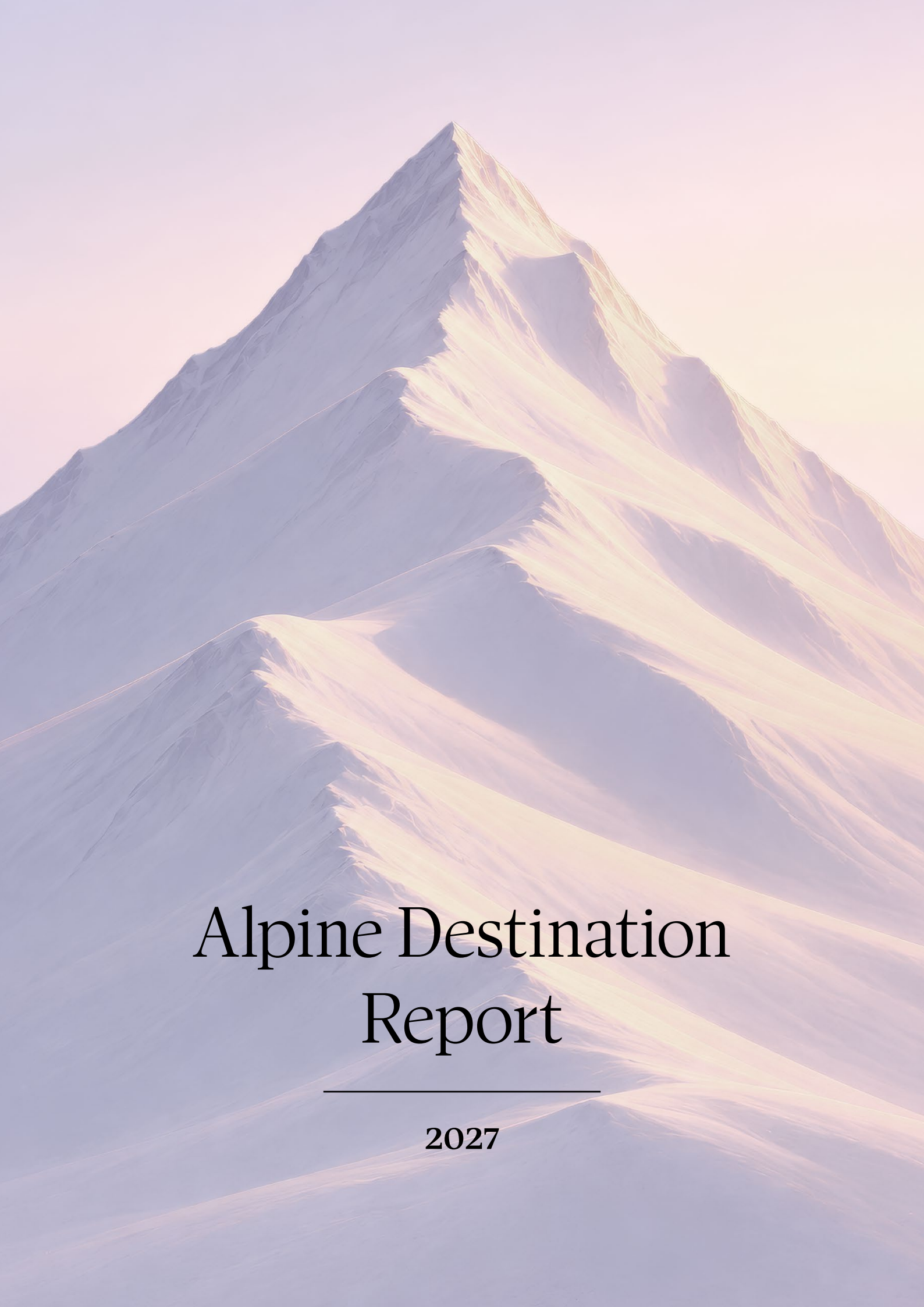




Alpine Destination Report

2027



Impressum

Autoren:	Thomas Reisenzahn Marco Riederer Andrä Hellweger
Zeitraum:	Juli bis Oktober 2026
Medieninhaber:	Prodinger Tourismusberatungs GmbH

Alle Inhalte dieses Reports, insbesondere Texte und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt bei der Prodinger Tourismusberatungs GmbH. Die Publikation darf weder teilweise noch vollständig kopiert oder in einer anderen Form reproduziert werden, um so Dritten zur Verfügung gestellt zu werden.

Die Inhalte wurden nach bestem Wissen und Gewissen erstellt und beruhen auf spezifischen Branchenerfahrungen sowie dem letzten Wissens- und Informationsstand. Diese Publikation wurde mit größter Sorgfalt recherchiert und erstellt. Es wird darauf hingewiesen, dass möglicherweise einige textliche Formulierungen und Zusammenfassungen durch den Einsatz von KI-Programmen generiert wurden. Trotz sorgfältiger Überprüfung kann keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der bereitgestellten Informationen übernommen werden. Die endgültige Verantwortung für die Inhalte liegt bei den Autoren und Herausgebern dieser Publikation. Die Prodinger Tourismusberatungs GmbH übernimmt keine Haftung für die zur Verfügung gestellten Zahlen.

Aus Gründen der einfachen Lesbarkeit wird in diesem Report auf die grammatikalisch weibliche Form bzw. Kombination von männlicher und weiblicher Form verzichtet. Unabhängig von der gewählten Form sind jeweils beide Geschlechter gleichberechtigt gemeint.

1. Einleitung	4
1.1. Methodik und Ziel	6
2. Daten & Informationen	8
2.1. Angebot & Nachfrage	8
2.2. Preisniveau	19
2.3. Attraktivität	24
2.4. Zusammenfassung der wichtigsten Performance-Daten	29
3. Ranking	30
3.1. Angebot & Nachfrage	31
3.2. Preisniveau	33
3.3. Attraktivität	36
3.4. Gesamt-Ranking 2026	39
4. Fazit & Zusammenfassung	40
5. Blick in die Schweiz	42
5.1. Angebot & Nachfrage	43
5.2. Preisniveau	48
5.3. Attraktivität	51
5.4. Fazit Kombi-Rankings	59
6. Gastbeitrag	61
Quellenverzeichnis	63
Gemeindeliste	64
Prodinger. Das geht.	68

1. Einleitung

Der alpine Tourismus ist in Bewegung. Über Jahrzehnte war insbesondere der Wintertourismus der wirtschaftliche Motor vieler alpiner Destinationen. Hohe Wertschöpfung, starke Auslastung und die internationale Strahlkraft des Skisports haben die Entwicklung ganzer Regionen geprägt. Doch die Rahmenbedingungen verändern sich. Steigende Betriebs- und Investitionskosten verschärfen den wirtschaftlichen Druck auf die Betriebe und erschweren notwendige Investitionen. Höhere Temperaturen verlangen zusätzliche Anstrengungen, um Schneesicherheit und ein verlässliches Wintersporterlebnis gewährleisten zu können. Zugleich unterstreichen sie die Bedeutung eines attraktiven Angebots über das ganze Jahr. Für viele Destinationen bleibt die Wahrung der Schneesicherheit und der bestehenden Infrastruktur unverzichtbar, reicht allein aber nicht aus, um die Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten.

Auch das Reiseverhalten verändert sich. Die Aufenthaltsdauern werden kürzer, die saisonale Nachfrage schwankt stärker und besonders der März entwickelt sich vielerorts zu einem schwierigen Wintermonat. Die Erwartungen der Gäste steigen und der Wettbewerb um qualifizierte Arbeitskräfte bleibt eine zentrale Herausforderung. Hinzu kommen die Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung und die Frage, welcher Teil der Wertschöpfung tatsächlich in den Destinationen verbleibt. Diese Entwicklungen werfen viele Fragen auf.

Genau hier setzt der *Alpine Destination Report 2027* an. Er untersucht, wie sich ausgewählte alpine Destinationen auf diese veränderten Rahmenbedingungen anpassen und wie sie sich in den Bereichen Angebot & Nachfrage, Attraktivität sowie Wertschöpfung weiterentwickeln.

Neben den bereits im Vorjahr untersuchten österreichischen Tourismusregionen wurde der Destinationsvergleich um die neu fusionierte

Salzburger Sportwelt erweitert. Ergänzend fließen acht ausgewählte Schweizer Gemeinden in den Destinationsvergleich ein, wodurch unterschiedliche Tourismusstrukturen des alpinen Tourismus länderübergreifend gegenübergestellt werden können. Bei der Analyse der Schweizer Tourismusorte wurden wir von unseren Partnern Hotel Inside und der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) unterstützt.

Der *Alpine Destination Report 2027* bietet Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern, Tourismusorganisationen sowie Investorinnen und Investoren eine fundierte Grundlage zur Einordnung und zum Vergleich alpiner Destinationen. Der Report versteht sich als strategisches Instrument. Er zeigt, wo die untersuchten Destinationen heute stehen, wie sie sich im Vergleich entwickeln und welche Rahmenbedingungen ihre künftige Wettbewerbsfähigkeit im europäischen Alpenraum prägen.

Autoren:

Thomas Reisenzahn
Marco Riederer
Andrä Hellweger

Betrachtete Destinationen

Im *Alpine Destination Report 2027* werden ausgewählte alpine Destinationen in Österreich und der Schweiz anhand zentraler touristischer und wirtschaftlicher Kriterien miteinander verglichen. Grundlage bildet ein breites Spektrum aktueller Kennzahlen, das durch mehrjährige Entwicklungen ergänzt wird. So lassen sich Unterschiede zwischen den Destinationen ebenso erkennen wie längerfristige Veränderungen und Verschiebungen innerhalb des alpinen Tourismus.

Tirol:

- » Achensee (1)
- » Erste Ferienregion im Zillertal (2)
- » Kitzbüheler Alpen-Brixental (3)
- » Kitzbüheler Alpen-St. Johann (4)
- » Kitzbühel Tourismus (5)
- » Mayrhofen-Hippach (6)
- » Ötztal Tourismus (7)
- » Paznaun-Ischgl (8)
- » Pitztal (9)
- » Seefeld (10)
- » Serfaus-Fiss-Ladis (11)
- » St. Anton am Arlberg (12)
- » Stubai Tirol (13)
- » Tiroler Zugspitz Arena (14)
- » Tux-Finkenberg (15)
- » Wilder Kaiser (16)

Salzburg:

- » Gasteinertal (17)
- » Hochkönig (18)
- » Saalbach Hinterglemm (19)
- » Salzburger Sportwelt (20)
(Neufusionierung der TVBs Altenmarkt-Zauchensee,
Eben i. Pongau, Radstadt und Wagrain-Kleinarl)
- » Obertauern (21)
- » Zell am See-Kaprun (22)

Steiermark / Kärnten:

- » Schladming-Dachstein (23)
- » Turracher Höhe (24)

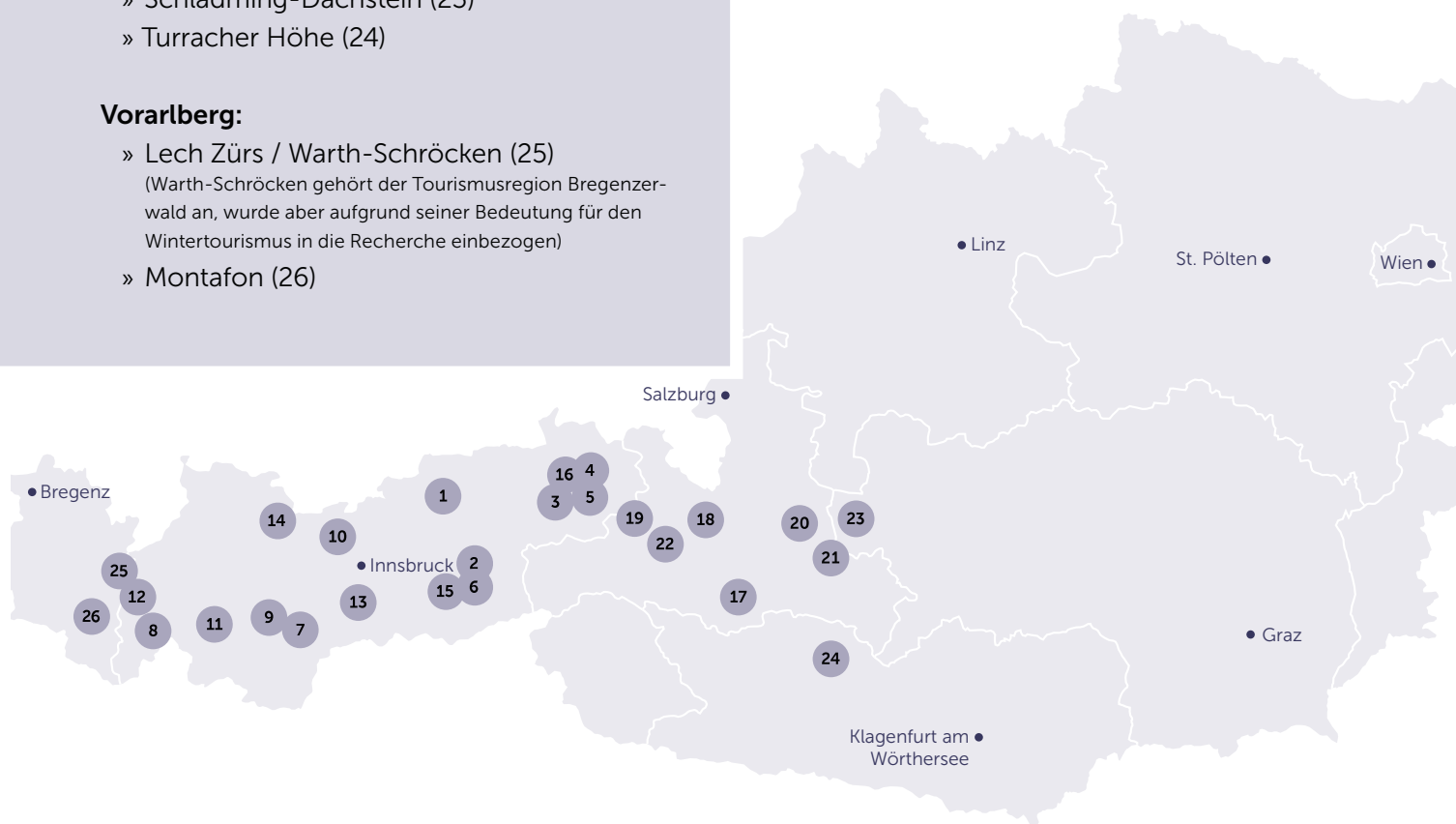
Vorarlberg:

- » Lech Zürs / Warth-Schröcken (25)
(Warth-Schröcken gehört der Tourismusregion Bregenzerwald an, wurde aber aufgrund seiner Bedeutung für den Wintertourismus in die Recherche einbezogen)
- » Montafon (26)

Die Analyse geht dabei bewusst über die Betrachtung klassischer touristischer Kennzahlen hinaus. Neben Nächtigungsentwicklung, Auslastung und Bettenkapazität werden jene Standortfaktoren berücksichtigt, die die Attraktivität und Leistungsfähigkeit einer Destination wesentlich mitbestimmen. Dazu zählen unter anderem die Gästewahrnehmung des touristischen Angebots, Höhenlage und Schneesicherheit sowie das regionale Preisniveau.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Vergleichbarkeit unterschiedlich strukturierter Destinationen. Dabei werden nicht nur absolute Größen betrachtet, sondern auch deren Verhältnis zu vorhandenen Kapazitäten und regionalen Voraussetzungen. Auf diese Weise können Unterschiede zwischen etablierten Tourismuszentren, kleineren Destinationen sowie stärker winter- oder ganzjährig orientierten Regionen differenziert eingeordnet werden.

Im Rahmen des Reports untersuchten wir folgende Destinationen und Tourismusverbände in Österreich:



1.1. Methodik und Ziel

Die Methodik des *Alpine Destination Report 2027* folgt einem mehrdimensionalen Bewertungsmodell, das die touristische Performance, wirtschaftliche Stabilität und Attraktivität alpiner Regionen systematisch erfasst und vergleichbar macht.

Für die Analyse wurden Daten aus verschiedenen verlässlichen Quellen zusammengeführt. Einen wesentlichen Bestandteil bilden die Tourismusstatistiken der jeweiligen Landesregierungen und die regionalen Tourismusverbände. Hinzu kommen Daten der Statistik Austria, des Ski Guide Austria, der card complete Service Bank AG sowie eigene Destinationsanalysen. Zur Bewertung der Attraktivität fließen KI-gestützte Auswertungen von Gästebewertungen ein, die im Rahmen des Ski Resort ReviewRadar von Gernot Riedel erstellt wurden. Branchen- und wirtschaftsspezifische Daten runden die Analyse ab und sorgen für ein möglichst realistisches Bild der aktuellen Marktsituation.

Der Betrachtungszeitraum erstreckt sich (je nach Kennzahl) über bis zu zehn Jahre, was eine Einschätzung langfristiger Entwicklungen in den Bereichen Nachfrage, Infrastruktur und Angebotsdichte ermöglicht. Auf diese Weise werden Trends und strukturelle Veränderungen im alpinen Tourismus ebenso sichtbar wie deren Auswirkungen auf den Immobilien- und Investitionsmarkt.

Folgende Daten und Informationen wurden im Zuge des Reports verarbeitet.

Allgemeine Informationen – Skigebiete

- » Lage der Destination
- » Höhenlage des größten Skigebiets in der Destination
- » Ø Öffnungstage der Seilbahnen / Skigebiete
- » Anzahl der präparierten Pistenkilometer (exkl. Skirouten)
- » Preise von Tagesskipässen
- » KI-gestützte Analyse von Gästebewertungen des größten Skigebiets

Touristische Nachfrage

- » Ankünfte und deren Entwicklung über 10 Jahre
- » Übernachtungen und deren Entwicklung über 10 Jahre
- » Auslastung der Beherbergungsbetriebe (365 Kalendertage)
- » Herkunftsländer
- » Analyse der Saisonalität
- » Tourismusintensität (Nächtigungen pro Einwohner)

Beherbergungsangebot

- » Anzahl der Beherbergungsbetriebe und deren Entwicklung über 10 Jahre
- » Anzahl der Bettenkapazitäten und deren Entwicklung über 10 Jahre

Wirtschaftliche Situation

- » Durchschnittlicher Beherbergungsumsatz pro Bett
- » Durchschnittlicher Übernachtungspreis
- » Ausgaben im bargeldlosen Zahlungsverkehr
- » Baulandpreis pro m²
- » Freizeit- und Zweitwohnungsanteil
- » Medianeinkommen

Die erhobenen Informationen wurden für die Erstellung eines Rankings in drei verwandte Kategorien eingeteilt und in Relation zueinander gestellt. Die Analyse wird durch diese drei separaten Sub-Rankings strukturiert, die unterschiedlich gewichtet sind und anschließend ein Gesamt-Ranking ergeben:

Angebot & Nachfrage	Preisniveau	Attraktivität
Auslastung (365 Tage)	Umsatz pro Bett	Höhe des größten Skigebiets
Entwicklung der Nächtigungen vs. Betten	Preis der Tageskarte (Skiticket)	Gesamt-Pistenkilometer (exkl. Skirouten)
Saisonalität	Übernachtungspreis	Gästebewertung der Skigebiete
Nächtigungen 2024/25	Umsatz pro Kreditkartentransaktion	Betriebstage (Skigebiete)
Anteil Top-3 Herkunftsländer	Einkommen	Tourismus-Intensität (Nächtigungen vs. Einwohner)
	Baulandpreis	Freizeit- und Zweitwohnungsanteil

2. Daten & Informationen

2.1. Angebot & Nachfrage

Die ausgewerteten Daten umfassen die Ankünfte und Übernachtungen sowie die Beherbergungskapazität (Betriebe und Betten) aller Unterkunftsarten:

Gewerbliche Betriebe

- » Hotels und ähnliche Betriebe 5-Stern
- » Hotels und ähnliche Betriebe 4-Stern Superior
- » Hotels und ähnliche Betriebe 4-Stern
- » Hotels und ähnliche Betriebe 3-Stern
- » Hotels und ähnliche Betriebe 2/1-Stern
- » Gewerbliche Ferienwohnungen und -häuser

Privatquartiere

- » Privatquartiere (Zimmer) nicht auf Bauernhof
- » Privatquartiere (Zimmer) auf Bauernhof
- » Private Ferienwohnungen und -häuser nicht auf Bauernhof
- » Private Ferienwohnungen und -häuser auf Bauernhof

Sonstige (gewerbliche) Unterkünfte

- » Campingplätze*
- » Kurheime und Sozialversicherungsträger
- » Private und öffentliche Kurheime
- » Kinder- und Jugenderholungsräume
- » Jugendherbergen, -gästehäuser
- » Bewirtschaftete Schutzhütten
- » andere Unterkünfte

* Bei den Campingplätzen wird ein Stellplatz vier Betten gleichgesetzt.

Die touristische Nachfrage wurde für das Tourismusjahr 2025 (November 2024 bis Oktober 2025) erhoben und umfasst damit sowohl die Winter- als auch Sommersaison. Dadurch lässt sich die Entwicklung der Nachfrage ganzjährig abbilden und der Einfluss saisonaler Schwankungen auf die Auslastung differenziert darstellen.

Beim Beherbergungsangebot bezieht sich der Betrachtungszeitraum hingegen ausschließlich auf die Wintersaison von November 2024 bis April 2025. Damit werden die verfügbaren Kapazitäten in dem für viele Destinationen besonders relevanten Zeitraum erfasst.

Die Auslastungsquote bildet den durchschnittlichen Belegungsgrad aller Beherbergungsbetriebe im Tourismusjahr 2024/25 ab. Sie dient als zentraler Indikator für die Nutzung der vorhandenen Bettenkapazitäten.

Als weitere Kennzahl wurde der Anteil der drei wichtigsten Herkunftsländer an den gesamten Übernachtungen je Destination im Tourismusjahr 2024/25 analysiert. Anhand dieser Kennzahl kann ermittelt werden, wie stark die jeweilige Destination von ihren drei wichtigsten Herkunftsmärkten abhängig ist.

Im Tourismusjahr 2025 verzeichneten die 26 untersuchten Tourismusregionen insgesamt rund 12,0 Millionen Ankünfte und 52,1 Millionen Übernachtungen. Damit decken sie rund ein Drittel der Übernachtungen in Österreich im Tourismusjahr 2025 ab.

Bei vielen Destinationen spiegelt sich in diesen Zahlen bereits ihre räumliche Größe wider. Besonders deutlich wird das bei Schladming-Dachstein und Ötztal Tourismus. Beide erstrecken sich über ein großes Gebiet mit mehreren Orten und verfügen entsprechend auch über die höchsten Nächtigungszahlen sowie das größte Bettenangebot. Allein aufgrund ihrer Ausdehnung und Kapazität, sagen die absoluten Nachfragewerte daher noch wenig darüber aus, wie erfolgreich eine Destination tatsächlich wirtschaftet.

In den folgenden Abschnitten werden deshalb neben den absoluten Zahlen auch relative Kennzahlen betrachtet, die eine Beurteilung der Leistungsfähigkeit unabhängig von der Größe einer Region ermöglichen.

Destination	Nachfrage Tourismusjahr 2025	
	ANKÜNFTE	ÜBERNÄCHTUNGEN
Achensee	458.748	1.687.946
Erste Ferienregion im Zillertal	563.384	2.615.749
Gasteinertal	480.069	2.464.541
Hochkönig	300.785	1.366.800
Kitzbühel Tourismus	288.911	995.717
Kitzbüheler Alpen-Brixental	327.122	1.546.851
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	212.114	863.634
Lech Zürs / Warth-Schröcken	279.410	1.227.210
Mayrhofen-Hippach	489.547	2.309.593
Montafon	567.497	2.226.972
Obertauern	249.711	1.104.163
Ötztal Tourismus	1.043.577	4.446.364
Paznaun-Ischgl	590.117	2.734.994
Pitztal	267.592	1.115.654
Saalbach Hinterglemm	484.766	2.285.928
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	605.070	2.670.922
Schladming-Dachstein	965.123	3.908.930
Seefeld	584.824	2.073.794
Serfaus-Fiss-Ladis	458.162	2.576.688
St. Anton am Arlberg	331.706	1.434.654
Stubai Tirol	437.149	1.802.436
Tiroler Zugspitz Arena	464.465	1.849.010
Turracher Höhe	117.217	492.705
Tux-Finkenberg	278.212	1.361.752
Wilder Kaiser	415.886	1.976.241
Zell am See-Kaprun	754.915	2.925.195

Destination	Angebot Winter 2024/25		Bettenauslastung 2025 in %
	BEHERBERGUNGS- BETRIEBE	BETTEN	
Achensee	366	9.626	48,0%
Erste Ferienregion im Zillertal	1.376	20.639	34,7%
Gasteinertal	824	17.768	38,0%
Hochkönig	734	11.267	33,2%
Kitzbühel Tourismus	494	8.450	32,3%
Kitzbüheler Alpen-Brixental	921	13.172	32,2%
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	436	6.506	36,4%
Lech Zürs / Warth-Schröcken	409	10.644	31,6%
Mayrhofen-Hippach	1.126	16.510	38,3%
Montafon	1.519	22.685	26,9%
Obertauern	198	9.085	33,3%
Ötztal Tourismus	1.611	32.034	38,0%
Paznaun-Ischgl	1.213	23.073	32,5%
Pitztal	460	8.071	37,9%
Saalbach Hinterglemm	702	18.460	33,9%
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	1.052	22.036	33,2%
Schladming-Dachstein	2.119	32.824	32,6%
Seefeld	782	13.458	42,2%
Serfaus-Fiss-Ladis	629	15.782	44,7%
St. Anton am Arlberg	921	14.362	27,4%
Stubai Tirol	799	11.321	43,6%
Tiroler Zugspitz Arena	649	13.995	36,2%
Turracher Höhe	535	5.866	23,0%
Tux-Finkenberg	437	7.823	47,7%
Wilder Kaiser	1.064	13.646	39,7%
Zell am See-Kaprun	1.163	20.608	38,9%

Destination	Anteil Top 3 Herkunftsländer	Länder		
		1.	2.	3.
Achensee	86 %	Deutschland	Österreich	Schweiz
Erste Ferienregion im Zillertal	82 %	Deutschland	Niederlande	Österreich
Gasteinertal	73 %	Österreich	Deutschland	Schweden
Hochkönig	87 %	Deutschland	Österreich	Niederlande
Kitzbühel Tourismus	67 %	Deutschland	Österreich	Vereinigtes Königreich
Kitzbüheler Alpen-Brixental	82 %	Deutschland	Niederlande	Österreich
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	78 %	Deutschland	Österreich	Niederlande
Lech Zürs / Warth-Schröcken	66 %	Deutschland	Österreich	Vereinigtes Königreich
Mayrhofen-Hippach	71 %	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich
Montafon	85 %	Deutschland	Schweiz	Niederlande
Obertauern	77 %	Deutschland	Österreich	Niederlande
Ötztal Tourismus	68 %	Deutschland	Niederlande	Österreich
Paznaun-Ischgl	70 %	Deutschland	Niederlande	Belgien
Pitztal	78 %	Deutschland	Schweiz	Niederlande
Saalbach Hinterglemm	75 %	Deutschland	Niederlande	Österreich
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	72 %	Deutschland	Österreich	Niederlande
Schladming-Dachstein	80 %	Deutschland	Österreich	Tschechien
Seefeld	69 %	Deutschland	Schweiz	Niederlande
Serfaus-Fiss-Ladis	84 %	Deutschland	Niederlande	Schweiz
St. Anton am Arlberg	57 %	Deutschland	Niederlande	Vereinigtes Königreich
Stubai Tirol	71 %	Deutschland	Niederlande	Italien
Tiroler Zugspitz Arena	85 %	Deutschland	Niederlande	Belgien
Turracher Höhe	77 %	Österreich	Deutschland	Ungarn
Tux-Finkenberg	70 %	Deutschland	Niederlande	Belgien
Wilder Kaiser	87 %	Deutschland	Niederlande	Österreich
Zell am See-Kaprun	56 %	Deutschland	Österreich	Arabische Länder

Das Beherbergungsangebot der 26 untersuchten Destinationen umfasst im Winter 2024/25 über 22.500 Beherbergungsbetriebe mit knapp 400.000 Betten. Die größten Kapazitäten weisen Schladming-Dachstein und das Ötztal auf, während die Turracher Höhe das kleinste Angebot stellt. Die Bettenauslastung im Tourismusjahr 2024/25 bewegt sich je nach Destination zwischen 23 und 48 Prozent und liegt im Durchschnitt bei 36 Prozent.

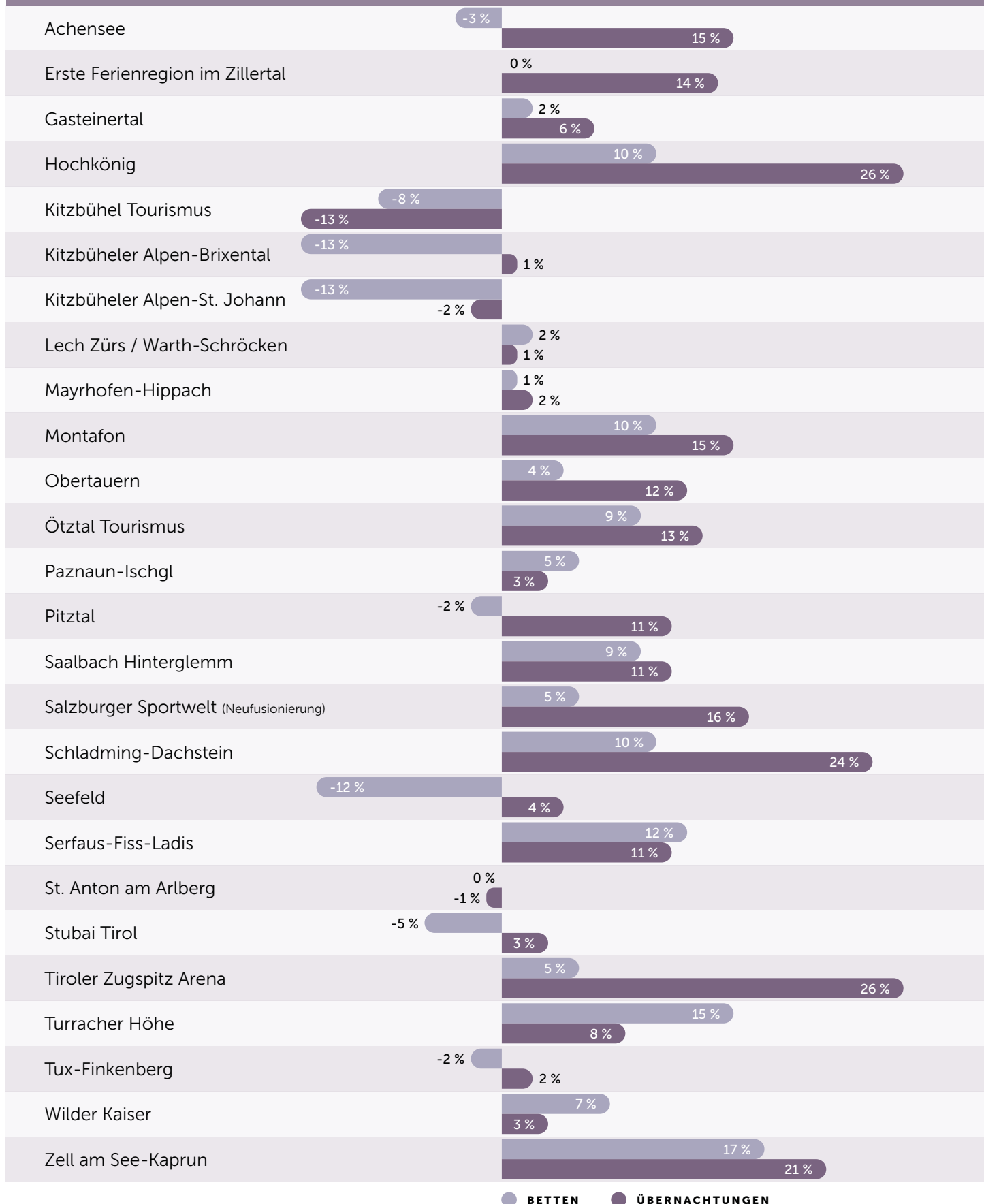
Die Analyse der Herkunftsmärkte zeigt eine deutliche Konzentration der Nachfrage auf wenige Länder. In den 26 untersuchten Regionen entfallen zwischen 56 Prozent (Zell am See-Kaprun) und 87 Prozent (Hochkönig, Wilder Kaiser) der Nächtigungen auf die drei wichtigsten Herkunftsländer. Deutschland ist dabei in 24 der 26 Destinationen der führende Quellmarkt und macht in den untersuchten Destinationen insgesamt rund 49 Prozent aller Nächtigungen aus. Nur im Gasteinertal und auf der Turracher Höhe liegt der Inlandsmarkt an erster Stelle. Als zweitwichtigster ausländischer Markt erweisen sich die Niederlande, die in 19 Destinationen unter den Top 3 vertreten sind und einen Anteil von rund zehn Prozent an den Gesamtnächtigungen erreichen. Vor allem in den westlicheren Destinationen wie dem Montafon, Pitztal oder Seefeld ist auch die Schweiz als wichtiger Herkunftsmarkt relevant, während das Vereinigte Königreich vor allem in international bekannten Skiorten wie St. Anton, Lech Zürs / Warth-Schröcken, Kitzbühel Tourismus oder auch Mayrhofen-Hippach unter den Top 3 vertreten ist. Hervorzuheben ist zudem Zell am See-Kaprun: Mit den arabischen Ländern unter den wichtigsten Herkunftsmärkten weist die Destination eine breiter diversifizierte und internationalere Gästestruktur auf.



Im folgenden Diagramm wird die **Entwicklung des Bettenangebots sowie der Nachfrage über alle Kategorien über einen Zeitraum von zehn Jahren** dargestellt. Durch die gemeinsame

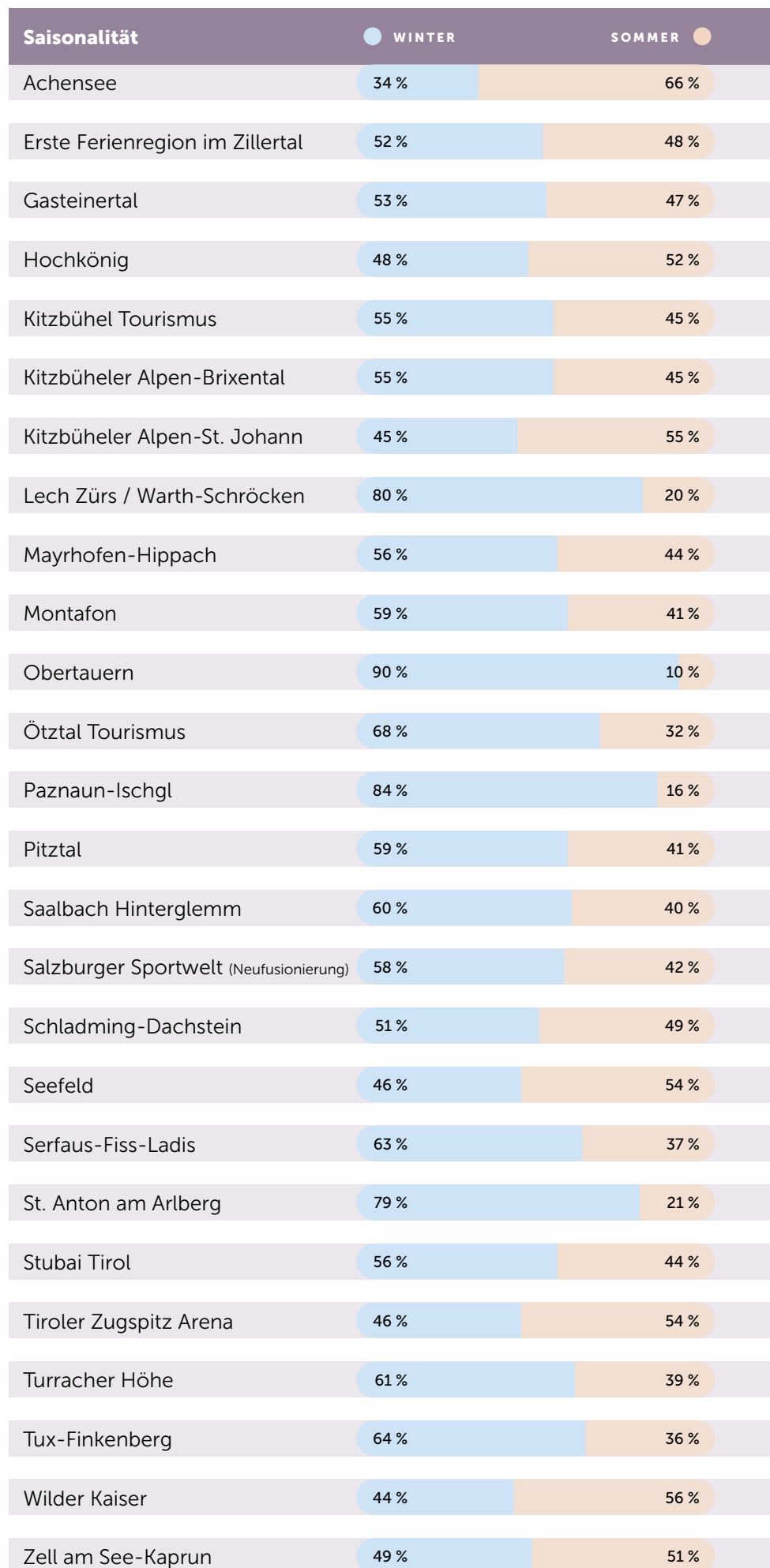
Betrachtung beider Kennzahlen wird ersichtlich, in welchem Verhältnis sich die verfügbaren Beherbergungskapazitäten und die touristische Nachfrage zueinander entwickelt haben.

Entwicklung der Übernachtungen und Betten von Tourismusjahr 2015 bis 2025



Das folgende Diagramm stellt das Verhältnis zwischen Sommer- und Wintersaison anhand der Nächtigungen im Tourismusjahr 2024/25 dar. Die Auswertung zeigt, wie ausgewogen sich die touristische Nachfrage über das Jahr verteilt und wie stark die einzelnen Destinationen durch saisonale Unterschiede geprägt sind.

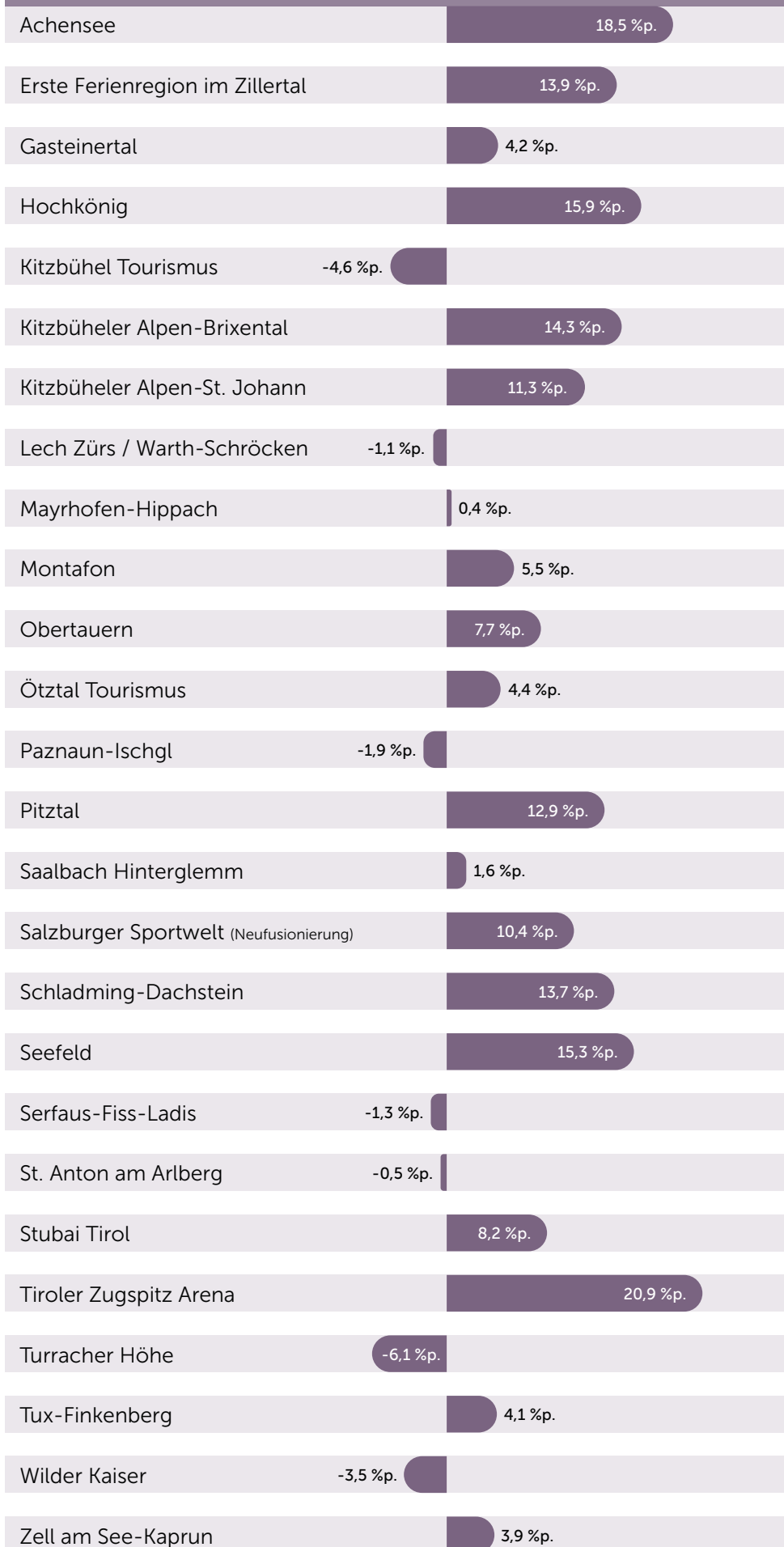
Eine ausgewogene Verteilung der Nächtigungen zwischen Sommer und Winter hat einen positiven Effekt für das Ranking, da dies auf eine stabile und ganzjährige Nachfrageentwicklung hindeutet. Destinationen, die beide Saisonen erfolgreich entwickeln, sind weniger von einzelnen Saisonzeiten abhängig. Das macht sie widerstandsfähiger gegenüber konjunkturellen oder witterungsbedingten Schwankungen.



In den Destinationen kann ein sogenannter Nachfrageüberhang entstehen, wenn die Nächtigungszahlen stärker ansteigen als das Bettenangebot. Er gilt damit als Indikator für eine positive Auslastungsentwicklung und eine hohe Marktattraktivität. Berechnet wird der Nachfrageüberhang in Prozentpunkten und fließt als bewertungsrelevante Kennzahl in das Ranking ein, wobei Destinationen mit einem deutlich positiven Wert besser gereiht werden.

Beim Nachfrageüberhang reichen die Werte insgesamt von -6,1 bis 20,9 Prozentpunkten. In 19 der 26 Destinationen ist der Nachfrageüberhang positiv. Die Nachfrage ist in diesen Tourismusregionen also stärker gewachsen als das Angebot. Eine im Verhältnis zum Angebot wachsende Nachfrage stärkt die Auslastung und schafft Spielraum für eine höhere Preisdurchsetzung. Auf der anderen Seite ist der Wert in sieben Destinationen negativ. Dort hat sich das Bettenangebot im Verhältnis zu den Nächtigungen stärker entwickelt. Die vorhandenen Kapazitäten werden somit weniger intensiv genutzt als vor zehn Jahren. Da diese Werte überwiegend nur leicht negativ sind, fällt diese Entwicklung gering aus.

Entwicklung Übernachtungen vs. Betten (Nachfrageüberhang) 10 Jahre



Zusammenfassung: Angebot & Nachfrage

Im Tourismusjahr 2025 verzeichneten Ötztal Tourismus, Schladming-Dachstein und Zell am See-Kaprun die **höchsten Nächtigungszahlen**.

● Ötztal Tourismus	4.446.364
● Schladming-Dachstein	3.908.930
● Zell am See-Kaprun	2.925.195

Die **höchste durchschnittliche Bettenauslastung** aller Beherbergungskategorien kann im Tourismusjahr 2025 der Achensee erzielen. Knapp dahinter liegen Tux-Finkenberg und Serfaus-Fiss-Ladis. Diese Regionen profitieren von einer effizienten Nutzung ihrer Unterkunftskapazitäten.

● Achensee	48,0 %
● Tux-Finkenberg	47,7 %
● Serfaus-Fiss-Ladis	44,7 %

Ein **besonders starkes Nachfragewachstum** im Verhältnis zur Entwicklung des Bettenangebots wurde in der Tiroler Zugspitz Arena, Achensee und Hochkönig beobachtet. In den genannten drei Destinationen lag das Wachstum der Nächtigungen über die vergangenen zehn Jahre um rund 16 bis 21 Prozentpunkte über der Entwicklung der Bettenkapazitäten. Dies deutet auf eine zunehmende Nachfrage und eine hohe touristische Attraktivität der Destinationen hin.

● Tiroler Zugspitz Arena	20,9 %p.
● Achensee	18,5 %p.
● Hochkönig	15,9 %p.

Die ausgeglichene **Verteilung zwischen Sommer- und Wintergästen** weisen Zell am See-Kaprun, Schladming-Dachstein und Hochkönig auf. Die drei führenden Destinationen schaffen es, ihre touristische Nachfrage über das gesamte Jahr hinweg stabil zu halten und sind damit weniger anfällig für saisonale Schwankungen.

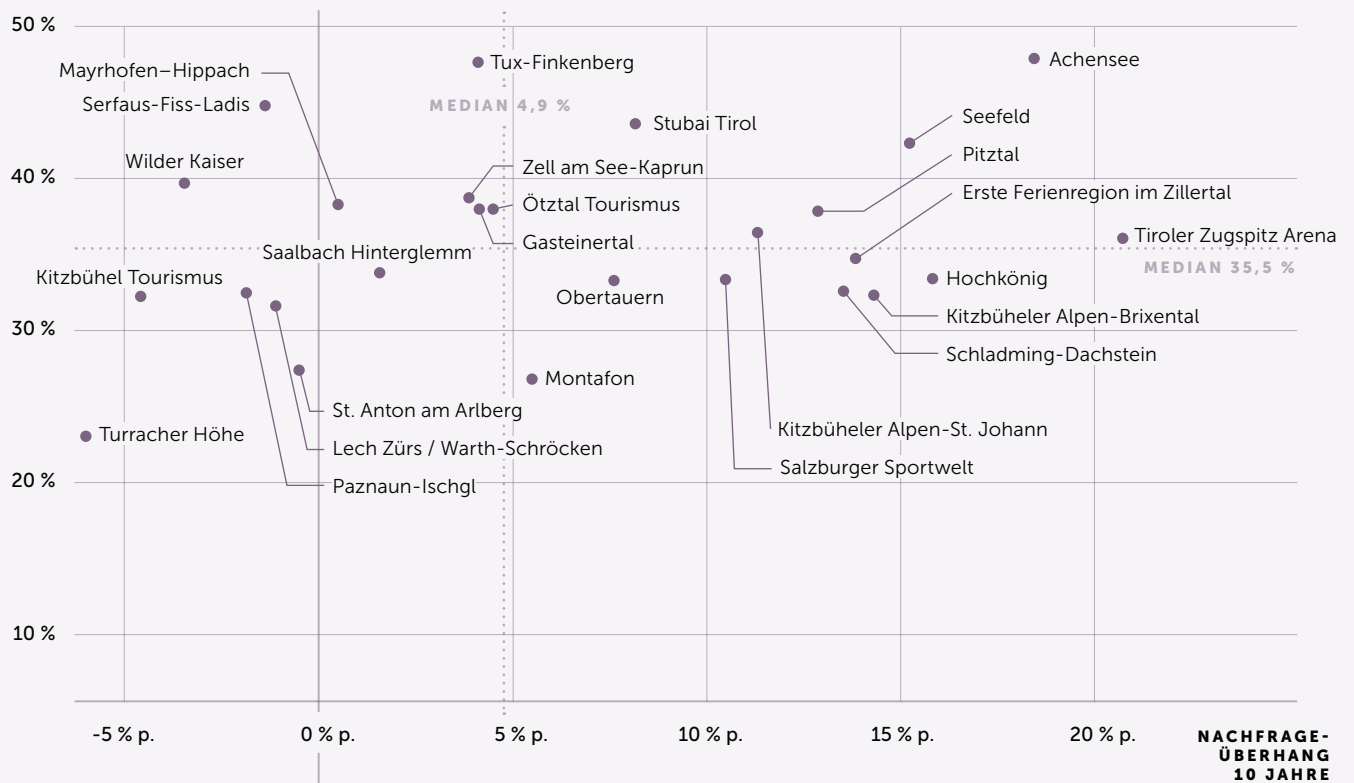
● Zell am See-Kaprun	1,1 %p.
● Schladming-Dachstein	1,9 %p.
● Hochkönig	3,4 %p.

Auch beim **Anteil der drei größten Herkunftsmärkte** liegt Zell am See-Kaprun vorne, gefolgt von St. Anton am Arlberg und Lech Zürs / Warth-Schröcken. Mit Werten zwischen 56 und 66 Prozent weisen diese Destinationen die geringste Abhängigkeit von ihren Top-3-Märkten auf und verfügen damit über eine besonders breit aufgestellte Gästestruktur.

● Zell am See-Kaprun	55,6 %
● St. Anton am Arlberg	56,9 %
● Lech Zürs / Warth-Schröcken	66,2 %

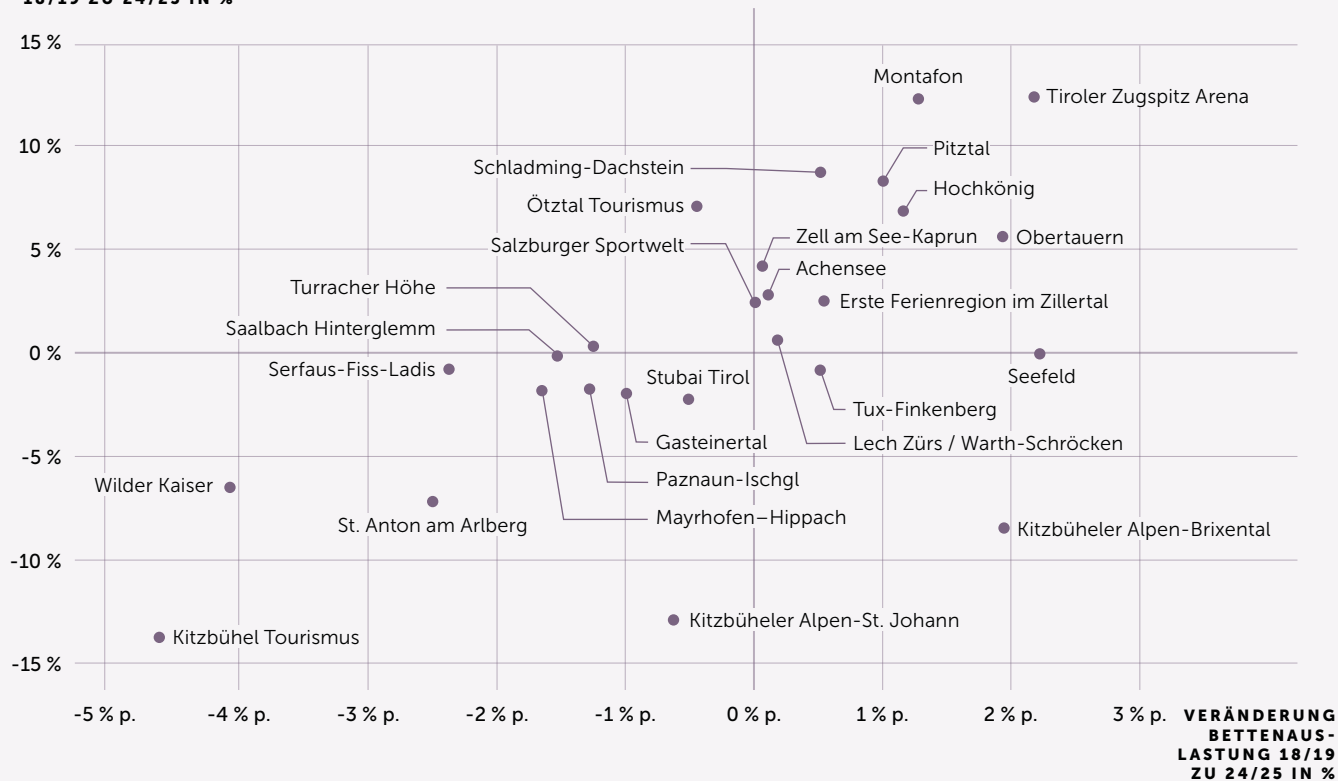
Verhältnis Nachfrageüberhang vs. Bettenauslastung 2024/25

BETTENAUSLASTUNG 2024/25



Kennzahlenvergleich österreichische Destinationen 2018/19 vs. 2024/25: Bettenauslastung (365 Tage) & Anzahl Übernachtungen

VERÄNDERUNG ÜBERNACHTUNGEN 18/19 ZU 24/25 IN %



Ergänzend zu den Rankingwerten wird in diesem Kapitel untersucht, ob die österreichischen Destinationen bereits wieder an das Niveau vor der Coronapandemie anschließen konnten. Dazu werden die Nächtigungen und die Bettenauslastung des Tourismusjahres 2024/25 mit jenen von 2018/19 verglichen, dem letzten vollständigen Jahr vor Ausbruch der Pandemie. Dieser Vergleich fließt nicht in die Bewertung ein, sondern dient lediglich der Einordnung der aktuellen Entwicklung.

Bei den Nächtigungen zeigt sich ein geteiltes Bild. Dreizehn der 26 Destinationen haben das Vorkrisenniveau wieder erreicht oder übertroffen, die übrigen dreizehn liegen noch darunter. In acht dieser Fälle fällt der Rückgang mit maximal 2,5 Prozent jedoch gering aus. Nur fünf

Destinationen verzeichnen noch deutlichere Rückgänge von mehr als fünf Prozent. Damit agieren 21 der 26 Tourismusregionen bereits wieder auf oder nahe dem Niveau vor der Pandemie.

Bei der Bettenauslastung ist der Wert in 14 Destinationen gegenüber 2018/19 gestiegen und in zwölf gesunken. Die Anstiege betragen dabei höchstens 2,2 Prozentpunkte, während die Rückgänge höchstens 4,6 Prozentpunkte ausmachen.

2.2. Preisniveau

Das zweite Untersuchungskriterium ist das Preisniveau der einzelnen Destinationen, welches anhand mehrerer Kennzahlen bewertet wird. Dazu zählen wirtschaftliche Kennzahlen wie der Beherbergungsumsatz pro Bett, die durchschnittlichen Übernachtungspreise und das Ausgabeverhalten in einer Destination, das über Kreditkartentransaktionen abgebildet wird. Ergänzt wird die Analyse durch das regionale Medianeinkommen, die Skipasspreise und den Baulandpreis pro m².

Der Vergleich dieser Indikatoren vermittelt ein Bild von der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und der Kaufkraftstruktur der jeweiligen Destination. Das Preisniveau ist dabei mehr als das Ergebnis von Angebot und Nachfrage. Es zeigt unter anderem auch, wie sich eine Destination innerhalb des alpinen Wettbewerbsumfelds positioniert – von volumenstarken Märkten bis hin zur Premiummarke.

Umsatz pro Bett: Als Grundlage für die Berechnung des Umsatzes pro Bett dienen die auf Gemeindeebene ausgewerteten Umsatzsteuervoranmeldungen gemäß Statistik Austria für das Kalenderjahr 2025. Gegenübergestellt werden die Betten der Unterkunftsart „Hotels und ähnliche Betriebe“ aus der Beherbergungsstatistik im Tourismusjahr 2024/25.

* Die Umsatzsteuervoranmeldungen beziehen sich auf die steuerbaren Umsätze (netto) jener Betriebe, die der ÖNACE-Gruppe 55.1 zugeordnet sind und damit Hotels, Gasthöfe und Pensionen umfassen (Datenstand 16. Oktober 2026). Die Branchenzuordnung erfolgt nach der Haupttätigkeit der Unternehmen und somit sind Erlöse aus Gastronomie und weiteren Nebenleistungen der Hotelbetriebe enthalten. Unternehmen unterhalb der Voranmeldungs Grenze sind nicht erfasst.

Übernachtungspreise: Für die Analyse der Übernachtungspreise wurde ein führendes Online-Buchungsportal herangezogen. Abgefragt wurden die Bruttopreise für ein Doppelzimmer mit Halbpension in mindestens fünf 4-Sterne-Hotels im Winter 2026/27. Die Abfragen bezogen sich jeweils auf den gleichen Zeitraum und einen Aufenthalt von einer Woche. Aus dem Wochenpreis wurde anschließend der Preis pro Nacht ermittelt. Nicht stornierbare Tarife und Aktionspreise blieben dabei unberücksichtigt. Um Preisbewegungen zu erfassen, wurde die Abfrage zweimal durchgeführt: Anfang August und Anfang Oktober. In die Durchschnittspreise fließen sowohl Nebensaisonpreise (13. bis 20. Dezember) als auch Hauptsaisonpreise (6. bis 13. Februar) ein. So ergibt sich ein realistisches Bild des Preisniveaus über die gesamte Wintersaison.

Destination	UMSATZ PRO BETT 2025	Ø ÜBERNACHTUNGS- PREIS, WINTER 2026/27
Achensee	€ 38.749	€ 382
Erste Ferienregion im Zillertal	€ 31.029	€ 357
Gasteinertal	€ 23.542	€ 369
Hochkönig	€ 23.615	€ 393
Kitzbühel Tourismus	€ 33.815	€ 510
Kitzbüheler Alpen-Brixental	€ 19.149	€ 306
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	€ 22.860	€ 285
Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 39.531	€ 569
Mayrhofen-Hippach	€ 22.046	€ 388
Montafon	€ 22.393	€ 369
Obertauern	€ 17.061	€ 443
Ötztal Tourismus	€ 25.884	€ 416
Paznaun-Ischgl	€ 28.653	€ 422
Pitztal	€ 16.312	€ 345
Saalbach Hinterglemm	€ 21.092	€ 427
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	€ 23.558	€ 351
Schladming-Dachstein	€ 20.637	€ 402
Seefeld	€ 24.823	€ 355
Serfaus-Fiss-Ladis	€ 31.065	€ 503
St. Anton am Arlberg	€ 21.975	€ 502
Stubai Tirol	€ 21.565	€ 333
Tiroler Zugspitz Arena	€ 23.600	€ 339
Turracher Höhe	€ 32.008	€ 326
Tux-Finkenberg	€ 31.183	€ 360
Wilder Kaiser	€ 35.621	€ 363
Zell am See-Kaprun	€ 29.869	€ 342

Umsatz pro Kreditkarten-

transaktion: Der Umsatz pro Kreditkartentransaktion (CC-Transaktion) wird als Median der Bruttozahlungsbeträge der Winterhalbjahre 2024/25 und 2025/26 berechnet. Die Daten entstammen der card complete Service Bank AG und geben Aufschluss über das Ausgabeverhalten in der Destination. Da der Median von außergewöhnlich hohen oder niedrigen Einzelbeträgen kaum beeinflusst wird, bildet er die typischen Konsumausgaben in der Destination repräsentativer ab als ein Durchschnittswert.

Skitarife (Tageskarte): Die Preise für Tagesskipässe liefern einen zusätzlichen Anhaltspunkt für das Preisniveau der einzelnen Destinationen. Berücksichtigt werden jeweils die Erwachsenentarife in der Hauptsaison. Die Abfrage erfolgte in der 42. Kalenderwoche und bezieht sich auf den absoluten Hochsaisonntag (26. Dezember). Die erhobenen Daten wurden uns vom Ski Guide Austria zur Verfügung gestellt.

Destination	UMSATZ PRO CC-TRANSAKTION	PREIS SKIPASS, TAGESPASS 2026/27
Achensee	€ 632	€ 69,00
Erste Ferienregion im Zillertal	€ 345	€ 82,00
Gasteinertal	€ 348	€ 81,50
Hochkönig	€ 469	€ 81,00
Kitzbühel Tourismus	€ 488	€ 83,00
Kitzbüheler Alpen-Brixental	€ 358	€ 79,50
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	€ 599	€ 65,00
Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 913	€ 85,00
Mayrhofen-Hippach	€ 446	€ 82,00
Montafon	€ 321	€ 69,00
Obertauern	€ 397	€ 72,00
Ötztal Tourismus	€ 480	€ 86,50
Paznaun-Ischgl	€ 791	€ 83,00
Pitztal	€ 808	€ 77,00
Saalbach Hinterglemm	€ 329	€ 82,00
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	€ 193	€ 81,00
Schladming-Dachstein	€ 410	€ 81,50
Seefeld	€ 482	€ 64,50
Serfaus-Fiss-Ladis	€ 705	€ 80,50
St. Anton am Arlberg	€ 517	€ 85,00
Stubai Tirol	€ 236	€ 75,50
Tiroler Zugspitz Arena	€ 710	€ 70,50
Turracher Höhe	€ 457	€ 72,50
Tux-Finkenberg	€ 470	€ 82,00
Wilder Kaiser	€ 591	€ 79,50
Zell am See-Kaprun	€ 241	€ 82,00

Einkommen: Das regionale Medianeinkommen beruht auf dem Nettojahreseinkommen der ganzjährig Vollzeitbeschäftigten über alle Berufsgruppen hinweg. Betrachtet wird dabei jeweils die einwohnerstärkste Gemeinde der untersuchten Destinationen. Die Kennzahl zeigt das lokale Einkommensniveau und liefert damit einen wichtigen Anhaltspunkt für die Kaufkraft und wirtschaftliche Stabilität.

Baulandpreis: Als weitere Kennzahl für das Preisniveau wurde je Destination der höchste Baulandpreis erhoben und ausgewertet. Die Grundlage bilden die Durchschnittspreise auf Gemeindeebene, die Statistik Austria bereitstellt und die aus Transaktionsdaten der Jahre 2021 bis 2025 berechnet wurden. Bei eingeschränkter Datenlage wurden ergänzend Expertengespräche und professionelle Markteinschätzungen herangezogen.

Destination	EINKOMMEN 2025 (12 MONATE)	BAULANDPREIS PRO M ²
Achensee	€ 36.036	€ 656
Erste Ferienregion im Zillertal	€ 33.734	€ 821
Gasteinertal	€ 34.523	€ 374
Hochkönig	€ 32.921	€ 714
Kitzbühel Tourismus	€ 35.449	€ 2.742
Kitzbüheler Alpen-Brixental	€ 35.210	€ 980
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	€ 35.618	€ 1.430
Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 39.534	€ 2.108
Mayrhofen-Hippach	€ 33.957	€ 936
Montafon	€ 33.784	€ 533
Obertauern	€ 36.712	€ 1.850
Ötztal Tourismus	€ 35.592	€ 601
Paznaun-Ischgl	€ 36.727	€ 690
Pitztal	€ 36.187	€ 184
Saalbach Hinterglemm	€ 36.379	€ 893
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	€ 34.632	€ 434
Schladming-Dachstein	€ 34.051	€ 438
Seefeld	€ 35.975	€ 900
Serfaus-Fiss-Ladis	€ 34.413	€ 1.368
St. Anton am Arlberg	€ 38.219	€ 991
Stubai Tirol	€ 35.837	€ 600
Tiroler Zugspitz Arena	€ 32.068	€ 497
Turracher Höhe	€ 35.528	€ 118
Tux-Finkenberg	€ 34.807	€ 366
Wilder Kaiser	€ 36.869	€ 1.864
Zell am See-Kaprun	€ 35.673	€ 943

Zusammenfassung: Preisniveau

Beim **Umsatz pro Bett** liegt Lech Zürs / Warth-Schröcken vor dem Achensee und Wilden Kaiser. Dies weist auf ein starkes Wertschöpfungsniveau verbunden mit einer guten Auslastung hin.

● Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 39.531
● Achensee	€ 38.749
● Wilder Kaiser	€ 35.621

Die **höchsten durchschnittlichen Übernachtungspreise** (brutto) erzielt Lech Zürs / Warth-Schröcken, gefolgt von Kitzbühel Tourismus und Serfaus-Fiss-Ladis. Damit führen drei etablierte Premiumdestinationen mit starker internationaler Nachfrage dieses Ranking an. Neben dem Kernmarkt Deutschland sprechen diese Destinationen Gäste aus Ländern mit hohem Einkommensniveau an: In Serfaus-Fiss-Ladis belegt die Schweiz den dritten Rang, in Lech Zürs / Warth-Schröcken zählen die USA zu den zehn wichtigsten Quellmärkten. Des Weiteren ist das Vereinigte Königreich in Lech Zürs / Warth-Schröcken und Kitzbühel Tourismus der drittwichtigste Herkunftsmarkt.

● Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 569
● Kitzbühel Tourismus	€ 510
● Serfaus-Fiss-Ladis	€ 503

Beim **Umsatz pro Kreditkartentransaktion** weisen Lech Zürs / Warth-Schröcken, das Pitztal und Paznaun-Ischgl die höchsten Werte auf, was auf hohe Konsumausgaben pro Aufenthalt hindeutet.

● Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 913
● Pitztal	€ 808
● Paznaun-Ischgl	€ 791

Die **Skipasspreise** sind in den Skigebieten im Ötztal, Arlberg (Lech Zürs / Warth-Schröcken, St. Anton am Arlberg, etc.), in Kitzbühel Tourismus und in Paznaun-Ischgl am höchsten, was die Positionierung dieser Regionen im oberen Marktsegment bestätigt.

● Ötztal Tourismus	€ 86,5
● Arlberg (Lech, St. Anton, etc.)	€ 85,0
● Kitzbühel Tourismus	€ 83,0
● Paznaun-Ischgl	€ 83,0

Beim **regionalen Durchschnittseinkommen** liegt Lech Zürs / Warth-Schröcken an der Spitze, gefolgt von St. Anton am Arlberg und dem Wilden Kaiser. Die Ergebnisse verdeutlichen das überdurchschnittlich hohe Einkommens- und Kaufkraftniveau in diesen Destinationen.

● Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 39.534
● St. Anton am Arlberg	€ 38.219
● Wilder Kaiser	€ 36.869

Die **höchsten Baulandpreise pro Quadratmeter** weisen Kitzbühel Tourismus, Lech Zürs / Warth-Schröcken sowie der Wilde Kaiser auf. Das hohe Preisniveau spiegelt insbesondere die Attraktivität des Standorts sowie die begrenzte Verfügbarkeit von Bauflächen wider.

● Kitzbühel Tourismus	€ 2.742
● Lech Zürs / Warth-Schröcken	€ 2.108
● Wilder Kaiser	€ 1.864

2.3. Attraktivität

Die Attraktivität einer Destination wird im Alpine Destination Report von unterschiedlichen Faktoren geprägt, die sowohl die Qualität des touristischen Angebots als auch die allgemeinen Standortbedingungen widerspiegeln. Da der Wintersport nach wie vor das zentrale Reisemotiv darstellt, konzentriert sich die Bewertung insbesondere auf jene Kriterien, die für die Wettbewerbsfähigkeit im Wintertourismus von Bedeutung sind.

Für das Attraktivitätsranking werden daher folgende Kriterien berücksichtigt: die Höhenlage des größten Skigebiets (Mittelwert zwischen dem höchsten und niedrigsten Punkt im Skigebiet), die Gesamtzahl der präparierten Pistenkilometer (blaue, rote und schwarze Pistenkilometer exkl. Skirouten), die Analyse der Online-Bewertungen durch ein KI-generiertes Tool, die durchschnittliche Anzahl der Betriebs-tage von Skigebieten über 1.000 Metern Seehöhe sowie die Tourismusintensität.

Anteil Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen: Neu hinzugekommen ist in diesem Jahr der Anteil der Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen. Innerhalb Österreichs weisen ausschließlich die Tiroler Destinationen eine offizielle Freizeitwohnsitzquote (gemessen an den Freizeitwohnsitzen im Verhältnis zu den ausgewiesenen Wohnungen laut GWZ 2021) aus. Für die übrigen österreichischen Destinationen liegt eine vergleichbare Kennzahl nicht vor. Hilfsweise wird dort der Anteil der Nebenwohnsitze am gesamten Wohnungsbestand herangezogen. Da dieser auch Nebenwohnsitze aus anderen Gründen (z. B. Beruf oder Ausbildung) enthält, ist er nur als Näherungswert zu verstehen und erlaubt lediglich eine grobe Einordnung der Bedeutung der Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen.

Ski Resort ReviewRadar: Die Attraktivität eines Skigebiets wird in diesem Jahr durch SR³ (Ski Resort ReviewRadar) abgebildet. Statt auf Größe oder Höhe eines Skigebiets kommt es nun darauf an, wie Gäste die gesamte Leistungskette erleben. Von der Bergbahn über Hütten und Bergrestaurants bis zu Skischulen und Skiverleih. Die Grundlage bilden Google-Bewertungen aus den Wintersaisons 2024/25 und 2025/26. Für jede Destination wurden die relevanten Betriebe innerhalb des jeweiligen DMO-Perimeters erfasst. Ihre Bewertungen werden je Leistungsträger gewichtet und zu einem Gesamtwert zwischen 1 und 5 zusammengeführt. So lassen sich alle 34 Destinationen nachvollziehbar miteinander vergleichen.

Tourismusintensität: Die Tourismusintensität setzt die Zahl der Übernachtungen ins Verhältnis zur Zahl der Einwohnerinnen und Einwohner einer Destination. Sie dient als Indikator dafür, wie stark die lokale Bevölkerung durch den Tourismus beansprucht wird, wie beispielsweise durch Verkehr, Auslastung der Infrastruktur oder Druck auf den Wohnraum. Eine geringe Tourismusintensität deutet auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Gästen und Einheimischen hin und kann die Akzeptanz des Tourismus in der Bevölkerung stärken. Grundlage für die Berechnung sind die Übernachtungen im Tourismusjahr 2024/25 sowie die Bevölkerung (mit Hauptwohnsitz) zum Stichtag 1. Jänner 2026.

Diese ausgewählten Kriterien ermöglichen eine objektive Einschätzung der Angebotsqualität und Erlebnisstärke einer Destination. Zudem zeigen sie, wie gut es einer Destination gelingt die touristische Nachfrage mit der vorhandenen Infrastruktur sowie Standortattraktivität in Einklang zu bringen.

Destination	Höhenlage des größten Skigebietes m ü.A		Pistenkilometer	
	VON	BIS	GESAMT	TECHN. BESCHNEIBAR
Achensee	950	1.800	53	62 %
Erste Ferienregion im Zillertal	600	2.378	110	100 %
Gasteinertal	860	2.300	180	73 %
Hochkönig	800	1.900	132	85 %
Kitzbühel Tourismus	800	2.000	188	90 %
Kitzbüheler Alpen-Brixental	620	1.869	275	80 %
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	659	1.604	45	91 %
Lech Zürs / Warth-Schröcken	1.304	2.811	300	73 %
Mayrhofen-Hippach	630	2.500	142	95 %
Montafon	700	2.430	207	69 %
Obertauern	1.630	2.313	100	95 %
Ötztal Tourismus	1.350	3.340	315	90 %
Paznaun-Ischgl	1.360	2.872	362	92 %
Pitztal	1.640	3.440	122	84 %
Saalbach Hinterglemm	830	2.096	270	90 %
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	740	1.980	216	90 %
Schladming-Dachstein	728	2.015	222	87 %
Seefeld	1.230	2.064	31	92 %
Serfaus-Fiss-Ladis	1.200	2.828	186	80 %
St. Anton am Arlberg	1.304	2.811	300	73 %
Stubai Tirol	1.695	3.210	99	56 %
Tiroler Zugspitz Arena	1.079	1.743	140	79 %
Turracher Höhe	1.400	2.205	43	100 %
Tux-Finkenberg	1.300	3.250	206	84 %
Wilder Kaiser	620	1.869	275	80 %
Zell am See-Kaprun	760	3.029	140	84 %

Destination	Bewertung d. gr. Skigebiet, Ski Resort ReviewRadar (0-5, 5=sehr gut)	Ø Öffnungstage Skigebiete über 1.000 m	Tourismusintensität, Nächtigungen / Einwohner	Anteil Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen
Achensee	4,55	103	201,5	7,1 %
Erste Ferienregion im Zillertal	4,51	119	129,0	8,0 %
Gasteinertal	4,67	133	213,7	15,9 %
Hochkönig	4,56	121	311,7	28,1 %
Kitzbühel Tourismus	4,56	150	78,4	17,5 %
Kitzbüheler Alpen-Brixental	4,68	115	131,7	19,2 %
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	4,58	97	52,3	6,7 %
Lech Zürs / Warth-Schröcken	4,56	138	623,9	26,7 %
Mayrhofen-Hippach	4,68	129	248,8	5,6 %
Montafon	4,49	127	132,3	6,0 %
Obertauern	4,62	164	1.600,2	18,3 %
Ötztal Tourismus	4,58	135	218,6	0,9 %
Paznaun-Ischgl	4,57	136	391,5	0,8 %
Pitztal	4,32	178	144,5	1,0 %
Saalbach Hinterglemm	4,67	129	798,2	46,6 %
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	4,73	105	162,1	7,2 %
Schladming-Dachstein	4,69	123	115,2	8,6 %
Seefeld	4,67	95	224,9	12,2 %
Serfaus-Fiss-Ladis	4,37	128	920,9	2,3 %
St. Anton am Arlberg	4,56	138	241,1	10,7 %
Stubai Tirol	4,43	132	125,4	2,4 %
Tiroler Zugspitz Arena	4,50	119	282,6	7,0 %
Turracher Höhe	4,67	156	115,0	14,7 %
Tux-Finkenberg	4,51	247	410,0	5,5 %
Wilder Kaiser	4,53	121	191,9	13,5 %
Zell am See-Kaprun	4,59	171	218,9	12,2 %

Zusammenfassung: Attraktivität

Die **höchstgelegenen Skigebiete** finden sich im Pitztal, Stubaital und Ötztal. Ihre ausgeprägte Höhenlage begünstigt eine hohe Schneesicherheit und schafft damit eine hohe Planungssicherheit für den Wintertourismus.

● Pitztal	2.540 m ü.A.
● Stubai Tirol	2.453 m ü.A.
● Ötztal Tourismus	2.345 m ü.A.

Die **größte Pistenvielfalt** (blaue, rote und schwarze Pisten) können Paznaun-Ischgl, das Ötztal sowie die Arlberg-Region (St. Anton am Arlberg sowie Lech Zürs / Warth-Schröcken) ausweisen. Mit ihren weitläufigen Skigebieten und umfangreichen Pistenangeboten zählen sie zu den bedeutendsten Wintersportregionen im Alpenraum.

● Paznaun-Ischgl	362 km
● Ötztal Tourismus	315 km
● Arlberg (Lech, St. Anton, etc.)	300 km

Bei der **Gästebewertung** der Leistungskette des größten Skigebietes liegt die neufusionierte Salzburger Sportwelt an der Spitze, gefolgt von Schladming-Dachstein, Mayrhofen-Hippach und Kitzbüheler Alpen Brixental.

● Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	4,73
● Schladming Dachstein	4,69
● Mayrhofen-Hippach	4,68
● Kitzbüheler Alpen Brixental	4,68

Die **längsten Betriebszeiten** weisen die Skigebiete in Tux-Finkenberg, im Pitztal sowie Zell am See-Kaprun auf. Ausschlaggebend dafür sind insbesondere die Höhenlage und der jeweilige Gletscherbetrieb.

● Tux-Finkenberg	247 Tage
● Pitztal	178 Tage
● Zell am See-Kaprun	171 Tage

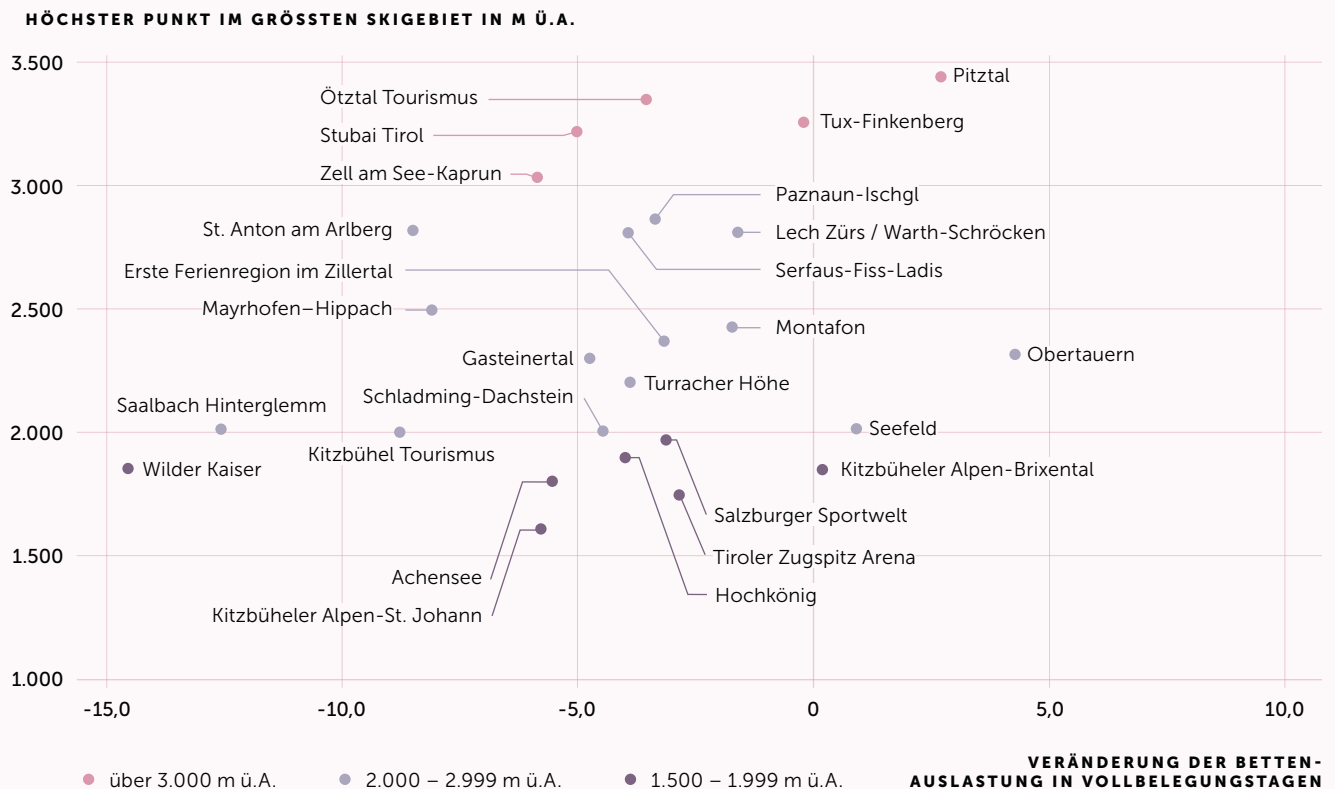
Die **niedrigste Tourismusintensität**, gemessen an den Übernachtungen pro Einwohner, weisen die Destinationen Kitzbüheler Alpen-St. Johann, Kitzbühel Tourismus und die Turracher Höhe auf. Im Verhältnis zur lokalen Bevölkerung fällt die touristische Dichte damit vergleichsweise gering aus. Vor allem aus der Sicht der lokalen Bevölkerung kann die Tourismusintensität als positiv bewertet werden, da der Tourismus weniger stark auf den Lebensraum einwirkt und dadurch das Risiko einer touristischen Überlastung entsprechend geringer ausfällt.

● Kitzbüheler Alpen – St. Johann	52,3
● Kitzbühel Tourismus	78,4
● Turracher Höhe	115,0

Den **höchsten Anteil an Freizeitwohnsitzen und Zweitwohnungen** weist Saalbach-Hinterglemm auf, gefolgt von Hochkönig und Lech Zürs – Warth/Schröcken. Im Rahmen des Rankings wird ein hoher Anteil als Indikator für die Begehrtheit einer Destination als Freizeit- und Aufenthaltsstandort gewertet und entsprechend positiv berücksichtigt.

● Saalbach-Hinterglemm	46,6 %
● Hochkönig	28,1 %
● Lech Zürs – Warth/Schröcken	26,7 %

Veränderung der Auslastung in Vollbelegungstagen Wintersaison 2018/19 zu Wintersaison 2024/25 nach höchstem Punkt im größten Skigebiet



Auch hoch gelegene Destinationen verzeichnen seit 2018/19 teilweise deutliche Rückgänge bei der Bettenauslastung in den jeweiligen Wintersaisons. Gleichzeitig finden sich sowohl in höheren als auch in niedrigeren Skigebieten Destinationen mit stabiler bzw. positiver Entwicklung.

Besonders deutlich wird das an folgenden Beispielen. Stubai Tirol reicht mit seinem Skigebiet bis auf 3.210 m ü.A., verliert aber dennoch rund fünf Vollbelegungstage. Auch Ötztal Tourismus, Paznaun-Ischgl und Serfaus-Fiss-Ladis verzeichnen trotz hoch gelegener, schneesicherer Skigebiete Rückgänge. Demgegenüber entwickelt sich das Pitztal als höchstgelegene Destination mit einem Plus von 2,8 Vollbelegungstagen, Tux-Finkenberg bleibt mit -0,2

Vollbelegungstagen weitgehend stabil. Die Höhenlage allein erklärt die Entwicklung offensichtlich nicht.

Spannend ist auch ein Blick auf Seefeld. Trotz einer deutlich geringeren maximalen Seehöhe von 2.064 m ü.A., kann die Destination ihre Auslastung um rund einen Vollbelegungstag steigern. Den stärksten Zuwachs verzeichnet mit Obertauern ebenfalls eine Destination im mittleren Höhengniveau.

Das unterstreicht, dass neben der Schneesicherheit weitere Faktoren für Nachfrage und Auslastung an Bedeutung gewonnen haben.

2.4. Zusammenfassung der wichtigsten Performance-Daten

Nachfrageentwicklung

Die touristische Nachfrage in den alpinen Regionen Österreichs hat sich in den vergangenen zehn Jahren (2015 – 2025) insgesamt positiv entwickelt, wobei nicht alle untersuchten Destinationen von diesem Wachstum profitieren konnten. Während einzelne Destinationen im Betrachtungszeitraum leichte Rückgänge bei den Nächtigungen verzeichneten, erzielten insbesondere die Tiroler Zugspitz Arena, Hochkönig, Schladming-Dachstein sowie Zell am See Kaprun mit Zuwächsen von rund 21 bis 26 Prozent einen besonders starken Anstieg.

Wird als Vergleich das Vor-Corona-Jahr 2019 aufgegriffen, zeigt sich, dass bislang nur knapp die Hälfte der untersuchten Destinationen das damalige Nächtigungsniveau wieder erreicht bzw. überschritten hat. In den übrigen Destinationen nähern sich die Nächtigungszahlen zunehmend dem Tourismusjahr vor dem Corona-Ausbruch an, liegen jedoch weiterhin darunter.

Bettenauslastung

Die Bettenauslastung über alle Beherbergungskategorien liegt im Tourismusjahr 2025 zwischen rund 23 und 48 Prozent und weist je nach Saisonstruktur deutliche Unterschiede auf. Berechnet wurde sie auf Basis von 365 Öffnungstage, wobei die Bettenkapazität der Wintersaison als Grundlage diente. Die höchsten ganzjährigen Auslastungswerte erzielen der Achensee, Tux-Finkenberg und Serfaus-Fiss-Ladis. Diesen Destinationen gelingt es durch eine stabile Nachfrage sowie ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Nachfrage- und Kapazitätsentwicklung eine hohe Auslastung auszuweisen.

Bei den österreichischen Destinationen ist der Trend zu erkennen, dass sich die Sommer- und Winterauslastung zunehmend annähern. Dies deutet unter anderem auch auf einen erfolgreichen Ausbau ganzjähriger Tourismusangebote hin.

Ertragskraft und Preisniveau

Die wirtschaftliche Performance der österreichischen Destinationen zeigt ein heterogenes Bild. Zu den Destinationen mit einem besonders hohen Niveau der Ø Übernachtungspreise zählen unter anderem Lech Zürs / Warth-Schröcken, Kitzbühel Tourismus, Serfaus-Fiss-Ladis und St. Anton am Arlberg, die sich weiterhin klar im Premiumsegment positionieren. Gleichzeitig konnten Destinationen wie Lech Zürs / Warth-Schröcken, der Achensee und der Wilde Kaiser beim Umsatz pro Bett sehr hohe Werte ausweisen. Dies verdeutlicht, dass neben dem erzielbaren Übernachtungspreis vor allem die Auslastung der vorhandenen Kapazitäten wesentliche Einflussfaktoren für den Umsatz pro Bett darstellen.

Insgesamt lässt sich beim allgemeinen Preisniveau erkennen, dass es weiter gestiegen ist. Dies betrifft sowohl Übernachtungspreise als auch Skitarife. Bei den Baulandpreisen ist hingegen keine einheitliche Entwicklung festzustellen. Während in zahlreichen Destinationen weitere Preissteigerungen zu beobachten sind, verzeichneten einzelne Regionen auch rückläufige Preisentwicklungen.

3. Ranking

Das Ranking des *Alpine Destination Report 2027* orientiert sich an der Perspektive zentraler Akteure des alpinen Tourismus. Im Fokus stehen dabei insbesondere Tourismusverantwortliche, Investoren und Entscheidungsträger. Ziel ist es, die Auswahl und Gewichtung der Bewertungskriterien so zu gestalten, dass sie die Standortqualitäten und Wettbewerbsfaktoren einer Destination möglichst realitätsnah abbilden.

Die Bewertung basiert auf einem mehrstufigen Scoring-Modell mit unterschiedlicher Gewichtung. Die Gewichtung der einzelnen Kriterien orientiert sich an ihrer strategischen Relevanz für die Destination und fließt dementsprechend

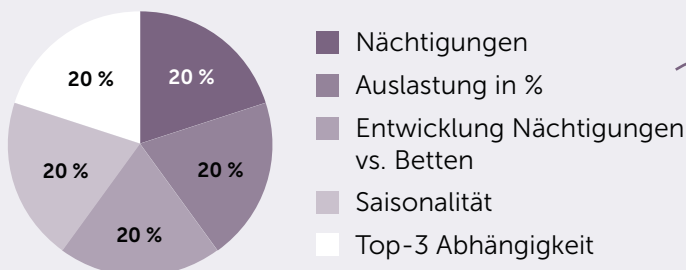
in das jeweilige Teilranking und anschließend in das Gesamtranking ein.

Die Gewichtung ist hierarchisch aufgebaut und besteht aus drei Hauptkategorien: Angebot und Nachfrage, Preisniveau und Attraktivität. Zusammen ergeben die zugeordneten Parameter 100 Prozent. Dasselbe Prinzip gilt auch für die Beziehung zwischen den Sub-Rankings und dem Gesamt-Ranking, wodurch ein transparenter und nachvollziehbarer Bewertungsprozess gewährleistet werden kann.

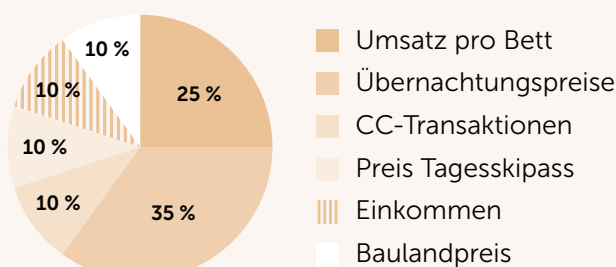
Die folgende Grafik veranschaulicht die Gewichtungsverteilung der einzelnen Kriterien im Bewertungsmodell des Reports.

Ranking Methodik

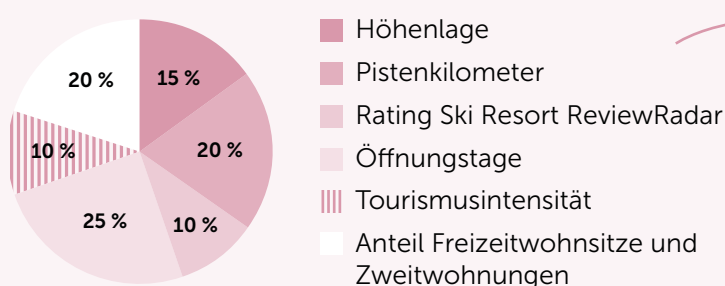
ANGEBOT & NACHFRAGE



PREISNIVEAU



ATTRAKTIVITÄT



Angebot & Nachfrage
20 %

Preisniveau
40 %

Attraktivität
40 %

3.1. Angebot & Nachfrage

Die Kategorie Angebot & Nachfrage bildet die touristische Entwicklung und Nachfragestruktur der untersuchten Destinationen ab. In die Bewertungen fließen die Gesamtzahl der Übernachtungen, die Bettenauslastung, die Entwicklung von Nachfrage und Bettenangebot über einen Zeitraum von zehn Jahren, die Saisonalität sowie die Konzentration der Nächtigungen auf die drei wichtigsten Herkunftsmärkte ein. Alle fünf Kriterien werden innerhalb der Kategorie gleich gewichtet und gehen mit jeweils 20 Prozent in die Bewertung ein.

Bewertungskriterien Angebot & Nachfrage

» **Nächtigungszahl:**

Die Zahl der Nächtigungen bildet das touristische Nachfragevolumen einer Destination ab und ist ein Indikator ihrer wirtschaftlichen Bedeutung. Destinationen mit einem hohen Nächtigungsaufkommen weisen auf eine starke Attraktivität sowie eine beständige Nachfrage hin und erzielen innerhalb dieses Kriteriums eine entsprechend höhere Bewertung.

» **Auslastungsgrad:**

Der Auslastungsgrad zeigt, wie intensiv die vorhandenen Beherbergungskapazitäten einer Destination tatsächlich genutzt werden. Er setzt die belegten Betten ins Verhältnis zum verfügbaren Bettenangebot und wird über alle Beherbergungskategorien hinweg betrachtet. Eine hohe Auslastung deutet auf eine starke Nutzung der bestehenden Kapazitäten hin und schafft damit grundsätzlich günstigere Voraussetzungen für einen wirtschaftlichen Betrieb. Im Ranking wird eine höhere Bettenauslastung somit positiv bewertet.

» **Entwicklung Nächtigungen vs.**

Bettenangebot (Nachfrageüberhang):

Der Nachfrageüberhang (gemessen als Verhältnis zwischen dem Nächtigungswachstum und dem Wachstum des Bettenangebotes) bewertet, ob das Nächtigungswachstum mit der entstandenen Beherbergungskapazität Schritt hält und wie gut die bestehenden Kapazitäten genutzt werden.

» **Saisonalität:**

Eine geringe Saisonalität, also eine gleichmäßige Nachfrage über das Jahr hinweg, wird als vorteilhaft eingestuft, da sie die Abhängigkeit der Destination von einzelnen Saisonzeiten mindert und zu einer beständigeren Auslastung führt. Destinationen mit geringer Saisonalität weisen meist eine stabile wirtschaftliche Grundlage auf, da die Einnahmen nicht primär an bestimmte Monate gebunden sind. Eine gleichmäßige Auslastung über das Jahr hinweg verbessert zudem die Beschäftigungsmöglichkeiten vor Ort und verringert wirtschaftliche Schwankungen.

» **Anteil Top-3 Herkunftsländer:**

Ein geringerer Anteil der drei wichtigsten Herkunftsmärkte an den Gesamtnächtigungen wird positiv bewertet, da sich die Nachfrage dadurch auf eine breitere Basis verteilt. Die geringere Abhängigkeit von einzelnen Quellmärkten reduziert das Risiko, dass Veränderungen oder Nachfragerückgänge einzelner Nationen die Destination besonders stark treffen.

Ranking – Angebot & Nachfrage

Destination	Gesamt- platzie- rung	Nächti- gungen	Auslastung in %	Entwicklung Nächtigungen vs. Betten	Saiso- nalität	Anteil Top-3 Länder
GEWICHTUNG	100 %	20 %	20 %	20 %	20 %	20 %
Zell am See-Kaprun	1	3	7	17	1	1
Seefeld	2	12	5	4	6	6
Schladming-Dachstein	3	2	19	7	2	18
Erste Ferienregion im Zillertal	4	6	14	6	4	19
Gasteinertal	5	8	10	15	5	12
Ötztal Tourismus	6	1	9	14	22	5
Stubai Tirol	7	15	4	11	13	9
Tiroler Zugspitz Arena	8	14	13	1	7	22
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	9	5	18	10	14	11
Mayrhofen-Hippach	9	9	8	19	12	10
Achensee	11	16	1	2	21	24
Tux-Finkenberg	12	20	2	16	20	8
Hochkönig	13	19	17	3	3	25
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	14	25	12	9	9	16
Serfaus-Fiss-Ladis	15	7	3	22	19	21
Kitzbüheler Alpen-Brixental	15	17	22	5	8	20
Saalbach Hinterglemm	17	10	15	18	17	13
Pitztal	18	22	11	8	16	17
Paznaun-Ischgl	19	4	20	23	25	7
Wilder Kaiser	20	13	6	24	11	26
Kitzbühel Tourismus	21	24	21	25	10	4
Montafon	22	11	25	13	15	23
St. Anton am Arlberg	22	18	24	20	23	2
Obertauern	24	23	16	12	26	15
Lech Zürs / Warth-Schröcken	24	21	23	21	24	3
Turracher Höhe	26	26	26	26	18	14

3.2. Preisniveau

Die Kategorie Preisniveau betrachtet die wirtschaftliche Positionierung und zeigt, welche Preis- und Wertschöpfungsniveaus in den einzelnen Destinationen erreicht werden. Sie macht sichtbar, in welchem Maß eine Destination in der Lage ist, hohe Ertragskraft mit Marktattraktivität zu verbinden, und liefert damit wichtige Hinweise auf ihre wirtschaftliche Position im alpinen Vergleich.

In das Sub-Ranking fließen mehrere wirtschaftliche Kennzahlen ein. Berücksichtigt werden Beherbergungsumsätze und Übernachtungspreise sowie das regionale Einkommensniveau, das Ausgabeverhalten der Konsumenten, Skipasspreise und der Baulandpreis pro m². Gemeinsam ermöglichen diese Faktoren eine differenzierte Betrachtung der wirtschaftlichen Stärke und Preispositionierung der jeweiligen Destination.

Bewertungskriterien Preisniveau

» Umsatz pro Bett:

Der Beherbergungsumsatz pro Bett ist ein wesentlicher Indikator zur Einschätzung des wirtschaftlichen Erfolgs und der Preisgestaltung in der Hotellerie.

» Übernachtungspreise:

Die über ein führendes Online-Portal erhobenen Übernachtungspreise (brutto) geben einen Eindruck in das aktuelle Marktpreisniveau der Destinationen. Durch die Erhebung zu unterschiedlichen Saisonszeiten werden saisonale Preisunterschiede berücksichtigt, was eine objektive Einordnung des Preisniveaus erlaubt.

» Brutto-Kreditkartenumsatz pro Transaktion:

Der Median der Kreditkartenumsätze während der Wintersaisons 2024/25 und 2025/26 gibt Aufschluss über die Höhe der Ausgaben je Transaktion in den einzelnen Destinationen. Die Kennzahl ergänzt damit die Betrachtung des Preisniveaus um das tatsächliche bargeldlose Ausgabenverhalten der Gäste vor Ort und ermöglicht einen Vergleich der Destinationen hinsichtlich ihrer Konsum- und Wertschöpfungsstruktur.

» Skitarife (Tageskarte):

Die Preise für Skitageskarten, die uns vom Skiguide Austria bereitgestellt wurden, geben einen direkten Einblick in die Kostenstruktur der Hauptattraktion vieler alpiner Destinationen. Als Preis für eines der zentralen touristischen Angebote im Alpenraum ermöglichen sie eine zentrale Einordnung des Preisniveaus der jeweiligen Destination und werden entsprechend im Vergleich berücksichtigt.

» Einkommen:

Das durchschnittliche Nettojahreseinkommen der ansässigen Bevölkerung gibt Aufschluss über die lokale Kaufkultur und die allgemeine Wirtschaftskraft innerhalb einer Destination. Die Kennzahl ermöglicht es, das regionale Preisniveau in Relation zur lokalen Kaufkraft und zu den jeweiligen Lebenshaltungskosten einzuordnen.

» Baulandpreis:

Der Baulandpreis pro Quadratmeter ist ein Indikator für die ökonomische Attraktivität des Immobilienstandorts und spiegelt sowohl die Nachfrage nach Wohn- und Freizeitimmobilien als auch das allgemeine Preisniveau wider. Für touristische Projektentwicklungen ist er insbesondere relevant, da die Grundstückskosten die Investitionshöhe und damit die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen eines Projekts wesentlich mitbestimmen.

Zusammengefasst wird ein hohes Preisniveau in den betrachteten Bereichen insgesamt positiv bewertet, da es die Nachfrage und wirtschaftliche Stärke der Destination unterstreicht. Gleichzeitig schafft es günstigere Voraussetzungen für die Preisdurchsetzung touristischer Angebote und bietet Potenziale für weitere Investitionen in Tourismus und Infrastruktur, was ihre Marktstellung langfristig stärkt.



Ranking – Preisniveau

Destination	Gesamt- platzie- rung	Umsatz pro Bett	Übernacht- ungspreise	Umsatz CC Transaktion	Preis Tages- skipass	Gehalt	Bauland- preis
GEWICHTUNG	100 %	25 %	35 %	10 %	10 %	10 %	10 %
Lech Zürs / Warth-Schröcken	1	1	1	1	2	1	2
Kitzbühel Tourismus	2	4	2	10	4	15	1
Serfaus-Fiss-Ladis	3	7	3	5	15	20	6
Paznaun-Ischgl	4	10	7	3	4	4	15
St. Anton am Arlberg	5	20	4	9	2	2	7
Wilder Kaiser	6	3	15	8	16	3	3
Ötztal Tourismus	7	11	8	12	1	13	17
Achensee	8	2	12	6	23	8	16
Saalbach Hinterglemm	9	22	6	22	6	6	12
Obertauern	10	25	5	18	21	5	4
Tux-Finkenberg	11	6	16	13	6	17	24
Hochkönig	12	13	10	14	13	25	14
Mayrhofen-Hippach	13	19	11	16	6	22	10
Erste Ferienregion im Zillertal	14	8	17	21	6	24	13
Zell am See-Kaprun	15	9	21	24	6	11	9
Seefeld	16	12	18	11	26	9	11
Schladming-Dachstein	17	23	9	17	11	21	21
Gasteinertal	18	16	14	20	11	19	23
Turracher Höhe	19	5	24	15	20	14	26
Montafon	20	18	13	23	23	23	19
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	21	17	26	7	25	12	5
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	22	15	19	26	13	18	22
Tiroler Zugspitz Arena	23	14	22	4	22	26	20
Pitztal	24	26	20	2	18	7	25
Stubai Tirol	25	21	23	25	19	10	18
Kitzbüheler Alpen-Brixental	26	24	25	19	16	16	8

3.3. Attraktivität

Die Attraktivität einer Destination ist ein wesentlicher Faktor für ihre Positionierung und Wettbewerbsfähigkeit im alpinen Tourismus. Sie beeinflusst, wie erfolgreich eine Region Gäste ansprechen und langfristig binden kann.

Für das Sub-Ranking wird die Attraktivität anhand verschiedener quantitativer und qualitativer Kriterien bewertet. Berücksichtigt werden dabei insbesondere die Qualität und Vielfalt des touristischen Angebots, die vorhandene Infrastruktur sowie die Wahrnehmung der Destination am Markt. Diese Faktoren gelten als besonders aussagekräftig, da sie in enger Wechselwirkung mit der Nachfrageentwicklung und der Gästezufriedenheit stehen und somit entscheidend zur Marktposition einer Destination beitragen.

Bewertungskriterien Attraktivität

» Höhenlage des größten Skigebietes:

Die Höhenlage des größten Skigebiets einer Destination ist ein wichtiger Faktor für die Attraktivität des Wintersportangebots. Höher gelegene Skigebiete verfügen in der Regel über günstigere Voraussetzungen bezüglich der Schneesicherheit und Saisonlänge. Dies erhöht unter anderem die Planungssicherheit für Gäste und Betriebe und kann insbesondere in schnee-ärmeren Wintern einen Wettbewerbsvorteil gegenüber tiefer gelegenen Destinationen darstellen.

» Pistenkilometer:

Der Umfang des Pistenangebots beeinflusst direkt die Attraktivität für Skisportler. Ein weitläufiges und abwechslungsreiches Pistenetz bietet Gästen mehr Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung ihres Skitages und ist insbesondere bei längeren Aufenthalten von Bedeutung. Somit macht eine hohe Anzahl an Pistenkilometern eine Destination besonders interessant für Wintersportler und verbessert die Wettbewerbsfähigkeit.

» Bewertungen:

Die Gästebewertungen zur gesamten Leistungskette des größten Skigebietes spiegeln wider, wie die Gäste das Angebot wahrnehmen und erleben. Sie sind damit ein wichtiger Indikator für die touristische Angebotsqualität. Zugleich beeinflussen sie die Auswahl- und Buchungsentscheidung potenzieller Gäste und sind daher auch für die Vermarktung einer Destination relevant.

» Betriebstage (von Skigebieten über 1.000 m.ü.A.):

Die Anzahl der Betriebstage in Skigebieten über 1.000 m ü.A. zeigt, über welchen Zeitraum das Wintersportangebot einer Destination tatsächlich zur Verfügung steht. Eine längere Betriebsdauer schafft zusätzliche Möglichkeiten zur touristischen Wertschöpfung und erhöht zugleich die Planungssicherheit für Gäste und Betriebe.

» Tourismusintensität (Nächtigungen pro Einwohner):

Die Tourismusintensität, gemessen als Nächtigungen pro Einwohner, verdeutlicht die touristische Prägung einer Destination. Sie gibt Aufschluss über die Belastung der lokalen Bevölkerung und die Kapazität der Destination, eine hohe Besucherzahl zu bewältigen. Ein zu hoher Wert kann die Attraktivität durch überfüllte Bereiche und Ressourcenmangel negativ beeinflussen.

» **Anteil Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen:**

Im Rahmen des Rankings wird ein höherer Freizeit- und Zweitwohnungsanteil positiv bewertet. Eine hohe Nachfrage deutet darauf hin, dass eine Destination auch über den klassischen Urlaubsaufenthalt hinaus als attraktiver Freizeit- und Aufenthaltsort wahrgenommen wird. Der Anteil der Freizeit- und Zweitwohnungen kann somit als ergänzender Indikator für die Begehrtheit und überregionale Anziehungskraft einer Destination herangezogen werden.

In die Bewertung fließen jene Merkmale positiv ein, die auf eine hohe touristische Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit hindeuten: eine hohe Lage des Skigebiets, ein umfangreiches Pistenangebot, positive Gästebewertungen, eine lange Betriebsdauer, eine ausgewogene Tourismusintensität sowie ein hoher Anteil an Freizeitwohnsitzen und Zweitwohnungen. Sie bilden die wesentlichen Rahmenbedingungen dafür, wie attraktiv und leistungsfähig sich eine alpine Destination im Wettbewerb aufstellen kann.



Ranking – Attraktivität

Platzierung	Gesamt- platzie- rung	Ø Höhen- lage	Pisten- kilo- meter	Bewertung Ski Resort Review- Radar	Öff- nungs- tage	Touris- mus- intensität	Freizeit- wohnsitze und Zweit- wohnungen
GEWICHTUNG	100 %	15 %	20 %	10 %	25 %	10 %	20 %
Lech Zürs / Warth-Schröcken	1	6	3	14	7	23	3
St. Anton am Arlberg	2	6	3	14	7	17	12
Kitzbühel Tourismus	3	19	12	14	6	2	6
Zell am See-Kaprun	4	10	17	10	3	15	10
Saalbach Hinterglemm	5	17	7	5	13	24	1
Turracher Höhe	5	11	25	5	5	3	8
Gasteinertal	7	13	14	5	11	13	7
Ötztal Tourismus	8	3	2	11	10	14	25
Obertauern	9	9	21	9	4	26	5
Tux-Finkenberg	10	4	11	20	1	22	21
Paznaun-Ischgl	11	5	1	13	9	21	26
Kitzbüheler Alpen-Brixental	12	24	5	3	22	7	4
Schladming-Dachstein	13	21	8	2	17	4	13
Pitztal	14	1	19	26	2	9	24
Wilder Kaiser	15	24	5	19	18	11	9
Mayrhofen-Hippach	16	14	15	3	13	18	20
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	17	22	9	1	23	10	15
Stubai Tirol	18	2	22	24	12	5	22
Montafon	18	14	10	23	16	8	19
Hochkönig	20	23	18	14	18	20	2
Erste Ferienregion im Zillertal	21	16	20	20	20	6	14
Serfaus-Fiss-Ladis	22	8	13	25	15	25	23
Seefeld	23	12	26	5	26	16	11
Tiroler Zugspitz Arena	24	18	16	22	20	19	17
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	25	26	24	11	25	1	18
Achensee	26	20	23	18	24	12	16

3.4. Gesamt-Ranking 2026

Das Gesamtranking des *Alpine Destination Report 2027* beruht auf drei Kategorien: Angebot & Nachfrage, Preisniveau und Attraktivität. Jede Kategorie geht mit einer eigenen Gewichtung in die Bewertung ein, wobei quantitative Kennzahlen und qualitative Standortfaktoren gleichermaßen berücksichtigt werden. Auf diese Weise lassen sich Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeiten der führenden Tourismusdestinationen Österreichs vergleichen und wirtschaftliche Stärke, touristische Qualität und Entwicklungsdynamik transparent darstellen.

Im Gesamtranking des *Alpine Destination Report 2027* belegt **Lech Zürs / Warth-Schröcken** den ersten Platz, gefolgt von **Kitzbühel Tourismus** auf Rang zwei. Den dritten Platz teilen sich in diesem Jahr erstmals zwei Destinationen. **Ötztal Tourismus** und **St. Anton am Arlberg**.

Das Gesamtranking im Überblick:

Destination	Gesamt-Ranking 100 %	Sub-Ranking		
		ANGEBOT & NACHFRAGE 20 %	PREIS-NIVEAU 40 %	ATTRAKTIVITÄT 40 %
Lech Zürs / Warth-Schröcken	1	24	1	1
Kitzbühel Tourismus	2	21	2	3
Ötztal Tourismus	3	6	7	8
St. Anton am Arlberg	3	22	5	2
Zell am See-Kaprun	5	1	15	4
Saalbach Hinterglemm	6	17	9	5
Paznaun-Ischgl	7	19	4	11
Tux-Finkenberg	8	12	11	10
Gasteinertal	9	5	18	7
Obertauern	10	24	10	9
Wilder Kaiser	10	20	6	15
Schladming-Dachstein	12	3	17	13
Serfaus-Fiss-Ladis	13	15	3	22
Mayrhofen-Hippach	14	9	13	16
Erste Ferienregion im Zillertal	15	4	14	21
Turracher Höhe	15	26	19	5
Hochkönig	17	13	12	20
Achensee	18	11	8	26
Seefeld	19	2	16	23
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	20	9	22	17
Kitzbüheler Alpen-Brixental	21	15	26	12
Stubai Tirol	22	7	25	18
Pitztal	23	18	24	14
Montafon	24	22	20	18
Tiroler Zugspitz Arena	25	8	23	24
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	26	14	21	25

4. Fazit & Zusammenfassung

Der diesjährige Report zeigt, dass es bei den Spitzenpositionen zu einigen Bewegungen gekommen ist. Insgesamt finden sich drei der fünf Erstplatzierten des Vorjahres auch heuer unter den Top 5. Neu hinzugekommen sind zwei Destinationen. Lech Zürs / Warth-Schröcken springt von Platz 6 an die Spitze des Gesamtrankings, während Zell am See-Kaprun von Platz 8 auf Platz 5 vorrückt.

Bemerkenswert ist, dass die Top 3 im Gesamtranking vor allem durch ihre wirtschaftliche Ertragskraft, die Qualität sowie Attraktivität ihres Angebots glänzen.

Dabei zeigen sich unterschiedliche Erfolgsprofile. Lech Zürs / Warth-Schröcken, Kitzbühel Tourismus und St. Anton am Arlberg liegen bei Preisniveau und Attraktivität ganz vorne, schneiden bei Angebot & Nachfrage aufgrund geringerer Auslastung und einer schwächeren Entwicklung der Nächtigungen im Vergleich zu den Betten jedoch schlechter ab. Bei Lech Zürs / Warth-Schröcken sowie St. Anton am Arlberg kommt eine ausgeprägte Saisonabhängigkeit hinzu. Eine Ausnahme bildet Ötztal Tourismus, die als einzige Destination der Top 3 in keinem Sub-Ranking unter den ersten fünf liegt, jedoch durch eine ausgewogene Performance im oberen Drittel aller drei Kategorien überzeugen kann.

Im Bereich **Angebot & Nachfrage** heben sich vor allem Zell am See-Kaprun sowie Seefeld ab. Bei diesen zwei Destinationen fällt auf, dass ihr Saisonverlauf besonders ausgeglichen ist. Zell am See-Kaprun kann zudem auch den geringsten Anteil der Top-3-Herkunftsländer aufweisen, was auf eine breit gestreute Gästestruktur hinweist. Im Vergleich zum Vorjahr konnte sich diese Destination in diesem Sub-Ranking beson-

ders beweisen und vom zweiten auf den ersten Platz aufsteigen.

Beim **Preisniveau** bleibt die Spitze unverändert. Wie im Vorjahr belegen Lech Zürs / Warth-Schröcken, Kitzbühel Tourismus und Serfaus-Fiss-Ladis die ersten drei Plätze und bestätigen damit ihre Spitzenposition. Destinationen wie das Gasteinertal, Wilder Kaiser, Ötztal Tourismus sowie Mayrhofen-Hippach verzeichnen beim Preisniveau spürbare Zugewinne.

Im Bereich der **Attraktivität** konnte sich vor allem Lech Zürs / Warth-Schröcken verbessern und in diesem Jahr den ersten Platz belegen. Somit geht die Destination insgesamt in zwei Sub-Rankings (Preisniveau sowie Attraktivität) als Sieger hervor. Auch dahinter kommt es durch die Neuaufnahme des Anteils der Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen sowie durch eine neue Datenquelle für die Gästebewertung zu Veränderungen. Kitzbühel Tourismus verbessert sich von Platz 8 auf Platz 3, Zell am See-Kaprun sogar von Platz 17 auf Platz 4. Saalbach Hinterglemm (zuvor Platz 15) und die Turracher Höhe (zuvor Platz 14) teilen sich nun Platz 5. Außerdem rückt auch Schladming-Dachstein von Platz 20 auf Platz 13 vor.

Einer der **größten Aufsteiger** im Gesamtranking gegenüber dem Vorjahr ist das Gasteinertal (von Platz 20 auf 9). Getragen wird dieser Sprung von Fortschritten in allen drei Kategorien, besonders deutlich bei Angebot & Nachfrage und bei der Attraktivität. Ebenfalls deutlich nach vorne rückt die Turracher Höhe (von 24 auf 15), die sich vor allem bei der Attraktivität steigern konnte. Auch Saalbach Hinterglemm verbessert sich spürbar (von 14 auf 6) und profitiert dabei insbesondere von seiner gestiegenen Attraktivität.

Handlungsbedarf zeigt sich nach wie vor bei der Tourismusintensität und beim Preis-Leistungs-Verhältnis. Manche stark besuchten Regionen geraten sowohl infrastrukturell als auch gesellschaftlich an ihre Belastungsgrenzen. Andere sind gefordert, ihr gestiegenes Preisniveau durch eine entsprechende Angebotsqualität zu untermauern. Erschwerend kommen höhere Betriebskosten, der Mangel an Fachkräften sowie die Aufgabe hinzu, den Klimawandel konsequent in die strategische Weiterentwicklung der Destination einzubinden.

5. Blick in die Schweiz

Ergänzend zum Ranking der österreichischen Destinationen richtet sich der Blick auch auf führende Schweizer Tourismusorte. Die Schweizer Märkte ermöglichen es, die Entwicklungen in Österreich in einen größeren alpinen Kontext einzuordnen und zusätzliche Erkenntnisse für den gesamten Alpenraum zu liefern.

An dieser Stelle bedanken wir uns bei unseren Partnern Hotel Inside und der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH) für ihre Unterstützung bei der Erhebung der Daten aus der HESTA Beherbergungsstatistik des Bundesamtes für Statistik.

Für einen länderübergreifenden Überblick wurden folgende Schweizer Tourismusorte betrachtet:

- » Arosa (1)
- » Davos (2)
- » Engelberg (3)
- » Grindelwald (4)
- » Saanen / Gstaad (5)
- » Scuol (6)
- » St. Moritz (7)
- » Zermatt (8)



Aufgrund der eingeschränkten Datenverfügbarkeit konnte die Analyse nur für ausgewählte Kennzahlen durchgeführt werden.

5.1. Angebot & Nachfrage

Der Blick auf die Schweizer Tourismusorte zeigt im Verhältnis zu den österreichischen Destinationen ein insgesamt hohes Nachfrageniveau. Dabei muss jedoch berücksichtigt werden, dass sich die ausgewiesene Bettenauslastung ausschließlich auf die im Rahmen der HESTA

erfassten Betriebe (Hotels und Kurbetriebe) bezieht. Besonders Zermatt sowie Grindelwald stechen dabei hervor, die mit über 63 bzw. über 66 Prozent eine sehr starke durchschnittliche Auslastung ausweisen können.

Destination	Nachfrage Tourismusjahr 2025		Angebot Winter 2024/25		Bettenauslastung 2025 in %
	ANKÜNFTE	ÜBERNACHTUNGEN	BETRIEBE	BETTEN	
Arosa	139.807	418.711	35	2.964	38,7 %
Davos	321.179	811.462	47	5.818	38,2 %
Engelberg	156.024	328.002	26	1.967	45,7 %
Grindelwald	342.751	762.611	44	3.280	63,7 %
Saanen / Gstaad	140.545	347.550	27	1.950	48,8 %
Scuol	95.599	266.633	30	1.813	40,3 %
St. Moritz	314.780	799.655	29	4.004	54,7 %
Zermatt	703.162	1.700.264	98	7.020	66,4 %

Insgesamt sind die Schweizer Tourismusorte stark vom Binnenmarkt geprägt. In fünf der acht Schweizer Tourismusorte entfallen über 55 Prozent der Nächtigungen auf Gäste aus der Schweiz. In den österreichischen Destinationen liegt der Anteil inländischer Gäste im Gegensatz bei nur rund dreizehn Prozent. Die wichtigsten

ausländischen Herkunftsmärkte sind hier Deutschland und die Niederlande.

Gleichzeitig spielen Fernmärkte wie die USA, Indien oder Südkorea in der Schweiz eine größere Rolle als in Österreich.

Destination	Abhängigkeit Top-3 Herkunftsländer	Länder		
		1.	2.	3.
Arosa	88 %	Schweiz	Deutschland	Vereinigtes Königreich
Davos	85 %	Schweiz	Deutschland	Vereinigtes Königreich
Engelberg	64 %	Schweiz	Indien	USA
Grindelwald	47 %	Schweiz	USA	Südkorea
Saanen / Gstaad	74 %	Schweiz	USA	Vereinigtes Königreich
Scuol	96 %	Schweiz	Niederlande	Deutschland
St. Moritz	54 %	Schweiz	Deutschland	USA
Zermatt	59 %	Schweiz	USA	Deutschland

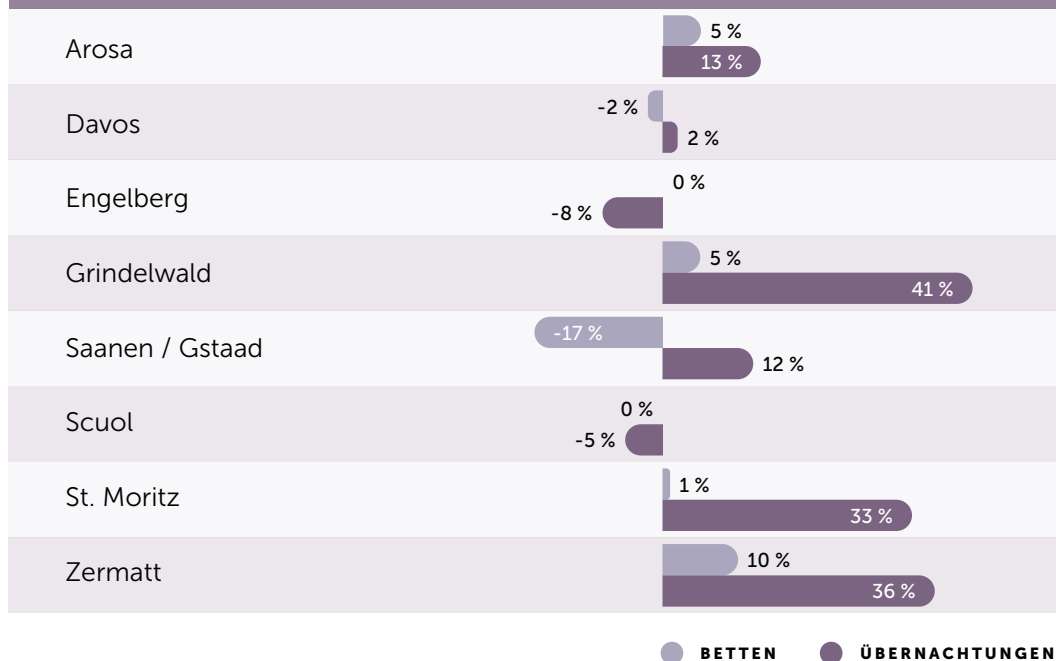
Das folgende Diagramm zeigt die prozentuale **Entwicklung der Übernachtungen und Bettenkapazitäten** in den untersuchten Schweizer Tourismusorten über einen Zehnjahreszeitraum (2015 bis 2025).

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Orte ein positives Nachfragewachstum verzeichnete, während die Veränderung der Bettenkapazität etwas moderater ausfiel. Besonders hervorzuheben sind Grindelwald, St. Moritz und Zermatt. In Grindelwald stiegen die Übernachtungen im Zehnjahresvergleich um 41 Prozent und somit kann der Ort im Vergleich zu den anderen eine sehr positive Nach-

frageentwicklung vorweisen. Zermatt konnte im Vergleichszeitraum seine Übernachtungen um 36 Prozent steigern, während die Betten im Schweizer Tourismusort auch um zehn Prozent angestiegen sind. Außerdem konnte St. Moritz bei der Nächtigungsentwicklung um 33 Prozent im Vergleich zu 2015 zulegen.

Ein anderes Bild zeigt sich in Saanen / Gstaad. Obwohl die Bettenkapazität um 17 Prozent deutlich zurückging, stiegen die Übernachtungen um zwölf Prozent. In Engelberg und Scuol hingegen blieben die Kapazitäten stabil, während die Übernachtungszahlen sanken.

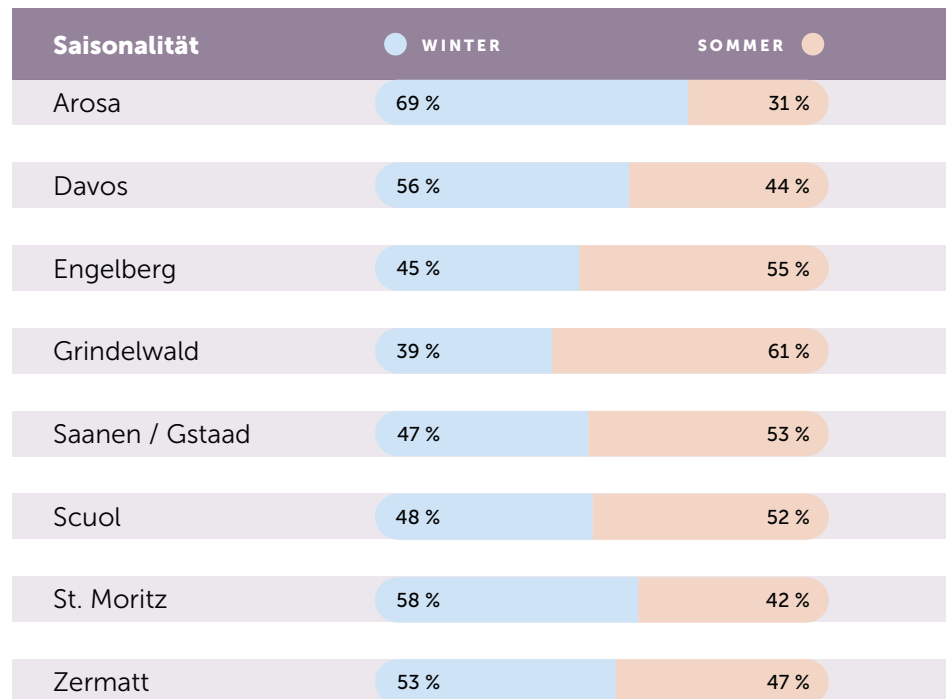
Entwicklung der Übernachtungen und Betten von Tourismusjahr 2015 bis 2025



Bei der Betrachtung der **Saisonalität** zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Orten. Saanen / Gstaad und Scuol verfügen über eine ausgewogene Verteilung der Nächtigungen zwischen Sommer und Winter und gelten damit als ausgewogene Ganzjahresferienorte.

In Arosa, Davos und St. Moritz dominiert recht klar die Wintersaison, was die starke Ausrichtung dieser Orte auf den Wintersport widerspiegelt. Engelberg und Grindelwald weisen demgegenüber eine höhere Nachfrage im Sommer auf, wodurch der Sommertourismus dort eine entsprechend größere Bedeutung einnimmt.

Insgesamt zeigt sich, dass der Sommer in mehreren Schweizer Tourismusorten bereits einen hohen Stellenwert hat. Viele Orte sind damit breiter aufgestellt, als es das klassische Wintergeschäft vermuten lässt, und überzeugen auch außerhalb der Wintersaison.



Kombi-Ranking Österreich und Schweiz

In den nachfolgenden Übersichten werden die verfügbaren Kennzahlen der Schweizer Orte und österreichischen Destinationen gegenübergestellt und anschließend in einem Kombi-Ranking zusammengeführt.

Destination	Differenz Sommer vs. Winter	Ranking
Zell am See-Kaprun	1,1 %p.	1
Schladming-Dachstein	1,9 %p.	2
Hochkönig	3,4 %p.	3
Scuol	3,6 %p.	4
Erste Ferienregion im Zillertal	4,5 %p.	5
Saanen / Gstaad	5,1 %p.	6
Gasteinertal	5,5 %p.	7
Zermatt	6,0 %p.	8
Seefeld	8,4 %p.	9
Tiroler Zugspitz Arena	8,7 %p.	10
Kitzbüheler Alpen-Brixental	9,7 %p.	11
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	9,7 %p.	12
Kitzbüchel Tourismus	9,8 %p.	13
Engelberg	10,8 %p.	14
Wilder Kaiser	11,1 %p.	15
Mayrhofen-Hippach	11,5 %p.	16
Davos	12,5 %p.	17
Stubai Tirol	12,5 %p.	18
St. Moritz	15,6 %p.	19
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	16,7 %p.	20
Montafon	17,0 %p.	21
Pitztal	19,0 %p.	22
Saalbach Hinterglemm	20,2 %p.	23
Turracher Höhe	22,1 %p.	24
Grindelwald	22,3 %p.	25
Serfaus-Fiss-Ladis	25,9 %p.	26
Tux-Finkenberg	27,9 %p.	27
Achensee	31,2 %p.	28
Ötztal Tourismus	36,5 %p.	29
Arosa	38,3 %p.	30
St. Anton am Arlberg	58,5 %p.	31
Lech Zürs / Warth-Schröcken	60,2 %p.	32
Paznaun-Ischgl	67,1 %p.	33
Obertauern	81,0 %p.	34



Destination	Anteil Top-3 Herkunftsländer	Ranking
Grindelwald	46,5 %	1
St. Moritz	54,2 %	2
Zell am See-Kaprun	55,6 %	3
St. Anton am Arlberg	56,9 %	4
Zermatt	58,8 %	5
Engelberg	64,3 %	6
Lech Zürs / Warth-Schröcken	66,2 %	7
Kitzbühel Tourismus	67,2 %	8
Ötztal Tourismus	67,9 %	9
Seefeld	68,7 %	10
Paznaun-Ischgl	70,1 %	11
Tux-Finkenberg	70,3 %	12
Stubai Tirol	70,8 %	13
Mayrhofen-Hippach	71,5 %	14
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	72,3 %	15
Gasteinertal	72,6 %	16
Saanen / Gstaad	74,4 %	17
Saalach Hinterglemm	75,2 %	18
Turracher Höhe	76,6 %	19
Obertauern	77,1 %	20
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	77,9 %	21
Pitztal	78,4 %	22
Schladming-Dachstein	79,9 %	23
Erste Ferienregion im Zillertal	81,7 %	24
Kitzbüheler Alpen-Brixental	81,8 %	25
Serfaus-Fiss-Ladis	84,0 %	26
Davos	84,9 %	27
Tiroler Zugspitz Arena	85,2 %	28
Montafon	85,3 %	29
Achensee	86,1 %	30
Hochkönig	86,8 %	31
Wilder Kaiser	86,8 %	32
Arosa	88,2 %	33
Scuol	95,7 %	34

5.2. Preisniveau

Die Schweiz positioniert sich im alpinen Tourismus klar im Premiumsegment. Die untersuchten Tourismusorte erreichen im internationalen Vergleich durchwegs ein hohes Preis- und Ertragsniveau.

Der **Umsatz pro Bett** in der Schweiz bezieht sich auf die 4- und 3-Sterne-Hotellerie und wird auf Basis des Nettoumsatzes aller Leistungsbereiche der Betriebe berechnet. Den höchsten Wert erzielt Zermatt (45.149 Euro), gefolgt von Grindelwald (40.366 Euro) und Saanen / Gstaad (34.686 Euro). Diese Orte verbinden eine starke Marke mit einer exklusiven Gästestruktur und hoher Zahlungsbereitschaft.

Auch bei den **Übernachtungspreisen im Winter 2026/27** zeigt sich die Premiumausrichtung: Zermatt (639 Euro) und St. Moritz (581 Euro)

liegen klar über dem Alpen-Durchschnitt. Engelberg (415 Euro), Davos (433 Euro) und Scuol (438 Euro) bewegen sich dagegen im mittleren Preissegment.

Die **Skipasspreise** unterstreichen das hohe Preisniveau in der Schweiz. An der Spitze liegt Zermatt mit 111 Euro. Dahinter liegen St. Moritz mit 102 Euro und Davos mit 101 Euro. In den österreichischen Destinationen kostet ein Tagespass dagegen im Schnitt 78 Euro.

Zusammenfassend zeigt sich, dass das Preisniveau im Schweizer Alpenraum im Durchschnitt über jenem in Österreich liegt.

Destination	UMSATZ PRO BETT 2025	Ø ÜBERNACHTUNGS- PREIS, WINTER 2026/27	PREIS SKIPASS TAGESPASS 2026/27
Arosa	€ 19.809	€ 526	€ 95,5
Davos	€ 17.972	€ 433	€ 100,7
Engelberg	€ 15.596	€ 415	€ 95,4
Grindelwald	€ 40.366	€ 529	€ 89,0
Saanen / Gstaad	€ 34.686	€ 517	€ 95,4
Scuol	€ 25.322	€ 438	€ 73,9
St. Moritz	€ 28.327	€ 581	€ 101,8
Zermatt	€ 45.149	€ 639	€ 111,4

HINWEIS: CHF IN EUR UMGERECHNET MIT DEM WECHSELKURS VOM 1.10.2026

Kombi-Ranking Österreich und Schweiz

Im zusammengefassten Kombi-Ranking für verfügbare Vergleichswerte zu Übernachtungspreisen und den Tages-skipasspreisen nehmen die Schweizer Tourismusorte die vorderen Plätze ein.

Destination	Übernachtungs- preise	Ranking
Zermatt	639 €	1
St. Moritz	581 €	2
Lech Zürs / Warth-Schröcken	569 €	3
Grindelwald	529 €	4
Arosa	526 €	5
Saanen / Gstaad	517 €	6
Kitzbühel Tourismus	510 €	7
Serfaus-Fiss-Ladis	503 €	8
St. Anton am Arlberg	502 €	9
Obertauern	443 €	10
Scuol	438 €	11
Davos	433 €	12
Saalbach Hinterglemm	427 €	13
Paznaun-Ischgl	422 €	14
Ötztal Tourismus	416 €	15
Engelberg	415 €	16
Schladming-Dachstein	402 €	17
Hochkönig	393 €	18
Mayrhofen-Hippach	388 €	19
Achensee	382 €	20
Montafon	369 €	21
Gasteinertal	369 €	22
Wilder Kaiser	363 €	23
Tux-Finkenberg	360 €	24
Erste Ferienregion im Zillertal	357 €	25
Seefeld	355 €	26
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	351 €	27
Pitztal	345 €	28
Zell am See-Kaprun	342 €	29
Tiroler Zugspitz Arena	339 €	30
Stubai Tirol	333 €	31
Turracher Höhe	326 €	32
Kitzbüheler Alpen-Brixental	306 €	33
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	285 €	34



Destination	Preis Tagesskipass	Ranking
Zermatt	111,4 €	1
St. Moritz	101,8 €	2
Davos	100,7 €	3
Arosa	95,5 €	4
Saanen / Gstaad	95,4 €	5
Engelberg	95,4 €	5
Grindelwald	89,0 €	7
Ötztal Tourismus	86,5 €	8
St. Anton am Arlberg	85,0 €	9
Lech Zürs / Warth-Schröcken	85,0 €	9
Paznaun-Ischgl	83,0 €	11
Kitzbühel Tourismus	83,0 €	11
Zell am See-Kaprun	82,0 €	13
Tux-Finkenberg	82,0 €	13
Saalbach Hinterglemm	82,0 €	13
Mayrhofen-Hippach	82,0 €	13
Erste Ferienregion im Zillertal	82,0 €	13
Schladming-Dachstein	81,5 €	18
Gasteinertal	81,5 €	18
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	81,0 €	20
Hochkönig	81,0 €	20
Serfaus-Fiss-Ladis	80,5 €	22
Wilder Kaiser	79,5 €	23
Kitzbüheler Alpen-Brixental	79,5 €	23
Pitztal	77,0 €	25
Stubai Tirol	75,5 €	26
Scuol	73,9 €	27
Turracher Höhe	72,5 €	28
Obertauern	72,0 €	29
Tiroler Zugspitz Arena	70,5 €	30
Montafon	69,0 €	31
Achensee	69,0 €	31
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	65,0 €	33
Seefeld	64,5 €	34

5.3. Attraktivität

Die Schweizer Tourismusorte zeichnen sich insgesamt durch eine hohe Standort- und Angebotsqualität aus, die insbesondere durch die Höhenlage, touristische Infrastruktur und vielfältige Freizeitmöglichkeiten geprägt ist. Die pistenkilometertechnisch größten Skigebiete in Engelberg, St. Moritz und Zermatt reichen in der **Höhenlage** bis über 3.000 Meter und liegen somit deutlich über dem Durchschnitt der untersuchten österreichischen Wintersportdestinationen. Dies begünstigt unter anderem

eine hohe Schneesicherheit und vergleichsweise lange Wintersaisons. Das ist unter anderem ein Grund dafür, dass in den Schweizer Skigebieten im Schnitt ein geringerer Anteil der Pistenkilometer technisch beschneit wird.

Das **Pistenangebot** der untersuchten Gebiete in der Schweiz ist insgesamt sehr weitläufig und misst meist mehr als 200 Pistenkilometer exkl. Skirouten.

Destination	Höhenlage d. größten Skigebietes in Meter		Pistenkilometer	
	VON	BIS	GESAMT	TECHN. BESCHNEIBAR
Arosa	1.229	2.865	245	54 %
Davos	810	2.844	225	35 %
Engelberg	1.003	3.020	79	41 %
Grindelwald	944	2.400	211	61 %
Saanen / Gstaad	948	2.011	210	60 %
Scuol	1.250	2.785	70	50 %
St. Moritz	1.772	3.057	155	80 %
Zermatt	1.562	3.899	322	80 %

Bei den **Gästebewertungen** der gesamten Leistungskette dominiert in der Schweiz Zermatt klar. Das größte verbundene Skigebiet in Zermatt kann im Kombi-Ranking den insgesamt zweiten Platz belegen. Grindelwald und Davos befinden sich bei den Gästebewertungen im Vergleich zu den österreichischen Destinationen im Mittelfeld. Im unteren Bereich des Rankings finden sich anschließend noch Engelberg, Arosa, St. Moritz sowie Saanen / Gstaad. Gleichzeitig zeigt sich die Schweiz im Vergleich zu Österreich stärker im Premium-segment positioniert, mit einem sehr starken Fokus auf Qualität und Exklusivität.

Einige der Skigebiete in der Schweiz wie Zermatt und Engelberg können sehr viele **Öffnungstage** aufweisen, was unter anderem auf die Höhenlage zurückzuführen ist. Das Skigebiet in Zermatt kann sogar ganzjährige

Öffnungszeiten vorweisen, wobei hier berücksichtigt werden muss, dass im Sommer nur ein kleiner Teil auf dem Theodulgletscher befahrbar ist.

Die **Tourismusintensität** gemessen an Übernachtungen pro Einwohner fällt in Zermatt (279) und Grindelwald (194) recht hoch aus, liegt aber noch immer unter dem Durchschnitt der analysierten österreichischen Destinationen (319). In Saanen / Gstaad, Scuol, Engelberg sowie Davos liegt die Intensität deutlich niedriger und somit zeigt sich, dass die untersuchten österreichischen Destinationen im Verhältnis zur ansässigen Bevölkerung stärker durch den Übernachtungstourismus geprägt sind.

Destination	Bewertung d. gr. Skigebiet Ski Resort ReviewRadar (0-5, 5=sehr gut)	Ø Öffnungstage Skigebiete über 1.000 m	Tourismusintensität, Nachtungen / Einwohner
Arosa	4,46	114	132,5
Davos	4,59	114	75,3
Engelberg	4,50	160	74,3
Grindelwald	4,59	146	194,0
Saanen / Gstaad	4,27	104	50,2
Scuol	3,94	121	58,7
St. Moritz	4,45	128	160,0
Zermatt	4,69	365	278,8

Kombi-Ranking Österreich und Schweiz

Nachfolgend sind die Kombi-Rankings zu den untersuchten Attraktivitäts-Parametern abgebildet. Die Übersichten vergleichen die führenden alpinen Destinationen anhand folgender Kriterien: **Höhenlage des größten Skigebiets, präparierte Pistenkilometer exkl. Skirouten, Bewertung in Ski Resort ReviewRadar, durchschnittliche Öffnungstage der Skigebiete und Tourismusintensität.**

Zermatt nimmt mit einer durchschnittlichen Höhenlage von 2.731 Metern und 365 Öffnungstagen eine Sonderstellung im Alpenraum ein. Auch das **Pitztal** und **Stubaital** zählen zu den höchstgelegenen Destinationen im Vergleich und profitieren somit von einer hohen Schneesicherheit.

Destination	Ø Höhenlage in m	Ranking
Zermatt	2.731	1
Pitztal	2.540	2
Stubai Tirol	2.453	3
St. Moritz	2.415	4
Ötztal Tourismus	2.345	5
Tux-Finkenberg	2.275	6
Paznaun-Ischgl	2.116	7
Lech Zürs / Warth-Schröcken	2.058	8
St. Anton am Arlberg	2.058	8
Arosa	2.047	10
Scuol	2.018	11
Serfaus-Fiss-Ladis	2.014	12
Engelberg	2.012	13
Obertauern	1.972	14
Zell am See-Kaprun	1.895	15
Davos	1.827	16
Turracher Höhe	1.803	17
Grindelwald	1.672	18
Seefeld	1.647	19
Gasteinertal	1.580	20
Montafon	1.565	21
Mayrhofen-Hippach	1.565	21
Erste Ferienregion im Zillertal	1.489	23
Saanen / Gstaad	1.480	24
Saalach Hinterglemm	1.463	25
Tiroler Zugspitz Arena	1.411	26
Kitzbühel Tourismus	1.400	27
Achensee	1.375	28
Schladming-Dachstein	1.372	29
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	1.360	30
Hochkönig	1.350	31
Kitzbüheler Alpen-Brixental	1.245	32
Wilder Kaiser	1.245	32
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	1.132	34

Beim Pistenangebot dominieren **Paznaun-Ischgl, Zermatt** und das **Ötztal**, die jeweils über mehr als 310 Pistenkilometer verfügen.

präpariert, exkl. Skirouten

Destination	Pisten-kilometer*	Ranking
Paznaun-Ischgl	362,0	1
Zermatt	322,0	2
Ötztal Tourismus	315,0	3
Lech Zürs / Warth-Schröcken	300,0	4
St. Anton am Arlberg	300,0	4
Kitzbüheler Alpen-Brixental	275,0	6
Wilder Kaiser	275,0	6
Saalbach Hinterglemm	270,0	8
Arosa	245,0	9
Davos	225,0	10
Schladming-Dachstein	222,0	11
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	216,0	12
Grindelwald	211,0	13
Saanen / Gstaad	210,0	14
Montafon	207,0	15
Tux-Finkenberg	206,0	16
Kitzbühel Tourismus	188,0	17
Serfaus-Fiss-Ladis	186,0	18
Gasteinertal	180,0	19
St. Moritz	155,0	20
Mayrhofen-Hippach	142,0	21
Tiroler Zugspitz Arena	140,0	22
Zell am See-Kaprun	139,5	23
Hochkönig	132,0	24
Pitztal	122,0	25
Erste Ferienregion im Zillertal	110,0	26
Obertauern	100,0	27
Stubai Tirol	99,0	28
Engelberg	79,0	29
Scuol	70,0	30
Achensee	53,0	31
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	45,0	32
Turracher Höhe	43,0	33
Seefeld	31,0	34

Die höchsten Werte bei der Gästezufriedenheit erzielen die neu fusionierte **Salzburger Sportwelt, Zermatt und Schladming-Dachstein**. Für die gesamte Leistungskette des Skigebiets erhalten sie jeweils mindestens 4,69 von 5 Punkten.

Bei der Saisonlänge führen **Zermatt, Tux-Finkenberg und das Pitztal** das Ranking an. Die Destinationen können in dieser Kategorie besonders gut abschneiden, da sie über ein Gletschergebiet mit sehr langen Öffnungszeiten verfügen.

Destination	Bewertung Ski Resort ReviewRadar	Ranking
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	4,73	1
Zermatt	4,69	2
Schladming-Dachstein	4,69	2
Mayrhofen-Hippach	4,68	4
Kitzbüheler Alpen-Brixental	4,68	4
Gasteinertal	4,67	6
Turracher Höhe	4,67	6
Saalbach Hinterglemm	4,67	6
Seefeld	4,67	6
Obertauern	4,62	10
Zell am See-Kaprun	4,59	11
Grindelwald	4,59	11
Davos	4,59	11
Ötztal Tourismus	4,58	14
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	4,58	14
Paznaun-Ischgl	4,57	16
Kitzbühel Tourismus	4,56	17
Lech Zürs / Warth-Schröcken	4,56	17
St. Anton am Arlberg	4,56	17
Hochkönig	4,56	17
Achensee	4,55	21
Wilder Kaiser	4,53	22
Erste Ferienregion im Zillertal	4,51	23
Tux-Finkenberg	4,51	23
Engelberg	4,50	25
Tiroler Zugspitz Arena	4,50	25
Montafon	4,49	27
Arosa	4,46	28
St. Moritz	4,45	29
Stubai Tirol	4,43	30
Serfaus-Fiss-Ladis	4,37	31
Pitztal	4,32	32
Saanen / Gstaad	4,27	33
Scuol	3,94	34



Destination	Öffnungstage	Ranking
Zermatt	365	1
Tux-Finkenberg	247	2
Pitztal	178	3
Zell am See-Kaprun	171	4
Obertauern	164	5
Engelberg	160	6
Turracher Höhe	156	7
Kitzbühel Tourismus	150	8
Grindelwald	146	9
Lech Zürs / Warth-Schröcken	138	10
St. Anton am Arlberg	138	10
Paznaun-Ischgl	136	12
Ötztal Tourismus	135	13
Gasteinertal	133	14
Stubai Tirol	132	15
Saalbach Hinterglemm	129	16
Mayrhofen-Hippach	129	16
Serfaus-Fiss-Ladis	128	18
St. Moritz	128	18
Montafon	127	20
Schladming-Dachstein	123	21
Hochkönig	121	22
Wilder Kaiser	121	22
Scuol	121	22
Tiroler Zugspitz Arena	119	25
Erste Ferienregion im Zillertal	119	25
Kitzbüheler Alpen-Brixental	115	27
Arosa	114	28
Davos	114	28
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	105	30
Saanen / Gstaad	104	31
Achensee	103	32
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	97	33
Seefeld	95	34

Im Bereich der Tourismusintensität kommt es zu starken Unterschieden. Während **Saanen / Gstaad, Kitzbüheler Alpen St. Johann und Scuol** eine sehr moderate touristische Dichte aufweisen, ist in **Lech Zürs / Warth-Schröcken, Saalbach Hinterglemm und Serfaus-Fiss-Ladis** die Tourismusintensität sehr hoch. Ein Wert, der von den anderen heraussticht, ist jener von Obertauern. Dieser liegt bei rund 1.600 und verdeutlicht die dort zentrale Bedeutung des Tourismus für die lokale Wirtschaft und Bevölkerung.

Destination	Tourismusintensität	Ranking
Saanen / Gstaad	50,2	1
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	52,3	2
Scuol	58,7	3
Engelberg	74,3	4
Davos	75,3	5
Kitzbühel Tourismus	78,4	6
Turracher Höhe	115,0	7
Schladming-Dachstein	115,2	8
Stubai Tirol	125,4	9
Erste Ferienregion im Zillertal	129,0	10
Kitzbüheler Alpen-Brixental	131,7	11
Montafon	132,3	12
Arosa	132,5	13
Pitztal	144,5	14
St. Moritz	160,0	15
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	162,1	16
Wilder Kaiser	191,9	17
Grindelwald	194,0	18
Achensee	201,5	19
Gasteinertal	213,7	20
Ötztal Tourismus	218,6	21
Zell am See-Kaprun	218,9	22
Seefeld	224,9	23
St. Anton am Arlberg	241,1	24
Mayrhofen-Hippach	248,8	25
Zermatt	278,8	26
Tiroler Zugspitz Arena	282,6	27
Hochkönig	311,7	28
Paznaun-Ischgl	391,5	29
Tux-Finkenberg	410,0	30
Lech Zürs / Warth-Schröcken	623,9	31
Saalbach Hinterglemm	798,2	32
Serfaus-Fiss-Ladis	920,9	33
Obertauern	1.600,2	34

Für die Schweizer Tourismusorte wird der Zweitwohnungsanteil am gesamten Wohnungsbestand gemäß dem Zweitwohnungsgesetz (ZWG) herangezogen. Gemeinsam mit den entsprechenden Kennzahlen für Österreich, ermöglicht dieser eine Einordnung der Bedeutung von Freizeitwohnsitzen und Zweitwohnungen und fließt in die Bewertung der Destinationen ein.

Bei den Schweizer Tourismusorten zeigt sich eine besonders hohe Bedeutung der Zweitwohnungen. Alle untersuchten Schweizer Tourismusorte weisen Zweitwohnungsanteile von über 50 Prozent auf, wobei **Grindelwald** mit knappen 63 Prozent den höchsten Wert erreicht. Damit liegen die Schweizer Orte deutlich über allen österreichischen Vergleichsregionen. **Saalbach Hinterglemm** sticht auf österreichischer Seite mit einem Anteil von fast 47 Prozent hervor und nähert sich damit dem Niveau der Schweizer Orte an. Am anderen Ende der Betrachtung weisen insbesondere das **Pitztal, Ötztal Tourismus und Paznaun-Ischgl** mit Anteilen von rund einem Prozent oder darunter sehr geringe Werte auf.

Destination	Anteil Freizeitwohnsitze und Zweitwohnungen	Ranking
Grindelwald	62,8 %	1
Scuol	59,7 %	2
Davos	58,9 %	3
Engelberg	55,9 %	4
St. Moritz	53,4 %	5
Zermatt	51,9 %	6
Arosa	51,9 %	7
Saanen / Gstaad	51,3 %	8
Saalbach Hinterglemm	46,6 %	9
Hochkönig	28,1 %	10
Lech Zürs / Warth-Schröcken	26,7 %	11
Kitzbüheler Alpen-Brixental	19,2 %	12
Obertauern	18,3 %	13
Kitzbühel Tourismus	17,5 %	14
Gasteinertal	15,9 %	15
Turracher Höhe	14,7 %	16
Wilder Kaiser	13,5 %	17
Zell am See-Kaprun	12,2 %	18
Seefeld	12,2 %	19
St. Anton am Arlberg	10,7 %	20
Schladming-Dachstein	8,6 %	21
Erste Ferienregion im Zillertal	8,0 %	22
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	7,2 %	23
Achensee	7,1 %	24
Tiroler Zugspitz Arena	7,0 %	25
Kitzbüheler Alpen-St. Johann	6,7 %	26
Montafon	6,0 %	27
Mayrhofen-Hippach	5,6 %	28
Tux-Finkenberg	5,5 %	29
Stubai Tirol	2,4 %	30
Serfaus-Fiss-Ladis	2,3 %	31
Pitztal	1,0 %	32
Ötztal Tourismus	0,9 %	33
Paznaun-Ischgl	0,8 %	34

5.4. Fazit Kombi-Rankings

Der Vergleich zwischen Österreich und der Schweiz zeigt unterschiedliche Ausprägungen des alpinen Tourismus.

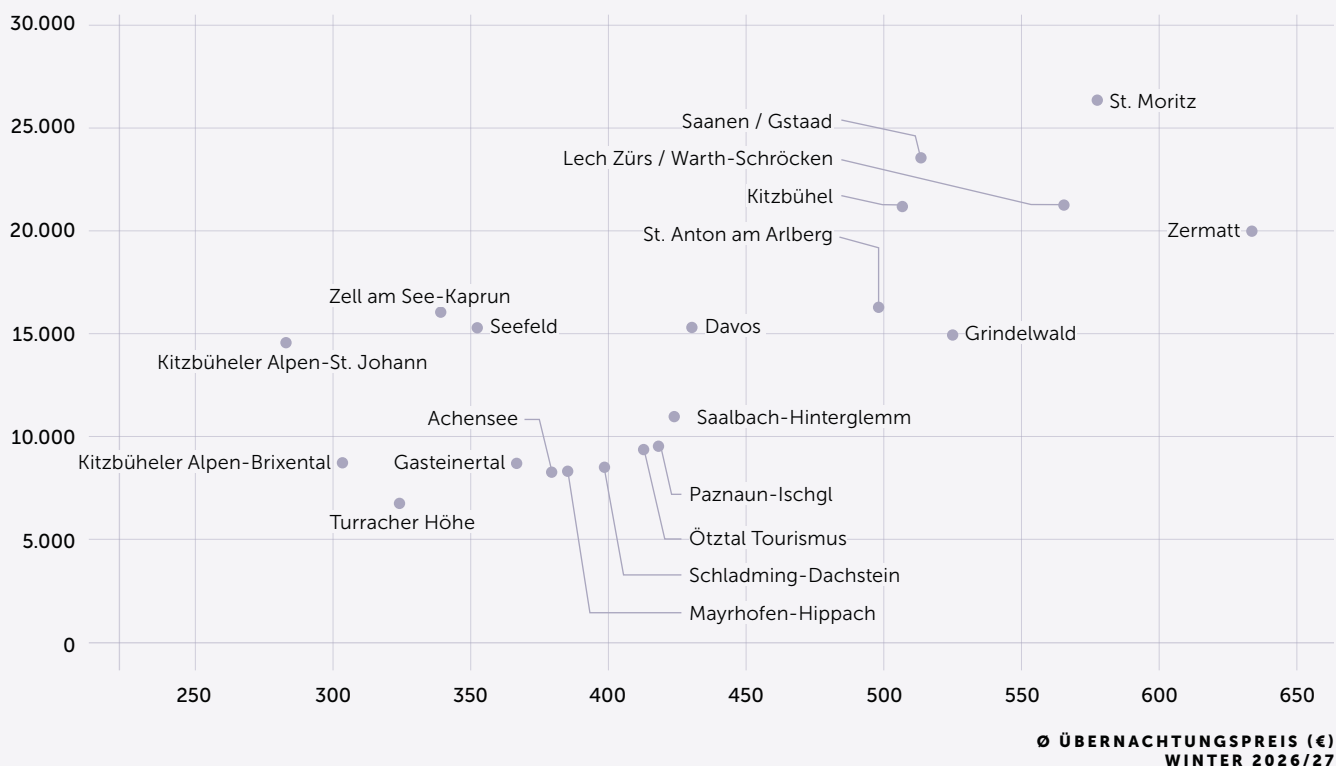
Österreich überzeugt durch eine hohe Angebotsvielfalt, eine stabile Nachfrage, ein relativ ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis und einen hohen Anteil an Auslandsnächtigungen aus dem europäischen Raum.

Zermatt, St. Moritz und Saanen / Gstaad kann man sehr klar mit einem hohen Preisniveau, Premiumpositionierung, internationaler Markenbekanntheit und der gezielten Erschließung von Fernmärkten verbinden. Des Weiteren dominieren in den Schweizer Tourismusorten auch sehr viele Inlandsreisende als wichtige Gästegruppe. Der Anteil der Inlandsgäste beträgt in den acht Schweizer Orten im Schnitt rund 51 Prozent, während er in den untersuchten Destinationen Österreichs gerade einmal bei knappen dreizehn Prozent liegt. Außerdem sind die Saisonen im Nachbarland durch die teilweise höheren Lagen stabiler.

Insgesamt zeigt der Vergleich, dass Österreich und die Schweiz mit unterschiedlichen Stärken im alpinen Tourismus überzeugen. Während Österreich unter anderem als vielseitiger Ganzjahresmarkt beeindruckend kann, inspiriert die Schweiz als Benchmark für alpine Premiumdestinationen.

Übernachtungspreis (4-Sterne) und Immobilienpreis pro m² 2025 (oberes Quartil)

IMMOBILIENPREIS PRO M² (€)
OBERES QUARTIL 2025



Die Grafik zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen dem durchschnittlichen Übernachtungspreis im Winter 2026/27 und den Immobilienpreisen im Jahr 2025 (oberes Quartil): Destinationen mit hohen Übernachtungspreisen tendieren auch zu höheren Quadratmeterpreisen. Dazu zählen St. Moritz, Saanen/Gstaad, Lech Zürs / Warth-Schröcken, Kitzbühel und Zermatt. An der Spitze der Immobilienpreise liegt St. Moritz mit 26.600 Euro pro m². Den höchsten Übernachtungspreis erzielt Zermatt mit 639 Euro. Auffällig sind jedoch Destinationen wie Kitzbüheler Alpen-St. Johann, Zell am

See-Kaprun und Seefeld, deren Immobilienpreise mit rund 15.000 bis 16.000 Euro pro m² trotz vergleichsweise niedriger Übernachtungspreise von unter 360 Euro deutlich über dem Niveau ähnlich positionierter Destinationen liegen. Umgekehrt liegt Grindelwald trotz eines Übernachtungspreises von 529 Euro mit 15.100 Euro pro m² deutlich unter dem Immobilienpreisniveau der anderen Hochpreisdestinationen. Am unteren Ende liegt die Turracher Höhe mit 6.800 Euro pro m².

6. Gastbeitrag

Wenn die KI mitliest: warum Gästebewertungen wichtiger sind als je zuvor

Aus Meinungen ist ein strategischer Indikator geworden – und der professionelle Umgang damit zur Führungsaufgabe.

Von Gernot Riedel – Tourismusberatung & KI

Seit mehr als drei Jahrzehnten bin ich im alpinen Tourismus zu Hause – viele Jahre davon in der Geschäftsführung von Destinationen, mit Verantwortung für Positionierung, Marketing und Produktentwicklung. Diese Praxis prägt bis heute, wie ich auf Zahlen schaue: Eine Kennzahl ist nur so viel wert wie das Verständnis dafür, was sie über den Gast wirklich aussagt.

Seit 2025 bin ich selbstständig als KI-unterstützter Tourismusberater tätig – TÜV-zertifizierter KI-Trainer, diplomierter Business Coach und Tourismusfachmann. Ich begleite Hotels, Tourismusverbände, Destinationen und Bergbahnen im gesamten DACH-Raum: mit praxisnahen KI-Workshops, einem wöchentlichen DACH-Tourismus-Newsletter, regelmäßigen Marktreports und datenbasierten Analysen wie ReviewRadar und SR³. Genau eine dieser Analysen steuere ich zu diesem Report bei – der eigentliche Anlass, hier ein paar grundsätzliche Gedanken zu teilen.

Was Gästebewertungen zum Indikator macht

Gästebewertungen sind die digitalisierte, skalierte Form der Mundpropaganda – nur dass sie nicht mehr am Stammtisch verklingen, sondern öffentlich, dauerhaft und durchsuchbar sind. Sie sind das, was der Gast tatsächlich erlebt hat, ungefragt und in seinen eigenen Worten. Kein Hochglanzprospekt, kein Leitbild, keine Eigenbeschreibung kommt an diese Glaubwürdigkeit heran.

Für Gäste sind sie längst fester Bestandteil der Entscheidung: Man informiert sich, bevor man bucht, und vertraut der Erfahrung anderer mehr als jeder Werbebotschaft. Für Betriebe und Destinationen sind sie damit weit mehr als Reputation – sie sind ein ehrlicher, laufender Rückkanal über die gesamte Servicekette: von der Bahn über die Hütte bis zur Skischule, vom Check-in bis zum Frühstück. Wer zuhört, erfährt früher als aus jeder Umfrage, wo es hakt und was begeistert.

Warum die KI die Bedeutung noch einmal erhöht hat

Bisher galt: Der Gast liest Bewertungen. Heute gilt zunehmend: Die KI liest sie für ihn. Immer mehr Menschen planen ihre Reise mit KI-Assistenten, die tausende Bewertungen in Sekunden zusammenfassen und daraus eine Empfehlung formen. Der Gast bekommt nicht mehr eine Liste – er bekommt eine Antwort.

„Ob eine Destination empfohlen wird, hängt künftig auch davon ab, was die KI aus ihren Bewertungen versteht.“

Damit verschiebt sich etwas Grundlegendes: Die Reputation eines Betriebs wird nicht mehr nur gelesen, sondern von einer KI gefiltert, verdichtet und weitergegeben. Was diese Systeme aus den Bewertungen herauslesen, entscheidet mit darüber, ob und wie eine Destination in der Reiseplanung überhaupt auftaucht. Bewertungen sind so vom Marketing-Nebenschauplatz zum sichtbarkeitsrelevanten Rohstoff geworden.

Hinzu kommt die schiere Menge. Kein Team liest mehr die Bewertungen einer ganzen Destination über zwei Saisonen von Hand – systematisch, vergleichbar, ohne Bauchgefühl. Der unsystematische Umgang mit Bewertungen war früher eine verpasste Chance; heute ist er ein blinder Fleck. Und die Ironie dabei: Dieselbe Technologie, die den Einsatz erhöht, liefert zugleich das Werkzeug, die Datenmasse endlich beherrschbar zu machen.

Meine Antwort: Bewertungen systematisch auswerten

Genau hier setzt die Methodik an, die ich entwickelt habe. ReviewRadar wertet Gästebewertungen systematisch, nachvollziehbar und reproduzierbar aus – für Hotels, Destinationen und Freizeitanbieter. SR³ (Ski Resort Review-Radar) ist die Ausprägung für Skigebiete, die in diesem Report zum Einsatz kommt: Sie misst nicht ein einzelnes Etikett, sondern die gesamte erlebte Servicekette am Berg und verdichtet sie zu einem vergleichbaren Wert.

Der Anspruch dahinter ist bewusst nüchtern: keine Stimmungsspielerei, sondern ein belastbarer Indikator, der aus tausenden verstreuten Einzelmeinungen eine entscheidungstaugliche Größe macht. Wie das im vorliegenden Report konkret gerechnet wird, ist in der methodischen Erläuterung dokumentiert – hier soll der Gedanke genügen: Aus Meinungen wird Messung, aus Messung wird Steuerung.

Mein Umgang mit KI: der Mensch führt, die KI unterstützt

So sehr ich mit KI arbeite – ich verstehe sie nicht als Ersatz für Fachurteil, sondern als dessen Verstärker. Meine Überzeugung, und sie zieht sich durch alle meine Projekte, ist einfach:

„Der Mensch steuert mit seinem Fachwissen. Die KI unterstützt beim Sammeln, Strukturieren und Aufbereiten von Daten und Unterlagen.“

Gerade im Tourismus ist das entscheidend. Dreißig Jahre Praxis sagen einem, welche Fragen überhaupt die richtigen sind, wo ein Perimeter sinnvoll gezogen wird und wann eine Zahl in die Irre führt. Dieses Urteil kann keine KI liefern. Was sie aber kann: die Fleißarbeit in einer Geschwindigkeit und Menge erledigen, die kein Team je stemmen würde – Daten sammeln, ordnen, aufbereiten. Die Verantwortung für Auswahl, Interpretation und Qualität bleibt beim Menschen.

Das ist auch mein Qualitätsprinzip: Jedes KI-gestützte Ergebnis läuft gegen die menschliche Prüfung – gerade bei Zahlen gilt bei mir Faktentreue vor Tempo. Wer KI als Ersatz für Kompetenz einsetzt, produziert schnell hochwertigen Unsinn. Wer sie als kraftvolles Werkzeug in kompetenter Hand einsetzt, gewinnt Zeit für genau das, was Menschen besser können: verstehen, einordnen, entscheiden. Das gilt im Berufsleben allgemein – und im Tourismus, wo am Ende immer der Mensch den Gast begeistert, ganz besonders.

Was das für Unternehmen bedeutet

Gästebewertungen sind kein Anhängsel des Marketings mehr, sondern ein strategischer Indikator – und die KI hat seine Bedeutung noch verstärkt, weil sie mitliest und mitentscheidet. Der systematische Umgang damit, also messen, verstehen und daraus handeln, wird zum Wettbewerbsfaktor. Nicht, weil ein neues Tool das verlangt, sondern weil der Gast – und zunehmend die KI an seiner Seite – es längst tut.

Der Autor

Gernot Riedel ist KI-unterstützter Tourismusberater mit über 30 Jahren Branchenpraxis, viele davon in der Geschäftsführung alpiner Destinationen. Seit 2025 selbstständig, verbindet er Tourismus-Know-how mit dem praktischen Einsatz von KI. TÜV-zertifizierter KI-Trainer, diplomierter Business Coach und Tourismusfachmann.

Aktuelle Projekte & Angebote:

- » DACH-Tourismus-Newsletter – wöchentliche Nachrichten und Trends für Tourismus-Entscheider
- » KI-Workshops & Trainings für die touristische Praxis (für Nicht-Techniker)
- » Marktreports & Marktinformationssysteme für Destinationen
- » ReviewRadar & SR³ – systematische Gästebewertungs-Analyse für Hotels, Destinationen, Skigebiete und Freizeitanbieter

Kontakt:

gernot-riedel.com · +43 676 7237811

Quellenverzeichnis

- » Amt der Kärntner Landesregierung, Abteilung 1
 - Landesamtsdirektion, Landesstelle für Statistik
- » Amt der Steiermärkischen Landesregierung, Abteilung 17
 - Landes- und Regionalentwicklung, Referat Statistik und Geoinformation
- » Amt der Tiroler Landesregierung, Abteilung Raumordnung und Statistik
- » Amt der Vorarlberger Landesregierung, Abteilung Landesstelle für Statistik
- » Bergfex (www.bergfex.at)
- » card complete Servicebank AG
- » Hesta-Beherbergungsstatistik des Bundesamtes für Statistik
- » Land Salzburg, Landesstatistik und Verwaltungscontrolling
- » SGH - Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
- » SkigebieteTest (www.skigebiete-test.de)
- » Ski Guide Austria von Dr. Günther Fritz und Fred Fettner
- » Ski Resort ReviewRadar von Gernot Riedel
- » Skiresort.de (www.skiresort.de)
- » Statistik Austria, Abteilung Tourismus
- » Trivago (www.trivago.at)
- » Websites der jeweiligen Tourismusverbände und -organisationen, sowie der Gemeinden
- » Websites der Skigebiete und Seilbahnen

Besonderer Dank gilt unseren Partnern:

Fred Fettner vom Ski Guide Austria,
 Gernot Riedel - Tourismusberatung & KI,
 Hans R. Amrein von Hotel Inside und
 Reto Grohmann von der Schweizerischen Gesellschaft für Hotelkredit (SGH)
 für ihre Unterstützung bei der Erhebung der Daten.



Schweizerische Gesellschaft für Hotelkredit
 Société Suisse de Crédit Hôtelier
 Società Svizzera di Credito Alberghiero



HOTEL INSIDE
 Insights. Thinktank. Club.



Gemeindeliste

Destination	Gemeinde
Achensee	Achenkirch
Achensee	Eben am Achensee (Maurach, Pertisau)
Achensee	Wiesing
Achensee	Steinberg am Rofan
Erste Ferienregion im Zillertal	Fügen
Erste Ferienregion im Zillertal	Kaltenbach
Erste Ferienregion im Zillertal	Uderns
Erste Ferienregion im Zillertal	Stumm
Erste Ferienregion im Zillertal	Aschau i.Z.
Erste Ferienregion im Zillertal	Hart i.Z.
Erste Ferienregion im Zillertal	Schlitters
Erste Ferienregion im Zillertal	Ried i.Z.
Erste Ferienregion im Zillertal	Fügenberg
Erste Ferienregion im Zillertal	Strass i. Z.
Erste Ferienregion im Zillertal	Stummerberg
Erste Ferienregion im Zillertal	Bruck am Ziller
Gasteinertal	Bad Hofgastein
Gasteinertal	Bad Gastein
Gasteinertal	Dorfgastein
Hochkönig	Maria Alm
Hochkönig	Dienten
Hochkönig	Mühlbach
Kitzbühel Tourismus	Kitzbühel
Kitzbühel Tourismus	Reith
Kitzbühel Tourismus	Jochberg
Kitzbühel Tourismus	Aurach
Kitzbüheler Alpen-Brixental	Kirchberg i.T.
Kitzbüheler Alpen-Brixental	Westendorf
Kitzbüheler Alpen-Brixental	Brixen im Thale
Kitzbüheler Alpen-St. Johann in Tirol	St. Johann i.T.
Kitzbüheler Alpen-St. Johann in Tirol	Kirchdorf i.T.
Kitzbüheler Alpen-St. Johann in Tirol	Oberndorf i.T.

Destination	Gemeinde
Lech Zürs / Warth Schröcken	Lech / Zürs
Lech Zürs / Warth Schröcken	Warth
Lech Zürs / Warth Schröcken	Schröcken
Mayrhofen-Hippach	Mayrhofen
Mayrhofen-Hippach	Schwendau
Mayrhofen-Hippach	Ramsau i.Z.
Mayrhofen-Hippach	Hippach
Mayrhofen-Hippach	Brandberg
Montafon	Schruns
Montafon	St. Gallenkirch
Montafon	Silbertal
Montafon	Vandans
Montafon	St. Anton im Montafon
Montafon	Bartholomäberg
Montafon	Gaschurn
Montafon	Tschagguns
Obertauern	Untertauern
Obertauern	Tweng
Ötztal Tourismus	Längenfeld
Ötztal Tourismus	Haiming
Ötztal Tourismus	Umhausen
Ötztal Tourismus	Sautens
Ötztal Tourismus	Sölden
Ötztal Tourismus	Oetz
Paznaun-Ischgl	Kappl
Paznaun-Ischgl	Ischgl
Paznaun-Ischgl	See
Paznaun-Ischgl	Galtür
Paznaun-Ischgl	Pians

Destination	Gemeinde
Pitztal	Arzl i. Pitztal
Pitztal	Wenns
Pitztal	St. Leonhard i. Pitztal
Pitztal	Jerzens
Saalbach Hinterglemm	Saalbach-Hinterglemm
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	Kleinarl
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	Wagrain
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	Altenmarkt (Zauchensee)
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	Radstadt
Salzburger Sportwelt (Neufusionierung)	Eben
Schladming-Dachstein	Schladming
Schladming-Dachstein	Irdning-Donnersbachtal
Schladming-Dachstein	Gröbming
Schladming-Dachstein	Ramsau a. Dachstein
Schladming-Dachstein	Haus
Schladming-Dachstein	Aich
Schladming-Dachstein	Mitterberg-St.Martin
Schladming-Dachstein	Michaelerberg-Pruggern
Schladming-Dachstein	Öblarn
Schladming-Dachstein	Stainach-Pürgg
Schladming-Dachstein	Wörschach
Schladming-Dachstein	Sölk
Schladming-Dachstein	Aigen i. Ennstal
Seefeld	Seefeld
Seefeld	Leutasch
Seefeld	Reith bei Seefeld
Seefeld	Scharnitz
Serfaus-Fiss-Ladis	Serfaus
Serfaus-Fiss-Ladis	Fiss
Serfaus-Fiss-Ladis	Ladis

Destination	Gemeinde
St. Anton am Arlberg	St. Anton a.A.
St. Anton am Arlberg	Pettneu a.A.
St. Anton am Arlberg	Strengen
St. Anton am Arlberg	Flirsch
Stubai Tirol	Neustift
Stubai Tirol	Fulpmes
Stubai Tirol	Mieders
Stubai Tirol	Telfes
Stubai Tirol	Schönberg
Tiroler Zugspitz-Arena	Ehrwald
Tiroler Zugspitz-Arena	Lermoos
Tiroler Zugspitz-Arena	Berwang
Tiroler Zugspitz-Arena	Namlos
Tiroler Zugspitz-Arena	Biberwier
Tiroler Zugspitz-Arena	Bichlbach
Tiroler Zugspitz-Arena	Heiterwang
Turracher Höhe	Albeck
Turracher Höhe	Reichenau
Turracher Höhe	Stadl-Predlitz
Tux-Finkenberg	Tux
Tux-Finkenberg	Finkenberg
Wilder Kaiser	Söll
Wilder Kaiser	Ellmau
Wilder Kaiser	Going
Wilder Kaiser	Scheffau
Zell am See-Kaprun	Zell am See
Zell am See-Kaprun	Kaprun



Prodinge. Das geht.

Als führende Wirtschaftsberatung unterstützt die Prodinge Beratungsgruppe ihre Kunden in den Geschäftsfeldern Steuerberatung, Unternehmensberatung, Tourismusberatung und Immobilien.

Als führende Wirtschaftsberatung unterstützt die Prodinge Gruppe ihre Kunden mit vielfach prämierter Steuerberatung sowie in sämtlichen Bereichen der Unternehmensberatung, darunter Finanzierung, Controlling, Immobilien, Tourismusberatung, Digitalisierung, Human Resources, ESG Nachhaltigkeitsbewertungen und Marketing.

Die Prodinge Gruppe bietet an 10 Standorten mit über 220 Mitarbeitern mehr als 8.000 Kunden preisgekrönte Rundum-Beratung aus einer Hand. Prodinge ist unabhängiges Mitglied der GGI Geneva Group International, im Travel Industry Club Tourismus sowie im österreichischen Senat der Wirtschaft. Die Unternehmensberatung Neopraxx wurde mit dem Constantinus-Award ausgezeichnet und die Prodinge Steuerberatung wurde 5 mal Steuerberater des Jahres.

Prodinger Tourismusberatungs Gmbh
Parkring 12/80b, 1010 Wien

+43 1 890 730 9
tourismusberatung@prodinger.at