

DATEN & ZAHLEN ZUM TOURISMUS IN TIROL

Der Tourismus blickt in Tirol auf eine lange Historie zurück. Während man bis etwa Ende des 19. Jahrhunderts von einem sogenannten „Durchgangs-Fremdenverkehr“ spricht – Tirol liegt im Schnittpunkt wichtiger Nord-Süd- und Ost-West-Verbindungen – steigt insbesondere mit Beginn des 20. Jahrhunderts die Nachfrage nach Tirol als Urlaubsland.

Tourismusland Tirol

Der Tourismus spielt in Tirol eine wesentliche Rolle: Fast 25.000 Betriebe leben direkt davon. Mit rund 50.000 Erwerbstätigen ist die Branche nicht nur ein wichtiger Faktor am Arbeitsmarkt, sondern wirkt auch als Impuls für andere Wirtschaftszweige wie Handwerk oder Handel.

Aufschwung des Tourismus

Waren es zu Beginn Bildungsreisende, die vor mehr als 200 Jahren nach Tirol kamen, so zog die Sommerfrische ab Mitte des 19. Jahrhunderts immer mehr Bürger:innen während der heißen Monate zur Abkühlung in die Bergwelt. Neben der Sommerfrische bildete der Alpinismus bald das zweite touristische Standbein. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts begann sich zudem der Wintertourismus zu entwickeln.

Speziell nach dem 2. Weltkrieg nahm der Tourismus in Tirol an Fahrt auf. Das hat selbst peripheren Regionen wie den Tälern wirtschaftliche Entwicklung und Wohlstand ermöglicht. Bis Mitte der 1990er Jahre war der Sommer die wichtigere Saison und bescherte dem Land 1991 mit etwas über 23 Millionen Nächtigungen das bisher beste Ergebnis.

2018/19, im letzten vollständigen Tourismusjahr vor der Corona-Pandemie, bildeten 27,5 Millionen Nächtigungen im Winter einen neuen Höchstwert und standen 22,2 Millionen im Sommer gegenüber. Das entspricht einem Verhältnis von 55 zu 45 %.

Tourismusjahr 2022/23

Die Bilanz des **Tourismusjahrs 2022/23** (von 1. November 2022 bis zum 31. Oktober 2023) weist eine deutliche Zunahme im Vergleich zum Vorjahr auf, weil die Wintersaison im Tourismusjahr 2021/22 noch von Corona-Auflagen beeinträchtigt war. Die **Ankünfte** haben demzufolge um 15,4 Prozent auf **12,1 Millionen** zugenommen, die **Übernachtungen** um 11,8 Prozent auf **48,5 Millionen**. Daher empfiehlt sich auch eine Gegenüberstellung mit dem Tourismusjahr 2018/19 (vor Corona). Verglichen damit, liegt das Tourismusjahr 2022/23 bei den Ankünften um 2,5 Prozent und bei den Nächtigungen um 2,4 Prozent

zurück. Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** der Tiroler Gäste betrug über das gesamte Tourismusjahr 2022/23 betrachtet **4,0 Tage** und ist damit konstant zum Vorjahr.

Die **Wintersaison 2022/23** war die erste ohne coronabedingte Beschränkungen seit dem Winter 2018/19. Aus diesem Grund empfiehlt sich auch für den Winter 2022/2023 eine Gegenüberstellung mit dem Vorkrisenniveau 2018/19. Nach den starken Rückgängen während der Pandemie haben sich die Zahlen wieder deutlich erholt und liegen nur mehr leicht unter den Werten vor Corona: **25,7 Millionen Nächtigungen** in der Wintersaison 2022/23 bedeuten ein Minus von 6,5 Prozent gegenüber dem Winter 2018/19. Bei den **Gästekünften** fehlen mit **5,8 Millionen** noch 7,3 Prozent auf den Wert vor der Pandemie. Und nach einer Berechnung des MCI Tourismus kommt die **Wertschöpfung** mit **3,5 Milliarden Euro** inflationsbereinigt bis auf sechs Prozent an den Wert aus der Wintersaison 2018/19 heran. Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** erlebte im Winter 2022/23 mit **4,5 Tagen** ein Plus von 0,8 Prozent gegenüber dem Vorkrisenniveau.

Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen – insbesondere der massiven Teuerung – schloss die **Sommersaison 2023** mit einem Plus gegenüber dem Vorjahr ab, sowohl bei Ankünften als auch bei Nächtigungen: **6,3 Millionen Gästekünfte** im Zeitraum Mai bis Oktober 2023 bedeuten einen Zuwachs von 5,1 Prozent. Die **Übernachtungen** haben um 1,5 Prozent auf **22,8 Millionen** zugenommen. Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** ist leicht zurückgegangen und beträgt **3,6 Tage** (minus 0,1 Tag). Gemessen an den Nächtigungen war die Sommersaison 2023 die stärkste nach dem Sommer 1991, trotz eines deutlichen Bettenrückgangs von 371.000 auf 328.000 in den vergangenen 30 Jahren. Die **Wertschöpfung** wuchs im Vorjahresvergleich um 1,9 Prozent auf **2,4 Milliarden Euro**.

Facts

- Im **Tourismusjahr 2022/23** (1. November 2022 bis 31. Oktober 2023) kam es zu einem Anstieg an Übernachtungen im Vergleich zum Tourismusjahr 2021/22: **48,5 Millionen Nächtigungen** bedeuten einen Zuwachs von 11,8 Prozent. Diese deutliche Zunahme im Vergleich zum Vorjahr ist u.a. auf die Wintersaison im Tourismusjahr 2021/22, die noch von Corona-Auflagen beeinträchtigt war, zurückzuführen.
- Auch die **Gästekünfte** haben mit **12,1 Millionen** im Vergleich zum Vorjahr um 15,4 Prozent zugenommen.
- Die **Aufenthaltsdauer** der Tiroler Gäste betrug im Tourismusjahr 2022/23 im Schnitt **4,0 Tage** und ist damit konstant zum Vorjahr.
- Mit rund **54 Prozent** Anteil an den Gesamtnächtigungen bleibt **Deutschland** an erster Stelle der Herkunftsmärkte. Nach den Niederlanden mit 11 Prozent folgt auch schon Österreich mit einem Anteil von 8 Prozent an den Gesamtnächtigungen. Auf Platz 4 steht die Schweiz mit 5 Prozent, gefolgt von Belgien mit rund 3 Prozent.

Quellen: Landesstatistik Tirol, WIFO & Statistik Austria, Management Center Innsbruck

Die Rolle der Tirol Werbung im Tiroler Tourismus

Die Tirol Werbung ist die Landestourismusorganisation für Tirol. Ihr Auftrag ist es, die Begehrlichkeit für das Tourismusland Tirol zu steigern. Dabei fokussiert das Unternehmen auf klar definierte Zielgruppen – sowohl bei Urlaubsgästen wie auch bei Geschäftsreisenden. Die Kernaufgaben setzen sich aus folgenden Tätigkeitsfeldern zusammen:

- Inspirierende Kommunikation, die potenziellen Gästen einen erholsamen und erlebnisreichen Aufenthalt im Herz der Alpen verspricht
- Führung der Marke im touristischen Kontext, um mit der Marke Tirol die Begehrlichkeit des Tourismuslandes zielgerichtet zu steigern
- Trenderkennung und proaktive Befassung mit übergeordneten Herausforderungen sowie Entwicklung gemeinsamer zukunftsorientierter Lösungen mit Partnern
- Kooperation mit willigen Partnern, um potenzielle Gäste zu gewinnen

Unter dem Dach der Lebensraum Tirol Holding

Die Tirol Werbung GmbH ist seit 1. Jänner 2019 Teil der Lebensraum Tirol Holding GmbH, unter deren Dach sich auch die Standortagentur Tirol sowie die Agrarmarketing Tirol versammeln. Die Holding ist hundertprozentige Eigentümerin dieser drei Tochtergesellschaften. Auch die Marke Tirol wird für den gesamten Standort von der Lebensraum Tirol Holding zentral strategisch gesteuert.

Tirols Tourismusstrategie

„Der Tiroler Weg – Perspektiven für eine verantwortungsvolle Tourismusedwicklung“. So lautet der Titel der aktuellen Tourismusstrategie für Tirol. Der Tiroler Weg ist das Ergebnis sehr vieler Gespräche und vertiefender Analysen mit zahlreichen Expertinnen und Experten im und außerhalb des Tiroler Tourismus.

Vier Leitlinien prägen den Tiroler Weg:

- Lebens- & Erholungsraum
- Nachhaltigkeit & Regionalität
- Familienunternehmen & Gastgeberqualität
- Kompetenz & Innovationsführerschaft

Tirol Tourism Research

Aktuelle und detaillierte Statistiken bietet Tirol Tourism Research (TTR) – das zentrale Wissensportal für den Tiroler Tourismus. Die Tirol Werbung und das MCI Tourismus bieten mit dieser Onlineplattform direkten Zugriff auf eine Fülle von Informationen und Daten.

www.ttr.tirol

Tirol zählt mit seinen 34 Regionalverbänden zu den führenden Urlaubsdestinationen der Alpen. Der Tiroler Tourismus ist von einer fast 200jährigen Geschichte und zahlreichen Pionierleistungen geprägt. Gäste schätzen im Sommer wie im Winter die alpine Berglandschaft und Natur, die hohe Qualität in Service und Infrastruktur sowie die Gastfreundschaft. Die Tirol Werbung GmbH mit Sitz in Innsbruck ist Teil der Lebensraum Tirol Holding GmbH und fungiert als Tourismusmarketing-Organisation des Landes. Ihr wichtigster Auftrag ist es, Tirol als den begehrtesten Kraftplatz der alpinen Welt zu positionieren.

Eva Walter
PR Manager

Tirol Werbung GmbH
Maria-Theresien-Straße 55
6020 Innsbruck
+43 512 5320 365 *t*
presse@tirol.at *e*
www.presse.tirol.at *w*

LEBENSRAUM TIROL
HOLDING