %
Bank & Versicherung	0 %
Transport & Verkehr	16,67 %
Landwirtschaft	8,33 %
Sonstiges	16,67 %

Frage 2: Größe des Unternehmens

1–5 Mitarbeiter:innen	41,67 %
6–20 Mitarbeiter:innen	58,33 %
21–50 Mitarbeiter:innen	0 %
Über 50 Mitarbeiter:innen	0 %

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

Mehr als 10	33,3 %
5 – 10	33,3 %
zwischen 3 – 5	8,3 %
zwischen 0,5 – 3	25 %
0	0 %

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

89 % 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

41 % 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 78 % 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	18,18 %
positiv	54,55 %
neutral	27,27 %
negativ	0 %
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.	90,91 %
Durch den Tourismus werden Gastronomiebetriebe (Restaurants, Cafés, Lokale) geschaffen und aufrechterhalten.	81,82 %
Einheimische sind stolz dort zu leben, wo andere Urlaub machen.	54,55 %
Der Tourismus schafft Veranstaltungen, die auch von Einheimischen gerne besucht werden.	27,27 %
Durch den Tourismus werden Infrastruktur- und Freizeit-Betriebe geschaffen und aufrechterhalten.	54,55 %
Durch den Tourismus wird wichtige Basis-Infrastruktur (Wege, Beleuchtung, ...) geschaffen.	54,55 %
Durch den Tourismus wird Abwanderung aus unseren ländlichen Bereichen verhindert.	27,27 %
Durch den Tourismus können unsere Schulen aufrechterhalten werden.	18,18 %
Der Tourismus fördert die Existenz von Geschäften bzw. Einzelhandel.	72,73 %
Der Tourismus schafft Mobilitätsangebote.	45,45 %
Der Tourismus fördert den Erhalt kultureller Traditionen.	18,18 %
Tourismus macht die Menschen offener.	18,18 %
Tourismus fördert die Nachhaltigkeit in Regionen.	18,18 %
Der Tourismus hilft die Existenz der Landwirtschaft abzusichern.	27,27 %
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 31/100** 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: **33/100. (Alpenregion: 59/100)**.

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

Beherbergungsbetriebe	90,91 %
Gastronomiebetriebe (Restaurant/Café/Lokal)	81,82 %
Freizeit-Infrastrukturbetriebe (Bergbahnen, Schwimmbäder, Sporteinrichtungen, Ausflugsziele...)	81,82 %
Handel (Supermarkt, Bäcker, Metzger, Apotheke, Tankstellen, Geschäft...)	90,91 %
Transport und Verkehr (Öffentliche Verkehrsmittel, Taxi, Mietauto)	72,73 %
Sonstige Dienstleistungsbetriebe (Friseur, Sport-Verleih, ...)	63,64 %
Landwirtschaft (regionale Produkte, ...)	36,36 %
Handwerksbetriebe und Bauwirtschaft (Tischler, Elektriker, ...)	72,73 %
Sonstiges (bitte angeben)	9,09 %

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	20 %
Ich müsste den Betrieb umstrukturieren	30 %
Ich kann den Wegfall an Aufträgen aus dem Tourismus durch andere Aufträge kompensieren	70 %

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

nicht überlebensfähig	10 %
eher nicht überlebensfähig	20 %
eher schon überlebensfähig	20 %
überlebensfähig	50 %

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 **37 %** 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	70 %
stimme nicht zu	30 %
keine Angabe	0 %

Gästebefragung

Gästebefragung im Klostertal

- Befragungszeitraum: Es wurden Gäste befragt, die zwischen 2023 und 2025 Urlaub im Klostertal gemacht haben
- Stichprobe, n=371
- Methode: Onlinebefragung

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

☀ Sommerhalbjahr (Mai – Oktober)

Hotel	32,86 %
Ferienwohnung	45 %
Privatzimmervermietung	5 %
Urlaub am Bauernhof	1,43 %
Campingplatz	13,57 %
Sonstiges	2,14 %

❄ Winterhalbjahr (November – April)

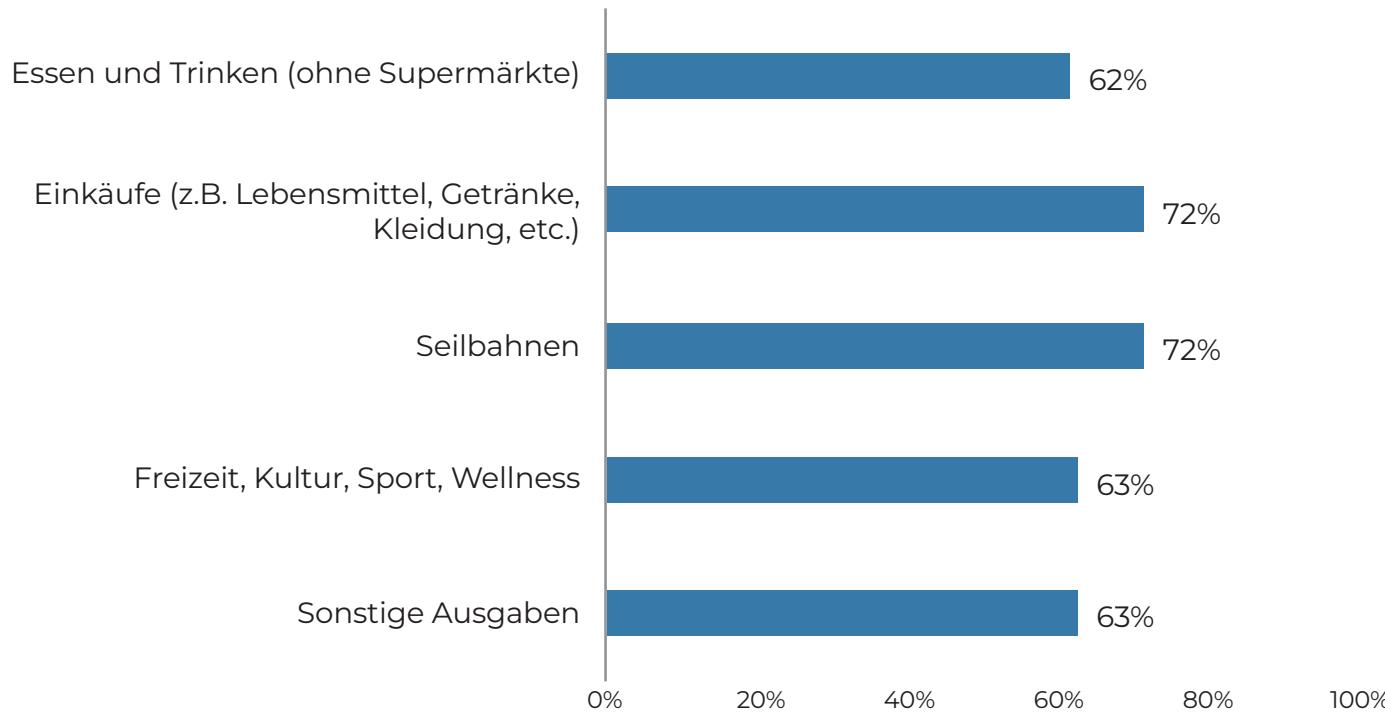
Hotel	29,44 %
Ferienwohnung	49,78 %
Privatzimmervermietung	5,63 %
Urlaub am Bauernhof	0,43 %
Campingplatz	9,96 %
Sonstiges	4,76 %

Frage 2: Welche Ausgaben sind in Ihrem Urlaub angefallen?

	Winter 2023/2024	Sommer 2024	Tourismusjahr 2023/2024
Summe Nächtigungen	133 977	96 306	230 283
Ausgabe pro Gast und Nacht inkl. Ust			
An- und Rückreise	€ 18,19	€ 18,47	
Verkehrsmittel vor Ort	€ 5,05	€ 7,06	
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 98,23	€ 90,72	
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 19,95	€ 11,46	
Essen und Getränke ohne Supermärkte	€ 27,90	€ 27,18	
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 15,00	€ 20,37	
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 43,92	€ 9,76	
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 7,01	€ 7,18	
Sonstige Ausgaben	€ 8,71	€ 8,04	
Gesamtausgaben pro Gast und Nacht ohne Anreise inkl. USt	€ 225,77	€ 181,77	
Ausgaben für alle Nächtigungen			
An- und Rückreise	€ 2 437 042	€ 1778 772	€ 4 215 813
Verkehrsmittel vor Ort	€ 676 584	€ 679 920	€ 1356 504
Unterkunft (gebuchtes Arrangement)	€ 13 160 561	€ 8 736 880	€ 21 897 441
Unterkunft - sonstige Ausgaben (Getränke, Wellness etc.)	€ 2 672 841	€ 1103 667	€ 3 776 508
Essen und Getränke ohne Supermärkte	€ 3 737 958	€ 2 617 597	€ 6 355 555
Einkäufe (z.B. Lebensmittel, Getränke, Kleidung etc.)	€ 2 009 655	€ 1961 753	€ 3 971 408
Seilbahnen und Lifte (Liftkarten)	€ 5 884 270	€ 939 947	€ 6 824 216
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 939 179	€ 691 477	€ 1 630 656
Sonstige Ausgaben	€ 1166 940	€ 774 300	€ 1941 240
Gesamtausgaben für alle Nächtigungen ohne Anreise inkl. USt.	€ 30 247 987	€ 17 505 541,62	€ 47 753 529

Hoher Anteil der Gästeausgaben, die im Klostertal bleiben

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



Hoher Anteil der Gästeausgaben, die im Klostertal bleiben

Ausgaben durch Gäste aus dem Klostertal	Für ein Tourismusjahr	davon bleibt im Tal	
Essen und Trinken	€ 6 Mio.	62%	€ 3,7 Mio.
Einkäufe	€ 4 Mio.	72%	€ 2,9 Mio.
Seilbahnen	€ 7 Mio.	72%	€ 5 Mio.
Freizeit, Kultur, Sport, Wellness	€ 2 Mio.	63%	€ 1,3 Mio.
Sonstige Ausgaben	€ 2 Mio.	63%	€ 1,3 Mio.

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Klostertal (pro Jahr)

230 Tsd. Übernachtungen* bringen

*Übernachtungen: Lt. Nächtigungsstatistik

€ 47,8 Mio. Umsatz* und

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

€ 38,7 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 Klostertal

Tourismus sorgt für **484** Vollzeitsarbeitsplätze.

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 Klostertal haben jährlich **€ 980 Tsd.** Einnahmen aus der Tourismusabgaben

- € 980 Tsd. Tourismusabgaben, die insgesamt an die Gemeinden Klösterle (inkl. Stuben), Dalaas und Innerbraz gehen.
 - Davon € 790 Tsd. Erträge aus **Gästetaxe** von den Beherbergungsbetrieben
 - Davon € 190 Tsd. Erträge aus den **Tourismusbeiträgen** der Unternehmen
- Mit den Tourismusabgaben hat das Klostertal 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 finanziert.

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Klostertal

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 Klostertal geben **rund € 7 Mio. pro Jahr** für Seilbahnen aus. Davon laut Gästebefragung **72 %** direkt im Tal/Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht rund **€ 5 Mio.** Zudem geben die Gäste **€ 2 Mio. pro Jahr** für Freizeit, Kultur, Sport, Wellness aus. Davon laut Gästebefragung **63 %** direkt im Tal/Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht rund **€ 1,3 Mio. pro Jahr.**

Erkenntnisse aus der Befragung der touristischen Unternehmen in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Klostertal 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 Klostertal

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 Klostertal)

Erkenntnisse aus der Gästebefragung:

Im Klostertal werden **€ 6 Mio. pro Jahr** für Essen und Getränke (ohne Supermärkte) durch Urlaubsgäste in der Region ausgegeben. Die Ausgaben sind laut durchgeföhrter Gästebefragung zu **62 %** direkt im Tal/ nahen Umfeld zur Unterkunft angefallen. Das entspricht **rund € 3,7 Mio. pro Jahr**

Erkenntnisse aus der Befragung von Gastronomiebetrieben in der gesamten Alpenregion Vorarlberg (Stichprobe im Klostertal 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 geben an, dass sie ihren Betrieb schließen müssten, wenn es keinen Tourismus in der Region mehr gäbe.

Wirtschaftsfaktor Tourismus im Klostertal

Das Handwerk und die Bauwirtschaft profitieren übermäßig stark vom Tourismus:

Erkenntnisse aus der Befragung von touristischen Unternehmen:

Durchschnittlich **€ 153 Tsd. pro Jahr** investieren die touristischen Betriebe im Klostertal. Davon **64 %** für Renovierungen/Umbauten. **59 %** der Aufträge der befragten Tourismusbetriebe fallen in einem Radius von bis zu 30 km an. **73 %** der befragten nicht touristischen Betriebe und 70 % 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 Klostertal 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 Klostertal

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 dem Klostertal)

Erkenntnisse aus der Gästebefragung:

€ 4 Mio. pro Jahr werden von Gästen des Klostertals für Einkäufe ausgegeben, davon **72 %** direkt im Tal/im Umfeld zur Unterkunft. Das entspricht **€ 2,9 Mio. pro Jahr**.

Erkenntnisse aus der Befragung von touristischen und nicht touristischen Betrieben im Klostertal:

59 % 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. **74 %** der befragten touristischen Betriebe und **73 %** 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 Klostertal 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 Klostertal?

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.