prodinger
DAS GEHT.

Destination Value Score

DIE BEDEUTUNG VON GÄSTEN

Der regionalwirtschaftliche Wert des Tourismus am Beispiel Zell am See

Marco Riederer, MA
Josef May, MSc

Tauern Spa Kaprun, 20. November 2025

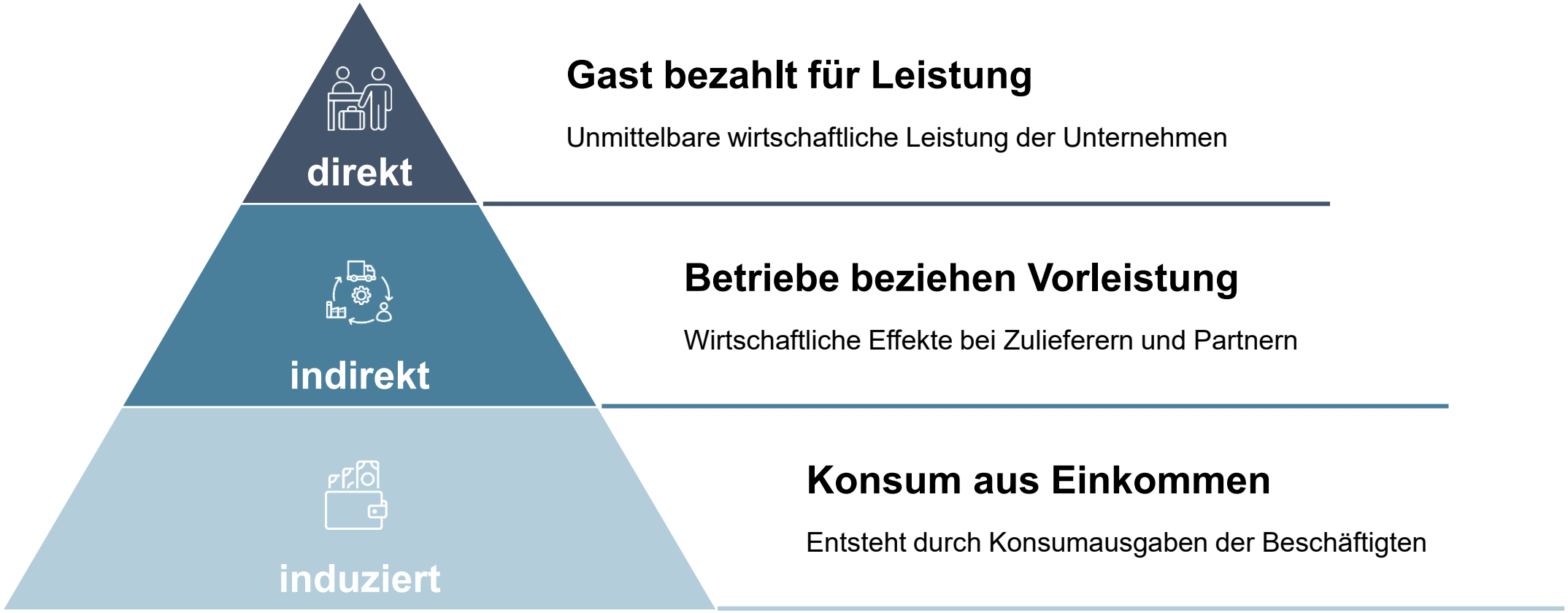
Gästeausgaben verwandeln sich in Einkommen für die Region

Was ist Wertschöpfung und warum ist das wichtig?

1	2	3	4	5
Gäste kommen in die Region	**Geld bleibt vor Ort**	**Wohlstand & Lebensqualität steigen**	**Regionale Betriebe profitieren**	**Infrastruktur & Standort werden besser**
Gäste geben Geld für Unterkunft, Essen & Freizeit aus – erste regionale Wertschöpfung	Einnahmen fließen in Löhne, Steuern, Abgaben und lokale Dienstleistungen	Tourismus stützt Arbeitsplätze, sichert Einkommen und stärkt das Gemeindebudget	Hotellerie, Landwirtschaft, Handwerk und Zulieferer stärken sich gegenseitig	Einnahmen ermöglichen Investitionen in Wege, Freizeitanlagen & öffentliche Angebote

Tourismus wirkt in 3 Stufen – direkt, indirekt und über Konsum

Die Ebenen der Wertschöpfung



Gast bezahlt für Leistung

Unmittelbare wirtschaftliche Leistung der Unternehmen

Betriebe beziehen Vorleistung

Wirtschaftliche Effekte bei Zulieferern und Partnern

Konsum aus Einkommen

Entsteht durch Konsumausgaben der Beschäftigten

Ein Urlaubstag bewegt viele Branchen, weit über Hotels hinweg

Die touristische Gäste-Wertschöpfungskette

Übernachtung	Verpflegung	Mobilität	Einkäufe & Versorgung	Erholung & Aktivitäten
Unterkunft	Restaurants / Cafés	Taxifahrten	Handel	Infrastruktur
Services	Gasthäuser	Öffentlicher Verkehr	Dienstleistungen	Museen, Natur & Kultur
Erlebnisse	Bäcker	Fahrzeugverleih	Supermärkte, Apotheken	Events & Feste
	Bauernmärkte		Tankstellen	Messe & Kongresse

Gästeausgaben - operative Wirtschaftsleistung - Arbeitsmarkteffekte - Abgaben - Investitionen

Ziel der Studie: Wie viel Einkommen verbleibt in Zell am See?

Methodik der regionalen Wertschöpfungsmessung

Übernachtung

Verpflegung

Umsatz (netto)

- Vorleistungen

Einkommen
(Löhne & Gehälter, Gewinne / Investitionen, Steuern & Abgaben)

1. Einkommensstufe
Direkte Wertschöpfung
Umsatz - Vorleistungen

2. Einkommensstufe
Indirekte Wertschöpfung
Vorleistungen x WS-Quote

Arbeitsplätze

3. Einkommensstufe
Induzierte Wertschöpfung
Arbeitsplätze x Ausgaben

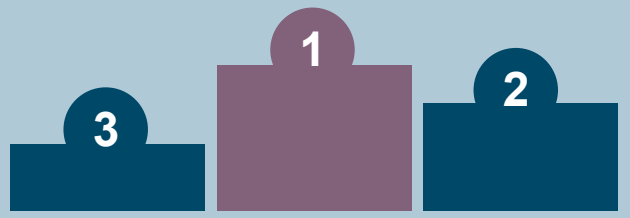
Zell am See-Kaprun im Spitzenvergleich

Stärken der Region im Ranking der Top-3-Destinationen

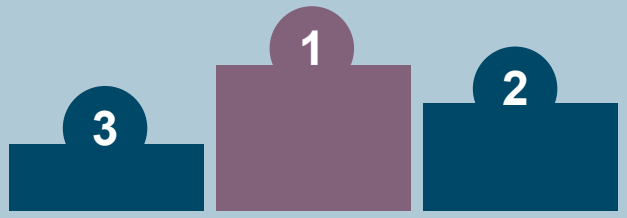
WER HAT DIE…

…HÖCHSTEN NÄCHTIGUNGSZAHLEN?

…GERINGSTE ABHÄNGIGKEIT VON DEN TOP 3 HERKUNFTSLÄNDER?



…AUSGEGLICHENSTE SAISONALITÄT?



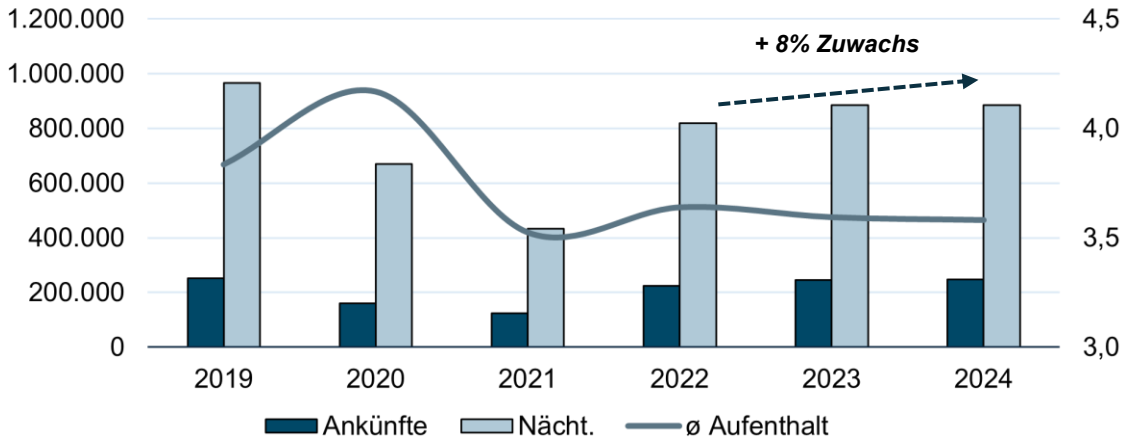
…LÄNGSTE SAISON?

Zell am See als Ganzjahresdestination mit breiter Nachfrage

Regionsprofil Zell am See

Branchenbild 2024

66	5.288	885.527	76	>95 %
Hotelbetriebe	Betten	Nächtigungen	Gastronomie-betriebe	Kleinst- und Kleinbetriebe



- Normalisierung **Nachfrage nach Pandemie**
- **Breites Angebot:** See, Berge, Ganzjahres-Infrastruktur
- **Hotels & Gastronomie** als wirtschaftliches Rückgrat der Region

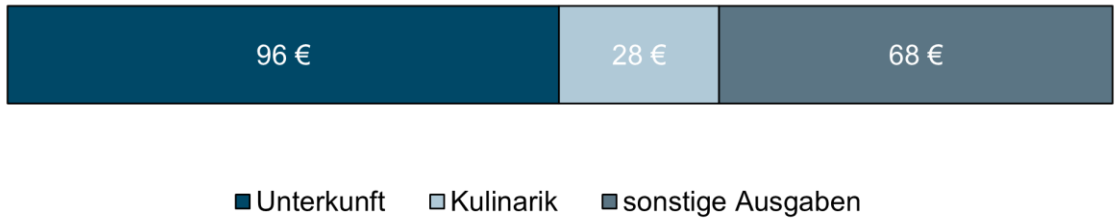
Internationaler Gästemix mit hoher Ausgabenbereitschaft

Gästeausgaben und Sektorenumsätze

Entwicklung der Herkunftsmärkte Hotellerie

	2024	Anteil	seit 2019
Deutschland	249.820	28%	-13%
Vereinigtes Königreich	123.608	14%	16%
Österreich	119.237	13%	-2%
Top 3	492.665	56%	56%
Benelux & Frankreich	101.770	11%	-2%
Mittlerer Osten	70.373	8%	-23%
Osteuropa	70.174	8%	5%
Skandinavien & Baltikum	69.047	8%	-17%
Südeuropa	9.530	1%	16%
restl. Märkte	71.968	8%	-25%
Gesamt	**885.527**	**100%**	**-8%**

Durchschnittliche Tagesausgaben Zell am See pro Nächtigung



192 €
Gesamtausgaben pro Nächtigung

140 M€
Nettoumsatz gesamt Hotellerie & Gastronomie

102 M€
Davon Nettoumsatz Hotellerie

38 M€
Davon Nettoumsatz Gastronomie

Der Winter bringt weniger Nächte, aber mehr Wertschöpfung

Saisonale Verteilung

Nächtigungen

- 52% Sommer
- 48% Winter

Aktive Hotelbetriebe

- 64 Sommer
- 63 Winter

Wintergäste geben 20% mehr aus

Betriebsergebnisse im Winter stärker als im Sommer

Ø im Österreichschnitt bis zu 2/3 des GOP im Winter erwirtschaftet)

! Winter trägt somit 55% der gesamten Wertschöpfung !

Das Geld der Gäste wird zu Löhnen, Steuern und Investitionen

Direkte Wertschöpfung im Detail

29,3 M€
Gewinne für (Re-) Investitionen

6,4 M€
Einnahmen Gemeinde & TVB

823
Vollzeit-beschäftigte

22,4 M€
sonstige Steuern & Abgaben[1)]

27,4 M€
Nettolöhne & -gehälter

! Starke Einkommenssäulen, die **Arbeitsplätze, Gemeindehaushalt und Betriebe** sichern !

Regionale Zulieferer und Beschäftigte verstärken die Wirkung

Indirekte & induzierte Effekte im Detail

Vorleistungskategorien

- Lebensmittel
- sonstiger WES
- Instandhaltung
- Energie
- Miete/Pacht
- sonstiger Aufwand

Vorleistungsquote 42% des Umsatzes
Regionaler Zulieferanteil zwischen 20 % und 85%

19,4 M€
Regionale Zulieferer

3,8 M€
Lebenserhaltungs-kosten der MA

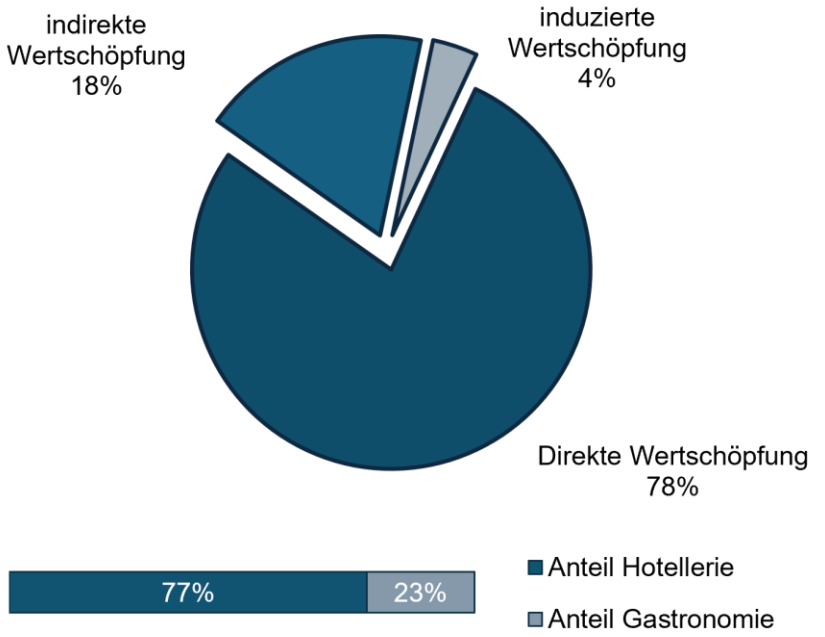
167
Weiterer Beschäftigungseffekt

! Tourismus schafft **breite wirtschaftliche Kreisläufe** !

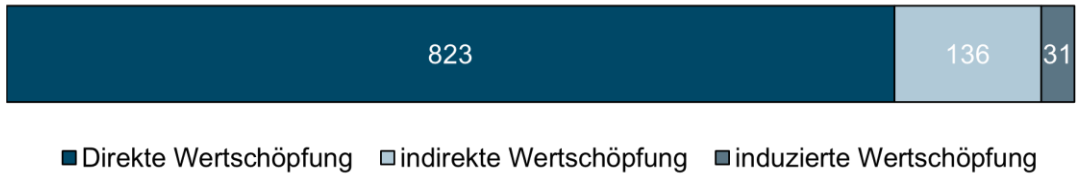
Tourismus als zentraler Arbeitgeber und Einkommensbringer

Gesamtbetrachtung Wertschöpfung & Beschäftigung

Gesamtwertschöpfung
105 Mio. €



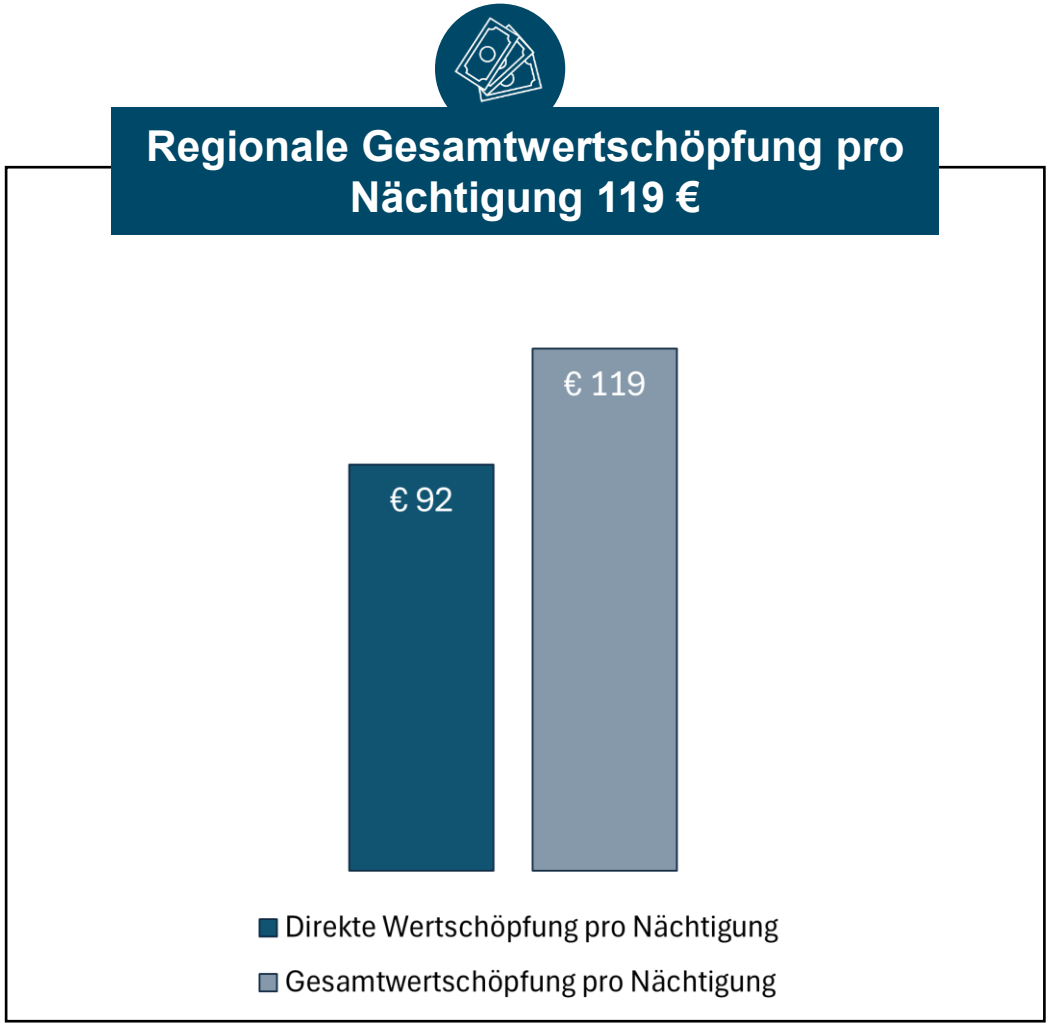
Ausgelöste Beschäftigungseffekte (geschaffene Arbeitsplätze durch Betriebe)



GESAMTWERTSCHÖPFUNG
ca. 105 Mio. € / 990 Beschäftigte

Jede Nächtigung verwandelt sich in 119 € Wertschöpfung

Wertschöpfung in Relation zu Nächtigungen



Wertschöpfung zeigt sich in Einkommen, Jobs und Betrieben

Was bedeutet das konkret?

! Tourismus stärkt die gesamte lokale Wirtschaft !

Von jedem Gästereuro bleiben **74 Cent in der Gemeinde**

1 € Wertschöpfung in Hotellerie & Gastronomie löst **+29 Cent** in anderen Branchen aus

Ein Hotel mit **100 Betten** erzeugt **~2,0 Mio. € Wertschöpfung** und sichert **19 Arbeitsplätze**

Zell am See liefert überdurchschnittlich viel Wertschöpfung

Vergleich & Einordnung

Überdurchschnittliche Wertschöpfungsquote

- **0,8 %** der **österreichweiten touristischen Wertschöpfung**
- Nur **0,6 % der Nächtigungen** – aber deutlich höhere Wertschöpfung pro Nacht
- In **Salzburg: 2,9 % der Hotelnächtigungen**, aber **4,6 % der Wertschöpfung**

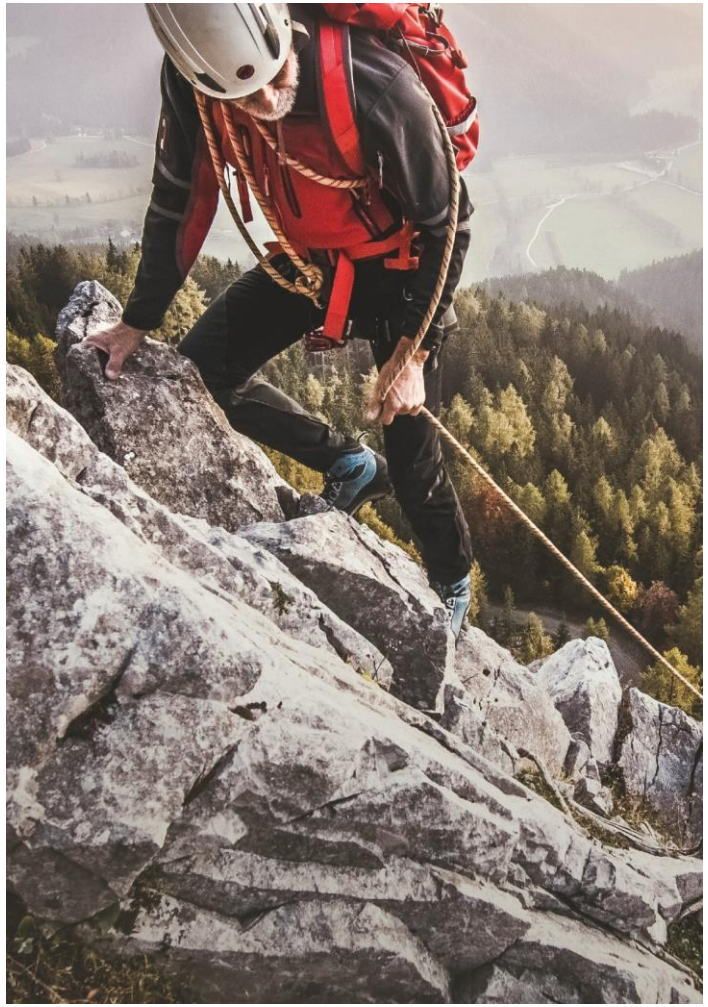
- **hochwertige Gästestruktur**
- **starke internationale Nachfrage**
- **die Positionierung als Ganzjahresdestination**

Der Tourismus stärkt Zell am See – heute und in Zukunft

Fazit & Handlungsansätze

- Internationalisierung weiter ausbauen
- Qualitätsorientierte Entwicklung forcieren
- Kooperation & Koordination verbessern
- Investitionsrahmen erleichtern
- Betriebsnachfolge sichern
- Arbeitsmarkt flexibler gestalten

! Wertschöpfung langfristig erhöhen und Standort stärken !



Marco Riederer, MA

Josef May, MSc

Prodinger Tourismusberatungs GmbH
Parkring 12/80 b, 1010 Wien
Professor-Ferry-Porsche-Straße 28, 5700 Zell am See
Tel: +43 1 890 730 9
tourismusberatung@prodinger.at
www.prodinger-tourismusberatung.at

Maylenstein Wirtschaftsberatung GmbH
Premweg 6, 5600 St. Johann im Pongau
Tel: +43 676 9125291
j.may@maylenstein.eco
www.maylenstein.eco

Die Prodinger Beratungsgruppe ist Mitglied in mehreren Netzwerken.
Die Prodinger Steuerberatung ist unabhängiges Mitglied der GGI Geneva Group International.
Die Netzwerkgruppe betreut aktuell mehr als 6.000 Kunden, davon über 500 Hotelbetriebe, 30 Destinationen und 40 Bergbahnen.