

# 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 2023/24**

Die Bilanz des **Tourismusjahres 2023/24** (von 1. November 2023 bis zum 31. Oktober 2024) fällt positiv aus: Die **Nächtigungen** sind um 0,5 % auf **48,8 Millionen** gewachsen, die **Ankünfte** um 2,5 % auf **12,4 Millionen**. Die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** der Tiroler Gäste betrug über das gesamte Tourismusjahr 2023/24 betrachtet **3,9 Tage** und liegt damit etwas unter dem Vorjahr (4,0 Tage).

Für die Wintersaison 2023/24 wird ebenfalls positiv bilanziert: Mit **26,0 Millionen Nächtigungen** wird ein leichtes Plus von 1,2 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet,

**6,0 Millionen Gästeankünfte** bedeuten ebenfalls eine Zunahme, und zwar um 3,6 %. Da die Ankünfte stärker gewachsen sind als die Nächtigungen, ist die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** mit **4,4 Tagen** im abgelaufenen Winter leicht zurückgegangen und liegt etwas unter dem Vorjahreswert von 4,5 Tagen. Die **Wertschöpfung** liegt nach einer Berechnung des MCI Tourismus bei **3,76 Milliarden Euro** und damit inflationsbereinigt um 1,5 % über dem Wert des vorigen Winters.

Die Sommersaison endet für den Tiroler Tourismus mit einem stabilen Ergebnis: Trotz der herausfordernden Rahmenbedingungen – insbesondere den Unwettern im September oder der Fußball-Europameisterschaft im Frühsommer – bleibt das Urlaubsland Tirol gefragt. **6,4 Millionen Gästeankünfte** im Zeitraum Mai bis Oktober 2024 bedeuten ein kleines Plus von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr, die **Nächtigungen** gingen um 0,3 % auf **22,7 Millionen** zurück, ebenso wie die durchschnittliche **Aufenthaltsdauer** (minus 0,1 Tage auf **3,5 Tage**). Auch die **Wertschöpfung** unterstreicht das stabile Ergebnis: Sie beträgt nach einer Berechnung des MCI Tourismus für die heurige Sommersaison **2,4 Milliarden Euro**. Unter Berücksichtigung der Inflation bedeutet dies nur einen minimalen Rückgang von 0,1 %.

## Facts

- Im **Tourismusjahr 2023/24** (1. November 2023 bis 31. Oktober 2024) kam es zu einem Anstieg an Übernachtungen im Vergleich zum Tourismusjahr 2022/23: **48,8 Millionen Nächtigungen** bedeuten einen Zuwachs von 0,5 %. Auch die **Gästeankünfte** haben mit **12,4 Millionen** im Vergleich zum Vorjahr um 2,5 % zugenommen.
- Die **Aufenthaltsdauer** der Tiroler Gäste betrug im Tourismusjahr 2023/24 im Schnitt **3,9 Tage** und liegt damit etwas unter dem Vorjahr (4,0 Tage).
- Mit rund **54 %** Anteil an den Gesamtnächtigungen bleibt **Deutschland** an erster Stelle der Herkunftsmärkte. Nach den Niederlanden mit 11 % folgt auch schon Österreich mit einem Anteil von 8,2 % an den Gesamtnächtigungen. Auf Platz 4 steht die Schweiz mit 4,6 %, gefolgt von Belgien mit rund 3 %.

*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 vertiefter 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

## F.act

Aktuelle und detaillierte Statistiken bietet F.act – das Zentrum für Tourismus, Forschung und Medien. Das MCI Tourismus und die Universität Innsbruck bieten mit dieser Onlineplattform direkten Zugriff auf eine Fülle von Informationen und Daten: [www.fact.tirol](http://www.fact.tirol).

Tirol zählt mit 12,4 Millionen Gästen und 48,8 Millionen Übernachtungen im Tourismusjahr 2023/24 sowie 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 Gruppe und fungiert als Landestourismusorganisation. Ihr wichtigster Auftrag ist es, die Begehrlichkeit des Tourismuslandes Tirol zu steigern.

**Eva Walter**  
Presse

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

t  
e  
w

**LEBENSRAUM TIROL**  
HOLDING